

Autor invitado

La cosmética del hambre: reflexiones sobre lo global desde el cine brasileño contemporáneo

{Resumen}

Uno de los debates más álgidos en el cine brasileño de las últimas dos décadas ha girado en torno a la categoría «cosmética del hambre», acuñada a finales de los años noventa para describir una serie de películas recientes centradas en temas como la pobreza y la violencia. Dicha noción surgía de una comparación explícita entre algunos éxitos de taquilla y las producciones del *Cinema Novo* de los años sesenta. La «cosmética del hambre» sería lo opuesto a la «estética del hambre» del *Cinema Novo*: mientras este último habría cuestionado las representaciones coloniales del cine europeo y americano que reducían la realidad intolerable de fenómenos como el hambre a categorías familiares, el cine contemporáneo reduciría la complejidad de dicha realidad usando el maquillaje de un superfluo estilo internacional cercano al lenguaje del videoclip y la publicidad. En lugar de considerar la cosmética como un término peyorativo, el presente texto propone

comprender la dimensión artificial propia de la cosmética como un espacio de reflexión acerca de los circuitos de visibilidad mediática del hambre. En lugar de construir una imagen de lo intolerable, el cine de la cosmética reflexiona acerca de los mecanismos y circuitos globales de comunicación contemporáneos que construyen nuestro imaginario sobre lo intolerable.

Palabras clave: estética del hambre, cosmética del hambre, cine brasileño, lo intolerable, regímenes de visibilidad.

Juan Carlos Arias Herrera

Profesor asociado
Pontificia Universidad Javeriana
Colombia

CORRESPONDENCIA AL AUTOR
arias.juan@javeriana.edu.co

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO
Recibido mayo 25 de 2018.
Aprobado: junio 25 de 2018.

• Para citar este artículo • To cite this article • Para citar este artigo
Arias, J. (2018). La cosmética del hambre: reflexiones sobre lo global desde el cine brasileño contemporáneo. *Común-A*, 2(1), 15-31.

Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de Creative Commons 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>), la cual permite su uso, distribución y reproducción de forma libre siempre y cuando el o los autores reciban el respectivo crédito.



The Cosmetics of Hunger: Reflections on Contemporary Brazilian Cinema from a Global Perspective

{Abstract}

One of the most intense debates in Brazilian cinema during the last two decades has revolved around the category ‘cosmetics of hunger’. It was coined at the end of the 1990s to describe a group of recent films that portrayed topics like poverty and violence. The notion of ‘cosmetics’ emerged from an explicit comparison between some blockbusters like *City of God* (2001), and the Cinema Novo films from the 1960s. ‘Cosmetics of hunger’ would be the opposite to Cinema Novo’s ‘aesthetics of hunger’: while the avant-garde movement questioned the colonial representations of European and American cinema, which reduced the intolerable reality of phenomena like hunger to familiar categories, contemporary cinema would reduce the complexity of such realities through a superfluous international style close to the language of video clips and advertising. ‘Cosmetics’ would be associated to a global language of entertainment and spectacle, while ‘aesthetics’ would be connected to the reflexive depth of a type of cinema committed to local and national identity. Instead of considering cosmetics as a pejorative term, this article proposes to understand the artificial dimension of cosmetics as a space to critically think of the circuits of visibility of hunger. Instead of producing an image of the intolerable, contemporary cosmetic cinema reflects on the mechanisms and global circuits of contemporary communication that construct our common imaginary on hunger.

Keywords: aesthetics of hunger, cosmetics of hunger, Brazilian cinema, intolerable, regimes of visibility.

A cosmética da fome: reflexões sobre o global a partir do cinema brasileiro contemporâneo

{Resumo}

Um dos debates mais polêmicos no cinema brasileiro das últimas duas décadas tem girado em torno da categoria «cosmética da fome», expressão criada no final dos anos noventa para descrever uma série de filmes recentes centralizados em temas como a pobreza e a violência. Essa noção surgiu de uma comparação explícita entre alguns sucessos de bilheteria e as produções do *Cinema Novo* dos anos sessenta. A «cosmética da fome» seria o oposto à «estética da fome» do Cinema Novo: enquanto este último teria questionado sobre as representações coloniais do cinema europeu e americano que reduziam a realidade intolerável de fenômenos como a fome a categorias familiares, o cinema contemporâneo reduziria a complexidade dessa realidade usando a maquiagem de um supérfluo estilo internacional próximo da linguagem do videoclipe e da publicidade. Em lugar de considerar a cosmética como um termo pejorativo, este texto propõe compreender a dimensão artificial própria da cosmética como um espaço de reflexão sobre os circuitos de visibilidade midiática da fome. Ao contrário de construir uma imagem do intolerável, o cinema da cosmética reflete sobre os mecanismos e circuitos globais de comunicação contemporâneos que constroem nosso imaginário acerca do intolerável.

Palavras-chave: estética da fome, cosmética da fome, cinema brasileiro, o intolerável, regimes de visibilidade.



En julio de 2001, la crítica y académica brasileña Ivana Bentes publicó un artículo en el diario *Jornal do Brasil* que se convertiría en una referencia obligada dentro de las reflexiones acerca del cine brasileño contemporáneo. En el texto, titulado «“Cosmética da fome” marca o cinema do país» (2001), Bentes proponía una comparación explícita entre el *Cinema Novo* de los años sesenta y algunas realizaciones contemporáneas como *Central do Brasil*, *Guerra de Canudos* y *Orfeu*, afirmando que estas películas —entre otras que formaron parte de la llamada *retomada* del cine brasileño a final de los años noventa— promovían una espectacularización y exotización de la pobreza al representar los espacios marginales del *sertão* y las favelas a través de un estilo internacional que adornaba los fenómenos sociales para hacerlos fácilmente consumibles. Esta «cosmética del hambre» se opondría a la «estética del hambre» del *Cinema Novo*: mientras este último habría cuestionado las representaciones coloniales del cine europeo y americano que reducían la realidad intolerable de fenómenos como el hambre a categorías familiares, el cine contemporáneo reduciría la complejidad de dicha realidad usando el maquillaje de un superfluo estilo globalizado cercano al lenguaje del videoclip y la publicidad. La cosmética estaría asociada a un lenguaje global del entretenimiento y el espectáculo, mientras la

estética designaría la profundidad reflexiva de un cine comprometido con lo local y la identidad nacional.¹

La descalificación de gran parte de las producciones contemporáneas como fútiles mercantilizaciones de la pobreza encontró rápidamente una serie de opositores, entre los que se destacaban algunos de los nombres más importantes de la crítica y la teoría del cine brasileño. Autores como Ana Paula Sousa (2002) y Paulo Jorge Ribeiro (2003) defendieron las decisiones estéticas del cine contemporáneo en su cercanía con la publicidad y el lenguaje televisivo, precisamente porque a través de ellos lograron establecer una conexión masiva con el público (inédita en la historia del cine brasileño) al hacer visibles fenómenos que permanecían ignorados.

1 Es importante mencionar que esta prohibición de la cosmética del lenguaje del espectáculo no es exclusiva del campo de la crítica en el cine brasileño contemporáneo. Importantes autores como Carlos Monsiváis, Nelly Richard, Beatriz Sarlo o Jean Franco han asociado las herramientas narrativas de los medios masivos con una cultura de la inmediatez, llegando a condenar todo producto cultural que se sitúe cerca de los modelos narrativos y de producción de la industria de los medios. Monsiváis (2001), por ejemplo, condenó películas como *Y tu mamá también* (2001) y *Amores perros* (2000), por ser ejemplos de un superficial cine posmoderno que imitaba el estilo del videoclip y las películas de Tarantino.

Siguiendo una línea similar de pensamiento, Randal Johnson (2006) y Jean-Claude Bernardet (2007) han señalado que esta estrecha conexión con el público es vital, no solo porque consigue espacios de visibilidad que el cine de los sesenta nunca logró (a pesar de sus intenciones de crear un cine popular), sino porque señala las transformaciones en el contexto de producción y recepción en las primeras décadas del siglo XXI. La comparación con el *Cinema Novo* es, desde su punto de vista, totalmente anacrónica, y supone una idealización romántica del cine militante de los sesenta que no permite aceptar nuevas comprensiones de lo político más allá de la idea de una revolución para las masas.

Aunque las críticas al anacronismo o elitismo de la cosmética del hambre señalaban acertadamente ciertas falencias inherentes al concepto, un problema fundamental señalado por Bentes ha permanecido sin resolver dentro de la discusión, incluso hoy cuando el tema es percibido como superado: la representación de lo intolerable. El eje central de «Estética del hambre», el texto publicado en 1965 por Glauber Rocha (2004), era un cuestionamiento no solo a la invisibilización de la realidad del hambre en Brasil sino, sobre todo, a las representaciones tradicionales del fenómeno que empezaban a consolidarse gracias a la

emergencia de las ciencias de la nutrición y del humanitarismo social en las décadas anteriores. La estética del hambre no era solo un intento por mostrar las condiciones de miseria en Brasil, sino una reflexión sobre *cómo* hacer visible esta realidad sin adaptarla al lenguaje de la ciencia y el humanitarismo, el cual terminaba por reducir la complejidad del fenómeno a términos familiares, conmensurables, normalizantes. Es esta reflexión sobre el cómo mostrar, sobre los mecanismos de la representación, lo que Bentes (2007) señalaba como central al acuñar la noción de cosmética del hambre. Al usar una comparación con la estética del hambre del *Cinema Novo*, la crítica brasileña apuntaba a una pregunta fundamental acerca de los procedimientos de representación: «¿cómo mostrar el sufrimiento, cómo representar los territorios de la pobreza, de los desheredados, de los excluidos, sin caer en el folclor, el paternalismo o en un humanismo conformista y sentimental?» (p. 244). En otras palabras, cómo no reducir el carácter intolerable de la realidad del hambre latinoamericana a través de un lenguaje familiar (como lo es, para Bentes, el lenguaje de la televisión y el videoclip). ¿Cómo dar cuenta de lo intolerable en tanto tal, sin hacerlo tolerable a través de la experiencia placentera del espectáculo? Si bien es cierto, como lo señalan los detractores de la cosmética, que el uso de un lenguaje

comercial dio una mayor visibilidad (nacional e internacional) a los problemas sociales de las comunidades marginadas en Brasil, aún cabe preguntarse si esas películas crearon una conexión con el público al costo ético de una reducción de lo intolerable. ¿Es necesario reducir la complejidad de los fenómenos sociales a un lenguaje audiovisual familiar globalizado para poder conseguir un vínculo estrecho con el espectador?, ¿es la cosmética indefectiblemente una reducción que traduce una realidad local irreductible a un lenguaje internacional digerible y placentero?

Nuevas condiciones de producción

Para empezar, ¿en qué contexto se produce la crítica de la cosmética del hambre? A principios de 1990 la industria cinematográfica brasileña sufrió una de sus mayores transformaciones: el presidente Collor de Mello terminó con la política federal de apoyo a la producción cinematográfica por parte del Estado. Dicha política había sido responsable de gran parte de la producción nacional desde los años treinta, teniendo su cumbre con la fundación del Instituto Nacional de Cine en 1966 y de Embrafilme en 1969. Fiel a un modelo neoliberal, la idea del gobierno de

Mello era desplazar el papel del Estado como única fuente de financiación hacia el sector privado a través de incentivos tributarios. Así, medidas como la Ley Rouanet de 1991 o la ley audiovisual de 1993 (Ley 8685, de 20 de julio de 1993) promovían la inversión de capital privado en el cine nacional a cambio de beneficios de crédito y pago de impuestos. En últimas, el objetivo era bastante simple: crear una industria cinematográfica autosostenible que no dependiera de los subsidios del Estado.

Este nuevo modelo trajo consigo diversas consecuencias. Por un lado, las compañías afiliadas a la Motion Pictures Association (la asociación que representa a los seis más grandes estudios de Hollywood) empezaron a cofinanciar proyectos nacionales en términos de producción y distribución: 51 películas fueron realizadas bajo este modelo de coproducción entre 1996 y el 2003. Muchas de estas películas tenían un carácter puramente comercial el cual, en muchos casos, provenía de su relación directa con la televisión (el mejor ejemplo son las películas infantiles de la estrella de televisión Xuxa, o las comedias de Renato Aragão, ambos provenientes de TV Globo). Esta conexión entre la producción cinematográfica y la televisión (cuyo caso paradigmático es la creación de Globo Filmes en 1998) se hizo muy común en esta época, no solo en estos

casos arquetípicos de éxitos comerciales de entretenimiento, sino también en películas de directores con una larga y reconocida trayectoria como Carlos Diegues, Sergio Rezende o Bruno Barreto. La televisión aportaba tanto el *casting* principal de las películas como también el personal técnico. En algunos casos incluso los directores provenían del campo de la publicidad y la televisión, como Fernando Meirelles y Guel Arraes.

De este modo, la producción del cine brasileño de las últimas décadas ha estado definida por un modelo de mercado libre posibilitado por la ley audiovisual que fomentó la asociación entre productores independientes, la industria televisiva nacional (en cabeza de Globo Filmes) y compañías de distribución extranjeras (Johnson, 2005). Es este nuevo modelo el que habría dado origen a una cosmética del hambre en la que las dinámicas industriales se han visto reflejadas tanto en las prácticas de producción como en las decisiones formales y narrativas. Mientras el *Cinema Novo*, gracias a su autonomía en términos de producción, se destacaba como un contradiscurso que se oponía a las imágenes del hambre producidas en otros medios más tradicionales, el cine contemporáneo se produce *dentro* de los circuitos de esos «otros» medios.

Esto no significa, sin embargo, que todas las películas realizadas bajo ese modelo sean un simple resultado irreflexivo de estas nuevas condiciones de producción y circulación, como parece sugerir el uso peyorativo de la noción de cosmética. Si bien es cierto que dentro de este nuevo panorama se ha producido una serie de películas industriales que no plantean ninguna reflexión sobre las nuevas lógicas de representación, también existe una serie de filmes que han intentado proponer dicha reflexión sin tener que rechazar completamente la lógica industrial. Aunque resulte obvio decirlo, no toda película que usa herramientas narrativas tradicionalmente asociadas con el cine comercial o con la televisión es una obra superficial que ha perdido, en el artificio cosmético de la industria, toda capacidad reflexiva. Si hoy, como afirma Andreas Huyssen (2003), «no hay un espacio puro fuera de la cultura de mercado, a pesar de lo mucho que deseemos tal espacio» (p. 18), será necesario encontrar dicha capacidad reflexiva *en* la cosmética del cine contemporáneo y no por fuera de ella, en la rememoración nostálgica de la estética de las vanguardias.

La noción de cosmética

Pocos términos parecen acarrear un consenso tan definitivo con respecto a su significado peyorativo como la noción de ‘cosmética’. Desde el uso de perfumes y maquillajes en la Grecia antigua hasta la cirugía cosmética contemporánea, diversos autores han condenado las prácticas, discursos y formas de percepción condensados en dicho término. Platón (2011), por ejemplo, incluye la cosmética, junto a la cocina, la sofística y la retórica, en una lista de prácticas de adulación dirigidas exclusivamente a producir agrado y placer. Ellas se oponen a las cuatro artes que se ocupan del cuerpo y el alma: la medicina (opuesta a la cocina), la legislación (opuesta a la sofística), la justicia (opuesta a la retórica) y la gimnástica (opuesta a la cosmética). La cosmética, de este modo, es desechada por Platón por considerarla «perjudicial, falsa, innoble, servil, que engaña con apariencias, colores, pulimentos y vestidos, hasta el punto de hacer que los que se procuran esta belleza prestada descuiden la belleza natural que produce la gimnástica» (465b). El cristianismo y, más tarde, las ciencias económicas del siglo XIX, reforzarían esta oposición entre cosmética y verdad, conectando además a la primera con el ocio y el consumo.

Esta triple asociación (cosmética-engaño-consumo), desarrollada por varios siglos, es el supuesto fundamental detrás de la crítica de la cosmética del hambre en el cine brasileño contemporáneo. La cosmética ocultaría, al embellecer artificialmente a través de la imitación de un estilo internacional, el verdadero carácter intolerable de lo real. Es más, dicho ocultamiento o deformación solo tendría un fin: la transformación de la miseria en un bien de consumo que proporciona placer al espectador que no tiene contacto directo con el objeto. Esto supone, a su vez, que el placer (producto de la contemplación del artificio) produce un adormecimiento de toda capacidad crítica.

En la literatura del siglo XIX, sin embargo, podemos hallar una comprensión diferente de la noción de cosmética. En 1863, el diario *Le Figaro* publicó (en tres entregas) uno de los escritos más conocidos de Charles Baudelaire: «El pintor de la vida moderna». El ensayo que gira en torno a la figura de Constantin Guys (aunque sin mencionarla explícitamente), incluye un famoso apartado llamado «Elogio del maquillaje», en el que Baudelaire, apegándose a su definición de belleza como algo que emana directamente de la sensibilidad estética de cada época, defiende el valor de la moda y las prácticas cosméticas

como expresiones superiores de moralidad, razón y espíritu en el hombre. Como eje de su defensa, Baudelaire se opone a un supuesto fundamental que había estado en la base de todas las condenas a la cosmética: la conexión entre belleza, naturaleza y verdad. El poeta francés reta a sus lectores con el fin de mostrar que nada bello ni moralmente bueno es natural: «Pasen revista, analicen todo lo que es natural, todas las acciones y los deseos del puro hombre natural, y no encontrarán nada más que horror» (1995, p. 122). A la naturaleza se opone el poder sobrenatural del artificio. La virtud moral, así como la belleza, son productos de la razón, cuya tarea fundamental es la de reformar a la naturaleza corrigiendo todo lo que ella acumula de «vulgar, terrestre e inmund» (p. 123). Así, el carácter artificial de la cosmética permitiría definirla como una deformación sublime de la naturaleza.

Me interesa destacar que Baudelaire no defiende una cosmética entendida como imitación de lo natural, un artificio que se hace pasar por verdad. El valor de la cosmética radica, al contrario, en hacer evidente su carácter artificial. Un elemento aparentemente pueril como el polvo de arroz, por ejemplo, es valorado por su capacidad de alejar a su portador de la belleza natural humana y acercarlo a lo divino:

¿quién no ve que el uso del polvo de arroz, tan neciamente anatematizado por los filósofos cándidos, tiene como finalidad y como resultado hacer desaparecer de la tez todas las manchas que la naturaleza ha sembrado ahí ultrajantemente, y crear una unidad abstracta en el grano y en el color de la piel, unidad que, como la producida por una malla, asemeja inmediatamente el ser humano a la estatua, es decir, a un ser divino y superior? (p. 124)

Por esta razón, concluye Baudelaire, el maquillaje no debe esconderse pues su virtud radica en desplegar su propio carácter de artificio. Unos pocos años más tarde, Friedrich Nietzsche (1990) reiteraría esta defensa del artificio al afirmar que su valor no radica simplemente en exhibirse como tal sino, sobre todo, en hacer evidente el carácter artificial de la verdad, de aquello que consideramos natural:

¡Qué es para mí ahora la «apariencia»! En verdad, no es lo opuesto a una esencia cualquiera (...) La apariencia es para mí lo que actúa y lo viviente mismo, yendo tan lejos en su burla de sí misma como para hacerme sentir que aquí no hay más que apariencia. (p. 63, §54)

De este modo, la cosmética no sería un engaño seductor que deforma la verdad, sino un artificio que, al presentarse como tal, revela el carácter ficticio de lo que llamamos «verdad».

¿Cómo comprender esta potencia del artificio en el caso de la cosmética del hambre? El punto central está en definir la relación entre el artificio de la cosmética y la noción de lo intolerable.

Cine brasileño

Películas como *Como nascem os anjos* de Murillo Sales (1996), *Os matadores* de Beto Brant (1997), *Um céu de estrelas* de Tata Amaral (1997) o, más tarde, *Ônibus 174* de José Padilha (2002) han cuestionado las construcciones mediáticas de la realidad social contemporánea sin rechazar las herramientas de la industria. Un interesante ejemplo es *Baile Perfumado* de Lírio Ferreira y Paulo Caldas, producida en 1996. La película gira en torno a la figura del fotógrafo libanés Benjamin Abrahão, conocido por haber sido el primero en filmar la vida de los *cangaceiros*² en el

2 Es el nombre que se le daba a los bandidos que habitaban el nordeste brasileño desde mediados del siglo XIX hasta la década de 1930.

nordeste brasileño, entre ellos al conocido líder Lampião. La figura del *cangaceiro* fue incorporada en la cultura popular brasileña, primero a través de la música y la literatura, y más tarde a través del cine dando como fruto importantes obras como *O Cangaceiro* de Lima Barreto (1954), o *Deus e o diabo na terra do sol* (1965) de Glauber Rocha. *Baile Perfumado* representa, sin embargo, un desplazamiento importante con respecto al enfoque de dichos directores, especialmente en lo referente a la visión sobre la vida en el *sertão*³ presentada por el *Cinema Novo*. En términos de Xavier (2003), se pasa de un espacio autónomo de resistencia, ajeno al sistema al que busca oponerse en obras como las de Rocha, a un espacio de absoluta circulación en la mirada de Caldas y Ferreira.

El *sertão* de *Baile Perfumado* no es un lugar romántico de resistencia, sino un espacio atravesado por el valor de cambio omnipresente a través de objetos y mercancías: el whisky escocés, la cámara cinematográfica o el perfume francés que Lampião utilizaba en los improvisados bailes que organizaba a campo abierto. Dentro de estas dinámicas de circulación e intercambio un elemento sobresale frente los demás: la imagen. Esta ocupa un

lugar central en la película: en las primeras escenas Lampião, vestido como un ciudadano cualquiera, va al cine con Maria Bonita (su novia, quien se uniría a los *cangaceiros* en 1930) presagiando una estrecha relación con la imagen que se desarrollará a lo largo de la película. Este Lampião vestido de civil contrastará radicalmente con el despiadado bandido que, escenas más tarde, asesina a sus enemigos salpicándose con su sangre. Ese mismo Lampião que va a cine será el que se mostrará fascinado con la cámara de cine y posará para ella con su novia y el resto de su grupo; el mismo que está fascinado con los perfumes que Abrahão compra para él en la ciudad. El mismo que accede a poner en escena un «verdadero ataque de los *cangaceiros*» después de que el director le explica que no tiene que ser una lucha real, sino que pueden inventar una para la cámara. El carácter de este Lampião es evidente en la escena en la que Abrahão intenta convencerlo de dejarse filmar por primera vez. El fotógrafo esgrime dos argumentos: el dinero que podrán ganar con la película y la fama que esta le traerá al *cangaceiro*. No se trata de difundir los ideales revolucionarios del grupo o de darle visibilidad a su causa, sino de dos motivos que podrían confundirse con los de cualquier figura pop de la cultura de masas. Lampião accede a empezar la filmación al día siguiente.

3 Sertón.

Como bien han señalado diversos comentaristas, *Baile Perfumado* retrata un Lampião diferente a otras representaciones tradicionales. La película disloca la imagen habitual del *cangaceiro* como un bandido revolucionario, producto de injusticias sociales, para acercarlo a un gánster aburguesado y fascinado por el proceso incipiente de modernización. La película no le muestra al espectador el verdadero rostro de un personaje histórico sino que hace visible un Lampião que es producto de diversas dinámicas de circulación: intercambio de bienes de consumo, producción de imágenes e imaginarios de representaciones tradicionales del personaje (presentes materialmente en las imágenes de archivo filmadas por el Abrahão histórico en los años treinta). Todos estos elementos confluyen para componer un Lampião artificial, casi un ícono de la cultura pop. Lampião es una imagen compuesta, una serie de representaciones que se hacen visibles a lo largo del filme.

Para Ivana Bentes (2007) este *sertão* convertido en ícono era, precisamente, la principal falencia de *Baile Perfumado*. La película, en lugar de proponer una búsqueda de la identidad brasileña, se dedicaría a presentar imágenes estilizadas del *sertão* que hacían parte de la cultura pop urbana. El crítico Luiz Zanin Oricchio (2003) acusa a los directores

de presentar un *cangaceiro* aburguesado ubicado en un espacio exotizado y, ahora, lleno de *glamour*. Yo propongo precisamente lo contrario: es esta reflexión implícita sobre la artificialidad de su objeto la que distancia a *Baile Perfumado* del cine industrial irreflexivo que imita modelos formales y narrativos de éxito comercial. Bentes acierta al afirmar que la película presenta una relectura pop del *sertão* clásico, pero esto no implica una defensa o entrega irreflexiva a los valores de la industria del espectáculo. Si bien es cierto que *Baile Perfumado* no ejemplifica un tipo de cine vanguardista que pone en evidencia su carácter de imagen con el fin de crear un distanciamiento en el espectador, como lo hicieron algunos directores del *Cinema Novo* en los años sesenta, es posible interpretar la película como parte de un cine que hace visible la construcción de su objeto como producto de una serie de dinámicas de circulación de imágenes. Mientras directores como Rocha pretendían oponerse a las falsas apariencias del hambre dando cuenta de una realidad intolerable a través de imágenes que dislocaran la percepción del espectador, películas como *Baile Perfumado* muestran que hoy la realidad adquiere forma en esas apariencias, como parte de un único e idéntico flujo de imágenes. No se trata simplemente de convertir a Lampião en figura pop, sino de

mostrar que hoy «Lampião» no es solamente el nombre de un personaje histórico símbolo de luchas de resistencia; un término que condensa una serie de imaginarios producidos y puestos a circular por distintos medios durante varias décadas.

Entonces, siguiendo esta lectura propongo que el cine contemporáneo, usando los términos de Jacques Rancière (2010), no produciría imágenes de una realidad intolerable para oponerlas a los artificios cosméticos de la industria, sino que daría cuenta del modo en que las dinámicas actuales de circulación de imágenes y discursos dan forma a lo que se hace visible como «realidad». La virtud de *Baile Perfumado* es, desde esta perspectiva, poner en evidencia el carácter iconográfico contemporáneo de un territorio de pobreza como el *sertão*, su naturaleza pop.

El documental *Ônibus 174* de José Padilha (2002) ofrece un ejemplo paradigmático al respecto. En él se reconstruye la historia del secuestro del bus número 174 en Río de Janeiro, perpetrado en junio de 2000 por Sandro Rosa do Nascimento, un joven habitante de la calle. Además de describir los hechos, la película explora las motivaciones de Sandro a través de una serie de entrevistas a sus familiares y amigos, a las víctimas del

secuestro y a algunos trabajadores sociales. Estos testimonios son intercalados con las imágenes del secuestro que fueron transmitidas en vivo por la televisión por más de cuatro horas (incluyendo imágenes capturadas por las cámaras de tráfico de la ciudad). Aunque podría pensarse que el objetivo del director es contrastar las entrevistas con las imágenes televisivas, con el fin de develar una verdad ignorada por los medios masivos al dar cuenta del acontecimiento (la verdad detrás de la imagen), la relación entre testimonios e imágenes de archivo es más compleja. Las entrevistas a los rehenes, a los trabajadores sociales y a los miembros de la policía se mezclan desde el primer momento con el testimonio de periodistas y camarógrafos que cubrieron el secuestro. La presencia de las cámaras es fundamental en el desarrollo del acontecimiento el cual se desarrolló, como sugiere uno de los entrevistados, como un espectáculo más que como una crisis de orden público. Muchos de los testimonios llegan a sugerir, incluso, que el desenlace del secuestro habría sido otro sin la presencia permanente de las cámaras transmitiendo en directo para todo el país. Sandro mismo pedía que lo filmaran mientras reafirmaba la seriedad de sus amenazas. Para intimidar a la policía, llegó a comparar su acto con una película que habían transmitido en televisión

la noche anterior: «Voy a matarla. Como en la película del avión que estaba en la televisión anoche. Fue estupenda, ¿no es verdad? La vi toda. Yo voy a hacer lo mismo». Algunas de las rehenes cuentan cómo Sandro parecía adaptar su comportamiento a la presencia de las cámaras. A algunas de ellas les pidió que gritaran y lloraran con más fuerza, y llegó incluso a escenificar el asesinato de una de ellas fingiendo que le disparaba mientras estaba en el piso. Como sugieren algunos testimonios, por momentos parecía que el único objetivo detrás del secuestro era adquirir visibilidad en un espacio en el que Sandro tenía el control de la situación.

Al centrarse en la construcción mediática del acontecimiento, el documental propone reflexionar sobre el papel de las imágenes en la construcción del acontecimiento. La película muestra que el secuestro se convierte en una protesta contra la invisibilidad social de personajes como Sandro. De acuerdo con el sociólogo Luis Eduardo, entrevistado por Padilha, el secuestro era un medio para adquirir una visibilidad que siempre le había sido negada al personaje. A través de ese acto radical Sandro redefinía el relato social y su posición subordinada dentro de este. Sin embargo, lo que la película muestra es que Sandro solo se hizo visible dentro del mismo

régimen de visibilidad en el cual ocupaba un espacio marginal. Las cámaras lo hicieron visible *en tanto* marginal, *en tanto* criminal que atentaba contra el orden social. Esto es precisamente lo que el documental reconstruye y a lo que se opone: no se trata de mostrar cómo un personaje marginal adquiere visibilidad a través de un acontecimiento violento y desesperado, sino de cuestionar ese tipo de visibilidad. No se trata simplemente de poner en evidencia la realidad intolerable de la invisibilidad social de los marginados, sino de mostrar la existencia de un régimen universal de visibilidad en el que el marginal invisibilizado únicamente llega a ser visible *en tanto* marginal.

Desde esta perspectiva, *Ônibus 174* no produce imágenes documentales por fuera de la lógica industrial de la televisión y los medios masivos. Por el contrario, se suma a ese circuito de circulación constatando su misma existencia y denunciando el hecho de que nuestra percepción de las realidades marginales solo se construyen dentro de dicho circuito. Usando los términos de Jacques Rancière (2010), el documental no produciría imágenes de una realidad intolerable para oponerlas a los artificios cosméticos de la industria (las imágenes televisivas, en este caso), sino que daría cuenta del modo en que las dinámicas actuales de

circulación de imágenes y discursos dan forma a lo que se hace visible como «realidad». Lo intolerable radica, precisamente, en la imposición de ese régimen de visibilidad universal que cubre todos los espacios de construcción de lo real, desde los territorios de pobreza, como lo muestra la omnipresencia de la televisión en las favelas de *Orfeu* (1999), de Carlos Diegues, hasta los anhelos de visibilidad de los marginados, como lo sugieren las ensoñaciones del personaje central de *A festa de Margarete* (2002) de Renato Falcão, claramente influenciadas por las imágenes publicitarias. Hacer visible el carácter intolerable del hambre y la pobreza, en este sentido, ya no implica presentar imágenes que estén *por fuera* de esos circuitos de circulación, sino que muestren, precisamente, cómo esos circuitos son los que hoy definen los modos de visibilidad del hambre y, por tanto, su normalización y su carácter familiar. Las múltiples imágenes del hambre y la pobreza coexisten con la experiencia del hambriento dentro del mismo espacio de producción y significación. Es precisamente la existencia de este espacio unificado lo que constituye hoy lo intolerable. Mientras la estética del hambre buscaba producir imágenes de lo intolerable, la cosmética del hambre puede mostrar que la existencia misma de imágenes (entendidas como un régimen de visibilidad) es lo realmente intolerable.

Conclusión

Para ponerlo en los términos que aquí nos congregan, lo intolerable es precisamente la reducción de toda realidad local a través de la retórica (régimen de visibilidad) de lo global. Por local me refiero aquí no a un espacio geográfico determinado, sino a una singularidad que puede incluso repetirse en distintos lugares separados físicamente. Frente a esa singularidad de lo local, lo global siempre encierra excesos, reducciones, violencias. El llamado «estilo internacional» en el cine, por ejemplo, implica la homogeneización de las prácticas de producción y, con ellas, de la experiencia y las formas de percepción del espectador. Es decir, implica el establecimiento de un régimen de visibilidad común que repite incesantemente la misma distribución de lo sensible (marginales y élites, por ejemplo) en la multiplicación aparentemente infinita de imágenes. Propongo entender lo local, precisamente, como todo ejercicio de deconstrucción de lo global, como toda puesta en evidencia de los excesos de dicho régimen de visibilidad. No creo, como muchos afirman, que haya conciliación posible entre lo local y lo global. La tan conocida fórmula de «ser local en lo global» no puede significar otra cosa que una tensión permanente desde la que se hace visible lo que compone nuestro

régimen de visibilidad contemporáneo. Esta es precisamente la potencia del artificio cosmético: no mostrarnos la verdadera imagen de lo real (de lo local que escapa a lo global), sino poner en evidencia las lógicas de circulación, las relaciones de poder, las dinámicas de invisibilización que componen lo que consideramos realidad. La cosmética del hambre pone en evidencia, de este modo, que hoy el problema para el cine no pasa por encontrar un lenguaje autónomo para hacer visible la singularidad de una situación intolerable propia de un contexto local, único e irrepetible (como ocurrió con el *Cinema Novo*), sino por mostrar que hoy lo intolerable es la existencia misma de imágenes de esas realidades que consideramos singulares, el hecho ineluctable de que realidades como el hambre y la pobreza se producen dentro de un circuito global de visibilidad.

El cine tiene la potencialidad de lograr lo que Gerardo Mosquera (2003) afirmaba acerca del arte latinoamericano contemporáneo: introducir «diferencias anti-homogeneizantes que construyen lo global desde posiciones de diferencia, subrayando la emergencia de nuevos sujetos culturales en la arena internacional». No se trata, entonces, de oponerse a los circuitos y dinámicas de lo global desde un cine local, periférico. Incluso nuestra noción

de lo que es la «periferia» está determinada por la visibilidad que el sistema económico dominante le asigna a las culturas marginales. Los flujos económicos definen lo que es visible *en tanto* periferia. La tarea de lo local es, precisamente, dislocar esa distribución de lo visible mostrando sus excesos y violencias, siempre reconociendo que no hay un afuera y que esta tarea se convierte en ejercicio permanente.

En este sentido, la cosmética del hambre tiene una dimensión política. Lejos de tratarse de una concesión irreflexiva a los estilos dominantes, la cosmética puede ser vista como una forma de resistir al poder, a las formas de visibilidad imperantes. Ya Baudelaire (1995) sugería esta dimensión política de la cosmética al oponer las figuras de Luis XV y de su amante Madame du Barry. Baudelaire apela a un mito popular según el cual Madame du Barry, cuando quería evitar recibir al rey en su recámara, usaba lápiz labial. Este simple gesto era suficiente para alejar al rey quien, según Baudelaire, despreciaba profundamente la artificialidad del maquillaje y había llegado a tal punto que no gozaba más que «con la simple naturaleza» (p. 123). Queda abierta la tarea de pensar esa potencia de resistencia del artificio femenino.

Referencias

- Amaral, T. (productora). Amaral, T. (directora). (1997). *Um céu de estrelas* [cinta cinematográfica]. Brasil: Casa de Produção.
- Baudelaire, C. (1995). *El pintor de la vida moderna*. Murcia: Cajamurcia.
- Bentes, I. (2001, 8 de julio). «Cosmética da fome» marca cinema do país. En *Jornal do Brasil*.
- Bentes, I. (2007). Sertões e favelas no cinema brasileiro contemporâneo: estética e cosmética da fome. *Alceu*, 8(15), 242-255.
- Bernardet, J.-C. (2007). A prática da dramaturgia como laboratório social. En Maria Dora Mourão et al. (Orgs.), *Jean-Claude Bernardet: Uma homenagem* (pp. 72-74). São Paulo: Cinemateca Brasileira.
- Brant, B. (producer). Brant, B. (director). (1997). *Os matadores* [cinta cinematográfica]. Brasil: RioFilme.
- Falcão, R. (director). (2002). *A festa de Margarete* [cinta cinematográfica]. Brasil: Accorde Filmes.
- Ferreira, A., & Monteiro, B. (productores). Ferreira, L., & Caldas, P. (directores). (1996). *Baile Perfumado* [cinta cinematográfica]. Brasil: RioFilme.
- Filho, D. (producer). Diegues, C. (director). (1999). *Orfeu* [cinta cinematográfica]. Brasil: Cine-Source, Globo Filmes, Rio Vermelho Filmes.
- Huyssen, A. (2003). *Present Pasts: Urban Palimpsests and the Politics of Memory*. Stanford: Stanford University Press.
- Johnson, R. (2005). TV Globo, the MPA, and Contemporary Brazilian Cinema. En L. Shaw and S. Dennison (Eds.), *Latin American cinema. Essays on modernity, gender, and national identity* (pp. 11-38). Jefferson, North Carolina: McFarland and Company.
- Johnson, R. (2006). Post-Cinema Novo Brazilian Cinema. En L. Badley et al. (Eds.), *Traditions in world cinema* (pp. 117-128). New Brunswick: Rutgers University Press.
- Leite da Silva, C., & Cavalcanti, A. (produtores). Barreto, L. (director). (1954). *O Cangaceiro* [cinta cinematográfica]. Brasil: Vera Cruz.
- Marinho Jr., R. (producer). Sales, M. (director). (1996). *Como nascem os anjos* [cinta cinematográfica]. Brasil: Cinema Brasil Digital.
- Mendes, L. A. (producer). Rocha, G. (director). (1965). *Deus e o diabo na terra do sol* [cinta cinematográfica]. Brasil: Copacabana Filmes.
- Monsiváis, C. (octubre, 2001). Lo local y lo global. En *Público*, p. 21.

- Mosquera, G. (junio, 2003). From Latin American Art to Art from Latin America. *Art Nexus*, (48). Recuperado de http://art-nexus.com/Notice_View.aspx?DocumentID=9624
- Nietzsche, F. (1990). *La ciencia jovial*. Caracas: Monte Ávila.
- Oricchio, L. (2003). *Cinema de Novo: Um balanço crítico da retomada*. São Paulo: Estação Liberdade.
- Padilha, J., & Prado, M. (productores). Padilha, J. (director). (2002). *Ônibus 174* [documental]. Brasil: Zazen Produções.
- Peak, T. (producer). Meirelles, F., & Lund, K., (directores). (2001). *Ciudad de Dios* [cinta cinematográfica]. Brasil: 02 Filmes, Videofilmes.
- Platón. (2011). *Diálogos* (vol. I). Madrid: Gredos.
- Rancière, J. (2010). *El espectador emancipado*. Buenos Aires: Manantial.
- Ribeiro, P. J. (2003). Cidade de Deus na zona de contato: Alguns impasses da crítica cultural contemporânea. *Revista de Crítica Literaria Latinoamericana*, 29(57), 125-139.
- Rocha, G. (2004). *Revolução do Cinema Novo*. São Paulo: Cosac & Naify.
- Sousa, A. P. (2002). Uma estética para o cinema brasileiro. *Revista de Cinema*, 3(31), 42-43.
- Xavier, I. (2003). Brazilian Cinema in the 1990s: the unexpected encounter and the resentful character. En Lúcia Nagib (Ed.), *The New Brazilian Cinema* (pp. 39-64). Nueva York: Tauris.

