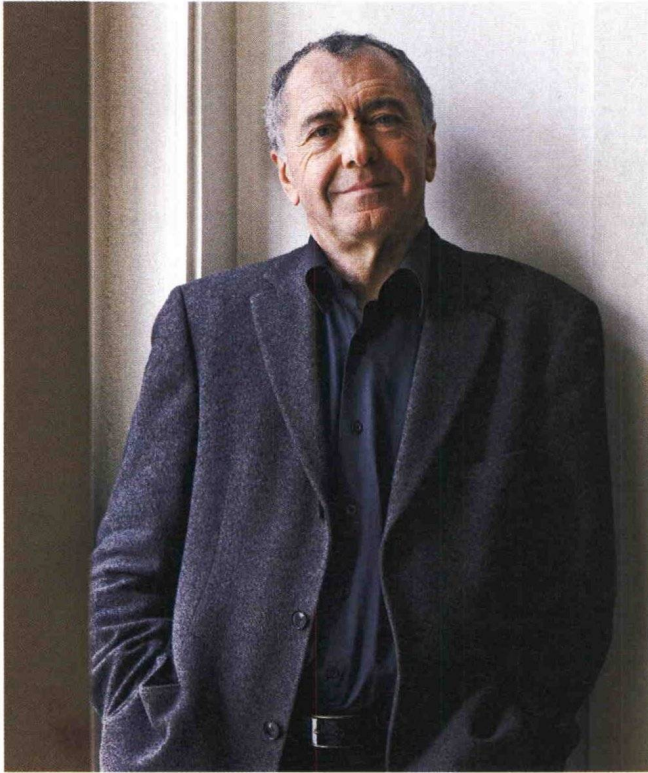




## Radar Entrevista



### Gilles Lipovetsky

## ‘A cultura-mundo é o triunfo do mercado’

Depois de ter postulado a hipermodernidade com livros como *A Era do Vazio* ou *A Felicidade Paradoxal. Ensaio sobre a Sociedade do Hiperconsumo*, o filósofo e sociólogo francês Gilles Lipovetsky, 65 anos, lança agora (em co-autoria com o professor universitário Jean Serroy) dois novos ensaios, que dissecam a época contemporânea – *A Cultura-Mundo. Resposta a uma Sociedade Desorientada* e *O Ecrã Global* (Edições 70).

POR SÍLVIA SOUTO CUNHA

#### A cultura-mundo é um upgrade do conceito da aldeia global?

Não. A aldeia global, expressa por Marshall McLuhan, sinalizava apenas que hoje as distâncias tornaram-se nulas, pois tudo se sabe através da comunicação. A ideia de cultura-mundo é mais abrangente: constitui-se a partir de cinco grandes vectores: o mercado, isto é, o capitalismo globalizado que se tornou cultural, mudando maneiras de

agir e pensar, porque o modelo da concorrência, do dinheiro, se difundiu; a tecnociência, espalhada pelo mundo inteiro; o consumo, que se transformou no ideal para todos; o mundo mediático e a individualização. Estes factores constroem uma nova cultura planetária, mas não no sentido tradicional da cultura da elite – os saberes, as artes, a literatura, a alta cultura oposta à cultura popular. A

cultura tornou-se mercadoria e a mercadoria coisa cultural.

#### Qual o lugar das ideologias nessa cultura-mundo?

Há nela duas ideias centrais. Uma é a ideologia ecologista, que, por definição, não tem fronteiras. O que se passa no clima de França pode tocar Portugal, uma nuvem radioactiva em Chernobyl afecta a Europa toda. Outra é a ideologia dos direitos do Homem, um ideal universalista: homens e mulheres devem ser respeitados. Na modernidade, havia grandes ideologias que estão KO: o comunismo, o nacionalismo, o progresso. O nacionalismo na Europa, enfim... A revolução? Está terminada. O progresso continua, mas previa que amanhã viveremos melhor do que hoje. Agora acreditamos que os nossos filhos viverão pior do que nós. A cultura-mundo é o triunfo do mercado: é para todo o mundo – exceptuando Chávez! Até para os chineses!

#### Crê que a tecnociência e o consumo são para todos?

A tecnociência é mais do que a técnica, é uma cultura: muda os gestos quotidianos no mundo inteiro. Cartões de crédito, telemóveis, pílulas contraceptivas. Os media? São planetários. Hoje, há 400 milhões de chineses a acederem à internet. Claro que o consumo não é para todos. Há milhões a viver com menos de dois dólares por dia. Mas têm o modelo do consumo: todos aspiram a ter férias, telefone, tudo. Faço conferências sobre luxo em países como o Brasil, onde há favelas. Mas nestas sonha-se com as marcas. E se não podem comprá-las, têm os produtos de imitação. Todos aspiram a esse modelo, em África ou na China. Veja-se os chineses e a sua velocidade louca a absorver o consumismo: eles querem carros, querem viajar. É só o início.

#### E onde fica a questão do fundamentalismo religioso?

O fundamentalismo de hoje é ainda uma escolha e não uma herança do passado. São habitualmente indivíduos muito escolarizados, universitários, que abraçam a causa. Ainda que haja esse enorme paradoxo que mesmo os que estão em guerra contra a modernização, a ocidentalização do mundo, de certa forma estão já apanhados pelo vírus da modernidade. A cultura-mundo não significa que caminhamos para um mundo harmonioso e uniforme. Há enormes desigualdades. E limites para essa cultura-mundo: não há uma religião mundial, há várias e uma proliferação de seitas. Não falamos todos a mesma língua. Até a cozinha é um limite! Mesmo a McDonalds, que se apresenta como universal, não tem os mesmos *big mac* em todo o mundo. Os modelos são interiorizados pela realidade local.

#### O ecrã global e a web é que permitem a cultura-mundo. E também a revitalização das identidades?

Não pode entender-se o mundo e o futuro sem este conceito do paradoxo. O universo dos ecrãs é omnipresente, é para todos, nada lhes escapa. Mas cada um interpreta à sua maneira. Temos uma consciência *ecrânica* do mundo. Não é a massificação de que falava o filósofo Theodor Adorno, mas sim a desorganização. O que fazemos com 100 mil entradas no Google, se não temos a chave de interpretação? Isso pode reforçar as referências que já se têm. A minha tese é que o mundo dos ecrãs globais não pode, por si só, libertar os homens. É preciso o papel da escola. Quanto mais ecrãs, mais precisamos de sistemas educativos novos, que possam realmente abrir o mundo das pessoas. Essa é a grande questão para o século XXI.