

Parte 3

Capítulo 8 - Estética pós-moderna ou estetização do real? Impactos no trabalho e na educação

Rose Meri Trojan

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

TROJAN, RM. Estética pós-moderna ou estetização do real? Impactos no trabalho e na educação. In: SCHLESENER, AH., MASSON, G., and SUBTIL, MJD, orgs. *Marxismo(s) & educação* [online]. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2016, pp. 180-206. ISBN 978-85-7798-211-0. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PARTE 3

CAPÍTULO 8

ESTÉTICA PÓS-MODERNA OU ESTETIZAÇÃO DO REAL? IMPACTOS NO TRABALHO E NA EDUCAÇÃO

Rose Meri Trojan

A realidade refletida e plasmada pela arte [...] implica já, desde o primeiro momento, numa tomada de posição em face das lutas históricas do presente no qual vive o artista.

Lukács, 1978.

INTRODUÇÃO

Este estudo analisa o fenômeno da arte e da cultura contemporâneas a fim de entender o que se esconde por detrás do conceito de pós-moderno, utilizado para sua caracterização. O objetivo é ultrapassar a aparência de inovação, superação e ruptura com o modernismo, sob o ponto de vista de uma análise marxista, tendo em vista as mudanças no contexto global e a sua relação com a totalidade histórica, social, econômica e cultural.

Análises sobre a arte e a cultura contemporâneas sob a denominação *pós-moderno* ou *pós-modernismo* pretendem evidenciar o esgotamento do chamado período moderno inaugurado no modo de produção capitalista, de um lado, articulado com o desenvolvimento científico e tecnológico, e de outro, fundamentado nos princípios do liberalismo, que, na atualidade, têm sido ressignificados e produzido impactos no trabalho e na educação. Assim, antes de analisar criticamente a procedência das bases estabelecidas para uma *nova estética* ou até mesmo para uma *nova era* posterior à moderna e suas consequências, é necessário retomar os conceitos fundamentais que têm sido revistos nessa abordagem: liberalismo, que tem sido contraposto pelo neoliberalismo, e modernismo, pelo pós-modernismo, a partir dos fundamentos teóricos da Estética.

PRESSUPOSTOS PARA UMA ABORDAGEM CRÍTICA DA ESTÉTICA

A análise crítica da concepção de estética que fundamenta o presente estudo tem como ponto de partida a constituição da categoria específica da estética, a partir do referencial marxista. Para Lukács (1966), a arte e a ciência constituem formas superiores de compreensão e representação da realidade humana que respondem a necessidades da vida social e que produzem efeitos e exercem influência no modo de compreender, de sentir e de agir humanos, na cotidianidade.

A exteriorização da vida social, tanto na criação quanto na fruição de objetos que satisfazem necessidades humanas, dá-se como uma rica totalidade de relações. Cada uma das relações *humanas* com o mundo é um meio de apropriação deste, ou seja, uma “*manifestação da efetividade humana*” (MARX, 1987, p. 176-180). Essa totalidade, fruto da unidade entre a razão e o sentimento que impulsiona a ação, explica a dimensão da emoção (sofrimento e gozo) na vida humana. A dissociação entre sentimento, âmbito estético e artístico, e atividade intelectual, quesito da ciência, é resultado de um longo processo histórico que sobrevalorizou o intelecto como instrumento de desenvolvimento do gênero humano para dominar o mundo (LUKÁCS, 1966, v. 1, p. 191).

A especificidade da relação científica e da estética depende da natureza do seu objeto e da natureza da força essencial que corresponde a essa relação e que constitui o seu “modo particular e efetivo de afirmação” (MARX, 1987, p. 178). Contrariamente ao objeto da ciência que busca revelar a *coisa em-si* – uma teoria, uma lei, um conceito – e tende a apagar a marca do sujeito, o objeto da relação estética revela aquilo que é *para-si*, como expressão e afirmação da subjetividade, das forças humanas entendidas como forças próprias de um ser social (LUKÁCS, 1966).

A reflexão sobre a *estética* a partir das mediações que se estabelecem entre a vida cotidiana e o processo de produção de objetos artísticos possibilita compreender a arte e a dimensão estética das atividades humanas e estabelecer sua vinculação ideológica e funcional ao modo de produção econômico e social, entendendo que: “*el papel de la cultura (y sobre todo el de la ciencia) consiste en descubrir e introducir mediaciones entre la situación previsible y el mejor modo de actuar en ella*” (LUKÁCS, 1966, v. 1, p. 45).

No movimento histórico de constituição de sua humanidade, o homem age sobre o seu meio através de um processo de apropriação objetiva e subjetiva, ou seja,

[...] cada uma de suas relações *humanas* com o mundo – ver, ouvir, cheirar, saborear, sentir, pensar, observar, perceber, querer, atuar, amar –, em resumo, todos os órgãos de sua individualidade, como órgãos que são imediatamente coletivos em sua forma, são, em seu comportamento *objetivo*, em seu *comportamento para com o objeto*, a apropriação deste (MARX, 1987, p. 177).

A dimensão estética, como espaço da sensibilidade, constitui-se, coletivamente, no processo de relação do sujeito com seu objeto na atividade prática. Os sentidos tornaram-se humanos na medida em que cumprem uma função social, permitem a compreensão e apropriação dos objetos para satisfazer necessidades, dominar e desenvolver meios de sobrevivência e tomar consciência desse processo. Nessa medida, “o olho fez-se um olho *humano*; assim como seu objeto se tornou um *objeto* social, *humano*, vindo do homem para o homem. Os *sentidos* fizeram-se assim imediatamente *teóricos* em sua prática” (MARX, 1987, p. 177), possibilitando, inclusive, a contemplação imediatamente desinteressada, a apropriação mediata dos objetos *em si* e para o homem, como forma de *tomar consciência* da realidade do seu domínio, e da qual participa. A sensibilidade e o prazer perdem, assim, sua natureza imediata e egoísta e podem ser compartilhados; a utilidade converte-se em *utilidade humana*, porque “os sentidos e o gozo dos outros homens converteram-se em minha *própria* apropriação”, e a sociedade “converte-se em um órgão de minha exteriorização de vida e um modo de apropriação da vida *humana*. [...] Por isso o homem se afirma no mundo objetivo não apenas no pensar, mas também com *todos* os sentidos” (MARX, 1987, p. 177-178).

A sensibilidade que se cria e se desenvolve na relação com o mundo, portanto, não é dada naturalmente, mas resulta de um longo processo histórico. Os sentidos humanos, como capacidade subjetiva, criam o sentido dos objetos ao mesmo tempo em que o criam para o sujeito, ou seja: “A *formação* dos cinco sentidos é um trabalho de toda a história universal até nossos dias” (MARX, 1987, p. 178, grifo do autor).

Essa humanização dos sentidos e da sensibilidade humana torna possível a criação de objetos para expressar justamente essa capacidade de ver e sentir, o que dá origem à atividade artística como tal, mediante um processo por meio do qual, lenta e gradativamente, separa-se da prática cotidiana em geral. O aperfeiçoamento das técnicas de trabalho permite uma elevação das capacidades e habilidades humanas que constituem os pressupostos para a produção de objetos artísticos.

Entretanto, a produção não é apenas técnica ou conjunto de técnicas; de acordo com Marx, é o ponto de partida de um processo no qual o consumo é o ponto de chegada. Entre os dois polos se estabelece um duplo movimento mediador: a produção é mediadora do consumo, cujos materiais cria e sem os quais lhe faltaria o objeto, e o consumo é simultaneamente mediador da produção, enquanto cria para os produtos, os sujeitos para o qual eles foram produzidos. Sem produção não há consumo, mas sem consumo tampouco há produção; como diz Marx, uma linha férrea que não é utilizada é apenas uma potencialidade, uma casa desabitada não é uma verdadeira casa. Desse modo,

La producción no solamente provee un material a la necesidad, sino también una necesidad al material. [...] La necesidad de este último sentida por el consumo es creada por la percepción del objeto. El objeto de arte — de igual modo que cualquier otro producto — crea un público sensible al arte, capaz de goce estético. De modo que la producción no solamente produce un objeto para el sujeto, sino también un sujeto para el objeto (MARX, 1971, p. 11-13).

Assim, na medida em que situam a estética como dimensão específica e articulada ao conjunto das relações sociais, esses pressupostos possibilitam analisar criticamente a estetização contemporânea e suas raízes filosóficas a partir de um posicionamento que leva em conta a sua vinculação político-ideológica e a sua funcionalidade conservadora no processo de reestruturação das relações de produção.

LIBERALISMO E NEOLIBERALISMO

O liberalismo, doutrina que tem como princípio fundamental a defesa da liberdade, nasceu e afirmou-se na Idade Moderna com a ascensão

da burguesia ao poder e consolidação do capitalismo. Veiculada pelos iluministas, ajudou a promover a unidade do novo regime, “na medida em que se opunha aos princípios de autoridade e tradição, às diversas formas de desigualdade, aos privilégios e às arbitrariedades da administração monárquica” (LOPES, 1981, p. 110). A nova visão de mundo, característica da burguesia, procede do conceito de liberdade econômica (que se expressa como liberdade civil e política em oposição às relações feudais), a partir do qual se desenvolvem outros dois conceitos: a igualdade (formal e jurídica de direitos) e o individualismo (como expressão da livre-concorrência e da propriedade privada) (LOPES, 1981, p. 110). Consolidou-se com uma nova ideologia necessária para justificar e ajustar-se às necessidades de uma nova forma de organização e produção social.

A liberdade defendida – que se caracteriza pela ênfase sobre a ação individual, pela valorização do espírito de iniciativa e pela igualdade como resultado de conquista pessoal – teve como consequência um resultado concreto muito mais estreito do que efetivamente prometia (LASKI, 1973, p. 13). Nessa concepção, o indivíduo nunca passou de uma abstração a quem a sociedade capitalista jamais conferiu todos os benefícios que gerou, pois o liberalismo sempre foi propenso a estabelecer uma antítese entre liberdade e igualdade, além disso:

O indivíduo que o liberalismo desejou proteger dispõe sempre de liberdade, por assim dizer, para comprar a liberdade na sociedade que construiu; mas o número de indivíduos com meios de compra à sua disposição sempre foi uma minoria da humanidade. *Em resumo, a ideia de liberalismo está historicamente vinculada, de um modo inevitável, à de posse de propriedade* (LASKI, 1973, p. 13).

Entretanto, existe, como diz Laski, “certo sabor de romantismo na índole liberal cuja importância é grande” (LASKI, 1973, p. 12). Ainda que não tenha cumprido tudo o que prometeu, criou no plano ideológico a convicção de que todos são iguais e portadores dos mesmos direitos, como também valorizou a busca da verdade e a experimentação, o que impulsionou o desenvolvimento científico, o progresso material e espiritual, parte da herança social, sem a qual “o número daqueles cujas exigências à vida foram satisfeitas permaneceria muito menor do que o alcançado” (LASKI, 1973, p. 14).

Por outro lado, o desenvolvimento capitalista levou a uma radicalização dos princípios fundamentais do liberalismo – liberdade e individualismo – que resulta da necessidade de adaptação a novos contextos, reafirmando a primazia da sociedade civil e do livre mercado, como “uma reação teórica e política contra o Estado intervencionista e de bem-estar” (ANDERSON, 1995, p. 9), que foi cunhada de neoliberalismo. Com a finalidade de superar a crise dos anos 1970 e promover a reanimação do capitalismo avançado mundial, o programa neoliberal propôs medidas para deter a inflação, recuperar as taxas de lucro das empresas, conter a elevação dos salários e recolocar os índices de desemprego em níveis adequados à economia de mercado, que influenciaram as políticas governamentais de direita e de esquerda (ANDERSON, 1995, p. 14-15). Mas se o neoliberalismo fracassou economicamente porque não conseguiu recuperar as taxas de crescimento estáveis para uma revitalização efetiva do capitalismo; socialmente, atingiu muito dos seus objetivos “criando sociedades marcadamente mais desiguais, embora não tão desestatizadas como queria”; e, política e ideologicamente, alcançou o seu maior êxito “disseminando a simples ideia de que não há alternativas para os seus princípios, que todos, seja confessando ou negando, têm de adaptar-se a suas normas” (ANDERSON, 1995, p. 23).

A hegemonia neoliberal, que revigora o espírito da livre-concorrência e o individualismo, por meio da expansão dos conceitos de competitividade e empreendedorismo, tem marcado as relações entre os indivíduos e classes, particularmente nas relações de trabalho, de tal modo que, cada vez mais, se evidencia a cultura do *cada um por si*. Nesse contexto, a ênfase hedonista justifica o direito do indivíduo: “O processo da vida é, para o homem, uma constante busca de satisfações que lhe conferem um sentimento de poder” (LASKI, 1973, p. 91).

ESTÉTICA E IDEOLOGIA (NEO)LIBERAL

A visão neoliberal marca o campo da estética em geral e o da arte em particular. Aparentemente não existem regras, segundo Ferry, somente “uma pluralidade de mundos particulares a cada artista [...]. O lugar-comum segundo o qual se diz que o belo é uma questão de gosto se tornou por fim realidade” (FERRY, 1994, p. 25).

O gosto como critério de julgamento está relacionado a uma capacidade à qual se atribui, historicamente, a função da apreciação estética que o senso comum costuma reconhecer como ato puramente subjetivo. A questão segundo a qual *gosto não se discute* envolve certa assimilação ou confusão entre subjetivo (relativo ao pensamento) e individual (peculiar a uma só pessoa) que empobrece e reduz a relação sujeito-objeto. Essa redução ocorre quando é enfatizado somente o lado subjetivo como determinante do julgamento de um objeto, cujo resultado é a oposição entre objetividade e subjetividade.

Para explicar essa oposição, Kant diferencia três tipos de faculdades humanas do sujeito: o bom que é objeto da vontade (ética), o verdadeiro que diz respeito ao conhecimento (ciência) e o sentimento de prazer e desprazer cujo objeto é o belo (juízo estético). Nesse caso, o “gosto é a faculdade de ajuizamento de um objeto ou de um modo de representação mediante uma complacência *independente de todo o interesse*” (KANT, 1995, p. 55, grifo do autor).

A idealização do sujeito levou Kant a considerar o gosto como algo dado, como um sentido comum a todo ser humano – uma espécie de *sensus communis* – que permite a comunicação de sentimentos, ou seja, “a faculdade de ajuizar *a priori* a comunicabilidade dos sentimentos que são ligados a uma representação dada (sem mediação de conceitos)” (KANT, 1995, p. 142). Entretanto, essa faculdade não se aplica à criatividade, pois do seu ponto de vista, o *dom natural* para a criação artística, do qual é dotado o gênio, não pode ser comunicado: as ideias do artista só podem servir de exemplo caso o aprendiz também seja dotado de talento, ainda que esse dom não prescindia de um processo de aprendizagem para dar forma às ideias (KANT, 1995).

Contrapondo-se à concepção kantiana de *gênio inato*, o materialismo histórico afirma que ainda que artistas manifestem em suas obras uma brilhante capacidade de objetivação não se pode atribuí-la a um dom que esses indivíduos possuam naturalmente. Diferentemente da *capacidade artística individual* que envolve qualidades humanas, tais como a percepção, a imaginação etc., que compõem a aptidão artística, a *personalidade esteticamente importante* do criador, segundo Lukács (1978), não se limita à sensibilidade, mas abarca todas as experiências, os conhecimentos e os valores socialmente adquiridos ou construídos que lhe permitem expressar,

esteticamente, de modo adequado uma realidade que existe para além dele. Tanto na atividade de criação quanto na de apropriação, sujeito e objeto são dois polos de uma relação de influência recíproca que se constitui como uma totalidade, e que só teoricamente pode ser separada.

Nesse sentido, a relação estética do indivíduo – criador ou fruidor – com a realidade não se nutre apenas da sensibilidade e dos sentimentos, ainda que esses sejam importantes. Consciente ou inconscientemente, o artista toma posição ante o contexto histórico que representa (LUKÁCS, 1966). O modo humano de ver e sentir, mais do que expressão de uma *pura da subjetividade*, revela uma determinada posição relacionada aos diferentes interesses e valores que marcam uma sociedade de classes e assim “a construção da noção moderna do estético é [...] inseparável da construção das formas ideológicas dominantes da sociedade de classes moderna” (EAGLETON, 1993, p. 8).

Porém, e justamente por meio do seu partidarismo ideológico, a estética abre-se ao espaço da contradição, importante para contestação e manifestação de pontos de vista opostos e, desse modo, torna-se também instrumento de contra-hegemonia no contexto da luta de classes. Ou seja, “a estética [...] coloca igualmente um desafio e uma alternativa poderosa a estas mesmas formas ideológicas dominantes” (EAGLETON, 1993, p. 8).

Para compreender o caráter contraditório da relação entre estética e ideologia liberal, Eagleton chama a atenção para o fato de que a emergência da estética como categoria teórica está intimamente ligada ao processo material – capitalista – pelo qual a produção cultural, desde o início, ganhou *autonomia* em relação às várias funções sociais a que ela servia tradicionalmente: “Uma vez que os objetos se tornam bens de consumo no mercado, existindo para nada e para ninguém em particular, eles podem ser racionalizados – falando-se ideologicamente – como existindo inteiramente e gloriosamente para si mesmos” (EAGLETON, 1993, p. 12-13).

Assim, a estética que surge, no contexto mesmo de formação da sociedade capitalista moderna, como espaço da beleza e da sensibilidade, fundamenta-se nos valores engendrados por uma subjetividade abstrata e pelo individualismo. “Esta estetização do valor [...] herdada pelas correntes atuais do pós-modernismo e pós-estruturalismo” (EAGLETON,

1993, p. 275), que surge de um espaço baseado na intuição ou na escolha pessoal, tem como resultado “uma nova espécie de transcendentalismo” (EAGLETON, 1993, p. 276), no qual o absoluto e o universal são substituídos pelos desejos, pelas crenças ou pelos interesses.

O conceito de *pós-moderno*, adotado como sucessão cronológica do moderno, é próprio de uma visão positivista¹ da história. Então, para analisar os fundamentos dessa estetização que domina o universo contemporâneo é necessário, ainda, estabelecer a diferença entre os padrões estéticos – artísticos ou não – presentes na produção cultural e a teoria, ou as teorias, que os explica e justifica.

Assim, a possibilidade de uma estética pós-moderna depende de avaliar se houve mudança, ruptura ou continuidade nos fundamentos da estética moderna, nos processos de produção, distribuição e consumo dos objetos artísticos em particular e na dimensão estética dos objetos em geral. Para essa análise é necessário explicitar o que se entende por modernismo partindo de outros dois conceitos em torno dos quais tem girado a reflexão sobre o mundo e a cultura sob o capitalismo: moderno e modernidade.

MODERNIDADE E MODERNISMO

Geralmente, a palavra *moderno* é empregada, de forma vaga, para referir-se ao que é atual, ao presente, ao que *está na moda*. Nesse sentido, define-se por sua diferença em relação ao passado ou para referir-se a alguns aspectos do presente em contraposição a outros que são considerados *fora de moda*, tradicionais ou antigos. Também na arte o termo é usado seletivamente: a designação *arte moderna* não é atribuída a toda produção do período moderno, mas àquela que se diferencia dos padrões clássicos ou tradicionais (FER, 1998, p. 7).

Empregado desde o século V para significar a oposição entre o presente cristão e o passado pagão, no moderno “o que está em jogo é a

1. O positivismo se constitui com a exigência de conformar a ciência como fundamento e como método válido para todos os campos de investigação e de atividade humana. Segundo Comte: “A verdadeira filosofia se propõe a sistematizar, tanto quanto possível, toda a existência humana, individual e, sobretudo, coletiva, contemplada ao mesmo tempo nas três ordens de fenômenos que a caracterizam, pensamentos, sentimentos e atos” (COMTE, 1988, p. 47).

ideia do novo”. Mas a partir do desenvolvimento do capitalismo, a originalidade passa a ser exaltada como critério de valor de troca: “assim o exige um mercado ávido por coisas diferentes que, exatamente por serem diferentes, devem valer mais (dinheiro) do que as coisas conhecidas. Um mercado esfomeado de novidades” (COELHO NETTO, 1995, p. 18-19).

Já o termo modernidade refere-se às características particulares do período moderno como distinto de outros períodos, no qual as descobertas técnicas e as inovações culturais que passam a fazer parte do cotidiano contribuem para a alteração radical do modo de vida comum, especialmente dos diferentes estratos da classe média. “A modernidade, por conseguinte, não apenas envolve uma implacável ruptura com todas e quaisquer condições históricas precedentes, como é caracterizada por um interminável processo de rupturas e fragmentações” (HARVEY, 1996, p. 22).

O chamado projeto da modernidade² é construído a partir da revolução industrial do século XVIII e se consolida ao longo do século XIX, marcado por profundas mudanças no pensamento humano, que se expressam na teoria da relatividade de Einstein, no início da psicanálise de Freud, no materialismo histórico-dialético de Marx, ou no cubismo de Picasso.

De acordo com Canclini, podem-se resumir os traços da modernidade em quatro movimentos básicos: um *projeto emancipador*, entendido como a secularização dos campos culturais e a produção simbólica desenvolvida em mercados autônomos, incluindo a racionalização da vida social e o crescimento do individualismo; um *projeto expansivo* do conhecimento, do domínio sobre a natureza, a produção, a circulação e o consumo de bens, que incluem e ultrapassam o impulso mercantil; um *projeto renovador*, que envolve, de modo complementar, um processo de inovação e intervenção na natureza e na sociedade, e a reformulação dos signos de distinção que o consumo massificado desgasta; e, finalmente, o *projeto democratizador*, que confia na educação, na difusão das artes e das ciências para obter desenvolvimento racional e moral. O desenvolvimento desses projetos foi contraditório e desigual em diferentes contextos, pois, além de fatores particulares de cada região, os movimentos culturais que tentaram combinar esses quatro projetos, ao se defrontarem com tendências oligárquicas e autoritárias em meio a uma expansão capitalista instável e

2. Ver COELHO NETTO (1995, p.2-52).

desordenada, diluíram-se em um punhado disperso de promessas frustradas (CANCLINI, 1990, p. 204-205).

Essas frustrações resultaram da relação entre o processo social de construção da modernidade e os modernismos, entendidos como projetos culturais que se articulam com diversos momentos de desenvolvimento do capitalismo, tendo em vista que nenhum dos dois se desenvolveu de modo homogêneo. Ao analisar essa questão, tomando a América Latina como referencial, a hipótese mais reiterada, de acordo com Canclini, pode ser resumida na afirmação de que *“hemos tenido un modernismo exuberante con una modernización deficiente”* (CANCLINI, 1990, p. 206).

O século XX, especialmente, assinala tantas transformações e conturbações associadas com questões de ordem econômica, política e cultural, que qualquer tentativa de enumerá-las pode não corresponder à totalidade: duas Grandes Guerras Mundiais, depressão de 1929, primeiros movimentos sindicais, emergência e demolição do fascismo e do nazismo, Revolução Russa, Guerra Fria, conquista do espaço, expansão dos meios de comunicação de massa, popularização do cinema, advento da computação e da automação etc. O que se deve destacar é que, nesse período, o modernismo, como expressão da arte de vanguarda viveu movimentos de ascensão e queda.

Na primeira metade do século XX ainda é dominante a influência da Europa – especialmente Paris – onde os artistas do mundo iam abeberar-se das novidades: o expressionismo de Munch, o cubismo de Braque e de Picasso, o fovismo de Matisse, o abstracionismo de Kandinsky, a *optical-art* de Mondrian e outros, que ao libertar as formas da tirania da perspectiva e as cores da representação dos objetos, buscaram novas formas de expressão na arte. Contudo, esse vanguardismo distancia-se do grande público quando se curva ao domínio dos críticos e *marchands*: a obra de arte consagra-se como mercadoria, sobretudo, mercadoria de luxo. Essa forma de comercialização de produtos culturais “refletiu e, em alguns casos, antecipou alguma coisa que ocorria na esfera político-econômica. Todos os artistas procuravam mudar as bases do juízo estético, ao menos para vender seu próprio produto” (HARVEY, 1996, p. 31).

Nesse contexto, há uma profunda revisão de conceitos: deixam de existir as noções de espaço e tempo em si, ou *espaço absoluto* e *tempo absoluto*: “tudo é relativo. O tempo não é mais um só, nem o espaço um

único e mesmo espaço sempre igual a si mesmo” (COELHO NETTO, 1995, p. 25).

Em 1907, a tela *Demaiselles D’Avignon*³ de Pablo Picasso torna-se o ícone da Modernidade e marca o rompimento com o modo de ver da Antiguidade: é o fim do ponto de vista único e da ditadura da perspectiva; ao representar as figuras sob diferentes pontos de vista no mesmo plano pictórico, “o objeto é, assim, relativizado” (COELHO NETTO, 1995, p. 29). Essa forma constrói-se como meio de superar a pintura como cópia fotográfica da realidade. Picasso, a esse respeito, afirmou: “Pinto o que sei, não o que vejo” (PICASSO *apud* STRICKLAND, 2002, p. 137).

Em linhas gerais, segundo Coelho Netto, podem-se identificar como principais características dessa modernidade: a *mobilidade*, tudo está em movimento e em mutação; a *descontinuidade*, tudo caminha aos saltos; o *cientificismo*, ou a fetichização da ciência; o *esteticismo*, tudo – da publicidade à moda – vai incorporando as aparências formais da arte; e a predominância da *representação* sobre o real, a ascendência do parecer sobre o ser (COELHO NETTO, 1995, p. 29-36).

PÓS-MODERNISMO, ARTE E ESTÉTICA

A partir desses elementos distintivos, a contemporaneidade – do final do século XX ao século XXI – deve ser qualificada como *pós-moderna* ou como *moderna*, como adjetivo que denota aquilo que é recente, atual, presente? “Moderno é termo dêitico que denota alguma coisa mostrando-a sem conceituá-la” (COELHO NETTO, 1995, p. 13); nesse sentido, é uma palavra oca de significado se for lida fora do seu contexto. Assim, para acolher ou negar o uso do conceito de *pós-moderno*, é necessário contextualizá-lo, a partir da história da estética e da arte, na qual esse termo passa a ser utilizado. A adoção dessa denominação, que descreve manifestações tão diversas quanto os filmes da série *Guerra nas Estrelas*, a música eletrônica digital e a cobertura via satélite da *Guerra do Golfo* traz consigo um conflito de interpretações e limites de tal ordem que, à primeira vista, podem parecer divergentes.

3. PICASSO, P. *Les Desmoiselles D’Avignon*, 1907. Museu de Arte Moderna, Nova Iorque.

De acordo com Ferry, o conceito de *pós-modernismo* pode abrigar três significações: radicalização, rompimento ou superação do modernismo (FERRY, 1994). Para o autor, é provável que o termo tenha surgido pela primeira vez nos anos 1960 para designar uma determinada radicalização nos textos “de alguns críticos literários para designar as obras de ficção que pretendem [...] romper com o primeiro modernismo” (FERRY, 1994, p. 325). Entretanto, essa ruptura se apresenta como “um aprofundamento, e não um questionamento do vanguardismo”, como salienta o crítico britânico Charles Jenks – que irá popularizar a noção. O *pós-modernismo* também designa, para esses teóricos, uma busca da novidade que, em verdade, beira o *ultramodernismo* (FERRY, 1994, p. 325). Nessa perspectiva, entre modernismo e *pós-modernismo* haveria uma diferença de grau e de enfoque; “o pós-modernismo é a quintessência do moderno”; “o moderno, então, abrange antes a ‘melancolia’ e o pós-moderno a *novatio*” (FERRY, 1994, p. 327). Para utilizar um exemplo, Jameson apresenta o quadro do expressionista alemão Evarud Munch, *O Grito*⁵ como “expressão canônica dos grandes temas modernistas da alienação, da anomia, da solidão, da fragmentação social e do isolamento” (JAMESON, 2000, p. 38). De fato, *O Grito* de Munch revela, inequivocamente, a expressão da projeção ou externalização de uma determinada emoção por meio de “um gesto ou grito” (JAMESON, 2000, p. 39), ainda que se possa discutir o significado de expressão, ou de sentimentos como ansiedade, solidão e desespero, ou mesmo dos motivos que levam a esses sentimentos.

Entretanto, não se pode aceitar que as obras de Braque e Picasso sejam classificadas como pós-modernas, nem que se enquadrem na designação de *novatio* com o sentido de *quintessência do moderno*, atribuída por Ferry, pois se o modernismo agrega todas as tendências que rompem com a tradição clássica, entre esses artistas e Munch, poder-se-ia evidenciar apenas diferenças de estilo ou de forma. Além disso, uma análise da trajetória de Picasso demonstra que sua obra não se limita à inovação formal, mas inclui também a expressão de sentimentos, como, por exemplo, *uernica*⁶, que se tornou referência do horror à destruição causada pela guerra. Trabalhos,

4. Do latim *novatio*: renovação ou reforma.

5. MUNCH, E. O grito, 1893. Munch-museet, Oslo.

6. PICASSO, P. **Guernica**, 1937. Museu Nacional Centro Reina Sofia, Madri.

como Homem com clarinete (1911-12) de Picasso⁷, do chamado *cubismo analítico*, referem-se à primeira etapa do movimento e, assim, não apresentam ruptura nem com os fundamentos do modernismo, nem com um possível esgotamento do movimento cubista.

Na arquitetura, a proposta *pós-moderna* surge como ruptura com os padrões modernistas, como contraposição a certo estilo sustentado pela funcionalidade da linha reta. A rebelião contra a *tiranía da inovação*, que se faz sentir mais explicitamente nas obras de arquitetos (Robert Venturi, Michael Graves, Charles Moore) que se desligaram dos ícones modernos (Mies van der Roch, Gropius, Lloyd Wrigth, Le Corbusier), cunhadas de *pós-modernas* por Charles Jenks⁸. Essa arquitetura caracteriza-se pelo “direito de reatar com o passado” (FERRY, 1994, p. 326), por meio da inclusão de traços estilísticos de códigos em desuso, como ornatos e colunas gregas, por exemplo, utilizados com novas técnicas e materiais, como o concreto e o vidro temperado (COELHO NETTO, 1995, p. 61-67), que pode ser entendido como certo *revivalismo*⁹. Atualmente, é traço comum de edifícios ditos pós-modernos a junção de “partes e pedaços do passado” (HARVEY, 1996, p. 58) combinados à vontade, como no edifício *Clos Pegase Winery* de Michael Graves¹⁰. Não é obrigatório ser totalmente original, é possível criar juntando elementos já criados em diferentes estilos e épocas (STRICKLAND, 2002, p. 180).

O mesmo *inclusivismo* registrado na arquitetura também se faz presente na pintura como uma forma de insubmissão à *coaço do novo*, “o artista não se vê mais obrigado a procurar aquilo que ainda não foi feito e sente-se em liberdade para voltar-se na direção que bem entender”, vale a mistura de diferentes traços estilísticos ou a retomada de um modelo do passado (COELHO NETTO, 1995, p. 122-123). Nessa tendência, o traço mais característico é o ecletismo, “cujo espírito de tolerância é ainda

7. PICASSO, P. **Homem com clarinete**, 1911-12. Museu Thyssen-Bornemiza, Madri.

8. Ver: JENKS, C. **The Language of post-modern architecture**. Londres: Academy, 1977.

9. *Revivalismo*: termo utilizado para descrever a retomada de estilos, modas, obras e movimentos artísticos do passado e fazê-los *reviver* em novos contextos, como a refilmagem de películas de sucesso – *Asas do Desejo*, por exemplo, refilmada como *Cidade dos Anjos* – e a reedição de modas e de toda uma infinidade de mercadorias recauchutadas à disposição no mercado.

10. GRAVES, M. **Clos Pegase Winery**, 1987. Edifício de uma vinícola, localizado em Napa Valley, EUA.

mais conforme ao ar dos tempos: nela nada é *a priori* acusado de ilegitimidade” (FERRY, 1994, p. 331).

O entendimento do *pós-modernismo* como superação do modernismo remete ao esforço filosófico de “elaborar novamente, após as desconstruções vanguardistas da racionalidade e da subjetividade, um pensamento novo, mais diferenciado e mais matizado, acerca da razão e do sujeito” (FERRY, 1994, p. 332). No imbróglgio resultante de posições e propostas tão diferenciadas, Ferry tem certa razão quando tenta explicar essas tentativas de superação da crítica do vanguardismo pelo fato de “nossa consciência histórica” não aceitar tranquilamente a ideia de “doravante passar sem o novo”, muito menos aceitar a ideia de que vivemos em tempos de decadência ou esgotamento da cultura ocidental¹¹. É, no mínimo, desconfortante perguntar se: “Depois do fim das utopias e das grandes narrativas, estaríamos assistindo ao fim das grandes obras?” (FERRY, 1994, p. 333).

No entanto, seria prematuro, ainda, tentar responder a essa questão sem antes analisar um processo que está em curso. Principalmente porque a segunda interpretação proposta por Ferry, a do *pós-modernismo* como rompimento com o modernismo, “na realidade a única a ocupar lugar visível na cultura contemporânea”, é aquela que oferece mais elementos para uma crítica consistente, como em Harvey e Jameson.

Na ótica de Harvey, “rejeitando a ideia de progresso, o *pós-modernismo* abandona todo o sentido de continuidade e memória histórica, enquanto desenvolve uma incrível capacidade de pilhar a história e absorver tudo o que nela classifica como aspecto do presente” (HARVEY, 1996, p. 58). Nessa perspectiva, a *estética pós-moderna* caracteriza-se pelo mascaramento e pela simulação, quando “se aproxima perigosamente da cumplicidade com a estetização da política que lhe serve de fundamento” (HARVEY, 1996, p. 112). Por assim dizer, é a estética do *simulacro*.

Dentro da mesma linha de pensamento, Jameson caracteriza essa estética quando explica uma prática quase universal em nossos dias, o *pastiche* que é diferente do que normalmente se entende como paródia:

11. Segundo Ferry, p. 334, essa seria a posição de Castoriadis: “No campo da arte, toda criação digna desse nome teria desaparecido por volta de 1930”. Ver: CASTORIADIS, C. **Transformation sociale et création culturelle**.

O pastiche, como a paródia, é o imitar de um estilo único, peculiar ou idiossincrático, é o colocar de uma máscara linguística, é falar em uma linguagem morta. Mas é uma prática neutralizada de tal imitação, sem nenhum dos motivos inconfessos da paródia, sem o riso e sem a convicção de que, ao lado dessa linguagem anormal que se empresta por um momento, ainda existe uma saudável normalidade linguística. Desse modo, o pastiche é uma paródia branca, uma estátua sem olhos [...] Os produtores culturais não podem mais se voltar para lugar nenhum a não ser o passado: a imitação de estilos mortos, a fala através de todas as máscaras estocadas no museu imaginário de uma cultura que agora se tornou global (JAMESON, 2000, p. 44-45).

Ao mesmo tempo, essa condição da produção cultural, “reduzida ao discurso neutro e reificado das mídias”, determina que os *estilos modernistas* se transformem nos *códigos pós-modernistas*. Também nesse caso, aproxima-se do processo de estetização da política, tornando possível, por exemplo, articular num mesmo projeto (ao menos na aparência) ideias liberais e socialistas: “Se, antes, as ideias de uma classe dominante (ou hegemônica) formavam a ideologia da sociedade burguesa, os países capitalistas avançados são, em nossos dias, o reino da heterogeneidade estilística e discursiva sem norma” (JAMESON, 2000, p. 44).

O culto à diversidade e à alteridade gera uma espécie de relativismo que elimina a distinção entre *episteme* (conhecimento) e *doxa* (opinião), verdade e erro, ciência e folclore, no qual as múltiplas interpretações não podem mais expressar a realidade; resultam num ceticismo que não é apenas epistemológico, mas também ético e político, pois apresenta uma visão romântica e estetizante em cuja retórica,

A negação da objetividade aparece aqui associada à ideia de desintegração do espaço público, do fetichismo da diversidade, da compreensão de que o poder e a opressão estão pulverizados em todo e qualquer lugar. [...] Frente a ela [a realidade] o sujeito estético e fragmentário, embora capaz de reconhecer o caráter sórdido das relações prevalentes em escala planetária, de sonhar e até

vislumbrar a possibilidade de uma vida melhor, revela-se impotente para intervir e atuar no mundo real (MORAES, 2001, p. 6).

Mesmo entendendo-se que toda verdade é histórica, logo, provi-sória e marcada ideologicamente, esse *hiperrelativismo* nega a possibilidade de coerência do pensamento e a possibilidade de qualquer juízo universal. A realidade torna-se múltipla, vulnerável a qualquer interpretação e ao mesmo tempo impossibilitada de ser revelada na sua totalidade. Ao abandonar o mito da *verdade em si*, o que restaria seria apenas “uma infinidade de pontos de vista irreconciliáveis” (FERRY, 1994, p. 53). E o indivíduo fica aprisionado em sua própria pele.

Assim, para tomar posição ante o pós-modernismo é necessário, em primeiro lugar, ter certa cautela, e no sentido adotado por Harvey e Jameson, não generalizar a designação de pós-moderna para toda a produção cultural e artística atual. Em segundo lugar, caso se deva atribuir uma nova denominação (seja *pós-modernismo* ou *hipermodernismo*) para determinadas situações¹², que radicalizam, ampliam, subvertem ou res-significam os traços característicos do modernismo, isto não significa que houve uma transformação expressiva no modo de produção, distribuição e consumo dos objetos culturais que, apesar de mudanças de forma e de estilo, ainda se submetem às mesmas regras: quando o mercado está saturado de um produto é substituído por outro, seja pela introdução de novas tecnologias, seja pelo *revivalismo* de modelos passados, pelo *pastiche* ou pela mistura de elementos de diferentes épocas. É o caso das guerras do Golfo (1991) e do Iraque (2003) assistidas pela televisão como um *videogame*, ou a visitação pública a uma cópia das Cavernas de Lascaux¹³, reconstituídas em uma pedreira próxima da original sem que haja diminuição da frequência dos visitantes ou que esses se incomodem com o fato. Isso porque cada uma delas se caracteriza pela substituição de um objeto ou situação real cuja ausência não é questionada, porque a compreensão do real passa a se basear principalmente em imagens mediadas.

12. Ver, com mais detalhes HEARTNEY, E. **Pós-Modernismo**. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

13. Complexo de cavernas situado no sudoeste de França, famoso pelas suas pinturas rupestres, descoberta em 1940. Perante os indícios de deterioração das pinturas, foi fechada em 1963 e como alternativa para o turismo, foi construída uma réplica de uma parte representativa da caverna, em 1972.

As mudanças visíveis – como rupturas, radicalizações ou desconstruções –, tanto no campo da arte quanto da política, que apresentam diferenças em relação aos padrões estéticos entendidos como *modernistas clássicos*, derivam dos ajustes ocorridos no interior do modelo de produção capitalista, e não por apresentarem traços distintos do chamado modernismo. Toda crise no processo de acumulação do capital causa impacto na totalidade do sistema, atingindo o processo de constituição das mercadorias que passa a incluir elementos novos (decorrentes de novas tecnologias, técnicas de embelezamento, construção de imagens positivas etc.) e se expande para atividades que nem sempre tiveram função produtiva (como o assalariamento do trabalho artístico, a transformação de espaços públicos de festas populares em espaços privados destinados ao turismo, etc.).

Um fato que ilustra o movimento desse processo pode ser encontrado em uma reportagem publicada em 2004 pela Revista Isto É, intitulada *A Sociedade do Excesso 14*. Nessa matéria, o jornalista explica que o pós-modernismo que substituiu o modernismo também já acabou e que, hoje, o individualismo e a mercantilização da vida levaram à cultura do exagero, na qual o conceito válido é o de *hiper*. Essa análise introduz a entrevista com Giles Lipovetski sobre *Os tempos hipermodernos*, escrito em parceria com Sebastien Charles. Até recentemente entusiasta do pós-modernismo¹⁵, declara que:

De fato, a pós-modernidade nunca existiu. O termo implica no fim da modernidade, mas ela nunca acabou. Entre 1970 e 1990, houve apenas um breve período de repressão das pressões sociais. Mas elas reapareceram ainda mais fortes. No momento em que triunfam a tecnologia genética e a globalização liberal, o rótulo de

14. VANNUCHI, C. A sociedade do excesso. *Isto É*, São Paulo, n. 1819, p. 60-65, 19 ago. 2004.

15. A esse respeito, Lipovetski, em *O império do efêmero*, confere à moda um caráter democrático e libertário afirmando que: “A era da moda consumada significa tudo menos uniformização das convicções e dos comportamentos” (1989, p. 275). Em *Os Tempos Hipermodernos*, defende a ideia de que “a hipermodernidade não é ‘sempre mais desempenho instrumental e, portanto, sempre menos valores que tenham força de obrigação’; ela é, isto sim, uma espiral técnico-mercantil que se liga ao reforço unanimista do tronco comum dos valores humanistas democráticos” (LIPOVETSKI, 2004, p. 99-100).

pós-moderno já ganhou rugas. Aliás, tínhamos uma modernidade limitada e hoje temos uma modernidade consumada a que chamo de *hiper* (LIPOVETSKI *apud* VANNUCHI, 2004, p. 60-65).

As mudanças ocorridas no interior das relações capitalistas geram a necessidade de enfatizar o papel da subjetividade e admitir uma consequente relativização¹⁶ da objetividade nas atividades em geral, cujo traço mais evidente é a valorização da estética. Isso ocorre com a aceitação do gosto individual como critério de julgamento que leva à relativização dos conhecimentos, valores e crenças e à redução do conceito de obra de arte a texto e sua interpretação a *jogos de linguagem*. A estética associada ao conceito de *pós-modernismo* passa a recusar e até mesmo desconstruir os padrões estabelecidos de juízo estético, restando ao indivíduo “julgar o espetáculo apenas em termos de quão espetacular ele é” (HARVEY, 1996, p. 58).

Para compreender a proposta do *pós-modernismo*, é preciso lembrar que a autonomia da estética, como disciplina filosófica, ocorre junto com o processo de constituição do capitalismo e da modernidade. A concepção de *belo* em termos de gosto, entendido como atributo da subjetividade e reduzido ao prazer que proporciona pelas sensações ou pelos sentimentos que suscita, revela, por um lado, a libertação do indivíduo do jugo do poder cristão, que poderia impedi-lo de entregar-se ao prazer do consumo; e, por outro, cria condições para organização de um novo modo de vida e de uma nova subjetividade, justificada pela estética. Em contraste com o aparato coercitivo do absolutismo, a nova ordem social capitalista apoia-se nos hábitos, costumes, sentimentos e afetos para exercer sua hegemonia, ou como diz Eagleton, “o poder, neste regime foi estetizado”, inscreve-se na experiência subjetiva, eliminando “a fissura entre o dever abstrato e a inclinação prazerosa” (EAGLETON, 1993, p. 22).

A pretensão de uma *nova estética*, como característica própria da cultura contemporânea e do processo de reestruturação produtiva, proclama um individualismo e um relativismo absolutos que, em verdade, só tem sentido

16. De um lado, a objetividade científica, desde a formulação da Teoria da Relatividade de Einstein, admite a influência da subjetividade; de outro, no processo de trabalho se destaca a importância do saber tácito (construído na experiência laborativa por meio de um intercâmbio coletivo) como atributo individual do sujeito que, de certa maneira, desvaloriza o papel da teoria na formação para o trabalho.

para um segmento mínimo do mercado de luxo, restrito a uma elite que paga por exclusividade, reforçando as diferenças de classe. Como consequência, dadas as condições socioeconômicas próprias das elites endinheiradas, um individualismo de classe é levado às últimas consequências, degenerando para um “individualismo possessivo [que] abandona cada sujeito em seu próprio espaço privado, dissolve todos os vínculos positivos entre os sujeitos e os mergulha no antagonismo mútuo” (EAGLETON, 1993, p. 24).

IMPACTOS NO TRABALHO E NA EDUCAÇÃO

Os estudos sobre as relações entre trabalho e educação no atual contexto da reestruturação produtiva têm se servido da valorização de uma concepção de estética ancorada nas teorias pós-modernas como argumento para demonstrar os efeitos desse processo nas relações sociais e justificar uma nova pedagogia que corresponda às necessidades de formação do novo perfil de trabalhador e de cidadão.

Ainda que os debates se façam a partir de posições epistemológicas divergentes e consequentemente de conclusões diferentes, o ponto de partida não é colocado em questão: a educação é “uma exigência do e para o processo de trabalho, bem como é, ela própria, um processo de trabalho” (SAVIANI, 1992, p. 19). O modo de realização, organização e gestão dos meios e forças de produção geram impacto nas formas de produção, distribuição e consumo dos objetos e nas relações sociais, culturais e educativas que se travam entre indivíduos e classes no interior da sociedade.

Logo, qualquer transformação que ocorra no modo de produção implica em mudança no processo educativo. Desse modo, as razões que explicam a valorização da estética no trabalho e o seu impacto na educação, mediante a estetização que atinge os campos cognitivo, ético e político, serão encontradas no processo que caracteriza o sistema capitalista no atual estágio de desenvolvimento. O intercâmbio que se realiza entre ciência (conhecimentos, tecnologias), ética (valores morais e políticos) e estética (significados humanos) e o trabalho determina os conteúdos, meios e métodos que devem ser utilizados pela educação para cumprir

sua função social: a transmissão dos elementos culturais necessários para “produzir, direta e intencionalmente, em cada indivíduo singular, a humanidade que é produzida histórica e coletivamente pelo conjunto dos homens” (SAVIANI, 1992, p. 21).

No modo de produção capitalista, caracterizado pela permanente revolução dos meios e processos de produção, tendencialmente, todos os objetos que satisfazem necessidades humanas, “provenham do estômago ou da fantasia”, transformam-se em mercadorias, pois “A riqueza das sociedades onde rege a produção capitalista configura-se em ‘imensa acumulação de mercadorias’, e a mercadoria, isoladamente considerada, é a forma elementar dessa riqueza.” (MARX, 1994, p. 41).

As consequências dessa lógica na produção material impõem a incessante busca de elementos que possibilitem a manutenção e otimização do sistema e valorização da mercadoria. Entretanto, a rápida difusão da ciência e das novas tecnologias proporciona uma quase imediata equivalência nos atributos competitivos dos produtos, exigindo novos procedimentos cuja palavra de ordem é *agregar valor* de ordem subjetiva: beleza, originalidade, *status*. Por meio da moda e da publicidade, a produção não só é determinada como também passa a determinar (e criar) necessidades de consumo. De um lado, desenvolvem-se e aperfeiçoam-se os métodos de pesquisa de mercado sobre as necessidades, os gostos, os hábitos e os valores do público-alvo do consumo e, de outro, os meios e instrumentos de construção do gosto e de valorização da imagem pessoal associada à moda e à marca do produto.

Esse processo de valorização, que se sobrepõe ao valor útil dos objetos, agregando-lhes valores de ordem estética, ética e política a partir de uma imagem criada apenas para produzir esse efeito como recurso de *marketing* é o que poderíamos chamar de *estetização* – uma espécie de embelezamento superficial da mercadoria cujo conteúdo abriga (ou esconde) apenas o valor de troca. Tal forma de estetização é extremamente útil ao processo de circulação das mercadorias porque leva os consumidores a eleger marcas preferenciais e a renovar frequentemente os objetos em função da moda e da segmentação dos mercados. As mercadorias não oferecem apenas uma mera utilidade, oferecem uma marca que tem identidade social positiva e também elevação da autoestima, distinção social, enfim, uma suposta felicidade.

O campo da produção não-material – ciência e tecnologia, ética e política, estética e arte, educação – que responde às necessidades *da e para* a produção material, da mesma forma, faz parte do mercado. O conhecimento é mercadoria e, junto com ele (por meio desse processo de estetização), os valores estéticos, éticos e políticos que constituem a sua imagem – seja compondo um projeto de consultoria empresarial, uma campanha política ou um trabalhador competente e profissional de sucesso. Nesse caso, o *diferencial competitivo*¹⁷ constitui-se agregando valores de ordem subjetiva que vendem a mercadoria pela aparência, cujo substrato é a *ideologia pós-moderna*, que sustenta o valor de troca. Mediante o relativismo, a diversidade, o individualismo e o subjetivismo, o conceito de *pós-moderno* reafirma e radicaliza a lógica da mercadoria e do seu processo de valorização que não é perceptível na sua materialidade – “Vire-se e revire-se, à vontade, uma mercadoria: a coisa-valor se mantém imperceptível aos sentidos” (MARX, 1994, p. 55).

Assim, por meio da análise dos valores-de-uso não é possível captar o significado do processo de estetização de uma mercadoria: desse ponto de vista, a sua dimensão estética expressa as qualidades materiais sensíveis do objeto em relação a sua capacidade de satisfazer necessidades humanas tanto de caráter objetivo ou prático-utilitário (como a eficiência de uma máquina) quanto de caráter subjetivo (como a beleza de um objeto); mas não explica os procedimentos que possibilitam agregar artificialmente determinados valores abstratos (como a credibilidade de uma marca, a respeitabilidade de uma instituição, o status de uma pessoa etc.) que dissociam forma e conteúdo, com a finalidade de constituir um diferencial competitivo para atribuição do valor-de-troca. Na dimensão estética da mercadoria, sob o ponto de vista do seu valor-de-uso, não há nada de misterioso; somente pela compreensão do segredo do fetichismo da mercadoria é possível compreender “a fantasmagoria que apresenta como qualidade material dos produtos, o caráter social do trabalho. [...] Na realidade, a condição de ter valor só se fixa nos produtos do trabalho quando eles se determinam como quantidades de valor” (MARX, 1994, p. 83).

17. Entende-se como *diferencial competitivo* o conjunto de valores agregados à mercadoria que possibilitam destacar uma determinada empresa por meio da sua identidade. Entre os quais se destacam: a chamada responsabilidade social e aspectos relacionados à aparência da mercadoria e da embalagem, que contribuem para constituição da imagem da empresa e valorização da sua marca.

O que acontece é que a importância cada vez maior da integração do elemento estético à produção das mercadorias em geral como meio de agregar valor, transforma a ideologia do gosto em critério determinante de julgamento, o que no *discurso pós-moderno*, mediante a radicalização do relativismo e do subjetivismo, reduz a distinção entre verdadeiro e falso ao assentimento individual e gera um tipo de ceticismo epistemológico que reduz tudo ao “efeito retórico do gesto, o tom irônico da frase” (MORAES, 1996, p. 51).

Na educação, essa ideologia que celebra o “fim da teoria” é acompanhada de uma utopia praticista, alimentada pelo neopragmatismo norte-americano, que desvaloriza a teoria considerando-a como perda de tempo ou especulação metafísica e, “quando não, restrita a uma oratória persuasiva e fragmentária, presa à sua própria estrutura discursiva” (MORAES, 2001, p. 3).

Assim, o que resta como função social para a educação é sua utilidade para adequar o modo de *conhecer, fazer, ser e conviver* das pessoas às formas de prática, de comportamentos e de hábitos, necessárias às novas formas de organização e de produção econômica, às representações ideológicas próprias do atual estágio de desenvolvimento capitalista e às relações que lhe correspondem.

Neste contexto, a mesma lógica da estética da mercadoria promove a estetização das relações entre educação e trabalho oferecendo o conceito de desenvolvimento de competências como um *coquetel individual* que se adquire por meio da educação escolar para adequar-se ao novo perfil de trabalhador e de cidadão exigido pelas relações sociais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A questão-chave para compreender o chamado *pós-modernismo* deve ser buscada no processo de desenvolvimento e saturação de uma forma concreta de produção. Em primeiro lugar, ao ser absorvida como mercadoria e, ao mesmo tempo, como símbolo de modernidade, a obra de arte é incorporada aos valores hegemônicos da cultura oficial e aos jogos de mercado que, em parte, diluem as propostas de inovação e inserção social das propostas artísticas e, em parte, padronizam determinados modelos estéticos como meio de estabelecer critérios de valor.

Mas isso não significa que toda a produção cultural e artística rendeu-se definitivamente ao capitalismo, pois a transformação da arte em mercadoria e a política contemporânea baseada na construção de imagens não eliminaram nem a existência da arte, nem a luta de classes. É possível identificar inúmeras manifestações artísticas que expressam, de forma crítica, a contraditória realidade humana e social e, mesmo aquelas nas quais se possam identificar tendências de adesão à novidade e à priorização do potencial mercantil podem ser instrumentos de crítica à sociedade que tão bem representam. Ainda que as chamadas vanguardas revolucionárias que tentaram desenvolver projetos de inovação e democratização da cultura não tenham obtido êxito e muitos tenham desistido ou aderido às regras do jogo, o desejo de transformação radical dessa sociedade permanece latente, na busca de um terreno fértil para germinar.

Desse modo, a possibilidade da estética e da arte como instrumento de crítica e compreensão da realidade social para transformá-la tem como contraponto a mesma possibilidade na direção de sua reiteração ou readequação. Ainda que a estetização da política mediada por imagens não seja novidade, pode-se observar uma mudança de direção e uma intensificação desse processo em que a aparência (de confiabilidade, por exemplo) assume um papel mais importante do que qualquer evidência em contrário.

Essa estetização evidencia um movimento de recomposição da ideologia do liberalismo, radicalizando seu modo de ser “subjetivo e anarquista, ávido de mudanças decorrentes da iniciativa individual”, configurando uma antítese (de um modo geral, inconsciente) entre liberdade e igualdade, na qual o primeiro termo reflete a ênfase sobre a ação individual e o segundo uma restrição da personalidade individual (LASKI, 1973, p. 12-13). Tais ideias que expressam e justificam um modo de ser e de produzir a existência humana correspondem à “atividade material e ao comércio material dos homens; é a linguagem da vida real” (MARX; ENGELS, [198-], p. 25). Desse modo, o atual processo de ressignificação dos princípios liberais reflete a necessidade de adequação à nova configuração da atividade material e às exigências de formação que proporcionem a adaptação dos sujeitos à ordem reestruturada.

Assim, para avaliar os limites e as possibilidades da atividade estética em sua inter-relação com a ética e a política e seus impactos no trabalho e na educação é necessário um exame minucioso dos seus determinantes históricos.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, P. Balanço do neoliberalismo. In: SADER, E.; GENTILI, P. **Pós-neoliberalismo**: as políticas sociais e o Estado democrático. 5. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

CANCLINI, N. G. La modernidad después de la posmodernidad. In: BELUZZO, A. M. M. (Org.). **Modernidade**: vanguardas artísticas na América Latina. São Paulo: Memorial: UNESP, 1990. p. 201-237.

COELHO NETTO, J. T. **Moderno pós moderno**: modos & versões. 3. ed. rev. e amp. São Paulo: Iluminuras, 1995.

COMTE, A. **Discurso preliminar sobre o conjunto do positivismo e outros textos escolhidos**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

EAGLETON, T. **A ideologia da estética**. Tradução de: Mauro Sá Rego Costa. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

_____. **Ideologia**. São Paulo: UNESP: Boitempo, 1997.

FER, B. Introdução: o que é moderno? In: FRASCINA, F.; BLAKE, N.; FER, B.; GARB, T.; HARRISON, C. **Modernidade e modernismo**: a pintura francesa no século XIX. São Paulo: Casac & Naify, 1998. p. 3-49. v. 1.

FERRY, L. **Homo aestheticus**: a invenção do gosto na era democrática. São Paulo: Ensaio, 1994.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 6. ed. São Paulo: Loyola, 1996.

JAMESON, F. **Pós-modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. 2. ed. Rio de Janeiro: Ática, 2000.

KANT, I. **Crítica da faculdade do juízo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

LASKI, H. **O liberalismo europeu**. São Paulo: Mestre Jou, 1973.

LYOTARD, J. F. **O pós-moderno**. 2. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1986.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

_____. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

LOPES, E. M. S. T. **Origens da educação pública**: a instrução na revolução burguesa do século XVIII. São Paulo: Loyola, 1981.

LUKÁCS, G. **La peculiaridad de lo estético**. Tradução: Manuel Sacristán. Barcelona (México): Grijalbo, 1966. v.1 e 2.

_____. **Introdução a uma estética marxista**: sobre a categoria da particularidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

MARX, K.; ENGELS, F. **A ideologia alemã**. 4. ed. Tradução: Conceição Jardim e Eduardo Lúcio Nogueira. Lisboa: Presença, [198-]. v.1.

MARX, K. **Manuscritos econômico-filosóficos e outros textos escolhidos**. 4. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1987. (Coleção Os Pensadores).

_____. **Elementos fundamentales para a crítica de la economia política**: borrador 1857-1858 (Grundrisse). México: Siglo Vientiuno, 1971. v.1.

_____. **O capital**: crítica da economia política. 14. ed. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil S.A., 1994. Livro 1. v.1 e 2.

MORAES, M. C. M. Os “pós-ismos” e outras querelas ideológicas. **Perspectiva**, Florianópolis, v. 14, n. 25, p. 45-59, jan./jun. 1996.

_____. Recuo da teoria: dilemas da pesquisa em educação. **Revista Portuguesa de Educação**, Universidade do Minho, v. 14, n. 1, 2001.

PEIXOTO, M. I. H. **Arte e grande público**: a distância a ser extinta. Campinas (SP): Autores Associados, 2003.

SAVIANI, D. **Pedagogia histórico-crítica**: primeiras aproximações. 3. ed. São Paulo: Cortez/Autores Associados, 1992.

STRICKLAND, C. **Arte comentada**: da pré-história ao pós-moderno. 7. ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002.