



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

SETOR DE EDUCAÇÃO

XX SEPE - SEMANA DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO DO SETOR DE
EDUCAÇÃO/2006

**PÓS-MODERNISMO:
a estetização das relações entre trabalho e educação**

Rose Meri Trojan
Universidade Federal do Paraná

RESUMO EXPANDIDO

Este mini-curso tem como objetivo evidenciar a estetização das relações entre educação e trabalho por meio da análise e interpretação de obras de arte e anúncios publicitários. O ponto de partida é a relação entre estética e ideologia e seus impactos nos âmbitos ético-político e cognitivo que se expressam sob a denominação pós-modernismo, constituída a partir do processo de reestruturação produtiva. Para isso, definem-se os pressupostos teóricos para uma análise marxista (Marx, Engels, Gramsci e Lukács), explicitando a especificidade da estética; suas relações com a construção das formações ideológicas necessárias para sustentação da hegemonia; a re-significação dos conceitos estéticos que se identificam com a tese do pós-modernismo; e a estetização, que se expande a todos os âmbitos da atividade humana (principalmente, com base em Harvey, Eagleton e Jameson.) Essa análise articula-se as mudanças que ocorrem nos processos produtivos com o discurso pós-moderno, que substitui o *modelo da qualificação* pelo *modelo das competências* na formação para o trabalho. Esse novo modelo – que propõe uma nova pedagogia – relativiza o papel do conhecimento, subsumido em um conjunto de *saberes*, nos quais são valorizados os aspectos comportamentais e afetivos, de acordo com as orientações da UNESCO, para adequar a educação às novas exigências de formação geral e profissional para o século XXI. Com essa análise, propõe-se desvelar o caráter ideológico da *estética* que, sob o pretexto dessa adequação, ao contrário de possibilitar uma formação básica mais adequada e abrangente para o conjunto dos trabalhadores, contribui para a recomposição da ideologia liberal, necessária para manutenção da hegemonia do capital.

O conceito de *pós-moderno*, apesar de ter surgido para designar novas formas de expressão artística, tem sido adotado em espaços mais amplos, da filosofia ao cotidiano. Segundo Jameson, a tarefa ideológica fundamental do novo conceito "deve continuar a ser a de coordenar as novas formas de prática e de hábitos sociais e mentais e as novas formas de organização e de produção econômica que vêm com a modificação do capitalismo – a nova divisão global do trabalho – nos últimos anos". (JAMESON, 2000, p. 13-18) Trata-se, portanto, de desvelar o conteúdo ideológico desse novo discurso que esconde uma nova forma de disciplinamento do trabalhador. A partir da modernidade, sob a influência dos valores liberais, as questões referentes à percepção e à sensibilidade, que constituem objeto da estética, são marcadas sempre por certa imprecisão e relativismo, com base numa concepção de subjetividade plural, múltipla e descentrada (MORAES, 1996, p. 49) e do gosto como um atributo individual do sujeito. Estas características têm sido funcionais à conformação da ideologia dominante, pois, a "construção da noção moderna do estético é inseparável da construção das formas ideológicas dominantes da sociedade de classes moderna, e na verdade, de todo um novo formato da subjetividade apropriado a esta ordem social". (EAGLETON, 1993, p. 8) A nova subjetividade decorre da radicalização do relativismo do julgamento estético que se fundamenta no individualismo e na diversificação da cultura se expressa por meio de "diferentes rótulos (...) com nomes como *cultura da autenticidade, da reclamação, da identidade, do narcisismo, da performance* e algumas mais". (COELHO, 199-, p. 173) Nesse contexto, tudo deve se tornar estético: "A verdade, o cognitivo, torna-se aquilo que satisfaz a mente, ou o que nos permite nos movimentar por aí de modo mais conveniente. A moral é convertida numa questão de estilo, de prazer ou de intuição". (EAGLETON, 1993, p. 266)

O atual processo de re-significação dos princípios liberais reflete a necessidade de adequação à nova configuração da atividade material correspondente ao "desenvolvimento das suas forças produtivas e do modo de relações que lhe corresponde" (MARX; ENGELS, 198-, p. 25), redefinindo as relações entre ética e política a partir da estética. Se a relação entre o ético e o político está posta desde a Antiguidade de modo direto, o mesmo não se dá com o estético. Entretanto, considerando as vinculações entre ética e estética – na metafísica platônica em que o belo é a manifestação do bem – não será difícil verificar que, ainda que pouco explícitas, estas duas dimensões da prática humana sempre se encontraram imbricadas na atividade política. Desde o conteúdo moral atribuído à beleza, à função mimética e

catártica na atividade estética, à arte com finalidade política ou à política moldada por imagens evidenciam uma tendência estetizante.

No discurso político contemporâneo, essa tendência já estava anunciada na assimilação de um certo modernismo, identificado com a crença no “progresso linear, nas verdades absolutas, no planejamento racional de ordens sociais ideais, e com a padronização do conhecimento e da produção” (HARVEY, 1996, p. 19), progresso que se propunha neutro, pelo modo como o poder dominante passa a fazer uso da arte e da cultura estética como instrumento de propaganda ideológica. O expressionismo abstrato, por exemplo, foi utilizado como arma ideológica na *Guerra Fria*, em contraposição ao realismo socialista, usado de igual modo.

A idéia de *pós-modernismo* surge, portanto, no processo de reestruturação produtiva como instrumento para o ajuste ideológico necessário à adequação comportamental e recomposição da hegemonia. À medida que os objetos estéticos e artísticos servem para expressar e representar uma ampla gama de sentimentos, aspirações, valores e seus significados, convertem-se em instrumento essencial na formalização dos discursos políticos. “A construção da noção moderna do estético é assim inseparável da construção das formas ideológicas dominantes da sociedade de classes moderna, e na verdade, de todo um novo formato da subjetividade apropriado a esta ordem social”. (EAGLETON, 1993, p.8)

Assim, ainda que as relações entre estética e ideologia apresentem um caráter complexo e contraditório, a sua análise permite compreender o modo de produção-distribuição-consumo de bens simbólicos em uma dada formação social, a função social que cumprem esses objetos no contexto das relações de produção e da luta de classes pelo poder econômico e conquista de hegemonia. Como nos lembra Gramsci, “toda relação de ‘hegemonia’ é uma relação pedagógica” que envolve a sociedade no seu conjunto – os indivíduos entre si, intelectuais e não intelectuais, governantes e governados, dirigentes e dirigidos, dominantes e dominados – e que precisa ser desvelada. (GRAMSCI, 2000, v. 2)

Ainda que contemporaneamente, a amplitude do desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação tenham produzido novos meios e tornem mais eficientes os recursos de estetização da aparência e de modelagem da imagem, tais procedimentos, de alguma forma e em certa medida, foram utilizados para tornar os discursos políticos mais atraentes e mais convincentes. A substituição da realidade pela sua aparência, ou seja, o mundo virtual de hoje apresenta o mesmo inconveniente da pintura e da escrita na atividade política grega: “as figuras pintadas têm a atitude de pessoas vivas, mas se alguém as interrogar, conservar-se-ão caladas”. (PLATÃO, 1962, p. 257)

Aliás, resguardadas as suas especificidades, a estetização das modernas técnicas de persuasão poderiam receber a mesma crítica feita por Platão à arte da retórica centrada na forma, dissociada do domínio do conteúdo, quando escreveu “é pela aparência que se consegue persuadir; e não pela verdade. (...) quem não conhece a verdade, mas só alimenta opiniões, transformará a arte da retórica numa coisa ridícula que não merece o nome de arte”. (PLATÃO, 1962, p. 235-239)

A idéia de pós-modernismo, originada no campo estético como uma forma de oposição ao modernismo artístico, é importante estabelecer as articulações que tornaram possível a sua disseminação para outros campos, inclusive o cognitivo no qual gerou um certo ceticismo epistemológico a partir da relativização das propostas iluministas associadas à modernidade. (MORAES, 1996, p. 47) Estudos que se abrigam sob o pós-modernismo tendem a rejeitar o próprio conceito de ideologia através de uma reinterpretação das relações entre interesses e poder que tende a considerar a possibilidade de conciliação entre as classes, de atenuação da polarização dos conflitos ou, a partir da crítica da fuga ou do cultivo do conflito, de busca de uma nova estratégia baseada na idéia de que surgiram novos conflitos. A exaltação do pluralismo de interesses, entendido como um bem em si mesmo, desloca a atenção das lutas políticas concretas, servindo "assim para consagrar o *status quo* político" (EAGLETON, 1997, p.149-155). Dessa pluralidade decorre um relativismo que nega a possibilidade da objetividade da teoria e reduz a ideologia a diferentes interpretações.

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, na verdade, só tem sentido para um segmento mínimo do crescente mercado de luxo, restrito a uma elite que paga para obter exclusividade e, longe de ampliar as possibilidades de afirmação individual, reforça as diferenças de classe. Nesses limites, 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). Esse individualismo revela mudança de eixo da ética para a estética na política expressa numa reavaliação dos valores que regem o comportamento humano no âmbito moral e político.

Desse modo, se o desenvolvimento de certos aspectos da sensibilidade são necessários para a constituição das competências de caráter comportamental – o *saber ser* e o *saber conviver* – adequadas à submissão do trabalhador às novas regras estabelecidas, tendencialmente, a instituição escolar é acionada para contribuir nesse processo.

O debate sobre *competências* que se trava no mundo do trabalho decorre do processo de requalificação que define um novo perfil de trabalhador no qual o *saber-ser* “ênfatiza o *comportamento* e as *atitudes*, ou seja, a maneira como o indivíduo apreende seu ambiente ‘em situação’, a maneira como ‘se comporta’”. (ZARIFIAN, 2001, p. 146)

Na abordagem das competências, o traço comum apresentado em diferentes formulações tem sido a substituição da categoria conhecimento pelo termo saberes, segmentado em três dimensões – *saber*, *saber agir* e *saber ser* – que foram traduzidos, nas orientações da UNESCO¹, em aprendizagens fundamentais – *aprender a conhecer*, *aprender a fazer*, *aprender a ser*, e agregando o *aprender a conviver* – das quais o *aprender a fazer* é incorporado no âmbito da *estética da sensibilidade* pelas *Diretrizes Curriculares Nacionais* para o Ensino Médio (CNE, Parecer CEB 15/98). Nesta incorporação, percebe-se uma articulação entre o desenvolvimento de competências e a estética, vinculada ao discurso pós-moderno, que evidencia uma mudança de enfoque no desenvolvimento do processo educativo e ideológico que se expressa na estetização da ética e da política.

¹ O Relatório da Comissão Internacional sobre Educação para o Século XXI da UNESCO, que ficou conhecido como Relatório Jacques Delors (presidente da referida comissão), foi publicado pela primeira vez no Brasil em 1996 pelo MEC em parceria com a Editora Cortez sob o título Educação: um tesouro a descobrir tem sido citado e utilizado como referência nas propostas de reforma educacional, especialmente nos Parâmetros Curriculares Nacionais e nas Diretrizes Curriculares Nacionais. Tal publicação encontra-se atualmente (2006) na sua 10.^a edição.

Ainda que a estetização da política mediada por imagens não seja novidade, pode-se observar uma mudança de direção e uma intensificação desse processo onde a aparência (de confiabilidade, por exemplo) assume um papel mais importante do que qualquer evidência em contrário. Aliás, resguardadas as suas especificidades, a estetização das modernas técnicas de publicidade poderiam receber a mesma crítica feita por Platão à arte da retórica centrada na forma, dissociada do domínio do conteúdo, na qual "é pela aparência que se consegue persuadir; e não pela verdade". (PLATÃO, 1962, p.235-239). Através do relativismo, da diversidade, do individualismo e do 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 à 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 sucesso de um profissional, o *status* de uma pessoa, etc.), 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, da “forma fantasmagórica de uma relação entre coisas” (MARX, 1994, p. 81), 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)

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 e criar um diferencial competitivo, transforma a ideologia do gosto em critério determinante de julgamento, o que no *discurso pós-moderno*, através da 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)

O conceito de *pós-moderno*, que parte do artístico e se expande para todas as esferas da atividade humana por meio da estetização, realiza-se sob a lógica da mercadoria através da radicalização dos princípios do modernismo – mobilidade, descontinuidade, inovação, relativismo do gosto – como um modo de recomposição da ideologia liberal no contexto da reestruturação produtiva. A questão-chave para compreender essa tendência de radicalização ou de ruptura com o modernismo deve ser buscada no processo de desenvolvimento e saturação de uma forma concreta de produção.

As mudanças formais que se apresentam como rupturas, radicalizações ou desconstruções, tanto no campo da estética quanto da ética e da política, que apresentam diferenças em relação aos padrões estéticos que reconhecemos como *modernos* são derivados dos ajustes ocorridos no interior do modelo de produção capitalista e do fato desses padrões – cuja regra é não ter regra – terem sido absorvidos pelo processo de valorização, e, portanto, não inauguram uma nova condição, dita pós-moderna, mas reúnem sob essa denominação os efeitos da radicalização de seus princípios e manifestações em todos os âmbitos da atividade humana.

A mesma lógica da estética da mercadoria (como valor agregado) produz ou promove a estetização das relações entre educação e trabalho oferecendo o conceito 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. A justificativa da inadequação do *modelo de qualificação profissional* baseada no posto de trabalho como uma exigência da reestruturação produtiva é válida somente “para os trabalhos que não se precarizaram (...); para poucos, portanto, já aqui configurando uma das dimensões ideológicas da proposta da ‘pedagogia das competências’, apresentada como universal”. (KUENZER, 2002, p. 3)

Nessa concepção, a *dimensão estética da atividade humana*, não é valorizada ou enriquecida. Do ponto de vista da sensibilidade humana se refere a “uma totalidade de exteriorização de vida humana” (MARX, 1987-b, p. 176) a partir da qual o homem se apropria da realidade humano-social através dos seus sentidos físicos e espirituais. E o comportamento ético e estético, ainda que se encontrem em relação recíproca, têm suas

especificidades: enquanto a ética se dirige praticamente para a realidade concreta com a finalidade de fundamentar e justificar o comportamento moral e político dos indivíduos, de acordo com o modo de organização geral da sociedade; a estética se propõe refletir um mundo essencialmente humano (idéias, valores, significados, sentimentos) a partir da interação entre subjetividade e objetividade, ou seja, entre o sujeito criador ou receptor e o seu objeto como expressão do seu ponto de vista sobre a realidade humana (LUKÁCS, 1966, v. 2, p. 471-472), que não se confunde com o processo de estetização, próprio da estética da mercadoria cujo conteúdo é a própria forma.

Palavras-chave:

Estética; Trabalho; Educação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO. Parecer CEB n.º 15 de 01 de junho de 1998. Dispõe sobre as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Médio. Relatora: Conselheira Guiomar Namo de Mello. Disponível em <<http://www.mec.gov.br/cne/parecer>>.

EAGLETON, T. **A ideologia da estética.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

_____. **Ideologia.** São Paulo: UNESP: Boi Tempo, 1997.

GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere.** Edição e tradução Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000, v.2.

HARVEY, D. **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.

KUENZER, A. Z. Conhecimento e Competências no Trabalho e na Escola, **Boletim Técnico do SENAC**, Rio de Janeiro, v. 28, n.2, p. 3 -11, mai./ago. 2002.

LUKÁCS, G. Estética. **La peculiaridad de lo estético.** Tradução de Manuel Sacristán. Barcelona: Grijalbo, 1966, vol 1 e 2.

MARX, K.; ENGELS, F. **A ideologia alemã.** 4 ed. Lisboa: Presença, [198-], v.1.

MARX, K. **Manuscritos econômico-filosóficos** e outros textos escolhidos. 4 ed. São

Paulo: Nova Cultural, 1987.

_____. **O Capital** - crítica da economia política. Livro 1, Volumes I e II. 14 ed. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil S A, 1994.

MORAES, M. C. M. Os “Pós-ismos” e outras querelas ideológicas. **Perspectiva**, Florianópolis: NUP/CED: Editora da UFSC, v. 14, n. 25, jan./jun. 1996, p. 45-59.

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

PLATÃO. Fedro. In: _____. **Diálogos**. 5 ed. Rio de Janeiro: Globo, 1962, p. 187-263.

UNESCO. **Educação**: um tesouro a descobrir: Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre educação para o século XXI. Presidente: Jacques Delors. 5 ed. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: MEC: UNESCO, 2001.

ZARIFIAN, P. **Objetivo competência**: por uma nova lógica. São Paulo; Atlas, 2001.