

A lógica cultural do capitalismo contemporâneo a partir da obra de Fredric Jameson

Luciana Silvestre Girelli¹

Resumo

O artigo apresenta as interfaces entre cultura e economia na atual fase do capitalismo sob a perspectiva de Fredric Jameson, crítico marxista norte-americano que afirma ser o pós-modernismo a lógica cultural do capitalismo contemporâneo. Além de contextualizar a emergência histórica do pós-modernismo, o artigo caracteriza a cultura como elemento constitutivo determinante do modo de vida contemporâneo, marcado pelo individualismo e pelo consumismo. Demonstra de que maneira a lógica cultural expressa pelo pós-modernismo contribuiu para a consolidação do regime de acumulação flexível e fortaleceu o capitalismo em sua fase de financeirização.

Palavras-Chave: Pós-modernismo; lógica cultural; financeirização; comunicação e capitalismo; economia política.

The cultural logic of capitalism contemporary from the work of Fredric Jameson

Abstract

This article presents the interface between culture and economy in the current phase of capitalism from the perspective of Fredric Jameson, American Marxist critic who claims postmodernism as the cultural logic of contemporary capitalism. Besides contextualizing the historical emergence of postmodernism, this article characterizes culture as a crucial component of the contemporary way of life, marked by individualism and consumerism. It demonstrates how the cultural logic expressed by postmodernism contributed to the consolidation of the regime of flexible accumulation and strengthened capitalism in its phase of financialization.

Keywords: Postmodernism; cultural logic; financialization; cultural mercantilization.

1 Introdução

O tema deste artigo, A lógica cultural do capitalismo contemporâneo a partir da obra de Fredric Jameson, remete a um debate de grande relevância na atualidade: o papel da cultura na reprodução do capitalismo. Compreender a reprodução cultural significa entender uma das formas de sustentação do modo de produção capitalista, uma vez que se trata da reprodução de uma maneira coletiva de viver, sustentada pelos indivíduos. “Dizer produção de cultura equivale a dizer produção

¹ Estudante de Ciências Sociais da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Mestre em Política Social pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES).

da vida cotidiana – e sem isso um sistema econômico não consegue continuar a se implantar e expandir”. (JAMESON, 2001, p. 60). Dessa forma, este artigo busca trazer o debate acerca de que mudanças culturais marcam a atual fase do capitalismo e, ao mesmo tempo, de que maneira a lógica cultural vigente contribuiu para a sustentação e manutenção desse sistema.

A fim de tecer uma reflexão sobre esses aspectos da sociedade contemporânea, optou-se por eleger Fredric Jameson² como o ponto de apoio para o debate, uma vez que é um crítico de cultura contemporâneo que preza pela análise da totalidade e que aborda, de forma inseparável, as relações entre cultura e economia. De acordo com Maria Elisa Cevasco (2010), Jameson reordena o debate acerca do caráter do presente principalmente após a queda do Muro de Berlim, quando o debate intelectual havia sido deslocado das questões econômicas e políticas – já que o capitalismo parecia ser o estado natural da humanidade e a democracia liberal a forma final de regime político – para o âmbito cultural, esfera em que era necessário discutir a criação de significados e valores que organizassem o modo de vida às necessidades do consumo.

Fredric Jameson incide justamente sobre o debate do pós-modernismo, apontando para um novo ponto de vista. Ele demonstra que a sociedade contemporânea não inaugura um novo momento histórico, ela apenas corresponde a mais um estágio do velho sistema capitalista, que possui sua expressão cultural no chamado pós-modernismo. Conforme Cevasco (2010), uma das grandes contribuições de Jameson para o debate contemporâneo foi mostrar que a lógica que permeia o funcionamento do capital na sua fase de expansão máxima é cultural. Nessa fase, o sistema requer uma sociedade de imagens voltada para o consumo. A cultura passa a estabelecer uma relação visceral com a economia, sendo a mais evidente expressão do capital, como explicita Cevasco:

Se antes a cultura podia até ser vista como o espaço possível de contradição, hoje ela funciona de forma simbiótica com a economia: a produção de mercadorias serve a estilos de vida que são criações da cultura e até mesmo a alta especulação financeira se apoia em argumentos culturais, como o da “confiança” que se pode ter em certas culturas nacionais ou as mudanças de “humor” que derrubam índices e arrasam economias. A produção cultural se tornou econômica, orientada para a produção de mercadorias: basta pensar nos investimentos que funcionam como garantias de filmes de Hollywood. (CEVASCO, 2010).

Embora haja diversas definições para o conceito de cultura, este artigo aborda a cultura como um elemento constitutivo da ordem social vigente. Raymond Williams (2000) afirma que “a ‘prática

² Fredric Jameson, considerado o teórico marxista da pós-modernidade, leciona Literatura Comparada e é Diretor do Programa de Pós-Graduação em Literatura do Duke Center for Critical Theory da Universidade de Duke, no estado da Carolina do Norte, nos Estados Unidos. Entre seus livros mais importantes estão *Pós-Modernidade: a lógica cultural do capitalismo tardio* (1991), *O Inconsciente político* (1981) e *Marxismo e Forma* (1971).

cultural' e a 'produção cultural' não procedem apenas de uma ordem social diversamente constituída, mas são elementos importantes em sua constituição". (WILLIAMS, 2000, p.12). Dessa forma, entende-se que as manifestações culturais não podem ser consideradas secundárias num processo de compreensão da ordem social, mas constitutivas e integrantes da mesma. Para Williams (2000), a cultura também é um sistema de significações mediante o qual necessariamente uma dada ordem social é comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada.

Tendo em vista esses elementos, é possível afirmar que estudar as manifestações culturais significa compreender as expressões do capitalismo, elemento marcante do projeto intelectual de Fredric Jameson, que buscou "esclarecer as relações entre um fenômeno particular e uma totalidade em movimento". (CEVASCO, 2001, p. 07). A singularidade e originalidade de Jameson consistem justamente em vincular diversas manifestações culturais profundamente fragmentadas na contemporaneidade a uma formulação totalizante do modo de produção capitalista em sua fase atual. Trata-se de resgatar as formulações teóricas que propuseram um reencontro entre a economia e a cultura a fim de contribuir para a compreensão da complexidade da sociedade capitalista.

2 A Emergência Histórica do Pós-Modernismo

Para iniciar a caracterização da lógica cultural da sociedade contemporânea a partir das ideias de Fredric Jameson, é importante destacar que, em sua visão, o modo de produção capitalista inaugura uma nova fase a partir de 1960, marcada por profundas transformações no âmbito sociocultural, político e econômico, com destaque para a plena integração da produção cultural à produção de mercadorias. No entanto, ele afirma que não há uma modificação na essência desse modo de produção, mas apenas na maneira como ele realiza o processo de reprodução social, ou seja, "o pós-modernismo não é a dominante cultural de uma ordem social totalmente nova [...], mas é apenas reflexo e aspecto concomitante de mais uma modificação sistêmica do próprio capitalismo". (JAMESON, 2007, p. 16). Partindo dessa perspectiva, o autor realiza uma verdadeira radiografia da cultura contemporânea, identificando elementos que conformam a lógica de funcionamento dessa fase do capitalismo, que se expressa no chamado pós-modernismo.

Para compreender as transformações político-econômicas do capitalismo no século XX e a consequente virada cultural representada pelo pós-modernismo, parte-se do pressuposto de que houve uma transição no regime de acumulação do capital e no modo de regulamentação social e política ao longo desse século, tal como é analisado por Harvey (1996). Segundo o autor, para que o

modo de produção capitalista funcione da melhor maneira possível de acordo com seus propósitos, é imprescindível que haja uma consonância entre o funcionamento do mercado e a garantia máxima de lucros e os hábitos, práticas políticas e formas culturais que exercem algum tipo de controle sobre a força de trabalho. Dessa maneira, é possível estabelecer um ordenamento social coerente e adequado ao funcionamento do sistema por um determinado período de tempo.

Nesse cenário, o regime de acumulação fordista foi insuficiente para conter as contradições internas do sistema capitalista e, a partir desse marco histórico, uma série de mudanças passou a ocorrer na forma de funcionamento do capitalismo, desde a reorganização do mundo do trabalho à configuração do sistema financeiro global, até uma virada cultural nos hábitos e costumes representada pelo que Fredric Jameson afirma ser o pós-modernismo. De acordo com Harvey (1996), o regime de acumulação flexível é a resposta do capital para contornar mais uma de suas crises sistêmicas.

Entre as principais características do regime de acumulação flexível está, no âmbito da produção, o surgimento de setores totalmente novos, com novas maneiras de fornecer serviços financeiros e taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional, o que provocou altos índices de desemprego estrutural. Ocorreu um crescimento do setor de serviços e muitas regiões geográficas industrialmente subdesenvolvidas foram inseridas no mercado mundial por meio da implantação de centros de produção das empresas transnacionais em seu território, onde os salários e os preços de matérias-primas são mais baixos, o que barateia os custos de produção; e onde a legislação ambiental é menos rigorosa e permite altos índices de poluição em atividades industriais pesadas.

As modificações no âmbito da produção também foram acompanhadas por alterações no consumo. Como os sistemas de produção flexíveis aceleram o ritmo de inovação do produto, por meio da inserção das tecnologias e de novas formas organizacionais, o ritmo de consumo também teve que ser acelerado, uma vez que o tempo de giro do capital na produção – chave de lucratividade – precisa da redução do tempo de giro no consumo. O tempo de duração de um produto foi consideravelmente diminuído e, aliado à obsolescência planejada, foi estimulada a criação de necessidades por meio de uma nova estética cultural³, como é afirmado por Harvey:

³ É interessante pontuar que, embora Fredric Jameson e David Harvey destaquem como característica principal da fase pós-moderna a mercantilização das formas culturais, a cultura como mercadoria pode ser identificada nas diversas etapas do capitalismo. O sociólogo Charles Wright Mills, em conferência proferida aos profissionais de design em 1958, por exemplo, abordou a subordinação da arte às instituições da economia capitalista. De acordo com Souza (2009), Mills critica a associação do designer com os interesses de venda, que os fazem criar objetos que serão desprezados rapidamente. “O designer ‘projeta o próprio produto como se fosse uma publicidade, pois seu objetivo e sua tarefa (...) não é tanto fazer produtos melhores mas fazer produtos que vendam melhor” (MILLS, apud SOUZA, 2009).

A estética relativamente estável do modernismo fordista cedeu lugar a todo fermento, instabilidade e qualidades fugidias de uma estética pós-moderna que celebra a diferença, a efemeridade, o espetáculo, a moda e a mercadificação de formas culturais. (HARVEY, 1996, p. 148).

A flexibilidade alcançada tanto na produção quanto no consumo, bem como na organização do trabalho foi possível, em grande medida, pela autonomia conseguida pelo sistema financeiro diante da produção real. De acordo com Harvey (1996), a transição do regime de acumulação fordista para o de acumulação flexível dependeu da disponibilidade de crédito e da capacidade de “formação de capital fictício”, que tem valor monetário nominal e existência como papel, mas num dado momento não tem lastro em termos de atividade produtiva real. Ao mesmo tempo em que essa foi uma saída encontrada para conter a superacumulação, representou a criação de uma situação inigualável de risco financeiro, que se concretizou na crise mundial dos últimos anos.

No âmbito da economia, Jameson (2007) aponta que a atual fase do sistema capitalista é marcada pelo predomínio do capital financeiro, que se articula em torno de empresas transnacionais no cenário mundial, transações bancárias e bolsas de valores. As dívidas dos países periféricos também compõem esse panorama, assim como uma nova divisão internacional do trabalho, que se modela pela emergência da automação, dos computadores e da containerização. A atual etapa do sistema capitalista é profundamente diferenciada das anteriores e muito mais complexa.

Os aspectos financeiros da organização capitalista e o papel do crédito também são apresentados por Harvey (1996) como algo verdadeiramente peculiar na atual fase do sistema. A emergência de novos instrumentos e mercados financeiros, associada à ascensão de sistemas altamente sofisticados de coordenação financeira em escala global, foi o que permitiu boa parte da flexibilidade geográfica e temporal da acumulação capitalista e o que conteve, nas últimas décadas, as tendências de crise do capitalismo. “O sistema financeiro alcançou um grau de autonomia diante da produção real sem precedentes na história do capitalismo, levando este último a uma era de riscos financeiros igualmente inéditos”. (HARVEY, 1996, p. 181).

Em consonância com a análise anterior, Toussaint (2002) afirma que um dos traços mais importantes da mundialização é o aumento do grau de financeirização dos grupos multinacionais, que se transformaram, cada vez mais, em grupos financeiros. De acordo com o autor, os principais atores nos mercados financeiros são os fundos de pensão privados, principalmente norte-americanos e britânicos; as sociedades coletivas de investimentos, como as de valores imobiliários; as grandes

companhias de seguros; os bancos multinacionais e algumas grandes empresas industriais multinacionais. Ele explica que, nessa fase do capitalismo, parte crescente dos capitais acumulados a partir de novos lucros não volta a ser reinvestida na produção, mas na especulação:

Esses capitais adicionais se precipitam no setor imobiliário e nas ações, a fim de especular nas Bolsas e de realizar operações de aquisição/fusão. Há alguns anos, as especulações com taxas de câmbio, as compras de títulos da dívida e as operações com derivativos vêm ocupando um espaço que cresce incessantemente. (TOUSSAINT, 2002, p. 91).

A reestruturação produtiva no âmbito econômico, com o predomínio do capital financeiro, consolidou as bases materiais para o desenvolvimento do pós-modernismo, uma vez que possibilitou o desenvolvimento do processo de globalização, contribuiu para a universalização de um padrão de consumo; para a produção de uma sensibilidade ligada à desmaterialização do dinheiro, marcada pela efemeridade das relações humanas e de consumo de bens materiais descartáveis; e o fortalecimento da Indústria Cultural⁴, ou seja, a integração entre a produção de cultura e a produção de mercadorias. Ainda que Jameson não tenha se detido a uma explicação minuciosa a respeito da financeirização da economia, ele apresenta uma contribuição bastante interessante no que se refere ao entendimento de como as expressões culturais do atual estágio do capitalismo acompanham a forma abstrata do capital. O que ele denomina de pós-modernidade são os sintomas desse estágio que articula o capital financeiro da sociedade globalizada e as abstrações advindas da tecnologia cibernética.

3. O Pós-Modernismo como a lógica cultural da atual fase do Capitalismo

Para compreender o motivo pelo qual Fredric Jameson afirma ser o pós-modernismo a lógica cultural do capitalismo contemporâneo é necessário compreender sua proposição de periodização cultural. Para ele, cada fase de desenvolvimento do sistema capitalista possui um conjunto de expressões culturais correspondentes. “O Realismo⁵ e o Modernismo⁶ devem ser vistos como

⁴ Indústria Cultural é um conceito desenvolvido por Theodor Adorno e Max Horkheimer, integrantes da Escola de Frankfurt, que se refere à produção cultural no capitalismo como produção de mercadorias. De acordo com os autores, a produção cultural e intelectual passa a ser guiada pela possibilidade de consumo mercadológico, assegurando a lucratividade do sistema. Além disso, a Indústria Cultural exerce uma função de preservação, reprodução e renovação do capitalismo, uma vez que atua na formação de um público consumidor.

⁵ O Realismo foi um movimento artístico e cultural que se desenvolveu na segunda metade do século XIX, que teve como característica principal a abordagem de temas sociais e um tratamento objetivo da realidade do ser humano. Possuía forte caráter ideológico, marcado por uma linguagem política e de denúncia dos problemas sociais.

expressões históricas específicas e determinadas do tipo de estruturas socioeconômicas às quais correspondem, a saber, o capitalismo clássico e o capitalismo de consumo”. (JAMESON, *apud* ANDERSON, 1999, p. 61). A partir da análise das mudanças no capitalismo na segunda metade do século XX, Jameson irá atualizar sua proposição de periodização cultural, e o pós-modernismo passará a ser considerado a nova expressão no âmbito da cultura do referido período.

Para Jameson (2007), a tarefa ideológica fundamental do conceito de pós-modernismo é de coordenar as novas formas de prática e de hábitos sociais e mentais com as novas formas de organização e de produção econômica que vêm com a modificação do capitalismo nas últimas décadas. O pós-modernismo deveria ser compreendido como uma dominante cultural e histórica não como um estilo entre muitos outros disponíveis. Segundo o autor, há uma diferença radical entre essas visões, pois essas duas abordagens acabam gerando duas maneiras muito diferentes de conceituar o fenômeno como um todo: “por um lado, julgamento moral (não importa se positivo ou negativo) e, por outro, tentativa genuinamente dialética de se pensar nosso tempo presente na história”. (JAMESON, 2007, p. 72). Dessa forma, o que Fredric Jameson denomina de pós-modernismo é inseparável da hipótese de uma mutação fundamental na esfera da cultura no capitalismo contemporâneo, que inclui uma modificação significativa de sua função social na atualidade.

Uma das principais características do pós-modernismo como lógica cultural do capitalismo contemporâneo, na visão de Jameson (2007), é a fusão entre a cultura e a economia, não existindo mais uma diferenciação entre esses campos. Essa característica difere o pós-modernismo do modernismo, uma vez que não há mais uma distinção entre a alta cultura e a cultura de massa, como era concebido pelo modernismo. Uma especificidade desse último era a compreensão da existência de uma relativa autonomia da cultura, como espaço de experiência autêntica em contraste com o ambiente circundante de cultura comercial. Havia no modernismo, minimamente, uma crítica à forma mercadoria e uma tentativa de transcendê-la. No pós-modernismo, entretanto, o que costumava ser estigmatizado como cultura de massa é agora admitido no circuito de um novo e ampliado domínio cultural. Todo objeto material ou serviço imaterial vira, de forma inseparável, uma marca trabalhável ou produto vendável. A reestruturação produtiva do modo de produção capitalista promoveu profundas alterações econômicas, políticas e culturais na sociedade e os impactos dessas transformações na produção cultural fez com que ela fosse orientada para a produção

⁶ O Modernismo foi um movimento artístico e literário, que surgiu na última década do século XIX, como uma crítica às consequências da industrialização, que desvalorizava a arte e o ser humano em detrimento da tecnologia e do progresso. Com o objetivo de romper com os padrões clássicos, os artistas modernistas buscavam novas formas de expressão, como cores vivas, figuras deformadas e cubos.

de mercadorias, de uma forma sem precedentes na história do capitalismo. “Na cultura pós-moderna, a própria cultura se tornou um produto exatamente igual a qualquer um dos itens que o constituem”. (JAMESON, 2007, p. 14). A orientação da cultura para a produção de mercadorias manifesta-se, principalmente, pela indústria do entretenimento, que está entre as mais rentáveis indústrias de exportação dos Estados Unidos, tornando-se um lucrativo negócio. A produção cinematográfica, teatral, literária e televisiva na atualidade é marcada pela forma mercadoria.

Na visão de Harvey (1996), o consumo de bens, após a década de 1970, começou a dividir espaço com o consumo de serviços para diversão, como espetáculos e eventos. Ele afirma que o tempo de vida desses serviços, como a ida a um museu ou ao cinema, embora difícil de estimar, é bem menor do que o de um automóvel ou de uma máquina de lavar. “Como há limites para a acumulação e para o giro de bens físicos, faz sentido que os capitalistas se voltem para o fornecimento de serviços bastante efêmeros em termos de consumo”. (HARVEY, 1996, p. 258). Os reflexos desse processo podem ser percebidos no âmbito da cultura, uma vez que a volatilidade e efemeridade de modas, produtos, técnicas de produção, processos de trabalho, ideias, valores e práticas estabelecidas foram acentuadas. A instantaneidade da cultura pós-moderna pode ser identificada na necessidade de produzir mercadorias que possam ser consumidas rapidamente, uma vez que é característica do regime de acumulação flexível a aceleração do tempo de giro do capital como forma de acentuar os lucros, conforme dito anteriormente. Por isso, a descartabilidade é um valor fundamental da cultura pós-moderna, a qual pode ser percebida em relação a bens de consumo que são jogados fora diariamente, como embalagens, guardanapos e roupas, mas também em relação a valores e estilos de vida, como o desapego a pessoas e lugares, a relacionamentos estáveis e a determinados modos de ser e agir.

Outro aspecto da cultura contemporânea é o consumo estético das próprias mercadorias, que passaram a contar com uma indústria específica que planeja suas imagens e as estratégias de venda, como é o caso da indústria da propaganda, da publicidade e do marketing. Na visão de Jameson (2007), o valor de troca se generalizou a tal ponto que a lembrança do valor de uso se apagou, pois se compram mercadorias muito mais pela sua imagem do que por sua utilização imediata. “A sociedade da imagem e da propaganda sem dúvida comprovam a transformação gradual das mercadorias em imagens libidinais delas mesmas, ou seja, quase que em produtos culturais”. (JAMESON, 2001, p. 64).

O avanço na produção de bens culturais, sobretudo em termos de imagens, fez com que a sociedade se configurasse como a sociedade do espetáculo, de acordo com Guy Debord (1997), na qual “tudo que era vivido diretamente tornou-se uma representação”. (DEBORD, 1997, p. 13). O

espetáculo não seria um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, que passou a ser mediada por imagens; “é o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem”. (DEBORD, 1997, p. 25).

A sociedade do espetáculo, que se expressa pela informação, propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimento, constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade. Segundo Debord (1997), a primeira fase da dominação da economia sobre a vida social acarretou, no modo de definir toda realização humana, uma evidente degradação do ser para o ter. A fase atual, em que a vida social está totalmente tomada pelos resultados acumulados da economia, leva a um deslizamento generalizado do ter para o parecer, “do qual todo ‘ter’ efetivo deve extrair seu prestígio imediato e sua função última”. (DEBORD, 1997, p. 18). Os produtos consumíveis na sociedade do espetáculo, por exemplo, são colocados no centro da vida social com caráter prestigioso até o momento em que são adquiridos pelas massas. A partir do momento que entram na casa das pessoas, tornam-se vulgares, revelando sua pobreza essencial.

Entre os impactos produzidos pelas relações sociais contemporâneas está o isolamento dos seres humanos, uma vez que esse é o princípio fundamental da técnica. “Do automóvel à televisão, todos os bens selecionados pelo sistema espetacular são também suas armas para o reforço constante das condições de isolamento das ‘multidões solitárias’”. (DEBORD, 1997, p. 23). Outro impacto é a alienação do espectador em favor do objeto contemplado, uma vez que, quanto mais ele aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo. “Em relação ao homem que age, a exterioridade do espetáculo aparece no fato de seus próprios gestos já não serem seus, mas de um outro que os representa por ele”. (DEBORD, 1997, p. 24).

Dessa forma, as próprias imagens tornaram-se mercadorias, com um tempo de giro de consumo extremamente curto e com a possibilidade de serem vendidas instantaneamente no espaço. De acordo com Harvey (1996), tendo em vista as pressões de aceleração do tempo de giro e a superação das barreiras espaciais, a mercadorização das imagens com características mais efêmeras são excelentes para a acumulação do capital, sobretudo quando outras vias de alívio da superacumulação parecem bloqueadas. “A efemeridade e a comunicabilidade instantânea no espaço tornaram-se virtudes a ser exploradas e apropriadas pelos capitalistas para os seus próprios fins”. (HARVEY, 1996, p. 260).

A não diferenciação entre os campos da cultura e da economia contribui para a compreensão dos elementos característicos da cultura pós-moderna, sobretudo do ponto de vista estético. Na visão de Harvey (1996), o capitalismo, para manter seus mercados, se viu forçado a produzir desejos e

estimular sensibilidades individuais para criar uma nova estética que superasse e se opusesse às formas tradicionais de alta cultura. Ele percebe a propaganda como a arte oficial do capitalismo, pois além de mediar a relação entre a cultura e a economia, atua de maneira crucial na construção dos valores e hábitos de vida, como o individualismo e o consumismo. As características da forma da produção cultural contemporânea relacionam-se às novas necessidades do capitalismo e conformam, na visão de Jameson (2007), a lógica cultural desse momento histórico.

Em termos gerais, Jameson (2007) compreende que o pós-modernismo possui como uma de suas características principais o enfraquecimento da historicidade, seja na esfera pública, seja na esfera privada. No âmbito da teoria, isso pode ser percebido pela utilização de qualquer teoria virtual sobre o presente para compreender o próprio presente, como se esse fosse um tempo singular diferente dos demais momentos do tempo humano. Trata-se de uma “patologia distintamente auto-referencial, como se nosso completo esquecimento do passado se exaurisse na contemplação vazia, mas hipnótica de um presente esquizofrênico, incomparável por definição”. (JAMESON, 2007, p. 16). O enfraquecimento da historicidade também pode ser percebido nas diversas obras de arte, que costumam não expressar o contexto histórico em que foram produzidas, característica presente no Modernismo.

A falta de profundidade e um novo tipo de superficialidade e volatilidade é outra característica da cultura pós-moderna. Além de estar presente nas relações humanas, também pode ser identificada nas obras de artes e na produção teórica. De acordo com Jameson (2007), as obras de arte não são mais unificadas ou orgânicas, mas um “quarto de despejo de subsistemas desconexos, matérias-primas aleatórias e impulsos de todo tipo”. (JAMESON, 2007, p. 57). A evidência da falta de profundidade está presente nos meios de comunicação de massa, a partir dos quais a maioria da população tem acesso aos conhecimentos gerais da realidade.

A fragmentação do sujeito foi profundamente reforçada a partir da evolução tecnológica, com destaque para o desenvolvimento de mídias como a televisão, a partir da Segunda Guerra Mundial. Os novos tipos de máquina que surgiram possuíam ação infinitamente mais vasta que os da primeira metade do século XX e a produção em massa de bens padronizados integrou a mesma dinâmica de produção da indústria bélica. De acordo com Anderson (1999), o primeiro avanço tecnológico de importância histórica mundial no pós-guerra foi a televisão, uma vez que se dava um salto qualitativo nas comunicações de massa. Anterior a esse período, o rádio era o instrumento de maior alcance temporal, ultrapassando a imprensa, pois conseguia cativar o público de modo permanente, já que era possível realizar diversos tipos de atividades ao som do rádio. Com a introdução da televisão, a

atenção do público para esse tipo de meio de comunicação é incomensuravelmente ampliada, tendo em vista que a audiência depende concomitantemente da visão e da audição.

O divisor de águas no âmbito tecnológico do pós-modernismo foi a generalização da televisão em cores no Ocidente no início dos anos 1970. “O modernismo era tomado por imagens de máquinas; agora, o pós-modernismo é dominado por máquinas de imagens”. (ANDERSON, 1999, p. 105). De acordo o autor, as mudanças tecnológicas, sobretudo no âmbito dos meios de comunicação, num contexto de profundas alterações econômicas e sociais do processo de reestruturação produtiva e de falta de perspectivas políticas com o declínio da experiência socialista soviética, foram os pilares para a emergência do pós-modernismo e configuram a cena cultural do final do século XX.

A torrente de imagens ininterruptas produzidas pela televisão impossibilita a competição de atenção com qualquer outro tipo de arte e marca uma mudança na relação entre tecnologia avançada e imaginário popular. Esse cenário acentua-se ainda mais com a ascensão da internet e demais meios de comunicação eletrônicos, como o celular, pelo qual se tem na palma da mão o acesso à rede mundial de computadores em qualquer tempo, ocasião e lugar.

Na visão de Jameson (2007), o vídeo, que inclui a televisão comercial, o vídeo arte e experimental, é a arte que mais evidencia a lógica cultural do capitalismo contemporâneo, ultrapassando o domínio cultural já exercido pela literatura e pelo cinema em outros momentos. A cultura no pós-modernismo está intimamente relacionada à mídia, que precisa ser compreendida na sua dimensão artística ou como forma específica de produção estética, com destaque para a produção de imagens; na sua dimensão tecnológica, que é organizada a partir de um aparato técnico inovador; e como instituição social, na medida em que exerce uma influência política nos rumos da sociedade. Em relação ao vídeo, em especial, sua característica principal é o fluxo ininterrupto de imagens, que dificulta um distanciamento crítico do telespectador e o trabalho da memória. O público é praticamente dissolvido no processo, o que reforça sua fragmentação. A lógica do simulacro, baseada na supremacia do instantâneo e do presente, contribui para que não haja uma visão de futuro e de projetos coletivos, o que fortalece a manutenção do *status quo*.

A fragmentação do sujeito também pode ser percebida na mutação do espaço, que fica mais evidenciada nas construções arquitetônicas pós-modernas. De acordo com Jameson (2006), elas são feitas de modo a ultrapassar a capacidade do corpo humano de se localizar no espaço, de organizar o seu entorno imediato pela percepção e até de mapear cognitivamente sua posição no mundo. A arquitetura pós-moderna possui características como “o estranho sentimento novo de uma ausência

do externo e do interno, o desnorreamento e a perda da orientação espacial [...], a desordem de um ambiente no qual as pessoas nem as coisas têm mais seu lugar”. (JAMESON, 2007, p. 138).

Na visão de Jameson (2007), no âmbito ideológico, a disputa política que permeia a sociedade no final do século XX é centrada fundamentalmente na retórica do mercado, a qual também contribui para a deslegitimação do discurso da esquerda. Existe um consenso construído de que nenhuma sociedade pode funcionar sem o mercado e que o planejamento econômico – marca dos países onde se desenvolveu a experiência do socialismo real – é absolutamente impossível. A proposição de que o mercado está na natureza humana, pois seria o espaço em que reina a liberdade de escolha, “é o terreno de luta ideológica mais crucial em nossa época”. (JAMESON, 2007, p. 271).

As razões do sucesso da ideologia do mercado não podem ser procuradas no próprio mercado e nas vantagens econômicas que ele supostamente poderia oferecer, mas na construção social da visão a respeito da economia dos países que passaram pela experiência do socialismo real e na vinculação do mercado à natureza humana. As soluções para as dificuldades no âmbito da produção das economias planificadas dos países socialistas, como o suprimento de matérias-primas, peças de reposição e outros componentes, são fornecidas pelo livre acesso ao mercado do tipo ocidental, como se a “liberdade de consumo” fosse a alternativa à escassez de bens e produtos. Há a construção social da polaridade “mercado, abundância de bens e livre escolha” versus “socialismo, escassez de bens e cerceamento da liberdade”. No entanto, não existe uma liberdade real na escolha do que se consome no capitalismo, já que a produção é uma decisão do capitalista, e há influência na formação dos gostos que definem a preferência por determinados produtos, ainda que, na aparência, o ato da escolha e da compra de bens seja visto como um ato de liberdade real.

De acordo com Jameson (2007), a força do conceito de mercado está na sua capacidade de oferecer um modelo da totalidade social, não se restringindo ao âmbito econômico, mas estendendo-se ao político. Nesse sentido, além de possibilitar a liberdade de escolha no consumo, o mercado também poderia “cuidar” das decisões políticas coletivas. Além de se pautar pelo fracasso de algumas experiências do socialismo real, cujo objetivo é deslegitimar qualquer iniciativa com vistas à transformação da ordem capitalista, o sucesso da retórica do mercado também se deve à ascensão das mídias, que possibilitou a oferta de mercadorias, pela propaganda, para milhões de pessoas ao mesmo tempo. O alcance da oferta de mercadorias para o consumo adquiriu uma dimensão gigantesca a partir da emergência de alguns meios de comunicação de massa, com destaque para a televisão. Esses meios fortalecem a perspectiva da “livre escolha” contida na retórica do mercado, na medida em que constroem a visão de que é o espectador que pode escolher determinado produto a partir de uma avaliação individual do que lhe é apresentado nas mídias. Com o advento da internet, a suposta

democracia dos meios de comunicação se eleva a outro patamar, na medida em que o consumidor pode interagir com os serviços de consumo, tendo a sensação de que está no controle do processo.

A mídia fortalece a lógica do mercado na medida em que os produtos à venda no mercado transformam-se no conteúdo das imagens da mídia, diferentemente de uma situação anterior, em que havia uma divisão mais estabelecida entre os produtos comerciais, que tinham o claro objetivo de vender bens de consumo, e os produtos informativos, como jornais. “Hoje os produtos estão difusos no tempo e no espaço dos segmentos de *entertainment* (ou mesmo nos noticiários), como parte do conteúdo, de tal forma que [...], às vezes não fica claro quando o segmento narrativo termina e começam os comerciais”. (JAMESON, 2007, p. 282). Essa situação pode ser exemplificada pelas propagandas de produtos em programas de entretenimento, como telenovelas. Além disso, pode-se afirmar que o conteúdo informativo dos meios de comunicação está subordinado à lógica do mercado no sentido da sustentação financeira dos veículos, uma vez que a principal forma de financiamento das grandes redes de mídias é o patrocínio empresarial, o que indica uma interferência econômica no conteúdo informativo e artístico.

A cultura do consumo passou a ser disseminada como o único modo de vida possível na ordem mundial vigente e globalizada e a integrar o tecido social que conforma o cotidiano da maioria dos países, fortalecendo o individualismo e corroendo os vínculos sociais. Esse modo de vida dissemina a ideia de que todos podem ser integrados socialmente por meio do consumo, não havendo uma diferenciação de classes sociais que impeça isso. Os consumidores não se veem como produtores de mercadorias, provocando uma cisão na maneira de se enxergar da classe trabalhadora, uma vez que é a capacidade de consumo que passa a determinar seu lugar na sociedade, não o processo de produção de mercadorias, como explica Aguiar (2010):

Uma das maiores “conquistas” simbólicas do projeto ideológico-cultural pósmodernista (que não pode ser nunca desvinculado do neoliberalismo enquanto projeto político-econômico) passa, precisamente, pela difusão de uma cultura consumista e, mais importante ainda, por uma cultura consumista que fundamenta uma frenética compra e venda de mercadorias a um conjunto de atos legítimos e necessários para o bem-estar do indivíduo. Desse modo, a figura mítica do consumidor sobrepõe-se à localização objetiva do trabalhador, procurando apagar as marcas desta última. (AGUIAR, 2010, p. 102).

4 Considerações Finais

Este artigo teve como objetivo principal esboçar os estudos sobre o papel da cultura na reprodução do capitalismo, a partir da obra de Fredric Jameson, que afirma ser o pós-modernismo a lógica cultural do sistema em sua nova fase. Afirmou-se que a emergência do pós-modernismo como lógica cultural da atual fase do capitalismo só pode ser compreendida a partir das transformações político-econômicas e culturais que ocorreram no decorrer do século XX. A mudança no regime de acumulação do capital, que passou do regime de acumulação fordista para o regime de acumulação flexível, com o intuito de recuperação das crises sistêmicas e de garantia máxima dos lucros, é um fator fundamental para entender a mudança na dimensão cultural do modo de produção na segunda metade do século XX.

A maneira como a lógica cultural expressa pelo pós-modernismo contribuiu para a consolidação do regime de acumulação flexível e fortaleceu o capitalismo financeiro ocorreu de duas formas. A primeira delas se desenvolveu na esfera da produção e do consumo, na medida em que foi inaugurada a produção de bens com curto tempo de vida útil, rapidamente descartáveis e de consumo instantâneo. Para estimular esse consumo, foi desenvolvida uma poderosa indústria da propaganda, que cria necessidades em torno de determinados produtos que passam a estar em evidência e na moda. Uma estética cultural que “celebra a diferença, a efemeridade, o espetáculo, a moda e a mercadificação de formas culturais” (HARVEY, 1996, p. 148) é utilizada para potencializar o consumo. Essa forma de produção acelera o tempo de giro do capital, aumentando sua lucratividade. Há também uma grande oferta de serviços culturais de consumo bastante efêmero, como idas aos museus e ao cinema. As produções cinematográficas de Hollywood, por exemplo, tornaram-se negócios extremamente rentáveis, o que significa afirmar que há uma lucratividade real com a produção de bens culturais na atual fase de produção do capitalismo, o que indica que a cultura constitui-se como um grande negócio. A partir disso, pode-se resgatar a afirmação de Fredric Jameson de que não existe uma diferenciação entre os campos da economia e da cultura na contemporaneidade.

A outra maneira que explicita como o pós-modernismo contribuiu para o processo de reestruturação produtiva se desenvolveu na esfera da construção simbólica e ideológica, pois essa lógica cultural fortaleceu a fragmentação da classe trabalhadora já potencializada pelo processo de reestruturação produtiva. A identidade de classe cedeu lugar a uma identidade, em primeiro lugar, de consumidores de mercadorias e não mais de produtores, ocultando o protagonismo dos trabalhadores na produção da vida social. Essas características são explicitadas na produção cultural

atual, sendo o vídeo a maior expressão disso, uma vez que o fluxo ininterrupto de imagens dificulta que o espectador se situe no tempo e no espaço. O sujeito é individualizado e atomizado na sua condição de espectador e consumidor, o que contribuiu para fragilizar sua organização como classe social.

Na atualidade, o discurso sobre a necessidade imprescindível do mercado caracteriza as disputas políticas, ideológicas, pois reitera a liberdade de consumo, a existência da democracia liberal e a inclusão social como virtudes do sistema. Há também um rechaço ao estabelecimento de qualquer tipo de controle econômico e as experiências de planificação da economia de países socialistas são desqualificadas. A perspectiva de mudança de ordem social é afastada do horizonte, já que as reivindicações históricas, como igualdade, universalidade, liberdade, estão aparentemente contempladas na atualidade, pelo consumo estendido em âmbito mundial. A mundialização desse modelo de vida, cujas características partem dos Estados Unidos devido a seu papel na geopolítica mundial, assimila também as culturas locais dos países, garantindo a dominação dessa forma de viver. Pode-se concluir que a lógica cultural pós-modernista atua para a fragmentação do sujeito, em âmbito mundial, como consumidor individual, livre, autônomo, flexível, que vive o presente e o instantâneo, sem memória e sem projeto coletivo de futuro.

Pode-se concluir, portanto, que o domínio da classe burguesa na atual fase do capitalismo se constitui e se expressa pela lógica cultural pós-modernista, a qual perpassa todos os elementos constitutivos da vida social. Há uma intensificação das estruturas de convencimento da classe dominante na contemporaneidade. A reversão dessa situação e a construção de uma contra-hegemonia são desafios que se colocam na ordem no dia para a classe trabalhadora.

Referências Bibliográficas

AGUIAR, João Valente. Cultura e dominação de classe: o projecto ideológico pósmodernista e a retracção identitária e política das classes trabalhadores centrais. In: *Revista Praia Vermelha*. Rio de Janeiro: v.20, nº 1, Jan-Jun 2010, p. 95-108.

ANDERSON, Perry. *As origens da Pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

CEVASCO, Maria Elisa. Prefácio. In: *A cultura do dinheiro: ensaios sobre a globalização*. Jameson, Fredric. Petrópolis (RJ): Vozes, 2001, p. 07-16.

_____. O sentido da crítica cultural. *Revista Cult*. São Paulo, n.122, 14 mar 2010. Disponível em <http://revistacult.uol.com.br/home/2010/03/o-sentido-da-critica-cultural/>. Acesso em 01 mai 2011.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

HARVEY, David. *Condição Pós-moderna*. 6. ed. São Paulo: Loyola, 1996.

JAMESON, Fredric. *A cultura do dinheiro: ensaios sobre a globalização*. Petrópolis (RJ):

Vozes, 2001.

_____. *A virada cultural: reflexões sobre o pós-moderno*. Rio de Janeiro: Civilização

Brasileira, 2006.

_____. *Pós-Modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. 2.ed. São Paulo: Ática,

2007.

SOUZA, Candice Vidal e. Instruções para a vida intelectual. *Comunidade Virtual de Antropologia*. Resenha da Edição N° 53, 24 nov 2009. Acesso em 23 fev 2015. Disponível em http://www.antropologia.com.br/res/res_atual.htm

TOUSSAINT, Eric. *A bolsa ou a vida*. São Paulo: Perseu Abramo, 2002.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura*. 2.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.