

trabalho *necessário*

issn: 1808-799X

ano 3 número 3 - 2005

SOBRE ESTÉTICA E DESIGN

Marcos Antonio Esquef Maciel [\[i\]](#)

Introdução

No seu já clássico ensaio *Ideologia da estética* (1993), Terry Eagleton, professor inglês de teoria da literatura e um dos mais conceituados críticos marxistas de arte da atualidade, propõe-se a examinar o pensamento estético que compreende ser instaurador da modernidade. Em outras palavras, a obra de Eagleton procura apreender na filosofia de Baumgarten, Kant, Schiller, Hegel e Marx, dentre outros, o esforço destes autores em interpretar a sensibilidade do mundo burguês-industrial. Segundo Eagleton, a justificativa para tal empreendimento decorre do reconhecimento da importância daquele esforço de interpretação no sentido de que, desde o século XVIII e por todo o século XIX e grande parte do século XX, teria deixado como legado um amplo conjunto de narrativas mestras que iriam compor aquilo que ele compreende ser a ideologia estética da modernidade.

Analisando o pensamento estético de Marx, Eagleton identifica o sentido inaugural dado por Baumgarten ao conhecimento sensível tendo em vista a reconciliação entre os sentidos e o espírito. De acordo com o professor inglês, em 1750, Alexander Baumgarten teria dado início à moderna tradição do pensamento estético com a elaboração de um discurso filosófico sobre o corpo, mediante o qual ele buscaria reconciliar as coisas e o pensamento, as sensações e as idéias, o material e o imaterial apartados pela “miopia da filosofia clássica”. Desta forma, ainda de acordo com Eagleton, a estética passaria por um

processo de reversão da sua forma positiva original e as violentas polarizações travadas entre o idealismo anti-sensual de uns e o materialismo irregenerado de outros, transformaram-na, quase um século depois, numa “anestésica” (Eagleton, 1993, p.17-147 *apud* Reis, 2002-2003).

A partir de meados do século XIX, o grande desafio da estética passou a consistir, fundamentalmente, no projeto de pensá-la a partir do próprio corpo, de sua materialidade, apartado de um tipo de razão que reivindicava, desde sempre, um espaço próprio. Tal desafio seria, então, assumido por Marx (“o corpo trabalhador”), e posteriormente com Nietzsche (“o corpo como poder”) e Freud (“corpo do desejo”), sendo que, a partir deles, o projeto de Baumgarten seria devidamente recuperado, na verdade, reinventado (Eagleton, 1993, p.146-147, *apud* Reis, 2002-2003).

Estética em Marx

Para Marx o “próprio elemento do pensamento, [...] o elemento da expressão vital do pensamento, a *linguagem*, é natureza sensível. [...] a reflexão teórica deve ser ela mesma pensada como prática material” (Eagleton, 1993, p.147). Nos seus *Manuscritos Econômicos e Filosóficos* (MEF), ele escreve que

A percepção sensível [...] deve ser a base de toda ciência. Só quando a ciência na sua forma dupla da consciência sensível e da necessidade dos sentidos — i.e. só quando a ciência começa pela natureza — ela é verdadeiramente ciência. Toda a história é uma preparação, um desenvolvimento, para que o homem se torne o objeto da consciência sensível e para que as necessidades do “homem enquanto homem” tornem-se necessidades (sensíveis) (Marx, apud Eagleton, 1993, p.147).

Nesse sentido, Eagleton indica que, para Marx, o mundo é o corpo do ser humano. E é neste mundo construído que está projetado o seu corpo, sendo assim, “os homens e as mulheres são eles mesmos descorporificados, espiritualizados” (1993, p.147). O sistema de produção econômica é para ele, uma “metáfora desmaterializada do corpo”. Do mesmo modo como ele aponta nos *Grundrisse* da agricultura; a conversão do solo como um prolongamento do corpo. Dessa forma, o capital se transforma em um “corpo substitutivo do capitalista”, munindo-o com uma “forma vicária de sensibilidade”. E ainda, se a “essência fantasma” das coisas se encontra no “valor de troca”, logo é o seu “valor material” que os provém de “existência corpórea” (Idem).

De acordo com Marx, o corpo humano mediado pelas “suas extensões que nós chamamos de sociedade e tecnologia, chega a superar a si mesmo e a levar a si mesmo até o nada”, diminuindo a sua própria riqueza sensível a uma “cifra” ao transformar o mundo em um órgão de seu corpo. Para ele a percepção sensível é “a estrutura constitutiva da prática humana, mais que um conjunto de órgãos contemplativos”. A propriedade privada é a “expressão sensível da alienação do homem em relação ao seu próprio corpo”, é o desprender da nossa “plenitude sensível” para o impulso único de possuir. Ele mostra que os nossos “sentidos físicos e intelectuais foram substituídos pela simples alienação de todos”, no sentido de *ter*. E ainda, complementa, ressaltando que “para dar à luz sua riqueza interior, a natureza humana foi reduzida à sua absoluta pobreza” (*apud* Eagleton, 1993, p.147).

A vida sensível sofre uma polarização e ruptura. Num patamar, está situado o capitalismo que reduz a plenitude corpórea humana “à simplicidade crua e abstrata da necessidade”, transformando os nossos impulsos em instintos. Portanto, para Marx o capitalismo

Reduzindo as necessidades do trabalhador ao mínimo necessário para manter sua existência física e reduzindo sua atividade ao movimento mecânico mais abstrato [...] Ele transforma o trabalhador num ser sem necessidades nem sentidos e a sua atividade numa pura abstração de toda atividade (*apud* Eagleton, 1993, p.149).

Entretanto, existe dentre as contradições do capitalismo, uma que merece ressaltar nesse contexto, a de que se o “trabalhador é devastado pela necessidade, o desocupado das classes altas é aleijado pela falta dela”. Ou ainda, se pelo capitalismo é “roubado” do trabalhador os seus “sentidos”, o mesmo é acometido para ele próprio (o capitalismo). No entanto, existe uma vantagem para o capitalista, pois o mesmo substitui vicariamente a sua sensibilidade alienada, pelo dinheiro. Num certo sentido: “tudo o que você é incapaz de fazer, o seu dinheiro vai fazer por você [...]” (Marx, *apud* Eagleton, 1993, p.147). Então, para Marx, o dinheiro é “puramente estético, auto-alienado, auto-referente, autônomo” (*apud* Eagleton, 1993, p.149). Tem o poder de transmutar um objeto, de imediato, em qualquer outro.

Marx se torna estético quando crê que a prática dos poderes, das capacidades e dos sentidos humanos, é em si mesmo, um fim absoluto, não necessitando de uma justificativa utilitária. Entretanto, para se dar a restauração dos “poderes pilhados” de volta ao “corpo”, (segundo o pensador, objetivo do marxismo), será necessária a superação da propriedade privada, isto é, só através da “prática rigorosamente instrumental da destruição das relações sociais burguesas”. Portanto, para se viver esteticamente, os nossos impulsos deverão se libertar da tirania das necessidades abstratas, e o objeto (igualmente) retornar ao seu valor de uso sensível (*apud* Eagleton, 1993, p.150).

Nos seus *Manuscritos Econômicos e Filosóficos* (MEF), Marx evidencia como verdadeira produção humana — o impulso para criar, sem a necessidade imediata para o fazer. Na prática da atualização de nossos poderes humanos, já está inerente uma atividade prazerosa da própria natureza humana, sem justificativa funcional, do mesmo modo que uma obra de arte. Como ele mesmo comenta: “Um escritor não encara o seu trabalho como um meio para um fim. O trabalho é um fim em si mesmo; e será tão pouco um ‘meio’ para ele e outros, que, se necessário, ele sacrificará a sua própria existência pela existência de sua obra”. E ainda, “Nós experimentamos a riqueza sensível das coisas ao trazê-las para o interior de nossos projetos significativos – e esta instância difere, por um lado, do instrumentalismo bruto do valor de troca, e de outro lado da especulação estética desinteressada” (Marx, *apud* Eagleton, 1993, p.152).

Para Marx, a transformação do objeto em um “receptáculo vazio”, que prossegue ao domínio do valor de troca e à desumanização da necessidade, é o que viola o seu ser estético (objeto). Logo, não é o seu uso (*idem*). O fetichismo da mercadoria expelle a “especificidade das coisas, reduzindo o seu conteúdo sensível a uma idealidade da forma”. Eagleton afirma que o discurso estético direciona-se para uma alienação entre os sentidos e o espírito, entre o desejo e a razão, e para Marx, esta alienação está baseada na “natureza da própria sociedade de classes” (1993, p.153). Conforme ele explica, é expulso do processo de trabalho, qualquer prazer corpóreo, estando esse subordinado e imposto à uma lei abstrata, oriunda da crescente instrumentalização da natureza e da humanidade sob o capitalismo.

Eagleton aponta que o homem (através do seu corpo) se vê diante de duas vertentes: a racionalização e mercantilização dos seus poderes produtivos, e a redução dos seus “impulsos simbólicos e libidinais” ao desejo bruto, que são expulsos para fora, se considerados redundantes (1993, p.154). Para ele, uma vivência “verdadeiramente” estética — uma relação entre a natureza e a sociedade, ao mesmo tempo sensual e racional — deve se situar de um lado, por uma moral que desvalorize os aspectos corpóreos e sensíveis do homem, e de outro por um exarcebado esteticismo. Se retirarmos da criatividade humana a produção material, ela se dispersa na “fantasia idealista”, ou “enlouquece naquela imitação cínica de si mesma conhecida como desejo possessivo”. No sistema capitalista, impera uma razão “formalista”, mas que deve ser reincorporada à mesma o que ela expele como resto, sobra, ou excesso. A razão e o prazer estão em disputa, logo o objeto artístico tem o dever de encontrar meios para promover a reconciliação, isto é, trazendo a sensualidade para a razão e a racionalidade para o prazer.

Para ele o que a estética tenciona solucionar, de uma forma imaginária, o porquê em certas condições históricas, a “atividade corpórea humana gera um leque de formas ‘racionais’ pelas quais o corpo, ele mesmo, é então confiscado” (1993, p.154). Para Marx, no conceito de valor de uso reside a reunião entre o sensível e o racional. Contudo, enquanto a mercadoria [\[iii\]](#) reinar sozinha, não haverá liberação do valor de uso. Para a realização do estético, o mesmo tem “que se passar para o político” (*apud* Eagleton, 1993, p.154). Para que seja sanado o corte entre o “desejo bruto e a razão descorporificada”, deve-se promovê-lo mediante uma “antropologia revolucionária” que busque incessantemente as “raízes da racionalidade humana até a fonte escondida nas necessidades e capacidades do corpo produtivo” (Eagleton, 1993, p.154).

Haug introduz um conceito de “estética da mercadoria”, o qual quer designar “um complexo funcionalmente determinado pelo valor de troca e oriundo da forma final dada à mercadoria, de manifestações concretas e das relações sensuais entre sujeito e objeto por elas condicionadas” (1997, p.15). A mercadoria, apresentando-se como puro valor de troca, extingue de si mesma qualquer resquício de matéria. Como um “objeto aurático sedutor”, ela evidencia seu ser sensível, na sua singularidade, como uma “espécie de

espetáculo espúrio de materialidade”. No entanto, essa mesma materialidade se apresenta sob uma forma abstrata, contribuindo para ocultar as relações sociais concretas da sua produção. (Eagleton, 1993, p.154).

Marx afirma que o capitalismo é uma “questão de coações e constrições, com a camisa-de-força do valor de troca impedindo a livre criação do valor de uso” (*apud* Eagleton, 1993, p.157). E continua, indicando que no modo capitalista de produção se manifesta uma medida: “a do tempo de trabalho”. Nos *Grundrisse*, Marx diz que a verdadeira riqueza é “a elaboração absoluta das potencialidades criativas (humanas), sem qualquer pressuposto além do desenvolvimento histórico anterior, i.e., o desenvolvimento de todos os poderes humanos como um fim em si mesmo, não como algo medido por um padrão *predeterminado*” (Idem).

Eagleton em sua reflexão aponta que se pode afirmar a existência de duas espécies de “estética” para Marx: uma que pode ser chamada de “estética do belo”; e a outra, “estética do sublime” (1993, p.158). Contudo, há um “mau sublime” para ele, que segundo o mesmo, está no “movimento incansável e excessivamente imaginoso do próprio capitalismo, sua dissolução das formas e fusão das identidades, confundindo todas as qualidades específicas num processo indeterminado e puramente quantitativo”. Assim sendo, o movimento da mercadoria, na qual, “cada objeto refere-se ao próximo, e este ao próximo”, num processo indefinido, é um “mau sublime”. Para Marx, o dinheiro é “uma espécie de sublime monstruoso, um significante infinitamente proliferante que perdeu toda relação com o real [...]” (Idem).

Marx compreende a história moderna como o propósito imanente do capitalismo, o de ser movido pelos objetivos mais mesquinhos de lucro e auto-interesse, i.e., a maior acumulação de forças produtivas, jamais vista (*apud* Eagleton, 1993, p.162). Haug, corroborando as palavras de Marx, aponta que o mundo em que vivemos foi “usurpado pelo capital que se utiliza dele e domina a ele e a nós” (1997, p.193). E que esse interesse mesquinho, essa desenfreada fome de lucros desejada pelos grandes capitais, colocou o mundo em uma “aglomeração de mercadorias, terrenos privados e montes de lixo” (Haug, 1997, p.193).

Marx aponta que, na divisão do trabalho, concentram-se, ao mesmo tempo, as formas de mutilação e de nutrição que produzem “novas habilidades e capacidades”, contudo, de uma maneira “mutiladamente parcial” (*apud* Eagleton, 1993, p.163). Os “poderes criativos” humanos que possibilitam o progresso da humanidade em atender às suas necessidades de sobrevivência, de saúde, de prover contra a fome, de se proteger de catástrofes naturais, etc., são esses que também o instrumentalizam, fazendo com que a própria humanidade se torne prisioneira e presa desses. Ou melhor, tomando o exemplo: “cada novo meio de comunicação é, ao mesmo tempo, um instrumento de divisão e alienação”. Eagleton afirma que a cultura é

ao mesmo tempo um documento de civilização e o registro da barbárie, as duas estão tão imbricadas quanto a frente e o verso de uma folha de papel. O desenvolvimento capitalista leva o indivíduo a novos patamares de uma autoconsciência sofisticada, a uma riqueza intrincada da subjetividade, no ato mesmo de produzi-lo como um egoísta predador (1993, p.163).

A arte, na visão de Marx, “floresceu em condições de imaturidade social, como na Grécia Antiga, quando a qualidade e a proporção ainda podiam ser preservadas do domínio da mercadoria” (*apud* Eagleton, 1993, p.164). No entanto, quando ela adentra num contexto de uma época histórica mais desenvolvida, se enquadrando agora, com uma notória influência da quantificação, ela inicia uma degeneração da sua perfeição anterior. Sob o domínio dos interesses da produção capitalista, essa arte (contemplação) dita “pura” — a que transfere uma imagem do mundo; passa a ser interessada e aplicada — enfocando imagens de valores de sociedade, sob uma ótica interessada. Poderíamos afirmar que uma “nasce” da contemplação, e a outra do utilitarismo. Contudo, será que em ambas estarão contidos os aspectos característicos da “estética da mercadoria”?

Design, estética e mercadoria

Haug indica que na expressão “estética da mercadoria” coexiste uma restrição dupla: a “beleza” — “a manifestação sensível que agrada aos sentidos” —; do outro lado, uma outra “beleza que se desenvolve a serviço da realização do valor de troca e que foi agregada à mercadoria, a fim de excitar no observador o desejo de posse e motivá-lo à compra (1997, p.16). E continua, considerando que se o valor que foi agregado à mercadoria, sob a forma

de “beleza”, causa satisfação a alguém, então entra em cena a sua “cognição sensível e o interesse sensível que a determina”. E ainda, afirma que a “transformação do mundo das coisas úteis desencadeou forças instintivas e meios determinados por suas funções, que padronizam completamente a sensualidade humana ao mundo das coisas sensíveis” (Haug, 1997, p.16).

Ele demonstra que em tudo que vivemos, i.e., o que necessitamos, comemos, consumimos, onde moramos, como a nossa vida é organizada, como nos vestimos, nos embelezamos, a maneira como vemos a beleza nos outros, etc., é explorado e configurado por uma força poderosa e dominante, que ele denomina de “interesse capitalista”. O que “importa ao capital é a ânsia de lucro”, portanto, seu “único planejamento”. “As coisas, o país e as pessoas são constantemente triturados pela máquina de moer do capital” (Haug, 1997, p.194).

Também aponta como objetivo central para a produção de mercadorias, a sua produção para venda. E existe uma tendência que promove novas mudanças no corpo da mercadoria e na sua forma de uso, que emerge da contradição entre o valor de uso e de troca. Esses valores se inter-relacionam e estão embutidos nas mercadorias. Ou seja, até a última fase da produção capitalista de mercadorias — sua consumação, no sentido do ato de venda das mesmas — revela-se, inicialmente a perspectiva do valor de troca, e quando o consumidor se apropria do produto, manifesta-se, dessa forma, o valor de uso nele imbricado. Importa, sob a perspectiva do valor de troca, até o final, o valor de uso que está “prometido” na mercadoria.

Haug diz que nessa fase “reside desde o princípio uma ênfase acentuada na manifestação do valor de uso que desempenha tendencialmente, o papel de mera aparência” (1997, p.26). E que o aspecto estético que está colocado na mercadoria — “manifestação sensível e sentido de seu valor de uso” — é separado, nesse momento, do objeto. A sua aparência se torna imprescindível no ato da compra, enquanto objeto (ser). “O que é apenas algo, mas não parece um ‘ser’, não é vendável. O que parece ser algo é vendável”. Num sentido econômico, a aparência estética da mercadoria — valor de uso prometido — se aproxima e se torna ao final, obrigatório, em razão da concorrência (idem, p.27). Nessa

relação se faz presente, muito imbricadamente, o *design* de produtos, contribuindo, queiramos ou não, para a materialização desse fenômeno mercadológico. O *design*, enquanto arte e técnica, encontra-se, constantemente balizado de um lado por uma preocupação estética; de outro, determinado por uma ética.

A ética e estética como design reformador

Nas fases iniciais da industrialização mundial houve muita reação ao processo de produção ora instalado e em decurso. Muitos foram os movimentos de oposição. O *design*, a princípio foi proposto como um palco de lutas buscando a resistência à produção capitalista industrial, como uma propensão de ser um agente opositor, principalmente em relação aos novos costumes de vida e de trabalho estabelecidos e impostos pela produção fabril e pela mecanização da produção. Denis (2000) aponta que não se pode duvidar que a industrialização era vista como “uma ameaça ao bem-estar comum e aos valores mais elevados da sociedade”, assim sendo, em meio à essas críticas, surgiram as primeiras idéias de que o *design* poderia ser um “agente de transformação”.

Dessa forma, as características filosóficas, estéticas e formais dos produtos, mudavam em decorrência de cada corrente de *design* que era predominante. Com efeito, na Inglaterra surgiram manifestações de que o *design* poderia promover a reforma do gosto alheio. Eram manifestos arquitetônicos, artísticos e literários, com ideários do tipo: “princípios verdadeiros de pureza e honestidade”. Dentre algumas personalidades, podemos destacar A. W. N. Pugin, que insistia no retorno da estética gótica e um certo fervor religioso para a arquitetura – o *Gothical Revival*.

John Ruskin, embora comungando com os pensamentos de Pugin, indicava como principal problema estilístico e projetual, a forma como era organizado o trabalho industrial – a sua divisão de tarefas. O que, segundo ele, condicionava o mau gosto estilístico, a má qualidade dos produtos, era a “desqualificação sistemática”, oriunda da exploração dos trabalhadores que produziam as mercadorias. O pensamento que dele advinha, era o de que, na sociedade artesanal, havia as corporações de ofício que mantinham um padrão quase que invariável, nas habilitações dos artesãos. Contudo, sob um novo modo

produtivo, em que se exigia produtos estandardizados, mais baratos e em maiores quantidades, essa antiga sociedade de artesãos não vingaria.

Ruskin apontava para uma questão ética do *design* dos produtos, no sentido de que o problema estava em manter a satisfação e o prazer dos trabalhadores na produção, e não no estilo (estética-formal) dos objetos. E Denis ressalta que Ruskin pode ser considerado como “um dos primeiros a se dar conta dos limites do crescimento industrial em termos ambientais” (2000, p.71).

William Morris (principal personagem articulador do movimento *Arts and Crafts*) também compartilhava dessas idéias, e deu início a vários empreendimentos que situavam o *design* sob um patamar artesanal e semi-industrial. Denis (2000, p.75) ressalta que a filosofia industrial e empresarial do *Arts and Crafts* era de cunho socialista. Morris e os seus seguidores visavam, dentre os outros aspectos já mencionados, a uma relação mais igualitária e democrática entre os trabalhadores na produção e tendiam a restringir a escala e o ritmo de produção fabril, até aos limites que a máquina executaria com perfeição. Desse modo, quantidade e velocidade não eram os ditames dessa corrente.

Argan demonstra que, em linhas gerais, sob a ótica formal, o industrialismo moderno possui três fases: a) a da “repetição mecânica ou da ‘despersonalização’ dos motivos e processos formais do artesanato”^[iii]; b) a segunda fase está caracterizada por um racionalismo científico dos processos mecânicos, os quais levam a um reducionismo do belo para o prático, e este ao racional^[iv]; c) a terceira fase “nasce das transformações profundas que a idéia de ciência e, portanto, a idéia da racionalidade humana sofreram nas últimas décadas”. Nesse momento, já não são verdades somente as que se apresentam com caráter racional, expressas em fórmulas e dogmas, e sim em formas, que podem ser alcançadas através de “processos intuitivos, totalmente semelhantes àqueles que são tradicionalmente reconhecidos como típicos processos estéticos” (2000, p.118-120).

Argan aponta ainda que a esfera da produção, compreendida como “expressão da criatividade social”, deixa de ser meramente repetitiva, e renova-se mediante a introdução

de novas formas (Idem). Ele ressalta o aspecto de que a

mera repetição é produto do regime monopolista, isto é, da involução capitalista; apenas renovando continuamente seus tipos poderá dar lugar a uma produção de alto valor social, ou seja, capaz de acelerar o ritmo do progresso ou de identificar-se com a espontânea, contínua recriação das estruturas da sociedade (Argan, 2000, p.120).

Ele ainda aponta que é nessa terceira fase, a atual, que existe a tentativa de se solucionar “o conflito entre capital e trabalho recorrendo a uma nova classe, ou mais precisamente a uma nova categoria (os técnicos) privada de caráter e de tradição de classe”. Se não há lugar para uma “espiritualidade” que não demonstre produtividade ou criação, então o “inventor de formas (o artista) entra na categoria dos técnicos, em igualdade de direitos com o inventor de processos”. Aqui reside um pressuposto que dita que “a experiência da realidade” se materializa no fazer e não contemplar, logo “a cada ato humano está ligada uma experiência formal ou estética”. O fator estético, estando presente, demonstra a “positividade social da produção, ou da sua criatividade interna”. Da mesma maneira que sem a presença desse fator, caracteriza a “negatividade social da produção” (2000, p.120).

Não obstante, para finalizar, é importante destacar, mediante os escritos de Denis (2000), o fato de que a mais duradoura contribuição desses movimentos reformistas, reside no ideário de que o “design possui o poder de transformar a sociedade”, ou seja, que através das mudanças de padrões estéticos do gosto e do consumo, seriam promovidas transformações sociais mais profundas. Ele aponta, ainda, para a existência de uma tendência (certa ou errada) no *design* em reduzir questões éticas a questões estéticas, entretanto, é importante ressaltar para “longevidade do fascínio exercido pela ideologia do design como panacéia moral ou social”. E, ainda, complementa, afirmando que na sociedade industrial tardia, creditam-se “às formas exteriores geradas pelo design e pela moda o poder de transmitir verdades profundas sobre a identidade e a natureza de cada um” (Denis, 2000, p.77).

Referências bibliográficas:

ARGAN, Giulio Carlo. *Projeto e destino*. São Paulo, Editora Ática, 2000.

DENIS, Rafael Cardoso. *Uma introdução à história do design*. São Paulo. Edgar Blücher,

2000.

HAUG, Wolfgang Fritz. *Crítica da Estética da mercadoria*. São Paulo. Fundação Editora UNESP, 1997.

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

REIS, Ronaldo Rosas. *Pós-modernismo, globalização e a formação estético-cultural do trabalhador urbano do Rio de Janeiro*. Niterói, UFF - Programa de Pós-Graduação em Educação, projeto de pesquisa, 2002-2003.

_____. "Do mundo objetivo ao mundo objeto: Formação do imaginário Estético-cultural do capitalismo". *In Ciberlegenda, Revista Eletrônica Permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFF*, <www.uff.br/mestcii/rep>

[i] Mestre em Educação (UFF) e Professor de Design do CEFET Campos

[ii] Para Marx, a mercadoria “é o lugar de uma curiosa perturbação das relações entre o espírito e os sentidos, a forma e o conteúdo, o universal e o particular: ela é, e ao mesmo tempo não é, um objeto, é ‘perceptível e imperceptível pelos sentidos’, [...] ela é uma falsa concretização, mas também uma falsa abstração das relações sociais. [...] a mercadoria está ao mesmo tempo presente e ausente; ela é uma entidade tangível cujo significado é inteiramente imaterial e está sempre alhures, nas suas relações formais de troca com outros objetos. [...] O dinheiro, enquanto mercadoria universal — escreve Marx nos *Grundrisse* —, ‘implica a separação entre o valor das coisas e a sua substância’ (Marx, *apud* Eagleton, 1993. p.155).

[iii] É nessa fase de crise econômica da artesanaria que Ruskin e Morris reagem com o socialismo utópico.

[iv] A beleza não pode ser considerada fora da racionalidade. Proclama-se a união entre a indústria e a arte, com um caráter social, i.e., “criativo e não destrutivo, da produção”. É nesse período que os limites da produção artística e da indústria se fundem.

volta