

## Futebol, capitalismo e pós-modernidade<sup>1</sup>: de consumo da arte a arte do consumo

*Marcelo Silva dos Santos*

Professor da Faculdade Vértice em Matipó/MG e  
da Faculdade Sudamérica em Cataguases/MG

*Grazianny Penna Dias*

Professora do IFET - Sudeste de Minas – Campus Juiz de Fora

### Resumo

O presente trabalho teve por intenção discutir as mudanças nos planos econômicos, político - via acumulação flexível - e culturais - via discurso pós-moderno, que trazem mudanças para a manifestação cultural do futebol. À luz do materialismo histórico e dialético foi possível compreender que o fenômeno futebol tem passado por um processo de mercadorização cujo grande interesse, no campo do espetáculo, não é proporcionar para os espectadores um futebol arte, como já existiu, mas sim, movimentar uma indústria esportiva bilionária.

**Palavras chaves:** Capitalismo; Futebol; Pós-Modernidade.

### Abstract

This work was intended to discuss the economical and political changes – via flexible accumulation - and the cultural changes - via postmodern discourse - which brings changes to the football's cultural manifestation. In the light of historical and dialectical materialism, It was possible to understand that the football has gone through a process of commodification whose great interest in the field of spectacle is not to give viewers a football-art, as ever, but instead, to move a billion-dollar sportive industry.

**Keywords:** Capitalism; Football; Post-Modernity.

---

<sup>1</sup> Embora seja complicada qualquer definição precisa do termo, estamos entendendo Pós-Modernidade como sendo uma linha de pensamento que questiona as noções clássicas de verdade, razão, identidade e objetividade, a idéia de progresso ou emancipação universal, os sistemas únicos, as grandes narrativas ou os fundamentos definitivos de explicação. Condição histórico-geográfica de um período específico do capitalismo. Uma mudança histórica ocorrida no Ocidente para uma nova forma de capitalismo (Eagleton, 1998).

## Introdução

“Minha mãe não entendeu o subtexto  
Da arte desmaterializada no presente contexto”  
Zeca Baleiro (Bienal)

**A**s transformações ocorridas no sistema capitalista nas últimas incidem nas práticas sociais, políticas, econômicas e, sobretudo nas práticas culturais, marcando a história de uma forma sem precedentes. A todo o momento, nos deparamos, entre os mais variados contextos, com diferentes abordagens e denominações que fazem referência a esse atual momento.

Para explicar esse fenômeno, há um grupo de intelectuais que jogam, como nos lembra Hobsbawm (*apud* Frigotto, 1992, p. 59) “uma espécie de jogos onde a soma é zero”, pois o que se tem como resultado final, é o término de várias categorias e conceitos que buscam a interpretação e transformação de uma dada realidade que foram construídos ao longo da existência humana; do socialismo enquanto sistema alternativo ao capitalismo; da existência de diferentes classes sociais; da centralidade do trabalho enquanto meio de produção e reprodução da existência humana; do sentido da história.

Existe outro grupo, que entende esse momento como sendo mais uma crise, dentre inúmeras, que a sociedade capitalista atravessa materializada, por um lado, pelo colapso do socialismo real e, de outro, pela busca incessante da lucratividade pelos capitalistas, obrigando-os a (re) criarem formas de avançar a exploração.

Uma importante questão, como sugere Jameson (1990), é o fato de que

[...] tanto os não-marxistas quanto os marxistas chegaram ao sentimento geral de que, em algum momento posterior à Segunda Guerra Mundial, um novo tipo de sociedade começou a emergir (uma sociedade variavelmente descrita como sociedade pós-industrial, capitalismo multinacional, sociedade do consumo, sociedade da mídia etc.). Novos tipos de consumo; a obsolescência planejada, um ritmo cada vez mais rápido de mudanças na moda e no estilo [...] (p.43).

Sendo assim, entendemos que as mudanças estruturais<sup>2</sup> que vivenciamos hoje são decorrentes de uma necessidade orgânica do padrão de acumulação e de regulação social que sustenta a exploração por aproximadamente quinhentos anos. O que não significa dizer, que tais não tenham suas peculiaridades. Pois, embora haja os defensores do desaparecimento do sentimento da história, como veremos adiante ao longo do trabalho, acreditamos que para se buscar o entendimento de algum fenômeno, não se pode negar que ele seja fruto de uma construção histórica que não se caracteriza por rupturas radicais entre períodos, mas, sim, por uma reestruturação de certo número de elementos já dados.

Assim, por acreditarmos que Marx nos oferece uma das primeiras e mais completas interpretações da modernização capitalista, utilizaremos, como principal referência, os estudos feitos por ele para analisar o capitalismo enquanto um sistema histórico, Wallerstein (2001). Marx combinou todo o fôlego iluminista com um sentido nuançado de contradições que o capitalismo está sujeito a passar.

Mesmo, não tendo vivido a complexidade na qual o mundo se encontra, ele um dedicado e profundo estudioso do capitalismo que foi, continua vivo com a sua contribuição, deixando para os estudiosos que lhe sucederam, entre outras coisas, o método de análise do conhecimento real denominado materialismo histórico-dialético. Método este, que se compromete com a historicidade dos fatos sociais e não hesita em compreender o real como síntese de múltiplas determinações. Como salienta Kosik (2002, p.39), como explicitação científica da realidade humano-social, “é o método da reprodução espiritual e intelectual da realidade é o método do desenvolvimento e da explicitação dos fenômenos culturais partindo da atividade prática objetiva do homem histórico”.

Cabe salientar que para compreendermos a complexidade do concreto, que no presente trabalho diz respeito ao fenômeno cultural futebol em tempos pós-modernos, faz-se necessário dialogar, também com autores marxistas que

---

<sup>2</sup> Segundo a escola de pensamento conhecida como escola de regulamentação, trazida Harvey (2004, p. 115), estas mudanças estruturais abrangem seis aspectos: organizacional, político, macro econômico (acumulação flexível), cultural (pós-modernidade) e consumo.

discutem o momento pelo qual o capitalismo passa no plano da estrutura pelos defensores do padrão de acumulação flexível e no campo cultural pelos defensores do pós-modernismo<sup>3</sup>.

Nesse sentido, buscaremos compreender dialogando com alguns autores, o porquê do futebol-arte se tornar cada vez mais raro aqui no Brasil.

### **Como o capitalismo trata o futebol na realidade contemporânea? Primeiras aproximações**

*A predominância de um dos dois elementos da arte em um momento particular depende do estágio alcançado pela sociedade: algumas vezes predominará a sugestão mágica, outras a racionalidade, o esclarecimento; algumas vezes predominará a intuição, o sonho, outras o desejo de aguçar a percepção. Porém, quer embalando, quer despertando, jogando com sombras ou trazendo luzes, a arte jamais é uma mera descrição clínica do real. Sua função concerne sempre ao homem total, capacita o 'Eu' a identificar-se com a vida de outros, capacita-o a incorporar a si aquilo que ele não é, mas tem possibilidade de ser (Fischer, 1979, p. 19).*

Estamos vivendo uma transição histórica, ainda longe de completar-se, o que faz com nos deparemos com uma série de dilemas teóricos. Embora os sinais e as marcas das modificações nessa transição estejam por todo o lado, temos seríssimas dificuldades em compreendê-las. A tarefa, neste momento, então, é interpretar os fundamentos dessa transição no novo projeto de sociabilidade do capitalismo. Pois, entendemos independente da denominação dada a esse momento de reestruturação, que a sociedade ainda é capitalista.

Sendo assim, mesmo não sendo central no presente trabalho discutir o modo de produção capitalista com uma maior profundidade, pois nosso enfoque será dado num dos fenômenos culturais mais expressivos no Brasil: o futebol é importante tratar de algumas características básicas do sistema capitalista que dão sustentabilidade para a manutenção da exploração por esse longo período

---

<sup>3</sup> Entendemos por Pós-Modernismo uma forma de cultura contemporânea que passou por uma profunda mudança na estrutura do sentimento que trouxe como conseqüências o colapso dos horizontes temporais e a preocupação com a instantaneidade em decorrência da ênfase contemporânea no campo da produção cultural em eventos, espetáculos, divertimentos e imagens da mídia. Sobre mais ver Harvey (2004).

de tempo para que não percamos de vista a perspectiva da totalidade. O futebol não está desconectado do contexto geral, muito pelo contrário, faz parte do mesmo.

Harvey (2004), de uma forma resumida, nos traz três características essenciais do modo de produção capitalista. A primeira consideração, feita por ele, diz respeito a essencial necessidade de manter taxas de crescimento, visto que é somente através do crescimento dos lucros que podem ser garantidos a acumulação incessante de capital.

Uma segunda baseia-se no crescimento em valores reais na exploração em cima trabalho vivo na produção, isto é, no trabalho realizado pelas pessoas. Pois, cada vez mais, o crescimento se baseia na diferença entre o que o trabalho obtém e aquilo que ele cria. Além disso, o controle do trabalho e do salário de mercado é fundamental para a trajetória do desenvolvimento capitalista.

E, por último, uma terceira que diz: o sistema capitalista possui em essência. Um grande dinamismo, tanto no que se refere ao avanço tecnológico como também em sua organização. Fato que contribui significativamente para fermentar a luta de classes, pois o que se percebe com o avançar tecnológico é o aumento do capital morto e a diminuição do uso da mão de obra assalariada. Assim, motivados pela idéia de que progredir é a tendência da humanidade, aceitamos as inovações sem maiores nenhuma discussão (Harvey, *ibid*). Como se não bastasse isso, internalizamos ainda, uma auto-condenação quando não conseguimos emprego nesse mundo dinâmico.

Diante de tais considerações, Marx mostrou, como nos lembra Harvey (*ibid*, p. 169),

que essas três condições necessárias no modo de produção capitalista de produção eram inconsistentes e contraditórias, que por isso, a dinâmica do capitalismo era necessariamente propensa a crises. Não havia, em sua análise, uma maneira pela qual a combinação dessas três condições necessárias pudesse produzir um crescimento equilibrado e sem problemas.

É, portanto, por meio de uma ressignificação da divisão social e técnica organizada do trabalho que temos um importante princípio da modernização capitalista. Assim, levando em conta as rápidas mudanças estruturais significativas no padrão de acumulação capitalista, a partir dos anos 1960 e 1970, (do fordismo-keynesianismo para o toyotismo-neoliberalismo),

[...] por promover o individualismo, alienação, a fragmentação, a efemeridade, a inovação, a destruição criativa, o desenvolvimento especulativo, mudanças imprevisíveis nos métodos de produção e de consumo (desejos e necessidades), mudança na experiência do espaço e do tempo, bem como na mudança social impelida pela crise (Harvey, *ibid*, p. 107).

Que nos determos, nos limites deste trabalho, em iniciar uma análise de como os pensadores e produtores culturais modernos e pós-modernos forjam suas sensibilidades, princípios e práticas estéticas. Pois, para compreendermos o futebol enquanto manifestação cultural e artística é necessário entendermos um pouco do significado da virada para o pós-modernismo, uma vez que, este último, representa uma forma de capitalismo um pouco diferente, embora a lógica e as características essenciais se mantenham.

Sendo assim, uma coerente interpretação da pós-modernidade tem de se haver com a natureza da modernização que, por sinal, está ligado a uma mudança estrutural sofrida no contexto de crise de superacumulação iniciada no final dos anos 60, que teve seu auge em 1973 (Harvey, *ibid*, p. 99). Tais mudanças significaram, no campo da cultura, a criação de novas opções de produto, o que significa novos desejos e necessidades. Obrigando os produtores a redobrem seus esforços para

[...] cultivar ‘o excesso e a intemperança’ nos outros, em alimentar ‘apetites imaginários’ a ponto da idéias sobre o que constitui a necessidade social serem substituídas pela fantasia, pelo capricho e pelo impulso (*ibid.*, grifo no original).

Considerando que para produzirmos e reproduzirmos nossa existência temos necessariamente, que comprar mercadoria, uma vez que possuímos

necessidades vitais de comermos, bebermos, de nos vestirmos, de nos abrigarmos, estudarmos, etc; elegemos como ponto de partida, uma pequena análise sobre a mercadoria. Pois, os jogadores de futebol, além de produzirem o futebol-arte, também têm que produzir e reproduzirem sua existência.

Vivemos um dilema cruel no ato da compra diante de tais modificações. Como analisa Marx, em *O capital*, a mercadoria é um objeto, por si mesmo, misterioso, pois, “incorpora tanto um valor de uso (ela atende a um desejo ou necessidade particular) e um valor de troca (posso usá-la como objeto de barganha para conseguir outras mercadorias)” (Harvey, *ibid*, p. 99).

Com o dinheiro, então, o mistério da mercadoria assume uma nova dimensão, pois o valor de uso do dinheiro está em sua representação do mundo social e do valor de troca. Como coloca Harvey (*ibid*, p. 98), “a preocupação com o dinheiro domina os produtores. O dinheiro e a troca no mercado põe um véu, ‘mascaram’ as relações sociais entre as coisas” (grifo no original). A essa relação em que “as formas econômicas do capitalismo ocultam relações sociais a elas subjacentes” (Bottomore, 1988, p. 150), Marx denominou de fetichismo da mercadoria.

Nessa sociedade do consumo, “o prazer, o lazer, a sedução e a vida erótica são trazidos para o âmbito do poder do dinheiro e da preocupação de mercadorias” (Harvey, *ibid*, p. 99). Ao mesmo tempo em que temos a sofisticação das necessidades e dos seus meios por um lado, temos, de outro, uma completa abstrata simplificação das necessidades. No campo específico da cultura, a arte se tornou, também, uma mercadoria e o artista foi transformado em um produtor de mercadorias (Fischer, 1984).

Se direcionarmos nosso olhar para o fenômeno futebol, perceberemos claramente que os acontecimentos não se dão de forma diferente. A preocupação maior dos produtores/trabalhadores do mundo do futebol é assinar um contrato cada vez mais rentável. É cada vez mais comum, ao final de uma partida de futebol, ouvirmos a declaração dos jogadores apontarem para a necessidade de mostrar um ‘bom’ futebol para se manter no time titular e

posteriormente assinar um melhor contrato ou no próprio clube onde trabalha ou num outro, de preferência europeu.

Diferentemente do que tínhamos no iluminismo, em que os artistas buscavam uma racionalidade, profundidade, reflexão e, acima de tudo, um estilo próprio ao produzirem sua arte, o que percebemos hoje é o surgimento de um estilo de cultura contemporânea que reflete, “por meio de uma arte superficial, descentrada, infundada, auto-reflexiva, divertida, caudatária, eclética e pluralista” (Eagleton, 1998, p. 07), que denominamos Pós-modernismo. O que significa para o mundo do futebol uma mudança significativa na qualidade de sua produção artística para as pessoas que curtem e apreciam um bom jogo de futebol.

Baseado no estudo de Reis (2000, p. 140), percebemos o quanto as coisas mudaram, pois se houberam no início do século passado algumas poucas transferências de jogadores que se dirigiam para o exterior, o volume de negociações

chega a este final de século com um dos maiores investimentos econômicos internacional, devido ao montante de dinheiro envolvido em transações de jogadores em todo o mundo, além da grande indústria esportiva criada em torno do futebol e que chega neste fim de milênio no ápice de seu desenvolvimento.

Mediante a análise empreendida por Reis (ibid), uma outra questão que julgamos ser relevante para analisarmos o fenômeno futebol é a profissionalização do futebol. Se esta profissionalização no Brasil, datada de 1933 “[...] foi inevitável, devido à participação crescente de jogadores das classes sociais mais baixas (p. 140), como forma de evitar a saída de jogadores brasileiros para outros países” (p. 141), o que notamos hoje é o fato de que tanto o poder público como os dirigentes dos clubes de futebol não tomam nenhuma medida para evitar essa triste realidade. Como coloca Rosenfeld (1993, p. 84) *apud* Reis (ibid, p. 140)



quanto maiores eram as multidões que aderiam ao futebol, tanto mais a popularidade e a importância de um clube dependiam do desempenho de suas equipes de futebol. Estas tornaram-se as vitrines dos clubes, que, como instituições sociais e em geral esportivas, concentravam interesses cada vez maiores.

Ainda na esteira de avaliação empreendida por Reis (ibid, p. 138), “o futebol é um importante produto comercial multinacional que chega a movimentar 3% do mercado internacional”. Tal fenômeno é responsável por uma grande movimentação na economia com a geração de empregos em função das indústrias que fabricam equipamentos esportivos, de turismo e de comunicação. Além disso, citamos a venda de ingressos para os expectadores, a exploração do direito de imagem dos jogadores, os aluguéis de canais fechados essencialmente futebolísticos etc.

Com isso, os jogadores de futebol, que são considerados os artistas do espetáculo de futebol, não jogam mais movidos pelo interesse de produzir um show para as pessoas que estão assistindo, pois o interesse primordial a cada jogo é assinar na próxima temporada um melhor contrato, isto é, ser negociado para jogar num outro time com um melhor salário e de preferência que seja estrangeiro que, acompanhando o movimento da mundialização do capital, pagam um salário melhor por conta do fato da maior parte das grandes corporações, que exploram o mundo do futebol, residirem basicamente na Europa.<sup>4</sup>

Se a aproximadamente, duas décadas atrás, ainda tínhamos jogadores que possuíam um vínculo mais consolidado com um clube, construindo uma relação sólida como, por exemplo, Zico no Flamengo do Rio de Janeiro, Roberto Dinamite no Vasco do Rio de Janeiro e Reinaldo do Atlético Mineiro, hoje tanto o jogador como os dirigentes dos clubes querem realizar um bom negócio. Quando o jogador, revelado por um dado clube, começa a mostrar um futebol de qualidade é logo negociado. O resultado é um campeonato brasileiro de péssima qualidade artística, e, além de tudo, o descrédito no futebol-arte

---

<sup>4</sup> Embora saibamos que a maior destas corporações, a Nike, esteja sediada nos EUA.

umentando, pois os torcedores estão perdendo o prazer de assistir a uma partida de futebol, tanto em casa como num campo de futebol.

Um fato marcante deste processo de desqualificação do futebol brasileiro foi a mudança do campeonato brasileiro no ano de 2003, para um novo formato, agora, de pontos corridos. Isto foi levado a efeito pelos grandes empresários do futebol, em função da queda de público nos estádios brasileiros que naquele ano segundo o jornal Folha de São Paulo (2003) diminuiu de forma estrondosa. Em 2002, a média de público por partida era de 12.886 e no ano seguinte caiu para 9.694.

De 2003 até a presente data, o campeonato funciona por meio dos pontos corridos que traz impactos ao futebol, enquanto manifestação da cultura. Um fato marcante que vem ocorrendo no campeonato brasileiro deste ano é destacado pelo jornal Folha de São Paulo e que trazemos para nosso debate, ao comentar o baixo nível, em termos de espetáculo, que o referido campeonato vem apresentando.

Segundo o jornal Folha de São Paulo (2008),

a mediocridade faz do brasileiro de 2008 o mais emocionante da era de pontos corridos, que começou em 2003. [...] A lista dos melhores ataques é outra prova que muito do equilíbrio deste Brasileiro é motivado por falta de talento (p. D1).

Isto demonstra o processo que viemos analisando até então dos impactos da cultura pós-moderna encaminhada pelas mudanças recentes no modo de produção capitalista. Além disso, sob o ponto de vista do capital acrescenta-se a tal fenômeno, o fato de que estamos caminhando, como traz o jornal Folha (2008), para melhor média nacional de público por partida sob as atuais regras. O que nos remete a uma importante reflexão sobre o culto do efêmero, pois para boa parte dos torcedores “vale mais um Brasileiro que sobra equilíbrio do que um com grandes nomes, como eram Alex, em 2003, Robinho, em 2004, e Tevez, em 2005” (ibid).

Como se não bastasse isso, percebemos também, em consonância com o capitalismo contemporâneo, a produção cultural foi reimpulsionada para o interior da mente. Os artistas, como qualquer outro trabalhador que precisa produzir e reproduzir a sua existência, não conseguem olhar o mundo com seus próprios olhos, encontram-se completamente perdidos na busca de um referencial.

As condições que se estabelecem num sistema

no qual unicamente as coisas possuem valor, o homem se torna um objeto entre objetos: o mais desprezível dos objetos [...]. Alienando-se de si mesmo, o homem adquire consciência de si como um fetiche, um boneco. O ‘fetichismo da mercadoria’ de Marx falou transfere-se para o próprio ser humano e se apodera inteiramente dele (Fischer, 1979, p. 105, grifo no original).

Contudo, não poderíamos deixar de enfatizar o papel informacional da mídia e, sobretudo da televisão, em contribuir para aquisição dos valores ditados pela sociedade do consumo com seus mecanismos. No caso do futebol destacamos a compra dos direitos de transmissão dos jogos, que repercutem diretamente nos horários que são veiculados pela rede de televisão que pagou mais caro, não importando ainda com o telespectador em casa e o torcedor que vai até o campo.

Por várias vezes estivemos no estádio e fizemos tal constatação, pois já se tinha tomado todas as atitudes necessárias para o início do espetáculo, mas o árbitro principal da partida teve que aguardar o comando da rede de televisão para iniciar a partida, comprometendo, até mesmo do ponto de vista fisiológico, o aquecimento dos jogadores. Muitas vezes o jogador entra em campo mesmo sem possuir boas condições físicas para jogar, pois, o patrocinador que explora o direito de imagens destes, exige que ele apareça.

Ainda inter-relacionado com a mídia, acrescentamos um grande problema: “o papel aumentado das massas na vida cultural [...]” (Harvey, op. cit., p. 311). Se antes o futebol era passatempo de uma elite brasileira (Reis, op. cit), hoje em dia, com a utilização da televisão como um dos meios para “a

promoção da publicidade como ‘a arte oficial do capitalismo’ (Harvey, op. cit., p. 65), o que ocorre é a diminuição da distância entre a alta cultura e a cultura popular.

Ainda nas considerações trazidas por Harvey (ibid, p. 312), o objetivo é o de reforçar o poder do dinheiro em oposição aos interesses de classe, para os defensores do pós-modernismo o conceito de classe social não existe mais. Sendo assim,

as condições que prevalecem no âmbito do que Daniel Beel denomina ‘massa cultural’ de produtores e consumidores culturais moldam atitudes diferentes das que surgem de condições de trabalho assalariado. Essa massa cultural acrescenta mais uma camada à formação amorfa conhecida como ‘classe média’.

Se pegarmos como ilustração a mercadoria camisetas dos clubes de futebol, veremos claramente como isso se materializa. Quando um grande jogador é apresentado para jogar num clube de futebol, seja nacional ou estrangeiro, o número da camisa que será utilizado por ele bate recorde de venda, antes mesmo, de sua estréia no time. Fora isto, percebemos a mudança anual dos modelos para

[...] dirigirmos nossa atenção para a produção de necessidades e desejos, para a mobilização do desejo e da fantasia, para a política de distração como parte do impulso para manter nos mercados de consumo uma demanda capaz de conservar a lucratividade da produção capitalista (Harvey, ibid, p. 64).

Levando em consideração o preço de venda, a camiseta pode ser considerada um artigo de luxo, pois a maior parte das pessoas que acompanham o mundo do futebol não tem condições de comprar. Assim, o que percebemos é a existência de uma atenção especial para a emergente massa cultural. *E* “é para eles que movimentos de moda, de localismo, de nacionalismo, de língua e mesmo de religião e de mito pode ter maior importância” (Harvey, op. cit., p. 312).

Concordando com a avaliação que Jameson (2000) nos traz, entendemos que a emergente mudança histórica ocorrida na vida no ocidente para uma nova

forma de capitalismo trouxe a tese de que as questões culturais tendem a se propagar para as econômicas e sociais.

A produção das mercadorias é agora um fenômeno cultural, no qual se compram os produtos tanto por sua imagem quanto por seu uso imediato. [...] Nesse sentido, a economia se transforma em uma questão cultural (ibid., p. 22).

Nesse sentido, falaremos de um sintoma que permeia a vida dos produtores, a morte do sujeito. Pois, ao comparamos a produção dos artistas modernistas - que foram capazes de inventar um estilo próprio, tão inconfundível quanto às impressões digitais, tão incomparável quanto o nosso próprio corpo - com os artistas de nosso período atual - que estão circunscrito nos padrões de mercado, entramos num grande dilema estético.

Pois, se estiverem mortas e enterradas a experiência e a busca de criatividade que deram fermento a uma estética modernista que esteve ligada a uma concepção de um eu, a uma personalidade e individualidade do eu singular, já não fica mais claro qual a lógica que permeia o artista em sua criação na pós-modernidade.

Quem, ainda, não se deparou com alguma situação em que as pessoas dizem: que uma determinada música foi regravada, que um padrão estético de um jogo de camisa<sup>5</sup> está sendo reeditado, ou, até mesmo com a seguinte expressão: Isso não é tão bom como era antigamente. O que percebemos inter-relacionado com a morte do sujeito é outro sintoma: o pastiche<sup>6</sup>,

num mundo em que a inovação estilística já não é possível, só resta imitar os estilos mortos, falar através de máscaras e com as vozes dos estilos do museu imaginário [...], significa que uma de suas mensagens essenciais há de implicar o fracasso necessário da arte e do estético, o fracasso do novo, o aprisionamento do passado (Jameson, op. cit., p. 31).

---

<sup>5</sup> Jogo de camisa é o uniforme utilizado pelos jogadores.

<sup>6</sup> Superação da paródia. Imitação de um estilo peculiar e único, o uso de uma máscara estilística, a fala de uma língua morta. O pastiche acaba se tornando uma paródia fazia uma paródia que perdeu o senso de humor, sem o riso, uma espécie de ironia fazia (Jameson, 1990).

O que se tem observado, nos últimos anos, é a virtual tomada da arte pelos grandes interesses corporativos. Se tomarmos como exemplo o fenômeno futebol não fica difícil de visualizar que o grande interesse não é proporcionar para os espectadores um futebol arte, como já existiu, mas sim, movimentar uma indústria esportiva bilionária. Geralmente, os clubes que possuem um bom elenco estão sendo patrocinados por grandes grupos privados.

Enfim, são essas as condições em que os capitalistas formam o contexto material a partir dos quais, pensadores e produtores culturais modernos e pós-modernos forjam suas sensibilidades. Pois, partimos do princípio que

há mais continuidade do que diferença entre ampla história do modernismo e o movimento denominado pós-modernismo. Parece-me mais sensível ver este último como um tipo particular de crise do primeiro, uma crise que enfatiza o lado fragmentário, efêmero, caótico da formulação Baudelaire (o lado que Marx dissecou tão admiravelmente como parte integrante do modo capitalista de produção), enquanto exprime um profundo ceticismo diante de toda prescrição particular sobre como conceber, representar ou exprimir o eterno e imutável (Harvey, op. cit., p. 111).

Ainda nas considerações trazidas por Harvey (ibid, p. 65), grande fato é que a partir dos anos 1960, “[...] quando a produção de cultura tornou-se integrada a produção de mercadorias em geral [...], atribui uma função estrutural cada vez mais essencial à inovação e à experimentação estéticas.” Aceitamos aqui, a proposição, trazida pelo autor acima referido, de que a evolução cultural que vem ocorrendo a partir dos anos 1960 e que se afirmou nos anos 1970 não ocorreu num vácuo social, econômico e político. Como Jameson (op. cit), “o pós-modernismo repete ou reproduz – reforça a lógica do capitalismo de consumo” (p. 44).

Finalizando, gostaríamos de dizer que mesmo diante de tudo que foi discutido acima, não devemos deixar de resistir contra essa onda avassaladora que vem de todos os lados de nossa vida social. A luta para criar uma arte e uma ciência da história tem de ser vista como parte integrante de uma luta

social mais ampla, de uma luta que não perca de vista a perspectiva da totalidade. Não é possível descartar a metanarrativa.

Em nosso caso, somente por meio do materialismo histórico-dialético que poderemos compreender a pós-modernidade como condição histórico-geográfica. Um método que se compromete em investigar às múltiplas determinações que compõem um determinado fenômeno e, além de tudo, de aplicar o método a ele mesmo.

Sendo assim, convencidos de que o mundo pode e deve ser mudado, não hesitamos em acreditar e, acima de tudo, em lutar para que a vida em sociedade possa se tornar mais racional, mais justa, onde o homem tenha plenas condições de desenvolver-se plenamente em todas as suas dimensões. Por último, não diga nunca: Isso é natural, para que nada possa ser imutável. Pois, nada é definitivo e acabado.

## Referências

*Baixo nível explica Brasileiro da emoção. Esporte* – Folha de São Paulo, terça-feira, 21 de out. de 2008.

BOTTOMORE, Tom. *Dicionário do pensamento marxista*. Rio de Janeiro. Jorge Zahar, 1998.

EAGLETON, Terry. *As ilusões do pós-modernismo*. Rio de Janeiro. Jorge Zahar, 1998.

FISCHER, Ernest. *A necessidade da arte*. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira, 1982.

FRIGOTTO, Gaudêncio. *Educação e crise do capitalismo real*. Petrópolis, Vozes. 1989.

HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna*. 13ª ed. Loyola, 2004.

JAMESON, Fredric. *A cultura do dinheiro*. Petrópolis, Vozes, 2000.

JAMESON, Fredric. Pós-Modernismo e sociedade do consumo. In: KAPPLAN, Ann. *E o mal-estar do pós-modernismo*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1990, pp.25-44.

KAREL, Kosik. *A dialética do concreto*. – 4ª ed. – Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

REIS, Heloísa H. Baldy dos Reis. Lazer e Esporte: a espetacularização do futebol. In: BRUHNS, Heloísa Turini. *Temas sobre o Lazer*. Campinas, São Paulo: Autores associados, 2000.

RIZZATTO, Almir. *Brasileiro dos pontos corridos caminha para ter o pior público da história*. Folha de São Paulo. <http://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/ult92u66385.shtml>, 13/10/2003 - 14h08. Acessado em 20/07/2008.

WALLERSTEIN, Immanuel. *Capitalismo histórico & Civilização Capitalista*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002.