

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE - FURG
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO - PROPESP
INSTITUTO DE EDUCAÇÃO - IE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO AMBIENTAL - PPGEA
DOUTORADO EM EDUCAÇÃO AMBIENTAL**

WAGNER VALENTE DOS PASSOS

**REVOLUÇÃO ESTÉTICA E EDUCAÇÃO AMBIENTAL:
UMA PROPOSTA DE OPOSIÇÃO AO FETICHISMO, À ALIENAÇÃO E
À IDEOLOGIA CAPITALISTA**

**Rio Grande – RS
2018**

WAGNER VALENTE DOS PASSOS

**REVOLUÇÃO ESTÉTICA E EDUCAÇÃO AMBIENTAL:
UMA PROPOSTA DE OPOSIÇÃO AO FETICHISMO, À ALIENAÇÃO E
À IDEOLOGIA CAPITALISTA**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental da Universidade Federal do Rio Grande, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Educação Ambiental.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Roberto da Silva Machado

Rio Grande – RS
2018

Ficha catalográfica

P289r Passos, Wagner Valente dos.
Revolução estética e educação ambiental: uma proposta de
oposição ao fetichismo, à alienação e à ideologia capitalista / Wagner
Valente dos Passos. – 2018.
190f.

Tese (doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande –
FURG, Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental,
Rio Grande/RS, 2018.

Orientador: Dr. Carlos Roberto da Silva Machado.

1. Educação Ambiental 2. Estética 3. Marketing 4. Revolução
Estética 5. Histórias em Quadrinhos I. Machado, Carlos Roberto da
Silva II. Título.

CDU 504:37

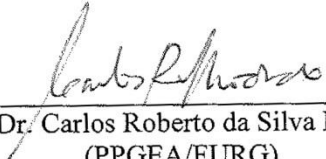
Catálogo na Fonte: Bibliotecário José Paulo dos Santos CRB 10/2344

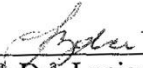
Catálogo na fonte:

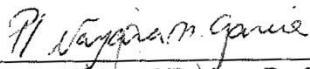
Wagner Valente dos Passos

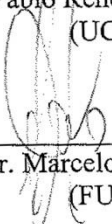
“Revolução Estética e Educação Ambiental: Uma proposta de oposição ao fetichismo, à alienação e à ideologia capitalista”

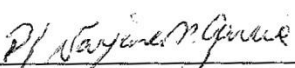
Tese aprovada como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutor em Educação Ambiental no Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental da Universidade Federal do Rio Grande – FURG. Comissão de avaliação formada pelos professores:



Prof. Dr. Carlos Roberto da Silva Machado
(PPGEA/FURG)

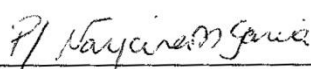

Prof.^a Dr.^a. Luciana Netto Dolci
(PPGEA/FURG)


Prof. Dr. Pablo René Estévez Rodríguez
(UCLV)


Prof. Dr. Marcelo Roberto Gobatto
(FURG)


Prof.^a Dr.^a. Michèle Sato
(UFMT)


Prof. Dr. Fernando Rafael Cunha
(FURG)


Prof. Dr. Alfredo Guillermo Gentini
(FURG)

Aos meus pais, por tudo!

AGRADECIMENTOS

À minha mãe Célia Regina Valente dos Passos, pelo amor, pela vida, pelos ensinamentos, por todo o carinho, por tudo;

Ao meu pai Ivonei Peraça dos Passos, pela amizade, pelo companheirismo, pelo amor, pelo exemplo;

À professora Elisabeth Brandão Schmidt, por ter aberto as portas na Educação Ambiental, pela amizade e oportunidade de fazer esta pesquisa;

Ao professor Carlos RS Machado e sua companheira Gladys, pela amizade, pela força, pela dedicação, pelo apoio, reflexão, por acreditarem, pelo incentivo;

A FURG e à universidade pública, que me possibilitou vinte anos de estudos e minha base profissional;

Ao IFSul Câmpus Pelotas e todos os colegas, pela oportunidade de trabalho, de poder colocar em prática minha bagagem e conhecimento;

Aos professores que integram a banca e ao professor Alex Assunção que participou da qualificação, pelo apoio, pelo incentivo, pela colaboração;

À Maria de Lourdes Canini, pela amizade, pelo exemplo;

A toda família, tios, tias, primos, primas...

Aos colegas e amigos do PPGEA: Filipi, Bruno, Ana Lourdes, Leila, Cleiton, Vinícius, Álvaro, Caio, Gitana, Leo...pela amizade, apoio, aventuras e reflexões;

Aos amigos do Uruguay, Santa Catarina, Paraná e Mato Grosso, pelas trocas, pela amizade, pela luta;

Aos amigos cartunistas de todo o Rio Grande do Sul, Uruguay e Brasil;

A todas as pessoas que durante estes quatro anos e meio estiveram presentes na minha vida e acompanharam esta conquista;

Aos amigos e irmãos do Caminho do Arco-Íris;

A Deus... gratidão!

RESUMO

Esta pesquisa foi realizada junto ao Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental da Universidade Federal do Rio Grande; PPGA - FURG, a partir da linha de pesquisa Fundamentos da Educação Ambiental - FEA, tendo como tese a existência de uma estética do capitalismo, apontando para uma estética burguesa padronizada voltada à criação do fetichismo, da alienação e da manutenção da ideologia capitalista, sendo um dos principais obstáculos para a Educação Ambiental, estando, inclusive, dentro das propostas ditas de transformação e emancipação que se abstém da reflexão crítica ao culpabilizar as pessoas, a sociedade e omitindo o Estado e as empresas pelas injustiças ambientais. Apresenta como objetivo identificar a existência de uma estética capitalista, desde seus aspectos fundamentais, como a mesma é produzida e a possibilidade, teórica e prática, de produção de outra estética. Utiliza como metodologia a Análise do Discurso apoiada em Eni Orlandi e dois objetos de pesquisa: o primeiro sendo as imagens e relatórios disponíveis no site da Vale e Petrobras, duas das maiores poluidoras do mundo; e o segundo a produção do Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental da Universidade Federal do Rio Grande, de 2006 a 2017, sobre estética, reunindo 14 dissertações e 7 teses. A partir da identificação da estética burguesa padronizada por Martinelli, Fernandes, Prates, Lippo, Boal, Dardot e Laval, Chomsky, Bourdieu e Badiou, apresenta-se a produção gráfica, oficinas de desenho e publicações independentes realizadas pelo próprio pesquisador como exemplo de ação prática, em sua construção e elementos, que se alinham a processos de revolução estética em oposição a ideologia capitalista, proposta por Rancière e Estevez, apoiados por Boal e Guattari.

Palavras-chave: Educação Ambiental. Estética. *Marketing*. Revolução Estética. Histórias em Quadrinhos.

ABSTRACT

This research was carried in the Post-Graduation Program in Environmental Education of the Universidade Federal do Rio Grande; PPGEA - FURG, based on the research line Fundamentals of Environmental Education - FEA, based on the aesthetics of capitalism, pointing to a standardized bourgeois aesthetic aimed at the creation of fetishism, alienation and maintenance of the capitalist ideology, one of the main obstacles to Environmental Education, even within the so-called transformation and emancipation proposals that abstain from critical reflection by blaming people, society and omitting the state and companies for environmental injustices. The objective is identify the existence of a capitalist aesthetic, its fundamental aspects, how it is produced and the possibility, theoretical and practical, of producing another aesthetic. It uses as a methodology the Discourse Analysis supported by Eni Orlandi and two research objects, the first one being the images and reports available on Vale and Petrobras website, two of the largest polluters in the world, and the second the production of the Postgraduate Program in Environmental Education of the Federal University of Rio Grande, from 2006 to 2017, on aesthetics, gathering 14 dissertations and 7 theses. From the identification of the bourgeois aesthetics standardized by Martinelli, Fernandes, Prates, Lippo, Boal, Dardot and Laval, Chomsky, Bourdieu and Badiou, we present the graphic production, comics workshops and independent publications produced by the researcher himself, as an example of practical action, with construction and elements, that are aligned to processes of aesthetic revolution in opposition to the capitalist ideology, proposed by Rancière and Estevez, supported by Boal and Guattari.

Key-words:Environmental Education. Aesthetics. Marketing. Aesthetic Revolution. Comics.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: A PIRÂMIDE – TIRA DE EDGAR VASQUES	25
Figura 2: CAPA DA ZERO HORA	76
Figura 3: PROPAGANDA NO JORNAL ZERO HORA	79
Figura 4: PROPAGANDA DA ANJ NA ZERO HORA.....	80
Figura 5: QUEM MANDA NO MUNDO?	86
Figura 6: SITE DA VALE NO BRASIL EM 2016.....	88
Figura 7: SITE DA VALE NO BRASIL EM 2018.....	89
Figura 8: MOSAICO DE IMAGENS - SITE DA VALE NO BRASIL EM 2018	92
Figura 9: EDUCAÇÃO AMBIENTAL DA FUNDAÇÃO RENOVAR EM 2017	93
Figura 10: EDUCAÇÃO AMBIENTAL DA FUNDAÇÃO RENOVAR EM 2018	94
Figura 11: CARTILHA DA FUNDAÇÃO RENOVA – MARIANA, MG - 2017.....	95
Figura 12: CARTILHA SOBRE ADOÇÃO DE ANIMAIS DA FUNDAÇÃO RENOVA	96
Figura 13: RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE DA VALE - 2017	97
Figura 14: SITE DA PETROBRAS EM 2016	100
Figura 15: SITE DA PETROBRAS EM 2016 – SOCIEDADE E MEIO AMBIENTE	101
Figura 16: SITE DA PETROBRAS EM 2018	101
Figura 17: INSTAGRAM DA PETROBRAS EM 2018.....	103
Figura 18: SITE NO DIA DA QUEDA DE PEDRO PARENTE.....	105
Figura 19: POLARIZAÇÃO	130
Figura 20: VAGÃO DO HUMOR NA FEARG E FECIS – 2002	140
Figura 21: ESTÚDIO DE ARTES DO CASSINO – 2004.....	142
Figura 22: NOIVA DO MAR, MÃE DE FILHOS SEM PAI.....	143
Figura 23: NOIVA DO MAR, MÃE DE FILHOS SEM PAI.....	144
Figura 24: ZIRALDO COM A REVISTA IDEIA - 2007	146
Figura 25: CAPA DO LIVRO “O MENINO DO MAR” - 2007	147
Figura 26: CRÔNICA DE IVONEI PERAÇA DOS PASSOS - 2007.....	14949
Figura 27: ILUSTRAÇÕES DO LIVRO “CIDADE DOS VENTOS”	150
Figura 28: VISITA A TURMA DE EJA DA ESCOLA SÃO JOÃO	151
Figura 29: HISTÓRIA EM QUADRINHOS “PALESTINA”	152

Figura 30: HISTÓRIA “ANO 3000”	153
Figura 31: OFICINAS DE REVOLUÇÃO ESTÉTICA E DESENHO	154
Figura 32: OFICINA DE DESENHO PARA CRIANÇAS DAS CASAS LARES	156
Figura 33: HISTÓRIA EM QUADRINHOS DA OFICINA DE REVOLUÇÃO ESTÉTICA	159
Figura 34: CAPA DO LIVRO “O SAPO FELÍCIO E O JACARÉ DENTUÇO” E LANÇAMENTO NA FEIRA DO LIVRO DA FURG – 2014	160
Figura 35: HISTÓRIA EM QUADRINHOS “ECLIPSE” E REPORTAGEM.....	161
Figura 36: PUBLICAÇÕES ARTESANAIS DA USINA DAS ARTES	162
Figura 37: ARTISTAS RIO-GRANDINOS NA BANCA DA USINA DAS ARTES	162
Figura 38: FAMÍLIA	164
Figura 39: PAULO FREIRE	175
Figura 40: TEMPO	190

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: ASPECTOS DA ESTÉTICA BURGUESA PADRONIZADA	84
Tabela 2: DISSERTAÇÕES E TESES DO PPGEA SOBRE ESTÉTICA	120
Tabela 3: TRABALHOS DO PPGEA-FURG QUE APRESENTAM PROPOSTAS ESTÉTICAS PARA ALÉM DO CAPITALISMO	124

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AD	Análise do Discurso
AGERH	Agência Estadual de Recursos Hídricos
AIDA	Atenção, Interesse, Desejo e Ação
ALAS	Associação latino americana de Sociologia
ANJ	Associação Nacional dos Jornais
ANPed	Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CAIC	Centro de Atenção Integral a Criança e ao Adolescente
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
COAC	Coordenadoria de Atividades Culturais
CRE	Coordenadoria Regional de Educação
DCE	Diretório Central dos Estudantes
DIRPEX	Diretoria de Pesquisa e Extensão
EAEFE	Educação Ambiental: Ensino e Formação de Educadores(as)
FAURG	Fundação de Apoio a Universidade Federal do Rio Grande
FEA	Fundamentos da Educação Ambiental
FEARG	Feira do Artesanato do Rio Grande.
FECIS	Feira de Comércio, Indústria e Serviço
FEST	Fundação Espírito Santense de Tecnologia
FIESP	Federação das Indústrias de São Paulo
FURG	Universidade Federal do Rio Grande
GAFAM	Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft
IFSUL	Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologias Sul-rio-grandense
MBL	Movimento Brasil Livre
NASA	Administração Nacional da Aeronáutica e Espaço
NEMA	Núcleo de Educação e Monitoramento Ambiental
ODS	Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU
ONGs	Organizações Não-Governamentais
ONU	Organização das Nações Unidas
PPGEA	Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental
PPPC	Programa Petrobras de Prevenção da Corrupção
ProNEA	Programa Nacional de Educação Ambiental
RBS	Rede Brasil Sul de Comunicação
RP	Relações Públicas
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa
SINASEFE	Sindicato Nacional dos Servidores Federais da Educação Básica, Profissional e Tecnológica
SINDJORS	Sindicato dos Jornalistas do Rio Grande do Sul
SMEC	Secretaria Municipal de Educação
SMS	Segurança, Meio Ambiente e Saúde
TIC	Tecnologia de Informação e Comunicação
TTAC	Termo de Transação e de Ajustamento de Conduta

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Método de construção da pesquisa	15
1.2	Tese	20
1.3	Objetivos	20
1.3.1	Objetivo geral	20
1.3.2	Objetivos específicos	20
2	A EDUCAÇÃO AMBIENTAL E A ESTÉTICA	22
2.1	O capitalismo e sua relação com a estética	25
2.2	Fetichismo e alienação	30
2.3	O que é estética?	32
2.4	Por que a estética do capitalismo é burguesa e padronizada?.....	50
2.5	A Educação Ambiental como <i>marketing</i> de empresas poluidoras.....	72
2.6	Quais os aspectos da estética burguesa padronizada?	75
2.7	Considerações sobre a estética burguesa padronizada.....	82
3	EDUCAÇÃO AMBIENTAL DA VALE E PETROBRAS	87
3.1	Vale	87
3.2	Petrobras	98
3.3	Considerações sobre a Vale e a Petrobras.....	105
4	A PRODUÇÃO DO PPGEA - FURG SOBRE ESTÉTICA E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA MANUTENÇÃO DA IDEOLOGIA CAPITALISTA	109
4.1	Bases legais da Educação Ambiental para manutenção do capitalismo	110
4.2	O observatório dos conflitos	116
4.3	Descrição da produção do PPGEA – FURG sobre estética.....	118
4.4	Considerações sobre a produção do PPGEA-FURG	127
5	A REVOLUÇÃO ESTÉTICA NA AÇÃO E NA OBRA DO PESQUISADOR.....	131
5.1	Ações desenvolvidas pelo pesquisador –.....	137
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	165
7	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	176

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa surge a partir do incomodo, estranheza, percepção e esperança.

No decorrer do meu processo de mestrado e doutoramento diversas contradições entre discurso e prática eram apresentadas pela Educação Ambiental, gerando questionamentos e reflexões na tentativa de encontrar respostas sobre tantos desencaixes e falta de resultados nos chamados processos de transformação e emancipação. O que era bradado na teoria apresentava-se como um ruído na prática, deixando uma pergunta que precisava ser respondida: Onde estariam nos movimentos sociais e ambientais, os teóricos, os pesquisadores das universidades e educadores ambientais que tanto traziam em suas falas soluções e verdades sobre a sociedade?

Ouvi determinada vez que este não era o papel da academia. Ali era espaço para construção de saberes e conhecimentos, pois a transformação quem deveria fazer era a sociedade. Tal negligência foi alimentando uma energia que precisava ser colocada para fora, não como uma pulsão, um descontrole, mas dentro de um processo metodológico e acadêmico a fim de, a partir de generalizações sem fundamentos científicos que, se tornavam verdades absolutas no inconsciente coletivo, obter informações que pudessem contribuir para, tornar de fato, os debates teóricos de transformação e emancipação da Educação Ambiental, uma possibilidade prática. A partir das reflexões e aspectos da revolução estética de Rancière (2002, 2009, 2013) e Estévez (2004, 2011), apoiados por Boal (2009) e Guattari (1990), percebi que parte da minha produção artística alinhava-se a esta proposta, rompendo os obstáculos da grande mídia e do capital, difundindo histórias e uma linguagem popular com o objetivo de fortalecer e valorizar a identidade e a cultura local. Uma tentativa de fazer acontecer aquela potência que eu percebia, mas era suprimida por uma cultura homogênea e hegemônica, contrapondo, mitigando, compensando também, tamanha submissão da educação pública aos interesses de um ente chamado mercado.

Rio Grande, uma cidade marítima, geopoliticamente privilegiada, possui uma universidade pública federal incrustada no coração da periferia do município. Em seu Projeto Pedagógico Institucional – PPI a Universidade Federal do Rio Grande – FURG apresenta sua vocação como voltada para os ecossistemas costeiros e oceânicos – expressa seu compromisso socioambiental e seu alinhamento com o desenvolvimento local, regional, nacional e global, envolvendo todas as áreas do conhecimento (FURG, 2011. p. 4). No entanto, há poluição em exagero, há injustiças sociais e ambientais contínuas, há degradação da sociedade e da natureza, que não são questionadas publicamente pela academia, que

acontecem diuturnamente e assim são aceitas como um processo “normal”, “natural” e “necessário” para a vida capitalista, reduzindo as pessoas à mera força de trabalho, e a natureza a recursos naturais a serem explorados e a ela delegada a responsabilidade de transmutar toda poluição produzida.

Tudo isso aparentemente de comum acordo entre todos, governos, empresas, universidades, já que a felicidade instituída está indexada ao poder de consumo e este só pode ser alcançado com a permissão coletiva dessas concessões. Assim, uma cidade que condena pescadores artesanais pela pesca predatória, a população das periferias pelo aquecimento global, dorme e acorda na pluma das fábricas de fertilizante como beleza de sua paisagem.

Assim a Educação Ambiental produzida com aporte financeiro de empresas poluidoras recebe, além de dinheiro, condições para contratar os melhores publicitários, profissionais do *marketing* e artistas, que visando uma oportunidade de trabalho, negando a responsabilidade ética gerada pelo seu trabalho, como também educadores e gestores ambientais em busca de *status* e ilusões, tornam a área da Educação Ambiental um mercado profissional extremamente promissor, viabilizando produções para apaziguar iminentes conflitos e contribuindo para os interesses dos acionistas anônimos das respectivas Sociedades Anônimas e seus lucros.

A capacidade coletiva de construção de uma sociedade autônoma não condicionada ao mercado e as verdades construídas pela mídia ainda é uma utopia. Há mais destaques as divergências do que as convergências, aquilo que nos une. Há outras forças, energias que atingem diretamente nosso inconsciente, e assim generalizações, crenças, são solidificadas sem a mínima possibilidade de reflexão, pois são impostas e não há espaço e tempo dentro da rotina de trabalho e de lazer para tal. As demandas do mercado são urgentes e as de subsistência do povo, na dimensão capitalista, também. Assim, vemos que o esforço de transformação e emancipação são bloqueados pelo desejo individual de poder, que evolui impositivamente pela mídia, repetidas impiedosamente, para que uma necessidade criada, instituindo um padrão de vida como ideal, se consolide como um objetivo de vida daqueles que ainda não o possuem e pelo qual devem lutar, se esforçar ao máximo, entregando suas vidas a agentes nocivos a saúde, com toda dedicação e sonho, vestindo a camisa da empresa, em troca de um salário que não paga nem metade das reais necessidades e despesas de uma família, causando inevitavelmente o endividamento junto aos bancos.

Este ideal de vida é cunhado como sinônimo de felicidade. Sucesso para os competentes, fraqueza para aqueles que não se dedicaram o suficiente. Como prêmio *status* para alguns e para outros frustração e inveja.

Tais motivações eram aparentemente abstratas e grandes demais para serem comprovadas. Se por um lado havia um discurso que dizia que somos responsáveis pelas escolhas que fizemos (LEVY, 1999, p. 227), por outro, padrões estéticos se destacavam e poderiam ser identificados como integrantes de um discurso imposto, seguido pela maioria como uma construção individual e coletiva por simples necessidade de pertencimento e participação social.

O senso comum, a generalização, as crenças coletivas tinham por base uma idealização de vida, um ideal, uma imagem inconscientemente construída. A partir dessa imagem se percebeu que o ideal se materializava numa estética, reafirmada a todo momento como um ideal a ser buscado, estimulando e condicionando a todos. Esta reflexão serviu de substrato para chegarmos a hipótese da existência de uma estética do capitalismo que reitera constantemente ideais, opiniões, padrões e comportamentos que devem ser desejados por cada pessoa e assim, pela grande maioria de nós. Esta possibilidade ganhava força ao ser apresentada também por autores como Jacques Rancière (2002, 2009, 2013), Dardot e Laval (2016), Chomsky (2017), Bourdieu (2006), Boal (2009) e Badiou (2017), e reforçada por Martinelli (2016), Fernandes e Prates (2016) e Fernandes e Lippo (2016).

Conforme Scherer (2016), o estudo da estética insere-se no estudo da arte, da mídia, na arquitetura e degradação das cidades, na construção da informação e das mensagens que se quer transmitir. E por que não, sendo os meios de comunicação e de cultura de massa propriedades dos donos dos meios de produção, tendo o *marketing* carregado de elementos estéticos da arte e do capitalismo, formatados para persuasão do pensamento coletivo, instrumentos contínuos de educação para a ideologia capitalista?

Para poder comprovar tal questão foi preciso construir uma metodologia que pudesse contemplar a necessidade de provar a existência de uma estética do capitalismo a partir das evidências de seus próprios aspectos e como elas se apresentavam, seguindo um padrão na mídia, nas empresas, no discurso neoliberal e pós-moderno, na produção acadêmica e como poderia ser criado um contraponto com elementos possíveis de serem trabalhados por todos e com baixo custo financeiro para opor a estética burguesa padronizada, criando uma outra estética?

Estas informações foram encontradas nas propostas de Rancière (2002, 2009, 2011) e Estévez (2011), apoiados por Boal (2009) e Guattari (1990), e refletiam minha resistência ao transmitir no meu desenho e na minha produção artística, temas e reflexões não contempladas pela mídia nacional, tão pouco pela mídia local que buscam seguir os padrões da primeira,

negligenciando identidade, natureza, história, cultura de uma cidade cheia de histórias esquecidas que é Rio Grande.

Como seria possível preservar a natureza e a cultura quando outra cultura é considerada maior? Como construir outras relações sociais que não tenham por objetivo o lucro? Como a Educação Ambiental pode ser transformadora e emancipatória enfrentando um condicionamento de ideal de vida ao invés de condicionar-se também? Desvelando e conseqüentemente, contrapondo.

Logo, a pretensão desta pesquisa é de abrir caminhos e inspirar novos pesquisadores e educadores ambientais que sejam de fato identificados com as ideias de transformação e emancipação social, assim como o respeito com a natureza, para a coerência entre o discurso e suas práticas.

Assim, apresento este relatório e os demais passos que se seguiram, na tentativa de contribuir neste processo contínuo e de longo prazo para a construção de outro mundo, solidário, justo, ético, com as pessoas e natureza, na sua diversidade, liberdade, permitindo a vida e o existir em toda sua potência.

1.1 Método de construção da pesquisa

Conforme Minayo (2001, p, 18), toda investigação se inicia por um problema com uma questão, com uma dúvida ou com uma pergunta, articuladas a conhecimentos anteriores, mas que também podem demandar a criação de novos referenciais.

A partir da pesquisa realizada no mestrado e concluída em 2013 intitulada "Humor Gráfico: linguagem e crítica para uma Educação Ambiental sem fronteiras", surgiu o projeto para o doutorado com o título: "O Humor Gráfico na produção de materiais didáticos e sua utilização nos processos de Educação Ambiental na escola", sob orientação da Prof.^a Dr.^a Elisabeth Brandão Schmidt, na linha de pesquisa Educação Ambiental: Ensino e Formação de Educadores(as) (EAEFE). Com o aprofundamento teórico e com as disciplinas cursadas, outras ideias foram absorvidas, chegando o projeto a sua primeira atualização com o título "A Educação Ambiental como *marketing* por empresas poluidoras e suas influências e conseqüências na formação de educadores". A segunda atualização do projeto ocorreu ao perceber elementos que remetiam a imagem, tanto no *marketing*, quanto na arte e na educação, resultando no título "Educação Ambiental e formação de educadores: revolução estética na construção de um outro mundo a partir de um novo olhar sobre a localidade". O

estudo da imagem demandou direcionamento para a semiótica e estética e como eram utilizadas para o *marketing* e em processos de Educação Ambiental. Neste momento percebemos que havia uma conexão que precisava ser aprofundada para melhor identificação, direcionando o trabalho para a linha de pesquisa de Fundamentos da Educação Ambiental (FEA), passando a orientação para o Prof. Dr. Carlos RS Machado e recebendo sua terceira atualização e o título definitivo: "Revolução Estética e Educação Ambiental: uma proposta de oposição ao fetichismo, à alienação e à ideologia capitalista".

Para propor uma revolução estética, uma mudança de paradigmas, necessitaria identificar qual estética essa estaria se opondo. Logo, ao invés de provar se as ações propostas pela revolução estética eram possíveis, os questionamentos surgidos nos exigiu provar o contrário: a existência da base a se opor, ou seja, a existência de uma estética capitalista condicionante que não era resultado de uma construção coletiva, mas da imposição do próprio sistema para sua manutenção.

A pesquisa dependeu de um processo bastante demorado de observações e de ações práticas, que foram surgindo de inquietações em meio aos estudos em Educação Ambiental. Identificar a estética e que elementos dificultam os processos de Educação Ambiental era uma necessidade na tentativa de contribuir para avanços na área e na luta contra as injustiças sociais e ambientais. Desvelar elementos de contradição da Educação Ambiental, para além de uma denúncia, tendo por objetivo orientar a questão ética na área, para que outros pesquisadores e educadores, ao verem determinadas situações de uso da Educação Ambiental para interesses lucrativos de empresas poluidoras, não se permitissem compactuar e serem cooptados, identificando o lado e a quem sirva tal proposta ou ação. Este foi o elemento motivador que daria sentido ao esforço dedicado ao trabalho, na tentativa de deixar algo que pudesse provocar outras reflexões e transformações mais próximas aos princípios da ética na Educação Ambiental.

O enfoque crítico dialético trata de apreender o fenômeno em seu trajeto histórico e em suas inter-relações com outros fenômenos. Busca compreender os processos de transformação, suas contradições e suas potencialidades. Para este enfoque, o conhecimento tem sentido quando revela as alienações, as opressões e as misérias da atual fase de desenvolvimento da humanidade; questiona criticamente os determinantes econômicos, sociais e históricos e a potencialidade da ação transformadora. O conhecimento crítico do mundo e da sociedade e a compreensão de sua dinâmica transformadora propiciam ações (práxis) emancipadoras. (GAMBOA, 2013, p. 75).

Assim, a primeira etapa da pesquisa se deu a partir do entendimento dos elementos motivadores e do contexto político, social, ambiental e econômico o qual estamos inseridos.

Ao identificar a possibilidade do poder simbólico ser criado por um padrão estético produzido, re-produzido e repetido, criando o fetichismo, a alienação e a manutenção da ideologia capitalista, se desenvolveu a hipótese da existência de uma estética do capitalismo, que seria um dos principais obstáculos da Educação Ambiental, apoiando-se na Análise do Discurso (AD) de Eni Orlandi (2009; 2013) estudiosa da análise de discurso, a partir de Michael Pecheux, que articula aspectos do marxismo, da teoria da linguagem e elementos da psicanálise como substrato analítico do material empírico discutido.

A segunda etapa ocorreu com os estudos sobre o contexto, forma a ampliar as afirmações da introdução referente ao capitalismo atual – neoliberal – a partir de Dardot e Laval (2016) e Chomsky (2017), assim como a manipulação da mídia apresentada nos estudos de Ramonet (2015).

A terceira etapa exigiu o estudo sobre estética e qual estética é criada pelo capitalismo¹ e seus aspectos, assim como a criação de outra estética em contraposição a esta, tendo como interlocutor central Jacques Rancière (2002, 2009, 2013), com complementos de outros autores que nos ajudam a fundamentar esta parte. Seguindo a sugestão de Minayo (2001, p. 19), realizamos a busca por uma base teórica direcionada a fim de entendermos as relações possíveis entre a Educação Ambiental e a estética.

A quarta etapa envolveu a investigação sobre a utilização da Educação Ambiental, como *marketing* de empresas poluidoras a partir de imagens e documentos disponíveis nos *sites* da Petrobras, Vale e sua subsidiada Samarco².

Na quinta etapa foi realizado levantamento, leitura e análise de 14 dissertações e 7 teses, produzidas pelo Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental da Universidade Federal do Rio Grande, PPGEA-FURG, entre os anos de 2006 e 2017, para verificar se os trabalhos contribuíam com elementos para uma estética para além do capitalismo, ou reproduziam aspectos da estética do capitalismo³.

A sexta etapa se deu com a reflexão sobre o trabalho artístico, oficinas e publicações independentes realizadas pelo pesquisador (MINAYO, 2001. p. 19) e a escrita deste relatório, a partir da proposta de revolução estética de Rancière (2002, 2009, 2013) e Estévez (2004,

¹ Sendo produzido o artigo “A estética neoliberal da nova razão do mundo capitalista: educando o individuo competitivo”, de PASSOS, Wagner V. e MACHADO, Carlos RS., no prelo.

² Para mais informações acessar o site eletrônico: <<http://www.petrobras.com.br>, <http://www.vale.com/brasil> <https://www.samarco.com>> .

³ Sendo produzido o artigo “Estética e Educação Ambiental na produção do PPGEA/FURG: Contribuições e contradições à superação do capitalismo”, de PASSOS, Wagner V. e MACHADO, Carlos RS., no prelo.

2011), apoiados por Boal (2009) e Guattari (1990), reunindo uma seleção de trabalhos que tinham na sua intenção a contraposição as imposições de mercado e a estética capitalista.

A partir das orientações de Gamboa (2013, p. 144), afirmando que “os objetivos de domínio cognitivo, em geral, são os mais apropriados para serem utilizados nos projetos de pesquisa”, realizamos este trabalho com elementos motivadores do nosso dia a dia, mas também reunindo elementos teóricos e práticos, buscando abraçar o máximo de informações para contribuição de nossa tese.

Novas capacidades precisam ser desenvolvidas para conseguir articular o domínio dos saberes sistematizados e o potencial criativo da pesquisa científica, novas habilidades para otimizar os instrumentais técnicos e teóricos necessários, a produção de novas respostas para as necessidades históricas da sociedade na fase atual de profundos processos de transformação. Essa formação exige também o domínio de teorias sólidas, com base no conhecimento acumulado, e as experiências históricas da evolução da ciência e da reflexão filosófica sobre seus procedimentos e resultados. (GAMBOA, 2013, p. 153).

Para tanto, nos apoiamos na Análise do Discurso, sendo esta a “palavra em **movimento, prática de linguagem**” e ao considerar os documentos como discurso (ORLANDI, 2008, p.15, grifo nosso). Ela não vai se ocupar do sentido do texto, ou do sentido do discurso, **mas sim dos modos e das dinâmicas do texto e do discurso por ocasião da produção de sentidos** ao longo do fio da história (ORLANDI, 2009). E disso visa refletir “sobre a maneira **como a linguagem está materializada na ideologia e como a ideologia se manifesta na língua**” (ORLANDI, 2009, p. 16, grifo nosso). Tal análise de discurso parte de premissas, como de que (a) “a língua tem sua própria ordem”, (b) “a história tem seu real afetado pelo simbólico”, e, de que (c) “o sujeito da linguagem é descentrado, pois [...] funciona pelo inconsciente e pela ideologia” (p. 19- 20). Neste sentido, afirma a não evidência dos sentidos, a opacidade da linguagem e o papel do inconsciente e da ideologia na produção de efeitos de sentidos, mostrando que “a linguagem serve para comunicar e para não comunicar” (ORLANDI, 2009, p. 21).

Portanto, “[a AD] visa a compreensão de **como um objeto simbólico produz sentidos**, como ele está investido de significância para e por sujeitos” (ORLANDI, 2009, p. 26), considerando as **condições de produção**, em um sentido estrito, que dariam conta do contexto imediato da enunciação; mas se pensadas em sentido amplo, incluem o contexto sócio-histórico e ideológico. Neste caso, não daria conta apenas do contexto sócio-histórico, mas também do imaginário produzido pelas instituições, sobre o já dito, sobre a memória, das **formações imaginárias** onde estariam definidos o “lugar e posição dos sujeitos”, ou seja, na

manutenção e sustentabilidade da “partilha do sensível” (RANCIÈRE, 2002, 2009, 2013) existente, e produzido pelo discurso.

O **trabalho da ideologia** na ordem do discurso é o de “produzir evidências, colocando o homem na relação imaginária com suas condições materiais de existência” (ORLANDI, 2009, p. 46), e problematizar a justificação da desigualdade do e entre seres e suas relações com a natureza da e na “sociedade realmente existente” diríamos nós. Mas, destaca a autora que, “a ideologia não é ocultação, mas função necessária entre língua e mundo” (ORLANDI, 2009, p. 47), isto porque, se a interpretação faz parte do próprio objeto de estudo do analista, é importante ressaltar que ele mesmo está envolvido no processo de interpretação. Assim, o que o analista pleiteia não é um lugar neutro, do qual se possa averiguar a verdade dos processos de produção de sentido, mas sim um deslocamento que lhe permita trabalhar no entremeio localizado ente a interpretação e a descrição. O analista diz “coloca-se em uma posição deslocada que lhe permite contemplar o processo de produção de sentidos em suas condições” (ORLANDI, 2009, p. 60).

As **bases da análise**, *c’est à dire* a delimitação do corpus, da preocupação da/na análise do discurso conforme a autora, são os fatos da linguagem, é com a materialidade e com a espessura semântica dos processos de produção de sentidos. Isto porque, o corpus não vai dar conta de dados: “considera-se que a melhor maneira de atender à questão da constituição do corpus é construir montagens discursivas que obedecem a critérios que decorrem de princípios teóricos da análise de discurso, face aos objetivos da análise” (ORLANDI, 2009, p. 63). O que se busca, portanto, seria o mapeamento das regularidades do processo de produção discursiva e não a exaustão temática de um discurso, o que terminaria por cair no conteudismo que a AD refuta desde sua aparição como campo epistêmico de produção de conhecimento nas searas filosóficas da linguagem.

Portanto, **falar é tomar partido**, é identificar-se com o tema, o objeto, a causa. Sendo assim, a articulação do simbólico com o político, mais do que inevitável, está na base da constituição das subjetividades e da existência humana; e isso, se materializa na linguagem e a ideologia é mostrada como o princípio norteador das matrizes de sentidos presentes nas formações discursivas, princípio astuto que oculta sua estrutura em seu próprio funcionamento: o de produzir a evidência e a transparência dos dizeres.

1.2 Tese

Diante da evidência da existência de uma estética do capitalismo é possível apontar para uma estética burguesa padronizada voltada à criação do fetichismo, da alienação e da manutenção da ideologia capitalista, para a qual, em contraponto, na teoria e na prática, é necessária e viável produzir outra estética, proposta nas ideias de Jacques Rancière⁴ e Pablo René Estévez⁵, e apoiada por Augusto Boal⁶ e Félix Guattari⁷.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

Identificar e compreender a existência de uma estética capitalista, seus aspectos fundamentais, como a mesma é produzida e a possibilidade, teórica e prática, de produção de outra estética.

1.3.2 Objetivos específicos

- I. Revelar como a ideologia capitalista por meios públicos e privados utilizam padrões estéticos e linguagens de persuasão para atingir seus objetivos específicos e individuais (como empresas) como sendo de toda a sociedade e/ou afinadas com percepções estéticas de cada um/a;
- II. Analisar as estratégias de *marketing* desenvolvidas por empresas poluidoras confrontando com exemplos de perpetuação da desigualdade e da injustiça ambiental devido às consequências de suas ações/atividades;

⁴**Jacques Rancière** (Argel, Argélia - 10 de junho de 1940): é professor emérito de Estética e Política na Universidade de Paris VIII, onde lecionou de 1969 a 2000. Dedicou-se a pesquisas sobre as classes operárias francesas e lutas políticas marginalizadas da história “oficial”. Atualmente tem explorado as relações entre estética e política, com ênfase nas artes visuais.

⁵**Pablo René Estévez** (Santa Clara, Cuba - 29 de junho de 1946): é escritor, ensaísta e investigador cubano. Doutor em Ciências Filosóficas e Professor Titular da Universidad Central de Las Villas, atua na área de Filosofia, com destaque na Educação Estética e Educação Ambiental. Foi reconhecido como um dos principais Educadores Destacados do Século XX.

⁶**Augusto Pinto Boal** (Rio de Janeiro, - Brasil - 16 de março de 1931 — Rio de Janeiro, 2 de maio de 2009): Fundador do Teatro do Oprimido é reconhecido mundialmente por entender o teatro como meio de reflexão e emancipação política, servindo como forma de manifestação das demandas sociais.

⁷**Félix Guattari** (Villeneuve-les-Sablons, Oise, França - 30 de abril de 1930 — Cour-Cheverny, 29 de agosto de 1992): filósofo, psicanalista e revolucionário francês, autodidata, não concluindo nenhum título universitário. É criador das propostas da Ecosofia, da Esquizoanálise, do Rizoma, Revolução Molecular e das Cartografias do Desejo. Teve como principal parceiro de interlocução Gilles Deleuze.

- III. Apontar como o *marketing* utiliza-se da arte e de padrões estéticos para promover a aceitação de uma ideia ou de consumo;
- IV. Mapear e problematizar a produção acadêmica na Educação Ambiental do e no PPGEA, relacionada a estética e seus fundamentos de funcionalidade à estética burguesa padronizada, ou ao contrário, de aportes críticos à produção de “outra” estética;
- V. Descrever as ações já realizadas pelo pesquisador e os resultados alcançados a partir da perspectiva da revolução estética;
- VI. Identificar e indicar exemplos de ações de contracultura e de Educação Ambiental, que possam despertar a criticidade e produzir a autonomia em confronto (ou ruptura? dissenso?) com a estética burguesa padronizada;
- VII. Refletir sobre as possibilidades de, por meio da arte, contribuir nos processos estéticos e de Educação Ambiental a superação da estética do capitalismo.

2 A EDUCAÇÃO AMBIENTAL E A ESTÉTICA

A motivação para esta pesquisa foi disparada por alguns questionamentos e observações realizadas durante meu processo de mestrado em Educação Ambiental, no qual desenvolvi a dissertação intitulada "Humor Gráfico: linguagem e crítica para uma Educação Ambiental sem fronteiras⁸", potencializadas durante o doutorado por inquietudes e contradições percebidas no dia a dia.

O primeiro questionamento surgiu logo após o término do mestrado, ao concluir que os *cartuns*⁹ se caracterizavam como um potente meio de denúncia, disparador de questionamentos e reflexões sociais e ambientais, com capacidade de transcender o domínio da escrita e os limites de país e idioma, por serem uma comunicação não verbal e de fácil leitura. No entanto, este dispositivo era apenas um e havia uma estrutura consolidada, a qual não parecia ceder frente às diversas proposições da Educação Ambiental. Havia uma força maior, contínua, um apelo, incentivando a busca por um modo de vida consumista, competitivo, individualista, dependente do movimento econômico e financiamento das grandes corporações, integrado a rotina e se colocando como única forma possível de relação, de troca, de trabalho e produção, já que para garantir a subsistência de cada um é/seria obrigatório, dentro da lógica que impõe, seguir suas regras.

A falta de efetividade da Educação Ambiental perante a ideologia capitalista levou a um segundo questionamento: ao ver educadores ambientais com formação e discurso crítico, trabalhando para empresas poluidoras, por meio de suas ONGs ou empresas de consultoria, produzindo uma Educação Ambiental muito mais potente esteticamente do que aquela realizada por professores de forma artesanal em suas escolas, responsabilizando às comunidades que sofrem injustiças ambientais pelos problemas globais, negligenciando a reflexão sobre os problemas locais vividos e causados pelas mesmas empresas que financiam tais projetos.

⁸ PASSOS, Wagner V. Humor Gráfico: linguagem e crítica para uma Educação Ambiental sem fronteiras. Dissertação (Mestrado em Educação Ambiental). Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental, Universidade Federal do Rio Grande - FURG: Rio Grande, 2013. Disponível em <https://argo.furg.br/?BDTD10347>, acesso dia 20 jun. de 2018.

⁹Diferente da charge, da caricatura e do desenho de humor, o cartum (em Portugal *cartoon*, em espanhol, *cartoon*, *chiste* ou *dibujo de humor*; em inglês, *cartoon* ou *gag cartoon*; em francês, *caricature* ou *dessin d'humour*) é caracterizado por ser uma piada gráfica atemporal, não possui vínculo com qualquer fato histórico. A ausência total de textos verbais o torna universal, podendo ser lido por qualquer pessoa, em qualquer parte do mundo. Utiliza normalmente duas ideias, uma base e outra secundária, cuja contradição entre as duas provoca o riso, o engraçado e conseqüentemente a reflexão sobre a questão abordada na ideia base.

Ao ver a Educação Ambiental subsidiando e diminuída como um mero dispositivo da gestão ambiental e como *marketing* de empresas poluidoras, surgiu à necessidade de questionar este processo, numa tentativa de defender a ética na Educação Ambiental para além de uma educação bancária e fatalista tão criticada pelo educador Paulo Freire (1998, 2011).

Estas provocações levaram a pensar e tentar descobrir o que movia as vontades e desejos da sociedade. O que levava pessoas conscientes das questões ambientais, com formação em Educação Ambiental, pesquisadas identificadas com a corrente crítica emancipatória transformadora, desenvolverem uma Educação Ambiental sob orientação de uma empresa poluidora? Que benefícios eram propostos para que, individualmente, o educador ambiental se permitisse ser seduzido, cooptado, vivendo o incomodo (ou não), de tamanha contradição?

Havia um elemento sutil, que reafirmava padrões e ideais a serem seguidos, um elemento subjetivo, que poderia ser evidenciado nos mais diversos processos de comunicação da cultura de massa e das relações sociais, influenciando, distraíndo e condicionando: 1) a satisfação e sentimento de felicidade do ser humano à uma expectativa sobre ele próprio de ascensão social; 2) a fatalidade e descrença na sociedade e no coletivo; 3) à aceitação das injustiças como necessárias, para que outros possam ter acesso ao consumo e a determinado nível social e qualidade de vida.

Ao investigar como este elemento se materializava, a questão visual destacou-se como um forte indício, no qual era possível observar padrões estéticos na mídia, que eram reproduzidos no comportamento, no discurso e no consumo das pessoas. Um esforço contínuo de *marketing* para direcionar e condicionar a vida social a partir da ação e comunicação de massa, porém em um formato de linguagem que conversa diretamente com cada indivíduo.

Essas referências estéticas são produzidas, re-produzidas e repetidas, até formarem um padrão estético, criando uma identidade e um poder simbólico (BOURDIEU, 2006), entre o trabalhador e o produto, transcendendo a utilidade do mesmo e introjetando na subjetividade a promessa de poder, de superioridade e controle sobre os outros, de ascensão social, sucesso e consequentemente, felicidade.

Buscamos chamar esta de estética burguesa padronizada, a estética do capitalismo, responsável pela criação do fetichismo (LATOUR, 2002), e por consequência alienação, ao tornar quem possui determinado produto, possuído pelo mesmo.

Esta estética é produzida e transmitida com forte financiamento de grandes corporações, não apenas na publicidade e propaganda, mas na cultura de massa, por meio de

jornais, noticiários (informativos e *fake news*), da indústria do entretenimento, *sites* e das redes sociais, construindo um potente meio de educação capitalista, condicionando o inconsciente coletivo e o senso comum (a partilha do sensível) tornando, o que era apenas sugestivo, um padrão a ser buscado, uma verdade a ser seguida. Enquanto professores descobrem as tecnologias digitais como possíveis dispositivos de educação em sala de aula (TIC – tecnologia de informação e comunicação), os mesmos já são usados há muito tempo por seus produtores com este objetivo (CHINEM, 2004. p. 15).

A partir da ideia de imparcialidade, democracia e credibilidade martelada e construída ao longo do tempo pela indústria da mídia, que se apresenta como isenta política e ideologicamente, o indivíduo passa a ignorar a manipulação a qual está sendo exposto, pois numa leitura inicial e ingênua, não percebe de que lado o emissor da mensagem está e quais intenções estão por trás, passando a defender uma posição que é dita como verdade, pois sabe do risco que é questioná-la, já que se auto-exclui socialmente ao não se permitir seguir a ideia, continuamente, reproduzida, repetida e padronizada, que se consolida como senso comum.

"O feio é belo!" - não há nisto nenhuma contradição, pois bela é a verdade escondida que a arte revela! O Belo é o reluzir da verdade através dos meios sensoriais - dizem alguns filósofos, e eu concordo; porém... qual verdade? Como não somos todos iguais, haverá muitas. Como não somos Hegel, não será Deus. (BOAL, 2009. p.32).

A desconfiança de que uma verdade instituída possa ser uma mentira, desacomoda, mexe com crenças já consolidadas, que organizam a sociedade em classe social, padrões culturais e de pensamento, os quais, muitas vezes, jogam contra o próprio povo¹⁰ que, na dimensão individualista imediatista, não mensura as consequências a ele creditada.

Uma vida condicionada a partir da ideologia capitalista, que institui o mercado como único provedor da vida, a qual todos nós, o Estado e a natureza devem servir, é o grande desafio a ser superado pela humanidade, sendo a Educação Ambiental responsável por incorporar todas as demandas e ações possíveis a fim de se fazer de fato ética, emancipatória e transformadora. Para isso que esta pesquisa se faz necessária e assim se propõe a não ser apenas uma revisão da Educação Ambiental, mas orientar outras pesquisas que pretendem contribuir realmente para um mundo justo e ambientalmente responsável.

¹⁰ Manifestações no Brasil em março de 2016 e em maio de 2018 pedindo a intervenção militar.

2.1 O capitalismo e sua relação com a estética

Ao se perguntar por que as propostas de emancipação e transformação social por meio da Educação Ambiental não se tornam uma prática habitual de nossa sociedade, já que apresentam suas bases na justiça, na democracia e na solidariedade - princípios que propõem benefícios coletivos maiores e melhores que a injustiça, a desigualdade e a competição, observamos que o capitalismo se reforça na contradição de sua prática e seu discurso.

Figura 1: A PIRÂMIDE – TIRA DE EDGAR VASQUES



FONTE: Exposição Cartunistas pelo Trabalho, 2018, organizada por Wagner Valente dos Passos.

Segundo Badiou (2017), o capitalismo apresenta-se como justo, democrático e livre. A liberdade proclamada estaria disponível apenas para o indivíduo, na ideia de um sistema que permite a qualquer pessoa ser o que ela quiser, privilegiando e premiando aqueles que se sobressaem aos obstáculos das dificuldades sociais e econômicas, mas também da ética, das leis e da concorrência, alcançando um poder acima, ou paralelo, ao próprio Estado, necessitando para isso legitimar o lucro.

Aliás, a desigualdade é constantemente reivindicada pelo capitalismo como uma necessidade natural, enquanto a igualdade é qualificada de utopia que conduz ao crime, o que equivale a dizer que ela é "humanamente" impossível. Isso foi esclarecido há muito tempo, talvez já desde a Revolução Francesa: o ponto de impossível próprio do capitalismo é a igualdade. (BADIOU, 2017. p.35).

O que mantém estas ideias, que hoje são responsáveis pela aceitação das injustiças sociais e ambientais, são as diversas crenças criadas pelos aparelhos de controle e ideologia utilizados pelo Capitalismo Mundial Integrado (GUATTARI, 1990), reforçando-se na arte, na cultura e na economia, conforme nos afirma Magdoff e Foster (2010, p.13), de que "el capitalismo no es unicamente un sistema económico – crea un sistema político, judicial y

social para sostener el sistema de riqueza y acumulación”, com elementos que moldam o inconsciente coletivo, o senso comum, a partir da produção, re-produção e repetição de um padrão sensível para o capitalismo, o qual chamamos de estética burguesa padronizada.

Além de se apropriar da força de trabalho, o capitalista também se apropria da necessidade de manutenção da vida do trabalhador, ao ser o próprio trabalhador o consumidor do produto que ele mesmo produz.

A criação de leis de autoproteção do capitalismo e dos capitalistas é um mecanismo que garante e obriga a dependência do trabalhador ao consumo de produtos industrializados e impede a autonomia e a criação de meios de produção, de produtos e da venda por parte do trabalhador, mantendo nas mãos de uma minoria o poder sobre a economia, sobre o governo e sobre o povo, conforme afirma Marx:

Dentro do processo de produção, o capital evoluiu para o comando sobre o trabalho, isto é, sobre a força de trabalho em atividade, ou seja, sobre o próprio trabalhador. O capital personificado, o capitalista, cuida de que o trabalhador execute seu trabalho ordenadamente e com o grau adequado de intensidade.

O capital evolui, além disso, para uma relação coercitiva que obriga a classe trabalhadora a executar mais trabalho do que exigia o estreito círculo de suas próprias necessidades vitais. E como produtor de laboriosidade alheia, extrator de mais-trabalho e explorador da força de trabalho, o capital supera em energia, exorbitamento e eficácia todos os sistemas de produção anteriores baseados em trabalho forçado direto.

(...) Não é mais o trabalhador quem emprega os meios de produção, mas os meios de produção que empregam o trabalhador. Em vez de serem consumidos por ele como elementos materiais de sua atividade produtiva, são eles que o consomem como fermento de seu próprio processo vital, e o processo vital do capital consiste apenas em seu movimento como valor que valoriza a si mesmo (MARX, 1983. p.244).

Assim, o povo trabalha para consumir e consome para viver, refém de um sistema que tem na apropriação da força de trabalho e dos recursos naturais a fonte de lucro e de riqueza de alguns. Logo, os tensionamentos por parte dos trabalhadores, para melhoria das condições de trabalho e diminuição da apropriação da mais valia pelos capitalistas, gerou diversos conflitos e a consolidação dos sindicatos como organizações que, além de representarem os trabalhadores, tencionavam melhorias nas leis e nas condições de trabalho. Também buscavam satisfazer necessidades sociais que o Estado negligenciava, criando cooperativas de consumo e habitação, clubes sociais, culturais, esportivos e círculos operários, uma rede comunitária baseada e assistida pelos próprios trabalhadores, gerando uma identidade e união coletiva, ainda não suficiente para uma revolução do proletariado, mas que se constituía em um fortalecimento perante os capitalistas.

Para desarticulação da classe trabalhadora seria necessário criar uma expectativa de ascensão social para o trabalhador, um condicionamento baseado na esperança de desfrutar dos mesmos espaços e privilégios dos ricos, dos poderosos, do patrão, passando a defender os interesses desses.

A força do capitalismo reside na cultura que produziu, fundada na exaltação da acumulação privada de bens materiais e na indução ao consumo ilimitado, além da aquisição de um razoável status e certo reconhecimento social. O que mais ela faz é prometer felicidade plena. Entretanto é só promessa e falaciosa. Por mais que utilize todos os mecanismos do marketing, pinte com as cores mais atraentes a realidade e organize todo tipo de entretenimento, não consegue fazer as pessoas felizes. Ao contrário, as torna cada vez mais erráticas, frustradas e vazias, pois suas premissas são falsas ou enganosas. (BOFF, 2017. p.5).

Esta construção social ocorre a partir do momento que se difunde a ideia de democracia para o sucesso, baseada unicamente no esforço individual e sua imposição perante os outros, como único instrumento capaz de trazer ascensão social e transformação. Esta crença é fomentada por um ideal de vida construído pelos dispositivos de mídia e *marketing*, para satisfação dos desejos como necessidades e objetivos, reunindo a possível oportunidade de acesso à bens, serviços, status e poder como sinônimo de qualidade de vida.

O consumismo, para além do consumo de subsistência, torna-se o responsável por possibilitar fragmentos desse ideal de vida difundido pela estética burguesa padronizada, a partir do poder simbólico e de elementos estéticos que seguem um padrão definido como se fosse uma construção social, porém induzida. O mercado passa a ser o responsável por reger a sociedade, gerando possíveis oportunidades individuais, nas quais se encaixa a concepção neoliberal de indivíduo individualista, que luta contra a sociedade que o oprime – criadora de obstáculos para o seu sucesso, mas também responsável pelo seu sucesso ao consumir seus produtos, pensamentos ou serviços, na busca pelo reconhecimento, admiração, inveja e *status*, difundindo a ideia de que para sobrevivência é necessária à luta de uns contra os outros, abdicando de direitos coletivos, de ações de cooperação, para criação de vantagens competitivas individuais.

Este argumento, como no tempo de Marx, era utilizado para exploração da mão de obra infantil para aumento da produção e diminuição dos custos, pois esta seria uma prática de todos os capitalistas, uma vantagem competitiva que deixava de ser uma vantagem para ser uma prática habitual, sendo tida como necessária e natural para não comprometer os lucros.

Hoje, com exploração de mão de obra na China e a transformação do modo de produção capitalista para um capitalismo asiático, o objetivo dos capitalistas do mundo passa

a ser a implantação de uma nova razão do mundo, regida pelo neoliberalismo (DARDOT e LAVAL, 2016). No Brasil, as bandeiras do Estado Mínimo e da diminuição dos direitos trabalhistas para a geração de novos empregos convence os trabalhadores de todo o país, pela promessa do benefício imediato, do dinheiro e garantia de subsistência para hoje, sem pensar na vida futura, na velhice e nas dificuldades que o próprio capitalismo pode gerar a partir da especulação financeira e das crises fabricadas. Além da recorrente ameaça da ditadura militar, quando há resistência do povo e as elites não estão dispostas a negociar, impondo-se.

Massifica-se assim a ideia de que o capitalismo é a única fórmula social de organização capaz de contribuir para a evolução humana e da vida, o gerador de trabalho e renda, o qual possibilita o consumo essencial para subsistência. O excesso de mão de obra disponível, provocado pela evolução tecnológica que desemprega, não é apresentado como um fator de contradição e cataclisma do sistema, assim o trabalhador é persuadido a abdicar de sua contribuição individual para a coletividade, a qual um dia será beneficiado, como a previdência social e demais encargos sociais - pagos pelo próprio trabalhador, para engordar o lucro dos capitalistas.

O argumento usado pelos empresários é que o dinheiro para o Estado só serve para financiar privilégios de políticos corruptos. No entanto, não fazem a autocrítica quando tais políticos em suas campanhas são financiados pelos próprios empresários para defenderem seus interesses. Assim, a falácia de que um dia investirão - quando o mercado estiver estabilizado - nas demandas sociais, pagar melhores salários e empregar mais pessoas, não passa de estratégia de manipulação da opinião pública e da coletividade.

Numa sociedade que aceita aberta, explicitamente, e de maneira - é preciso dizer - amplamente consensual que o lucro seja o único motor viável para fazer funcionar a coletividade, pode-se dizer que a corrupção está na ordem do dia de maneira imediata. Afinal, se ganhar o máximo de dinheiro possível é a norma, fica difícil dizer que não é verdade que todos os meios sejam válidos. Pois de que outra norma, de que norma sonhadora, poderíamos nos servir para normatizar a verdadeira norma que é a do lucro? Pode-se retorquir que há leis, mas logo se vê que tudo isso é necessário para que a figura geral das coisas, ou seja, a figura do real em que estamos apoiados, se perpetue. É por isso que é necessário que volta e meia haja um escândalo: não, de modo algum, como revelação do real, mas como encenação de um pedacinho do próprio real no papel de uma exceção do real. (BADIOU, 2017. p.17).

O capitalismo evoluiu desde a Segunda Guerra tornando o *american way of life* (DORFMAN e MATTERLAT, 1978), o estilo de vida a ser seguido e referência para o mundo. Suas variações e adaptações servem para adequar-se às realidades culturais de cada

país, estado, cidade, bairro e região. Um sistema que se mantém por difundir como objetivo de vida o consumo e o poder por ele possibilitado.

Com a criação das redes sociais e a promessa da mídia social e compartilhamento de ideias, cultura, informação e conhecimento, tornam-se um dos principais meios para venda de produtos e controle social, devido à instantaneidade otimizada pelo uso dos *smartphones* (celulares inteligentes) e facilidade das empresas de obtenção de dados e informações sigilosas dos usuários. Com a criação de celebridades específicas dessas mídias, garotos e garotas propagandas do capitalismo estampam duas das profissões mais desejadas por crianças, adolescentes, jovens e adultos da atualidade: a de *youtuber* e *digital influencer*.

A proposta de ascensão social capitalista baseia-se na ideia da democracia neoliberal, que nunca permite, de fato, a democracia da riqueza produzida pelos trabalhadores entre os trabalhadores. Consolidando-se no senso comum que a riqueza é gerada não pela força de trabalho, mas pela genialidade, personalidade, gestão e dinheiro investido pelos empreendedores.

Se tentamos aplicar essas observações à situação contemporânea, devemos nos perguntar: qual é a máscara do nosso real e, portanto, qual é o semblante próprio do capitalismo imperial mundializado, sob que máscara ele se apresenta que impede que sua identificação o defina, qual é a máscara ao mesmo tempo tão real e tão afastada de qualquer real que é quase impossível arrancá-la?

E então lamento ter de dizer aqui que o semblante contemporâneo do real capitalista é a democracia. É a sua máscara. Lamento, porque a palavra "democracia" é uma palavra admirável, e será preciso retomá-la e redefini-la, de um jeito ou de outro. (BADIOU, 2017. p.25).

Com a sociedade condicionada à crença de que ela é dependente, subsidiada e refém da economia, sendo a economia, conseqüentemente, refém do mercado, é o dinheiro o elemento intermediário que dá direito e concebe a vida, a qual é possível por meio do trabalho para o trabalhador e do lucro sobre o consumo para empresário. Logo, haveria nesta razão de mundo espaço para se debater problemas ambientais e outras propostas de produção, de economia e de consumo quando o foco das pessoas está condicionado a satisfazer seus desejos, suas necessidade de alimentação, moradia, saúde, educação e status?

Há espaço para a Educação Ambiental crítica, emancipatória, transformadora, para a justiça ambiental? Certamente, estas ideias e preocupações não estão na pauta da agenda capitalista, nem do Estado controlado por ela, e talvez, nem da própria Educação Ambiental, utilizadas muitas vezes com um discurso na encenação da democracia que não existe.

2.2 Fetichismo e alienação

A evolução do sistema capitalista para uma nova razão de mundo pelo viés do neoliberalismo (DARDOT e LAVAL, 2016), tem a estética burguesa padronizada como o mecanismo de criação do poder simbólico.

Tudo que consumimos, produtos que nos alimentam, que nos vestem ou de tecnologia que dão acesso a serviços intangíveis, como *internet*, televisão, cinema e outros mais, são produtos do trabalho de alguém, de muitos desconhecidos, e mínimo, de quem o financia e lucra. Mesmo aqueles que são fabricados por máquinas, tiveram o trabalho de quem desenhou a máquina, moldou as peças, montou e agora de quem a opera. Até um *software* que controla mil máquinas ao mesmo tempo foi construído também pela força de trabalho de alguém. Logo, o que seria um produto fetichizado?

Bruno Latour apresenta a seguinte origem da palavra:

Para designar a aberração dos negros da Costa da Guiné e para dissimular o mal-entendido, os portugueses (muito católicos, exploradores, conquistadores, até mesmo mercadores de escravos), teriam utilizado o adjetivo "feitiço", originário de "feito", particípio passado do verbo fazer, forma, figura, configuração, mas também artificial, fabricado, e por fim, fascinado, encantado. Desde o princípio, a etimologia recusa-se, como os negros, a escolher entre o que toma forma através do trabalho e o artifício fabricado; essa recusa, ou hesitação, conduz à fascinação, induz aos sortilégios. Ainda que todos os dicionários etimológicos concordem sobre tal origem, o presidente de Brosses, inventor, em 1760, da palavra "feitichismo", agrega aqui o "fatum", destino, palavra que dá origem ao substantivo fada (fée), como ao adjetivo, na expressão objeto-encantado (objet-fée). (LATOURE, 2002. p.16-17).

Para Latour (2002), a relação de crenças faz parte da cultura humana. O problema está quando uma crença sobrepuja e subjuga outra, coloca os fetiches de um em posição de inferioridade aos fetiches de outro com intenção de tornar frágil, sem poder e dominar: "Vemos povos cobertos de amuletos ridicularizarem outros povos cobertos de amuletos. Não temos de um lado iconófilos e do outro iconoclasta, mas de iconodúlios e mais iconodúlios" (LATOURE, 2002, p. 18).

O capitalismo não se satisfaz com a geração de lucro, mas com a maximização dos lucros, obtidos com a redução máxima de custos possíveis e ampliação máxima das quantidades vendidas no maior preço que as pessoas (que agora são o mercado), estão dispostas a pagar. Para isso é necessário despertar um valor pelo produto para além de sua utilidade, criando uma relação de poder que coloca quem o fez e aquele ao qual o produto

pertence como pertencentes ao produto, numa inversão de posse e valor, já que o produto é quem passa a exercer poder sobre quem o possui.

De onde provém, então, o caráter enigmático do produto do trabalho, tão logo ele assume a forma mercadoria? Evidentemente, dessa forma mesmo. A igualdade dos trabalhos humanos assume a forma material de igual objetividade de valor dos produtos de trabalho, a medida do dispêndio de força de trabalho do homem, por meio de sua duração, assume a forma da grandeza de valor dos produtos de trabalho, finalmente, as relações entre os produtores, em que aquelas características sociais de seus trabalhos são ativadas, assumem a forma de uma relação social entre os produtos de trabalho.

O misterioso da forma mercadoria consiste, portanto, simplesmente no fato de que ela reflete aos homens as características sociais do seu próprio trabalho como características objetivas dos próprios produtos de trabalho, como propriedades naturais sociais dessas coisas e, por isso, também reflete a relação social dos produtores com o trabalho total como uma relação social existente fora deles, entre objetos.(MARX, 1983. p.71).

Logo, o fetiche é o produto envolto a um poder a ele concedido, de *status*, transcendendo a sua funcionalidade e utilidade, produzido no processo produtivo e entendido as relações sociais no mercado capitalista. A alienação está na relação deste produto não pertencer de fato ao trabalhador que o produziu, mas devido ao poder a ele concedido pelo possuidor dos meios necessários à produção, tornando o trabalhador pertencente ao produtor e ao produto, enfim, ao poder do fetiche que o possui ao produzir e depois ao possuir o produto.

A estética burguesa padronizada integrada a cultura de massa e ao *marketing*, como dispositivo de criação do fetiche e conseqüentemente alienação, condiciona o existir humano ao consumo e sua contínua promessa de qualidade de vida associada ao ter, possuir e comprar (ou aparentar estas questões). O acesso a este consumo por meio de um trabalho condicionado as imposições insalubres para a sociedade e o trabalhador é a garantia de “baixo custo” e conseqüente maximização dos lucros pelas grandes corporações e seus capitalistas, que controlam e barganham, com políticos e o Estado, facilidades e deterioração social de cidades, regiões ou até mesmo países, para manutenção de sua estrutura, ideologia e criação de zonas de sacrifício.

A tão bem falada "competição" cuida de fazer com que as condições sociais e ambientais médias do território sejam suficientemente desreguladas para liberar os empreendimentos de qualquer compromisso social ou com a preservação do meio ambiente, além da retórica da "responsabilidade social e ambiental", que dá às próprias corporações o protagonismo na manipulação de suas imagens públicas. (ACSELRAD, MELLO & BEZERRA, 2009. p. 137).

Como mecanismo de criação de fetiches e alienação, estaria a estética burguesa padronizada inserida também na Educação Ambiental?

2.3 O que é estética?¹¹

Ao identificar o poder da imagem e a possível existência de uma estética burguesa padronizada, antes de tudo, foi necessário realizar uma investigação sobre a própria estética, para entender como ela funciona e como codificamos, e que sentidos damos, as informações que recebemos, tanto verbais quanto não verbais. Esta pesquisa é um convite para visitarmos a própria história da estética, chegando em pleno século XXI na chamada “Era da Informação”, ou “Era Digital”, ou ainda “Era Tecnológica”, na qual a *internet* e as redes sociais, articulam-se com os grandes conglomerados empresariais, aparentemente de forma livre difundindo a democratização dos meios de comunicação, por outro lado, criando um meio bastante eficiente de manipulação de audiência e algoritmos.

Para entender o que é estética é preciso buscar os debates dos antigos gregos os quais, a partir de questionamentos sobre o belo, desenvolvem não apenas o conceito de estética, mas do esteta, ou seja, o **homem jovem, bonito e perfeito**, em suas habilidades, emoções e delicadezas.

No livro III de A república de Platão (427 a.C. – 347 a.C.), questionam quais seriam as consequências ético-políticas de aceitarem um discurso orientado pela produção do falso, realizado por um poeta e que limites seriam permitidos para que o poeta, um imitador, não transformasse uma mentira em verdade. Neste caso os prazeres do belo e suas sensações são trazidas como parâmetros para o seguinte diálogo:

Logo, esse prazer, também não deverá aproximar-se do amor como não devem ter o menor contato com aquele o amante e o amado ligados por legítima afeição.

Sim, por Zeus, disse: não deverá aproximar-se.

De tudo isso podemos concluir que terás de estabelecer por lei, na cidade por nós fundada, que o amante só deverá beijar o amado, conviver com ele ou tocar nele como se tratasse de um filho, por amor ao belo, e assim mesmo somente de alcançar o seu consentimento; em tudo o mais, as relações com o jovem a quem se afeiçãoou nunca devem dar asa à suspeita de que foram além desse limite; caso contrário, será dito na conta de indivíduo grosseiro e carente de educação musical.

De inteiro acordo, respondeu.

¹¹ Utilizamos parte de nosso artigo (Passos e Machado, 2018, no prelo) para compor esta parte dos argumentos do relatório da tese.

E agora, perguntei, não te parece que chegamos ao fim de nossa exposição sobre a música? Pelo menos terminou onde deveria terminar, pois a música deve acabar no amor ao belo. (PLATÃO, 2000, p.145-163).

O que é o belo? Este questionamento, a partir do eurocentrismo e das bases da cultura grega, constrói parâmetros estéticos que se tornaram hegemônicos e se integram nos dias de hoje a lógica construída sobre a vida. Aristóteles (384 a.C. – 322 a.C.), no trecho da Poética, nos apresenta temas da reflexão estética como a *mimesis*, a relação da filosofia com a arte e a *catharsis*.

É necessário, portanto, que os Mitos bem compostos não comecem nem terminem ao acaso, mas que se conformem aos mencionados princípios. Além disso, o belo – ser vivente ou o que quer que se componha de partes – não só deve ter essas partes ordenadas, mas também uma grandeza que não seja qualquer. Porque o belo consiste na grandeza e na ordem, e portanto um organismo vivente, pequeníssimo, não poderia ser belo (pois a visão é confusa quando se olha por tempo quase imperceptível); e também não seria belo, grandíssimo (porque faltaria a visão do conjunto, escapando a vista dos espectadores a unidade e a totalidade; imagine-se, por exemplo, um animal de dez mil estádios...). Pelo que, tal como os corpos e organismos viventes devem possuir uma grandeza, e esta bem perceptível como um todo, assim também os Mitos devem ter uma extensão bem apreensível pela memória. (ARISTÓTELES, 1981, p.14-63).

Plotino (205 d.C. – 270 d.C), filósofo neoplatônico, aprofunda o debate sobre o belo e sobre a inclinação para o belo, a beleza do corpo e no que consiste a beleza.

Porque é necessário que o olho se faça semelhante e parecido com o objeto visto, para poder contemplá-lo. Jamais veria um olho o Sol, sem haver-se tornado semelhante ao Sol; nenhuma alma veria o belo sem ser bela. Que tudo se faça, pois, primeiro divino e belo, se se quer contemplar a Deus e ao belo. Que se vá primeiro remontando-se até a inteligência e se saberá que nela todas as ideias são belas, e se confessará que ali está a beleza (a saber, as ideias: por elas, que são os produtos e a essência da inteligência, existem todas as belezas).

O que está além da beleza chamamos a natureza de Bem; o belo está colocado frente a ela. Assim, numa expressão de conjunto, diremos que o primeiro é o belo, porém se querem dividir os inteligíveis ter-se-á de distinguir o belo, que é lugar das ideias, do Bem, que está além do belo e que é sua fonte e seu princípio. Ou colocar-se-ia o Bem e o belo num mesmo princípio. Em todo caso, o belo está no inteligível. (PLOTINO, 1981, p.54-62).

Tomás de Aquino (1225 – 1274), realiza uma relação do belo com outras qualidades humanas, como se todas integrassem uma lógica a qual devêssemos seguir.

O belo e o bom são uma e mesma coisa no sujeito, já que eles repousam sobre uma base comum, a saber, sobre a forma, e eis por que um é predicado do outro: mas isso não impede que essas duas entidades não difiram racionalmente nas ideias que formamos para nós mesmos. Com efeito, o bom se relaciona propriamente à faculdade apetitiva, que ele é o que apetece a qualquer coisa e forma; por isso mesmo, é causa final. Ao contrário, o belo se liga a faculdade cognitiva, considerando que se chamam belas as coisas que aprezem a vista. Ele consiste numa justa proporção, onde os sentidos reencontram sua semelhança com felicidade, pois ele é as próprias relações da ordem e da harmonia. E como, por um lado, a assimilação se liga à forma, o belo pertence propriamente à ideia de causa formal. (TOMÁS DE AQUINO, 1863, p.4).

A afirmação de Tomás de Aquino (1863), e seus textos “Contra gentios” e “Suma teológica” traduz uma lógica estética que resulta em diversos problemas de perspectiva e expectativa entre as pessoas. Existem preconceitos instituídos na sociedade capitalista ocidental que são difíceis de serem identificados em suas origens, pois integram a seara de crenças instituídas e verdades absolutas.

Sendo os gregos brancos e sendo belo o homem jovem, posteriormente instituído que o belo por ser belo é consequentemente bom e do bem; sendo o poder hegemonicamente constituído por homens de origem branca, pois tudo o que está fora desta lógica, ou seja, a mulher, o negro, o índio, o obeso, o pobre, o velho, o feio, o grotesco, a pessoa com necessidades especiais, o diferente, é ruim e do mal. Assim se constrói, a partir de tudo que está fora do que é esteticamente instituído como belo, bom e do bem, o preconceito e a conclusão de que, se não for belo não serve, é descartável, ou mesmo, precisa ser dizimado. Uma lógica elitista de purificação da espécie que constituiu uma das bases do Nazismo e que continua viva, sem se fazer criticamente na sociedade tal relação!

Percebe-se que o uso da estética para dominação não foi constituída no pós-Segunda Guerra, mas sim no processo humano a partir das forças hegemônicas que foram construídas e substituídas ou sobrepostas no decorrer da história, antes mesmo da consolidação do capitalismo como o conhecemos hoje. Pois sua característica burguesa atual se dá por ser a classe social e econômica que encontra-se logo acima da classe trabalhadora e consequentemente, a que reúne o maior número de pessoas e precisa ser condicionada. Os padrões são as formas sintéticas de representar significados que se reforçam com os mesmos a partir da sua re-produção. Logo, a estética do poder hegemônico não necessariamente sempre foi burguesa, mas firmada com o objetivo de dominar, seguindo a lógica da segregação, exclusão e condicionamento pela necessidade ou desejo.

Ao analisarmos a constituição da estética a partir dos gregos, vemos que a mesma utilizou por bases especificamente os preceitos culturais de um local e de um tempo específico, chegando ao século XXI como hegemônica devido a construção histórica de mundo a partir da dominação europeia sobre outros povos. A riqueza cultural da América, da África e Oceania foi ignorada e sobrepujada pelo aparato tecnológico desenvolvido pelos europeus e sua sede por ouro, prata, pedras preciosas e terras. Grandes impérios foram destruídos ao longo dos últimos cinco séculos, ou pela imposição de outra cultura, ou por invasões e fim de populações inteiras por doenças¹². Suas culturas, suas estéticas, suas formas de pensar, de viver, suas tecnologias, relegadas ao outro extremo, inferiores, ruins e incompatíveis com os novos preceitos religiosos.

Seguindo a imersão sobre a estética, Alexander Gottlieb Baumgarten (1714 – 1762), nos traz mais possibilidades conceituais, na qual “a estética (como teoria das artes liberais, como gnoseologia inferior, como arte de pensar de modo belo, como arte do análogo da razão) é a ciência do conhecimento sensitivo” (BAUMGARTEN, 1993, p. 105-120).

Para Baumgarten a estética artística, que se volta ao natural, se aplicaria da seguinte forma:

1) preparar, sobretudo pela percepção, um material conveniente às ciências do conhecimento; 2) adaptar cientificamente os conhecimentos à capacidade de compreensão de qualquer pessoa; 3) estender a aprimoração do conhecimento além ainda dos limites daquilo que conhecemos distintamente; 4) fornecer os princípios adequados para todos os estudos contemplativos espirituais e para as artes liberais; 5) na vida comum, superar a todos na meditação sobre as coisas, ainda que as demais hipóteses sejam semelhantes. A partir disso, destacam-se algumas aplicações especiais, a saber: 1) a filológica; 2) a hermenêutica; 3) a exegética; 4) a retórica; 5) a homilética; 6) a polética; 7) a musical, etc. (BAUMGARTEN, 1993, p. 105-120).

Baumgarten segue a linha de pensamento de Tomás de Aquino, afirmando que “o fim visado pela estética é a perfeição do conhecimento sensitivo como tal” e que esta perfeição é a beleza, sendo que “a imperfeição do conhecimento sensitivo é o disforme, e como tal deve ser evitada”, assim como reafirma a riqueza e o poder como objetivos humanos e estéticos.

¹² Francisco Pizarro quando alcançou as terras incas em 1526 possuía apenas 180 homens, 1 canhão e 37 cavalos. O Império Inca acabara de passar por uma guerra civil entre os dois filhos de Huayana Cápac, estando Atahualpa descansando em Cajamarca com um exército de 100 mil homens. Além do acesso fácil a Atahualpa, sua prisão e o assassinato de seu irmão Huascar, pelos espanhóis, uma das principais aliadas do pequeno exército espanhol foi a varíola, dizimando grande parte da população inca. Os cavalos eram animais desconhecidos e por carregar homens tornavam estes temidos, pois sua estética desconhecida remetia ao poder de deuses e suas pólvoras traziam sons de trovões e atordoamento. (GALEANO, 1987, p. 28-30).

Como todo homem é atraído por bens de todo tipo que, uma vez conhecidos, lhe despertam desejos, mencionaremos como convém ao esteta, alguns deles, segundo a ordem de importância: o dinheiro; o poder; o trabalho e seu termo de comparação, o lazer; as delícias externas; a liberdade; a honra; a amizade; o vigor e a firme saúde do corpo; as sombras da virtude; o belo conhecimento e seu corolário que é amável virtude; o conhecimento superior e seu corolário de virtude que deve ser venerada. Será, portanto, lícito atribuir aos temperamentos estéticos alguma grandeza d'alma inata, que se manifesta principalmente na atração instintiva pelas grandes coisas, notadamente entre os que atentam nelas a passagem que os conduzirá facilmente para as coisas supremas. (BAUMGARTEN, 1993, p. 105-120).

Esta convenção estética reduz as possibilidades e as potencialidades da diversidade singular distribuída na humanidade em cada indivíduo por todo o mundo. Por não alcançar algumas das qualidades estéticas instituídas, não nos sentimos merecedores dos mesmos direitos dos ricos, assim como não alcançamos o mesmo nível de aceitação social. A culpa e o sentimento de imperfeição contribuem para permitirmos a manipulação de nossas vidas. Aquilo que para nós é permitido recebemos como o suficiente para pessoas falhas ou diferentes, como a maioria dos seres humanos. Assim, o pobre é pobre por merecimento, por falta de qualidades, por não ter força, por não se dedicar e ser insuficiente para a sociedade, é o que poderíamos interpretar de maneira implícita desta estética acima referida.

Baumgarten também traz os desvios estéticos de suas obrigações com a vida. O desvio delas se caracteriza não apenas os processos de corrupção conhecidos, mas também a degradação da sociedade.

Se o talento for cultivado por meio de exercícios sem vida e sem força, a índole será totalmente negligenciada ou totalmente corrompida e degradada, a ponto de, por exemplo, submergir sob o domínio de desejos e de paixões tirânicas, como a hipocrisia, o gosto feroz da luta atlética, as companhias perdulárias, as ambições, a licenciosidade, as orgias, a ociosidade, o interesse exclusivo por bens materiais ou simplesmente pelo dinheiro. Então, quando a pobreza e a vulgaridade do espírito transparecer, ela deturpará tudo aquilo que parecia pensado com graça e elegância. (BAUMGARTEN, 1993, p. 105-120).

Por outro lado, Baumgarten aproxima-se de um conceito mais abrangente de estética ao conectá-la com a natureza e libertá-la de certa forma.

Os exercícios estéticos serão mais corretos e mais precisos, se à estética natural inata e adquirida – a senhora natureza – associar-se a estética erudita, sem a qual os talentos certamente belos, mas não divinos, hão de experimentar muitas vezes o caminho que conduz ao refinamento do conhecimento, que é tal como o caminho nas selvas, por entre a lua fugidia, sob uma luz maligna, quando Júpiter mergulhou o céu na sombra e a noite sombria subtraiu às coisas sua cor. (BAUMGARTEN, 1993, p. 105-120).

Para David Hume (1711 – 1776) “temos propensão a chamar de bárbaro tudo o que se afasta de nosso gosto e de nossas concepções, mas prontamente notamos que este epíteto ou censura também pode se aplicar a nós”. (HUME, 2004, p. 367-396). Esta contradição sobre a estética segue, para Hume uma lógica, mas também a possibilidade de outras estéticas a partir do gosto de cada um. No entanto, neste debate, pergunta-se: até que ponto o gosto é natural ou algo condicionado ou seria parte natural e parte condicionado?

É natural que se procure encontrar um Padrão de Gosto, uma regra capaz de conciliar as diversas opiniões dos homens, um consenso estabelecido que faça com que uma opinião seja aprovada e outra condenada. [...] A beleza não é uma qualidade das próprias coisas; ela existe apenas no espírito que as contempla, e cada espírito percebe uma beleza diferente. É possível mesmo que um indivíduo encontre deformidade onde outro só vê beleza, e cada um deve ceder a seu próprio sentimento, sem ter a pretensão de controlar o dos outros. (HUME, 2004, p. 367-396).

Para Hume (2004, p. 367-396) “tentar estabelecer uma beleza real ou uma deformidade real é uma investigação tão infrutífera quanto tentar determinar uma doçura real ou um amargor real”, ou seja, disso poderíamos afirmar que, o que temos por uma estética burguesa padronizada vai ao contrário do existir humano, exatamente pelo padrão estético que tenta impor, chocando-se com o movimento indominável, o qual se desenvolve o processo natural da vida, que necessita, se transforma e evolui, a partir da diversidade genética e cultural para continuidade da própria vida e seu melhoramento, sendo que a ciência e a racionalidade humana ainda são incapazes de perceberem e entenderem esse sentido cíclico.

No entanto, como para Hume, diríamos que esta padronização estética não existe, pois “é impossível deixar de sentir certa predileção por aquilo que se adapta melhor à nossa disposição e às nossas inclinações pessoais”. Assim, Hume nos diz que estas preferências são inocentes, pois não existem padrões que possam contribuir para chegarem a uma escolha ou a um gosto.

A contribuição de Immanuel Kant (1724-1804), para a estética é importante, pois trata das sensações e percepções de cada um. Para ele o gosto “é a faculdade de ajuizamento de um objeto ou de um modo de representação mediante uma complacência ou descomplacência independente de todo interesse”, o qual se chamaria de belo (KANT, 1993, p. 47-112).

As relações da sensação de prazer para Kant fazem parte unicamente das percepções individuais de quem observa ou experimenta algo, não podendo servir de parâmetro para o conhecimento, valendo o princípio de que cada um tem seu próprio gosto.

Para Kant, ao se instituir padrões de gosto, objetivando desenvolver um aparente prazer coletivo sobre coisas impostas, torna qualquer prazer com sentido falso e desconsiderado: “Quando se julgam objetos simplesmente **segundo conceitos**, toda a representação da beleza é perdida. Logo, não pode haver tampouco uma regra, segundo a qual alguém devesse ser coagido e reconhecer algo como belo” (KANT, 1993, p. 47-112).

Kant aprofunda a estética perante a necessidade de aprovação que cada indivíduo possui perante todos, como modo de ser aceito e existir em sociedade.

Procura-se ganhar o assentimento de cada um, porque se tem para isso um fundamento que é comum a todos; com esse assentimento também se poderia contar se apenas se estivesse sempre seguro de que o caso seria subsumido corretamente sob aquele fundamento como regra de aprovação. (KANT, 1993, p. 47-112).

A relação do ser humano com a natureza e a necessidade de dominá-la é tratada por Kant pelo viés estético e sua relação atual de exploração.

Se a natureza deve ser julgada por nós dinamicamente como sublime, então ela tem que ser representada como suscitando medo (embora inversamente nem todo objeto que suscita medo seja considerado sublime em nosso juízo estético). Pois no ajuizamento estético (sem conceito) a superioridade sobre obstáculos pode ser ajuizada somente segundo a grandeza da resistência. Ora bem, aquilo ao qual nos esforçamos por resistir é um mal, e se não consideramos nossa faculdade à altura dele, é um objeto de medo. Portanto, para a faculdade de juízo estético a natureza somente pode valer como poder, por conseguinte como dinamicamente – sublime, na medida em que ela é considerada como objeto de medo. (KANT, 1993, p. 47-112).

Para Johan C. Friedrich Schiller (1759 – 1805), a relação com a natureza deve primar pela vida, do mesmo modo que sua relação estética com o outro não deve ser padronizada a partir de processos de persuasão, perdendo a validade e, conseqüentemente, o sentido de ser humano.

Porque o impulso sensível precede o moral em sua existência, assim ele dá à lei da necessidade um começo no tempo, uma origem positiva, e, através do mais infeliz dos equívocos, faz do imutável e eterno em si um acidente do efêmero. Ele se persuade a ver os conceitos de justiça e injustiça como regulamentos instituídos por uma vontade, não como válidos em si mesmos e por toda a eternidade. Tal como ele ultrapassa, na explicação de fenômenos naturais particulares, a natureza, e procura fora dela o que pode ser encontrado somente em sua legalidade interna, assim também ultrapassa, ao explicar a eticidade, a razão e perde por sua falta sua humanidade, ao procurar neste caminho uma divindade. (SCHILLER, 1989, p. 636-651).

A arte e a estética, para Friedrich Wilhelm Joseph von Schelling (1775 – 1854), surgem por meio da contradição do próprio indivíduo. A validade do poder de criação não pode estar ligado a um padrão, pois o mesmo iria contra a um princípio da vida que é a diversidade.

Da afirmação de todos os artistas, de que são involuntariamente impelidos para a feitura de suas obras, de que na produção delas apenas satisfazem um impulso irresistível de sua natureza, pode-se concluir corretamente que toda produção estética assenta sobre uma contraposição de atividades; pois se cada impulso parte de uma contradição de modo que, uma vez posta a contradição, a atividade livre torna-se involuntária, então o impulso artístico tem de resultar também de um tal sentimento de uma contradição interior. Essa contradição, porém, como põe em movimento o homem inteiro, com todas as suas forças, é sem dúvida uma contradição que afeta *o que é último nele*, a raiz de toda a sua existência (o Em-si verdadeiro). (SCHELLING, 1957, p. 281-299).

Não apenas o lugar onde se vive, mas todas as influências recebidas inspiram diretamente no fazer artístico. O que é arte pode ser direcionado ao resultado em si do fazer arte, mas até que ponto esse potencial criador é um poder de apenas alguns poucos ou integra uma qualidade nata do ser humano?

A obra de arte reflete-nos a identidade das atividades consciente e não consciente. Mas a contraposição dessas duas é infinita e é superada sem nenhuma intervenção da liberdade. O caráter fundamental da obra de arte é, portanto, uma infinitude não consciente [síntese de natureza e liberdade].[...] Toda produção estética parte do sentimento de uma contradição infinita; assim, o sentimento que acompanha a conclusão do produto da arte tem de ser também o sentimento de uma satisfação. (SCHELLING, 1957, p. 281-299).

Logo, a moldura é a prisão da arte, as cores uma armadilha. O espectador se encanta com a obra, mas ignora o que se passa na mente e no coração do artista.

Schelling (1957, p. 281-299), faz uma distinção sobre o produto estético e o produto artístico, para ele o produto estético é o resultado de uma criação absolutamente livre e influenciável, enquanto o produto artístico seria o resultado de uma criação sem influencia de fins externos, servindo apenas como meio para alcançar o supremo.

É importante refletir sobre o que seria esse produto estético que chamamos de arte. Se por acaso, ao estarmos condicionados por uma ideologia capitalista não estaríamos permitindo que seja considerada arte apenas àquela cujas instituições, *marchands*, galerias, leilões, colecionadores, o sistema da arte em si considera arte? Não estaríamos condicionando o valor

simbólico da arte ao seu valor econômico, como acontece com o *graffiti*, ao sair das ruas, ganha as galerias e volta às ruas apenas se houver um mecenas?

O que é então aquela maravilhosa faculdade através da qual, segundo a afirmação do filósofo, suprime-se uma contraposição infinita na intuição produtiva? Até agora não pudemos tornar esse mecanismo inteiramente compreensível porque apenas a faculdade artística pode desvelá-lo completamente. Essa faculdade produtiva é a mesma através da qual a arte também consegue o impossível, ou seja, suprimir uma contraposição infinita num produto finito. É a faculdade poética que é a intuição originária na primeira potência, e, inversamente, é apenas a intuição repetidamente produtiva na mais alta potência que nós chamamos de faculdade poética. (SCHELLING, 1957, p. 281-299).

Neste percurso conceitual na busca sobre o que é estética, misturam-se o fazer artístico, a faculdade poética, a criação e as sensações produzidas por esta conjunção. Porém, começamos a chegar próximo ao percebermos que o produto estético se separa do produto artístico devido ao objetivo em si. Um produto artístico se basta no produto em si, independente das reflexões que surtirão da contemplação do produto. Já o produto estético pode ser parte secundária de um outro produto, como uma campanha de publicidade, ou mesmo a maneira como uma notícia é apresentada na televisão.

Para Schelling (1957, p. 281-299), a arte apresenta-se sem intenções além da própria arte, sem influências. Mas como isso seria possível, sendo nós seres humanos altamente influenciados pela cultura, pelo ambiente, pelos nossos desejos e emoções? A arte pura nunca existiu e nunca existirá, pois o ser humano só se torna humano e desenvolve seus sentidos e cognição seguindo padrões estéticos apresentados por outro ser humano. Há a necessidade de ser educado. A arte pura só seria possível se um ser humano for capaz de nascer e crescer sozinho, criar ideias em total isolamento e despertar o processo artístico sem influência aparente, e mesmo assim a memória genética em algum momento terá influências não previstas.

Aceitando nossas limitações particulares e nossa diversidade singular como uma potência; aceitando também a impossibilidade da existência da arte pura nesta dimensão humana, podemos nos perguntar até que ponto a arte também seria um instrumento ideológico quando, na sua tentativa de pureza, parte do nada para lugar nenhum? Seria arte aquele produto estético que, também pode ser um produto artístico, que parte de algo e nos leva a outro, nos fazendo refletir, independente de ser belo ou feio, desvinculado da intenção de produto em si para o consumo? E de onde parte a idealização da perfeição de um mundo, que somente aquilo que é belo tem o direito de existir? Que padrões instituem o belo?

Georg Wilhelm Friedrich Hegel (1770–1831), nos apresenta o que seria o mundo da beleza efetivada nas obras de artes. Sendo uma beleza legítima de contemplação, rara, espiritualizada, que estética seria esta a qual a obra de arte representaria? A idolatria de um ideal de estilo de vida ocorreria por decorrência mitológica do poder e dos prazeres disponíveis apenas àqueles que o tem? Os ricos teriam condições de usufruir desses prazeres por se aproximarem desses deuses e por isso os adoramos? Tal idolatria nos convence a permitir contradição pelo simples desejo de querer ser um deles também.

O conteúdo desse mundo é o belo, e o verdadeiro belo, como vimos, é a espiritualidade configurada, o ideal; mais precisamente, o espírito absoluto, a própria verdade. Essa região da verdade divina, exposta artisticamente para a intuição e a sensação [Empfinden], constitui o ponto central de todo o mundo artístico enquanto a forma autônoma, livre e divina, que se apropriou completamente da exterioridade da Forma e do material, e a traz em si apenas como sua própria manifestação. Entretanto, uma vez que o belo aqui se desenvolve como efetividade objetiva, e assim, também se diferencia numa particularidade autônoma de aspectos e momentos particulares, esse centro se confronta com seus extremos realizados numa efetividade peculiar. A objetividade ainda não espiritualizada, mero envolvimento natural do Deus, constitui, por isso, um destes extremos. Aqui é configurada a exterioridade enquanto tal, que não tem seu fim e conteúdo espiritual em si mesma, mas num outro. (HEGEL, 1999, p. 90-103).

O caminho lógico instituído sobre o ser belo, conseqüentemente bom e do bem, contribuiu diretamente na criação de uma estética padronizada, idealizada, a ser buscada e seguida. Quais parâmetros são usados para instituição do belo? Como se comporta o gosto perante as variações da diversidade na cultura humana que fogem do padrão? Para Arthur Schopenhauer (1788 – 1860) encontramos no modo de conhecimento estético dois componentes inseparáveis:

Primeiro o conhecimento do objeto não como coisa isolada, mas como ideia platônica, ou seja, como forma permanente de toda uma espécie de coisas; depois a consciência de si daquele que conhece, não como indivíduo, mas como puro sujeito do conhecimento destituído de vontade. A condição sob a qual esses dois componentes entram em cena sempre unidos é o abandono do modo de conhecimento ligado ao princípio da razão, único útil para o serviço tanto da Vontade quanto da ciência. – Desses dois componentes do modo de conhecimento estético resulta também a SATISFAÇÃO despertada pela consideração do belo, e, na verdade, satisfação mais em face de um ou de outro, conforme o objeto da contemplação. (SCHOPENHAUER, 2005, p. 2065-287).

Essa busca da satisfação encontra nos debates estéticos de Karl Marx (1818 – 1883) outro ponto de vista, o da carência e o da utilidade.

Relacionam-se com a coisa por querer a coisa, mas a coisa mesma é um comportamento humano objetivo consigo própria e com o homem, e vice-versa. Eu só posso, em termos práticos, relacionar-me humanamente com a coisa se a coisa se relaciona humanamente com o homem. A carência ou a fruição perderam, assim, a sua natureza egoísta e a natureza a sua mera utilidade (Nützlichkeit), na medida em que a utilidade (Nutzen) se tornou utilidade humana. (MARX, 2004, p. 108-114).

Marx discute a relação do ego do ser humano e sua idealização no processo de fetichização e alienação, tendo em vista que temos em objetos referências que nos distinguem, criando assim uma estética burguesa padronizada.

Vê-se como o lugar da riqueza e da miséria nacional-econômicas é ocupado pelo homem rico e pela necessidade (Bedürfnis) humana rica. O homem rico é simultaneamente o homem carente de uma totalidade da manifestação humana de vida. O homem, no qual a sua efetivação própria existe como necessidade (Notwendigkeit) interior, como falta (Not). Não só a riqueza, também a pobreza do homem consegue na mesma medida – sob o pressuposto do socialismo – uma significação humana e, portanto, social. Ela é o elo passivo que deixa sentir ao homem a maior riqueza, o outro homem como necessidade (Bedürfnis). A dominação da essência objetiva em mim, a irrupção da minha atividade essencial é a paixão, que com isto se torna a atividade da minha essência. (MARX, 2004, p. 108-114).

Ao estudarmos a estética a partir de Karl Marx encontramos questões importantes que se apresentam neste princípio do século XXI, as quais serão aprofundadas mais adiante, com autores que estão debatendo as relações da arte e da estética na atualidade.

Apresentamos agora o pensar sobre a estética de Friedrich Wilhelm Nietzsche (1844 – 1900), o qual nos traz para o debate esta idealização da imagem que resulta na criação de ídolos.

Que por detrás de todas essas máscaras se oculta uma divindade, eis a razão essencial para a típica “idealidade” tão frequentemente admirada daquelas famosas figuras. Foi afirmado por não sei quem que todos os indivíduos seriam, enquanto indivíduos, cômicos e, portanto, não trágicos: de onde se deveria deduzir que os gregos simplesmente não podiam suportar indivíduos no palco trágico. De fato eles parecem ter sentido dessa forma: assim como aquela distinção e estimativa platônica da “ideia” em contraposição ao “ídolo”, à cópia, está profundamente alicerçada na essência helênica. (NIETZSCHE, 1878, p. 3-24).

Este condicionamento do ser que imita, apresentado desde os gregos, é complementada por Sigmund Freud (1856 – 1939), no qual discursa sobre a relação do poeta com o fantasiar, que o faz como uma criança e assim o leva a sério (FREUD, 1993, p.29-40).

Já Walter Benjamin (1892 – 1940), a partir de seus estudos sobre cinema, nos faz refletir sobre as mudanças estéticas que podem surgir e como estas alterações aprofundam não apenas outras possibilidades, mas revoluções.

O objetivo das revoluções é acelerar essa adaptação. Revoluções são inervações do coletivo; ou, precisamente, tentativas de inervação do novo coletivo, historicamente inédito, que tem o seu órgão na segunda técnica. Essa segunda técnica é um sistema, no qual o domínio das forças elementares da sociedade apresenta a condição para o jogo com as forças elementares da natureza. Como uma criança que acaba de aprender a agarrar, que estende a mão para a lua assim como para uma bola, assim também a humanidade, em suas tentativas de inervação, apreende os objetivos possíveis e ao mesmo tempo os que a princípio são utópicos. Pois não é apenas a segunda técnica que registra suas exigências para a sociedade nas revoluções. Justamente porque essa segunda técnica quer alcançar a crescente libertação do ser humano a partir do trabalho em geral, o indivíduo vê, por outro lado, seu campo de ação se ampliar repentinamente. Nesse campo, o indivíduo ainda não está informado. Mas suas exigências se registram nesse campo. Pois quanto mais o coletivo se apropria de sua segunda técnica, tanto mais sensível ele se torna aos indivíduos a ele pertencentes. (BENJAMIN, 1991 p. 7).

Theodor Adorno (1903 – 1969), nos traz questionamentos importantes sobre a arte e seu desenvolvimento durante o século XX, devido ao seu distanciamento, não só temporal, mas humano, com relação ao sensível e a desconstrução de sua ligação com o existir, dizendo que “o lugar da arte tornou-se nele incerto. A autonomia que ela adquiriu, após se ter desembaraçado da função cultural e dos seus duplicados, vivia da ideia de humanidade. Foi abalada à medida que a sociedade se tornava menos humana”. (ADORNO, 1982, p. 11-24)

Nesta linha de deslocamento do humano e das contradições da arte, Vilém Flusser (1920 – 1991), faz relevante contribuição do debate ao trazer a questão da embriaguez humana e da relação com as drogas. Seria o ideal estético produzindo um entorpecente simbólico para que o sujeito permita-se acreditar para fugir da sua própria realidade?

Em lugar e tempo nenhum tem sido fácil a vida humana, porque tem sido, em toda parte e sempre, vida em cultura. Pois cultura é simultaneamente desalienação e alienação, mediação e encobertura, emancipadora e condicionante. Tal ambivalência do ambiente cultural no qual o homem se encontra cria tensões externas, entre o homem e seu ambiente, e internas, no interior de sua consciência, dificilmente suportáveis. Por isso, procuravam os

homens, em toda parte e sempre, escapar a tal tensão e embriagar-se. Inventaram meios entorpecentes. [...] Do ponto de vista da cultura são eles “venenos”, do ponto de vista de quem os usa são “salva vidas”. (FLUSSER, 2011, p. 378)

Para Flusser, a arte causa na mente humana o mesmo efeito das drogas, no entanto, para o sistema causa um grande prejuízo, pois os efeitos da arte, além de legais, são questionadores e influenciam outras pessoas.

A arte torna dizível o inefável, e audível o inaudito. Nela o recuo da cultura vira avanço rumo à cultura. Artista é inebriado que emigra da cultura para re-invadi-la. Recuperar tal gesto não é tarefa fácil para os aparelhos. Porque tal gesto é indispensável aos aparelhos. [...] como gesto que apanha “ruído” e o transforma em “informação”. Ou como gesto que transforma “experiência” em “modelo”: Ou como gesto de sonhador que transforma “fantasma” em “símbolo”. [...] Com efeito: a rigor trata-se do único gesto político eficiente. Publicar o privado é o único engajamento na república que efetivamente implica transformação da república, porque é o único que a informa. Na medida em que, pois, os aparelhos permitem tal gesto, põem eles em perigo sua função des-politizadora. [...] Não se vê atualmente, como os aparelhos vão resolver o problema. Se opção pela sua própria redundância, ou pela possibilidade sempre presente de serem eles próprios recuperados pela abertura do homem rumo ao imediatamente concreto. E nessa indecisão da situação atual reside a tênue esperança de podermos, em futuro imprevisível, e por catástrofe imprevisível, retomar em mãos os aparelhos. (FLUSSER, 2011 p. 380-383).

A importância de Flusser para este debate remete diretamente a proposta dessa pesquisa, ao apresentar as possibilidades da arte a serviço da estética burguesa padronizada, e também, a sua potencialidade de oposição a ideologia capitalista ao propor o caminho para mudanças a partir de uma revolução estética que contraponha e apresente outras formas de agir, destruindo e reconstruindo a cultura, numa tentativa de reconhecer sua potencialidade, aceitando como qualidade a diversidade humana.

Para Gilles Deleuze (1925 – 1995), o sentido de criação existente no ser humano é algo que transcende o prazer, quem cria o faz por necessidade de fazer. Assim a arte se configura numa potência transformadora que ultrapassa o poder da mídia, pois além de informar, ela incomoda e se torna uma catalizadora, clinamens para outras possibilidades. Neste sentido a arte seria para Deleuze o meio de contrainformação e oposição a força de alienação da mídia e da indústria da cultura de massa.

Quando alguém lhes informa, alguém lhes diz o que vocês supostamente devem crer. Em outros termos: informar é fazer circular uma palavra de ordem. As declarações da polícia são ditas, com justo título, comunicados.

Alguém nos comunica uma informação, ou seja, alguém nos diz o que nós supostamente estamos em estado ou dever de crer, o que nós temos de crer. Ou mesmo não crer, mas fazer como se acreditássemos. Ninguém nos obriga a crer, mas sim a nos comportar como se acreditássemos. É isso a informação, a comunicação e, sem essas palavras de ordem e sua transmissão, não há comunicação. O que importa: a informação é exatamente o sistema de controle. É evidente e nos diz respeito, atualmente em particular. (DELEUZE, 2003, p.291-302)

Deleuze apresenta como as ações de arte e de contracultura atingem diretamente o poder hegemônico, seus métodos de persuasão e aparelhos.

Coloquemos assim: a informação é o sistema de controle das palavras de ordem, palavras de ordem que circulam em nossa sociedade dada. O que a obra de arte pode ter a ver com isso? Não falamos da obra de arte, falamos ao menos que há a contrainformação. Há países nos quais, em condições particularmente duras e cruéis, há contrainformação. No tempo de Hitler [...] nenhuma contrainformação jamais incomodou [...] salvo em um caso. Qual é o caso? Aí está o importante. A única resposta seria: a contrainformação se torna efetivamente eficaz quando ela é (e ela é assim por natureza) ou torna-se um ato de resistência. E o ato de resistência não é informação nem contrainformação. A contrainformação só é efetiva quando ela se torna um ato de resistência. (DELEUZE, 2003, p.291-302).

Ao trazermos a proposta da revolução estética, Deleuze faz uma contribuição importante, sobre qual a relação da obra de arte com a comunicação.

Nenhuma, a obra de arte não é um instrumento de comunicação. A obra de arte não tem nada a ver com comunicação. A obra de arte não contém estritamente a menor informação. Em contrapartida, há uma afinidade fundamental entre a obra de arte e o ato de resistência. Visto desse modo, sim: ela tem algo a fazer com a informação e comunicação à título de resistência. [...] Malraux desenvolve um conceito filosófico, diz uma coisa muito simples sobre a arte: ela é a única coisa que resiste a morte.(..)
Não há obra de arte que não faça apelo a um povo que não existe ainda. (DELEUZE, 2003, p.291-302).

Portanto, se ao início a estética foi/é apresentada como “estudo filosófico sobre o belo e sobre as obras de arte”; ou o “conjunto dos princípios fundamentais de uma expressão artística em conformidade com determinado ideal de beleza”; ou seria, “relativo ao belo, a sua percepção, a arte e que proporciona a beleza ao corpo” (LAROUSSE, 2007)¹³, na descrição e debate realizado, poderíamos dizer que é mais do que isso. Também pode ser a “ciência do belo, da natureza e das artes; concepção particular do belo; (...) que caracteriza o belo” (Le

¹³Dicionário Larousse do Brasil: São Paulo: Larousse, 2007, p. 427.

ROBERTIT, 2008, p. 263)¹⁴. No entanto, se como diz Harvey (2017, p.169), ao discutir o espaço que, os “juízos estéticos” ao serem “transformados em un ente material de algún tipo, será vivido por quienés lo visiten o trabajen en el” de outra forma, isto implicaria em pensarmos a estética para além destas definições e considerar o contexto espacial e suas transformações. Certamente, aqueles envolvidos irão refletir sobre estética (hacer juicios estéticos) diferentemente de alguém que, de fora ou não envolvido diretamente, produz seus juízos estéticos. De um lado, podemos dizer ser a estética - o conjunto de princípios expressos conforme determinado ideal/padrão de beleza e concepção de belo – expressão e concepção de verdade/padrão– que se materializa em ideais, nos corpos, na orientação à reflexão sobre a beleza, as artes, etc. um determinado “regime estético” (RANCIÈRE, 2009), mas, de outro lado, e ao mesmo tempo incluindo o seu contrário como expressão e concepção produzida desde e a partir de relações sociais desiguais da “partilha do sensível” (RANCIÈRE, 2009, 2013) como sendo os dois lados de uma mesma moeda.

No capitalismo atual tudo tende a ser transformado em mercadoria num mercado de relações e de ideal de civilização, pois sua razão atual (DARDOT e LAVAL, 2016), induz à produção e re-produção de concepções no e através do sujeito competitivo (mesmo sendo crente)¹⁵ do que é ser o belo, o ideal, o modelo de corpo belo, etc., ou mais ainda nas características indutoras de uma nova razão do e no mundo que aprofunda e amplia o regime capitalista na produção do sujeito como empresário de si num mercado competitivo de tudo e de todos contra todos. Disso, então, se considerarmos que, cada época produz ou cria um “regime estético”, devemos na reflexão partir do contexto e dos debates implícitos e explícitos sobre a pensabilidade induzida pelos “hegemonos” (CECEÑA, 2004), sobre materialidade das relações sociais desiguais entre grupos humanos (sociedade) e destes com a natureza tendo na filosofia e na estética (seus conteúdos), como produção simbólica dominante, e também, seu contrário, desde àqueles que buscam na ruptura (MACHADO e MORAES, 2016)¹⁶, da separação do sensível que àqueles impõem sobre todos/das. No campo do saber filosófico, e estético diríamos, em primeiro, seria necessário entender como eles (os dominantes) buscam explicar, como e que sentimentos produzem, que significações, que indução de fazer, pensar e

¹⁴Dicionário Le Robertit, de poche. Paris: Sejur, 2008, p. 263.

¹⁵ Lembrar o escândalo de grupelho fascista neoliberal contra a exposição *Queermuseu - Cartografias da Diferença na Arte Brasileira*, no Santander Cultural de Porto Alegre à qual levou ao seu fechamento em setembro de 2017. Fonte: El País https://brasil.elpais.com/brasil/2017/09/11/politica/1505164425_555164.html acesso em 25 mai. 2018

¹⁶ Machado e Moraes (2016) argumentaram neste sentido, ou seja, do papel do conflito como indicador de um processo que pode, ou não, levar a ruptura ou pelo menos a pensabilidade da ruptura da “partilha do sensível”, ver: <<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/NORUS/article/view/9246>>, acesso 23 mai. 2018.

do que pensar eles buscam produzir e re-produzir por meio de sua linguagem e imagens de sua sociedade, ou seja, a “partilha do sensível” como sendo sustentável.

Conforme Rosental e Iudin (1981, p. 156), em suas lições de estética marxista leninista a estética é “la encarnación objetivamente sensible de aquellos aspectos de las relaciones sociales objetivas (incluyendo el dominio de las fuerzas y fenómenos de la naturaleza)”. As discussões sobre o belo que é proposto pelos gregos a partir de Aristóteles recebe a contribuição da diversidade de gostos e formas, ampliando para outras categorias, sendo o gracioso, o belo, o sublime e o trágico, ligados à harmonia; o risível, a beleza do feio, a beleza do horrível e o cômico, ligadas a desarmonia, pertencentes ao campo da desordem (SUASSUNA, 1979, p. 102). Conceitos que não encontram-se padronizados e modificam-se conforme construções culturais de cada povo, região do planeta e sistema de sociedade em que se vive, justificando a afirmação de Rosental e Iudin (1984, p. 69-70), de que a estética é a ciência que estuda toda a rica variedade de valores estéticos que o homem encontra no mundo que o rodeia.

Segundo Augusto Boal (2009), diversos mecanismos podem ser utilizados como disparadores de sentimentos, emoções e estados, sendo possível utilizar elementos estéticos como forma de induzir pessoas a determinado tipo de situação.

As ideias dominantes em uma sociedade são as ideias das classes dominantes, certo, mas, por onde penetram essas ideias? Pelos soberanos canais estéticos da Palavra, da Imagem e do Som, latifúndios dos opressores! É também nestes domínios que devemos travar as lutas sociais e políticas em busca de sociedades sem opressores e sem oprimidos. Um novo mundo é possível: há que inventá-lo. (BOAL, 2009. p.15).

Estes mecanismos visuais, verbais e sonoros, podem ser utilizados em toda arte e comunicação e seu processo de difusão está baseado no gosto, condicionado por meio da repetição, gerando um gosto e verdades duvidosas e induzidas.

Atualmente algoritmos, uma forma de linguagem tecnológica que identificam nossos gostos e comportamentos via *internet* e alimentam nosso(s) desejo(s) de consumo a partir da organização desses padrões que nós mesmos não somos capazes de mensurar, por serem inconscientes, e exatamente por isso, manipuláveis, são os mecanismos mais fáceis de condicionamento. No meio desta diversidade de opções outras surgem com intenção definida, aumentando gradativamente sua apresentação e discurso a ponto de tornarem-se parte do inconsciente coletivo.

Ignacio Ramonet nos traz questões importantes do quanto a *internet* é utilizada hoje, não apenas como uma forma de condicionamento ao induzir escolhas por meio da oferta de

informação e imagens específicas e sua repetição como se fosse resultados aleatórios de gostos, mas de vigilância clandestina realizada em parceria entre governos e as grandes empresas de tecnologia, que já realizam este procedimento com fins comerciais e que, naturalmente poderiam realiza-los com fins políticos ou mesmo para criação de comportamentos condicionados.

Con la ayuda de algoritmos cada vez más perfeccionados, miles de investigadores, ingenieros, matemáticos, estadísticos, informáticos, persiguen y crean las informaciones que generamos sobre nosotros mismos. Desde el espacio nos siguen satélites y drones de mirada penetrante. En las terminales de los aeropuertos, escáneres biométricos analizan nuestros pasos, “leen” nuestro iris y nuestras huellas digitales. Cámaras infrarrojas miden nuestra temperatura corporal. Las pupilas silenciosas de cámaras de vídeo nos escudriñan en las aceras de las ciudades o en los pasillos de los supermercados. Nos siguen la pista también en la oficina, en las calles, en el autobús, en el banco, en el metro, en el estadio, en los aparcamientos, en los ascensores, en los centros comerciales, en carreteras, estaciones, aeropuertos... [...]

Hay que decir que la inimaginable revolución digital que estamos viviendo, y que trascto caya tantas actividades y profesiones, también ha desbaratado completamente el campo de la información y el de la vigilancia. En la era de Internet, la vigilancia se hay vuelto omnipresente y totalmente inmaterial, imperceptible, indetectable, invisible. Además, ya es, técnicamente, de una excesiva sencillez. (RAMONET, 2015, p. 11-12).

Ramonet nos traz uma afirmação de Julian Assange, fundador de WikiLeaks sobre como funciona o sistema de informação do governo dos Estados Unidos associado às grandes empresas da *internet*.

Las nuevas empresas, como Google, Apple, Microsoft, Amazon y más recentemente Facebook han establecido estrechos lazos con el aparato del Estado en Waschington, especialmente con los responsables de la política exterior. Esta relación se hay convertido en una evidencia [...]. Comparten las mismas ideas políticas y tienen idéntica visión del mundo. En última instancia, los estrechos vínculos y la visión común del mundo de Google y la Administración estadounidense están al servicio de los objetivos de la política exterior de los Estados Unidos. (ASSANGE apud RAMONET, 2015, p. 14).

O que nos afirma Ramonet é a centralização da Internet com o intuito da vigilância, mas também para manutenção da segurança do sistema capitalista, ou do Capitalismo Mundial Integrado.

Internet se há centralizado. Al principio, se percibió la Red como una explosión de posibilidades de expresión individuales, que permitia escapar de la dependencia de los monopolios estatales (correos, telégrafo, teléfono),

de los gigantes de las telecomunicaciones y de los grandes medios de comunicación dominantes (prensa, radio, televisión). Era sinónimo de libertad, de evasión, de creatividad. Veinte cinco años después, la Red está a punto de sufrir una violenta centralización en torno a ciertas colosales empresas privadas: las GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft), todas estadounidenses, que, a escala planetaria, acaparan las diferentes facetas de la Red, y de las que son extraordinariamente dependientes los aproximadamente 3 mil quinientos millones de internauta, quienes, a su vez, las alimentan con todos sus datos personales. Y de este modo, las enriquecen descomunadamente. (RAMONET, 2015, p. 16).

Estas são apenas questões tratadas por Ignacio Ramonet e que encontram-se nas reflexões de Noam Chomsky sobre como se desenvolve uma democracia de espectadores, na qual acredita-se na liberdade, sem de fato tê-la.

Permitam que eu comece contrapondo duas concepções diferentes de democracia. Uma delas considera que uma sociedade democrática é aquela em que o povo dispõe de condições de participar de maneira significativa na condução de seus assuntos pessoais e na qual os canais de informação são acessíveis e livres. [...] Outra concepção de democracia é aquela que considera que o povo deve ser impedido de conduzir seus assuntos pessoais e os canais de informação devem ser estreita e rigidamente controlados. (CHOMSKY, 2013, p. 9-10).

A manipulação do pensamento coletivo não é algo novo. Chomsky nos apresenta o princípio da propaganda política, com intenção de condicionar o comportamento das massas.

Começamos com a primeira operação de propaganda governamental de nossa era, que aconteceu no governo de Woodrow Wilson, eleito presidente em 1916 com a plataforma "Paz sem Vitória". Isso aconteceu bem na metade da Primeira Guerra Mundial. A população estava extremamente pacifista e não via motivo algum que justificasse o envolvimento numa guerra europeia. O governo Wilson estava, na verdade, comprometido com a guerra e tinha que fazer alguma coisa a respeito. Foi constituída uma comissão de propaganda governamental, a Comissão Creel, que conseguiu, em seis meses, transformar uma população pacifista numa população histórica e belicosa que queria destruir tudo o que fosse alemão, partir os alemães em pedaços, entrar na guerra e salvar o mundo. (CHOMSKY, 2013, p.11-12).

Por isso a proposta de estudar a estética, como funciona, que mensagens verbais e não verbais são transmitidas e com que intenção e como o *marketing* associa-se a este condicionamento. Da mesma maneira, como desconstruir esta estética consolidada, criando outra (ou outras), a partir da arte e da Educação Ambiental?

Existem duas formas humanas de pensamento - Sensível e Simbólico -, e não apenas esta que se traduz em discurso verbal. São formas complementares,

poderosas, e são, ambas, manipuladas e aviltadas por aqueles que impõem suas ideologias às sociedades que dominam. (BOAL, 2009. p.16).

O debate sobre o que é estética se amplia ao pesquisarmos outras obras que poderiam ser trabalhadas nesta abordagem e que também foram consultadas como parte desta pesquisa, como "Estética da criação verbal", de Mikhail Bakhtin (2011), "O que é estética?", de Marc Jimenez (1999) e "Estética: literatura e pintura, música e cinema", de Michel Foucault (2009). Este recorte tem por objetivo elucidar e buscar uma definição mais próxima deste conceito, o que ajudaria a entender suas relações não apenas na arte, mas seu uso na comunicação e junto ao *marketing*.

A reunião de diversos autores foi possível graças ao trabalho organizado por Rodrigo Duarte (2013), intitulado "O belo autônomo: textos clássicos de estética", que reúne e contribuem teoricamente para o campo e, que, atrás nos apoiamos na descrição e descrição do debate da/sobre a estética nos e pelos clássicos selecionados pelo autor.

Outra contribuição importante é realizada por Ariano Suassuna (1979), em seu livro "Iniciação à Estética", o qual além de realizar um apanhado geral dos diversos estudos estéticos e relacionar diversas visões sobre o belo, traz também um aprofundamento das categorias da beleza de Aristóteles.

Vale reforçar a contribuição de Verlaíne Freitas (2003), com a obra "Adorno & a arte contemporânea", na qual aborda a estética de Adorno e seu debate sobre arte, com sua crítica à sociedade capitalista e da qual apresenta-se a seguir especificamente o que seria a estética burguesa padronizada.

As questões sobre o que é estética apresentadas elucidam este conceito maleável que permitem suas ampliações e contradições a partir de outras percepções de mundo, ao passo que nosso referencial teórico tem por base o conceito de estética de Rancière (2002, 2009, 2013) e ampliado com os demais teóricos.

2.4 Por que a estética do capitalismo é burguesa e padronizada?

Para esta abordagem é importante ressaltar a contribuição do livro "Diversidade e Estética em Marx e Engels" (2016), reunindo diversos autores que abordam alguns temas importantes quanto à estética burguesa padronizada, com o qual abrimos a busca desta resposta.

A arte, como produção humana, como transformação realizada pelo homem, como expressão crítica da sociedade, é bastante desvirtuada no mundo do capital, sendo frequentemente apropriada para veiculação de uma ideologia calcada em valores burgueses. O trabalhador que a produz pouco pode dela desfrutar, uma vez que sua produção acaba sendo incorporada aos circuitos do capital. [...]

A sociedade adquire traços cada vez mais pautados em valores capitalistas, alimentados pela lógica da normatividade e de uma produtividade que não contempla nem reconhece uma outra forma de ser, de viver, uma outra estética do existir humano. (MARTINELLI, 2016, p. 14).

O termo estética burguesa padronizada foi desenvolvido a partir da leitura dos textos complementares destes autores, nos quais são apresentados os termos “estética burguesa”, “estética padronizada” e “estética capitalista”. Primeiramente se trabalhou com o termo estética idealizada, porém como ela reproduz uma ideologia e não é idealizada por seu receptor, mas sim construída para ser vista como ideal, idolatrada e buscada como objetivo de vida, optou-se pela reunião dos termos estética burguesa padronizada, pois a mesma molda um perfil social específico de uma classe média que se aproxima ideologicamente da estética dos dirigentes do capitalismo e também no degrau acima da classe trabalhadora, para que seja criada a ilusão de que a reprodução de determinados padrões signifiquem a ascensão de classe.

No entanto, a estética dos dirigentes do capitalismo é desconhecida, pois não sabemos, de fato, como é o universo interno dos ricos, seus privilégios, seus espaços de convívio, suas comidas e seus produtos. É uma dimensão não exposta, disponível visivelmente às classes inferiores, nem mesmo a classe média. Porém, é a partir de um vislumbre, de uma caricatura, desta estética desconhecida, que se criam padrões estéticos, aqui chamados de estética burguesa padronizada.

A construção social que advém do resultado da relação entre capital e trabalho condiciona muito da nossa vida a padrões de produtividade, de normatividade e de estética que são artificiais. Esses padrões não fazem parte, necessariamente, da nossa subjetividade criativa e diversa. São padrões produzidos no social advindos de uma base material que está fundada em valores de uma produtividade capitalista, de uma normatividade e estética que sofrem o reflexo direto dessa estrutura social básica. Questões como “o que é belo?”, “o que é normal?” e “o que é ser produtivo” são questões que se respondem com base em uma materialidade de vida social que tem suas leis determinadas, e a principal lei já foi desvendada por Marx em 1857, “a lei da acumulação social capitalista”. Essa lei tem como base a exploração e a expropriação do trabalho, a acumulação capitalista e um consumo cada vez mais crescente. As pessoas de “carne e osso”, têm suas individualidades, sua diversidade humana, seu ritmo próprio, sua capacidade produtiva peculiar. Como se enquadrar nas padronizações comportamentais estéticas e de produtividade necessárias para poder fazer parte de uma realidade social voltada para fazer o capital se desenvolver? O

desenvolvimento social da sociedade do capital não é compatível com a vida humana plena de dignidade e de espaço para toda a diversidade humana. Na estrutura sob a qual temos desenvolvido nossas vidas humanas, muitas vidas têm se perdido em diversas ausências, interdições, barreiras e verdadeiros muros que separa os produtivos dos não produtivos, os normais dos “anormais”, os belos dos feios. (FERNANDES; PRATES, 2016, p. 18).

Logo, uma das preocupações das grandes corporações foi a busca pela homogeneização cultural do mundo. Ajustar as arestas da diversidade e dos diversos modos de vida, para que fosse possível entrar em mercados e diminuir os custos de variação dos próprios produtos. O que hoje é possível fazer devido a amplitude das mídias, mas ainda uma força contra a natureza humana que é ser diversa e plural.

Os veículos de maior difusão desta estética burguesa padronizada são os de informação, cultura de massa e de mercantilização, já que as molas propulsoras do sistema capitalista são à força de trabalho, a exploração da natureza e seu consumo.

As reflexões aqui condensadas são construídas no intuito de demonstrar a relação existente entre o movimento de modernização das artes de uma indústria cultural. Assim, vai se condensando uma cultura de massa diversificada por signos, imagens, narrativas e símbolos que congregam uma infinidade de experiências estéticas diárias. Tais experiências cotidianamente atuam na construção social de padrões de uma estética resultante da sociedade de classe social preconizada por padrões de beleza, de comportamento e de produtividade peculiares ao padrão de sociedade capitalista. (FERNANDES; PRATES, 2016, p. 19).

A padronização estética seria provada pela tentativa de homogeneização cultural humana da ideologia totalitária do capitalismo, contrapondo-se a característica e riqueza natural que é a diversidade.

Um ponto essencial para problematizar a concepção de ser humano, que está pautada na homogeneização dos indivíduos, é considerar o fato da diferença ser constitutiva da humanidade. Tanto a diferença cultural, étnica e política quanto a diferença biológica, caracterizam a diversidade de possibilidade de realização individual da condição humana. (FERNANDES; LIPPO, 2016, p. 23-24).

Os padrões não são um problema em si, pois muitos refletem também formas diversas de construção de identidade, como os grafismos indígenas, estruturas de linguagem, gastronomia e diversas outras características. A diferença está na imposição de um padrão perante os outros, na busca por tornar padrões originais ultrapassados ou improdutivos para o lucro, e assim, abandonados por seus povos.

Esta diversidade é reforçada por Boal (2009), ao falar da composição do ser humano a partir das relações que mantém com as pessoas e o lugar onde vive.

A Verdade de cada sociedade humana, ou de cada um dos seus segmentos, é determinada por sua cultura, que é a soma ativa de todas as coisas produzidas por qualquer grupo humano em um mesmo tempo e lugar em sua relação com a natureza e com outros grupos sociais. Não são só as coisas, em si mesmas, que são cultura, mas também o conjunto das condições sociais nas quais essas coisas se produzem e são usadas, nos objetivos e formas de produzi-las. Hábitos, costumes, rituais e tradições; crenças e esperanças; técnicas, modos e processos; sobretudo valores da ética, como proposta, e da moral vigente - tudo isto forma a cultura, que, em cada momento histórico, revela o estado das forças sociais em conflito - ou, dele, boa parte. (BOAL, 2009. p.32 e 33).

O padrão hegemônico foi construído a partir das referências culturais impostas sobre a definição de determinado tipo, assim uma estética é criada, fomentada e passa a ser seguida tornando-se uma necessidade, para preencher os requisitos de aceitação social, criando-se um “melhoramento” artificial das pessoas que passam a mudar sua aparência, modificando a cor do cabelo, o corte, ou alisando os mesmos, seguindo a referência de alguns modelos apresentados nas propagandas, reforçando um padrão ideal, que vem, muitas vezes de outros países, como a cultura capitalista estadunidense de consumo, a ser alcançada. Ocorrendo o que Boal chama de “antropofagia cultural”.

Podemos comer a cultura alheia, devorá-la como certas nações indígenas devoravam seus inimigos na suposição de que, com seu sangue e carne, pudesse se robustecer! Neles, esse repasto canibalesco era esperança vã, carnal placebo; metafórico em nós, é certeza. (BOAL, 2009, p.37).

Em tempos de imperialismo mundial do capitalismo, se percebe que toda relação social e ambiental do ser humano, está afastada do natural, porém, mercadologicamente naturalizada. Logo, até que ponto o materialismo e o consumismo aconteceram por um processo evolutivo ou foram culturalmente construídos?

Os estudos estéticos nos mostram a existência de uma estética burguesa padronizada que fomenta, não apenas o fetichismo, a alienação e a manutenção da ideologia capitalista, mas o distanciamento do ser humano do existir humano, na construção simbólica e das divisões de classe, da competição e do individualismo. Já argumentamos sobre isso nas partes anteriores desta escrita, então não nos estenderemos nesta parte. Mas, na atualidade os vemos crescer como um instrumento empresarial, que se expande para além da relação da propaganda, do anúncio de um produto, mas sim, utilizado de maneira planejada por todos os proprietários dos meios de produção, desde as indústrias, como os meios de produção ideológica, como na mídia, nas igrejas, nos governos, nos partidos políticos, nas associações e

nas federações empresariais como indução e mobilização das pessoas no e para o mercado de forma empresarial¹⁷.

Os mecanismos que constituem o *marketing* existem há muito tempo na história humana, mas o seu surgimento com objetivos empresariais aparece nos Estados Unidos no princípio do século XX. O momento de consolidação de sua utilização ideológica ocorre durante a Segunda Guerra Mundial, quando Goebbels, responsável pela propaganda nazista, implantando ideias de racismo e antissemitismo a partir da estética, fazendo a maior parte da população acreditar na sua soberania, idealizando um mundo de riqueza e privilégios, justificando o genocídio de judeus, negros, homossexuais e opositores políticos¹⁸. A estratégia de Goebbels era transmitir repetidamente mensagens diretas ou subliminares na música, teatro, filmes, livros, rádio, materiais escolares e jornais, de modo a persuadir a população para o fanatismo, sua hegemonia e a destruição total do “inimigo”.

Você conhece bem o marketing - ele está ao seu redor. Você vê os resultados dele na grande quantidade de produtos disponíveis no shopping center mais próximo de sua casa. O marketing está no anúncio que invade sua TV, dá sabor a sua revista, lota sua caixa de correspondência ou alegra as páginas da Internet. Em casa, na escola, no trabalho e nos locais de lazer - você está exposto ao marketing em praticamente tudo que faz. Contudo, há muito mais sobre o marketing do que os olhos dos consumidores conseguem ver. Por trás dele, há uma maciça rede de pessoas e atividades que disputam sua atenção e seu dinheiro. (KOTLER, 2003, p.3).

Em contraponto, utilizando a cultura de massa como meio, os Estados Unidos levavam para o restante do mundo seu estilo de vida e suas ideias, com o objetivo de conquistar apoiadores políticos e comerciais. Um dos principais intermediários deste período foi Walt Disney, que em inocentes quadrinhos e filmes infantis, contribuía para homogeneizar, culturalmente, crianças de todas as nações (DORFMAN e MATTERLAT, 1978, p. 127).

No Brasil, a criação do personagem Zé Carioca, batizado originalmente de Joe Carioca nos Estados Unidos, ocorreu no contexto da "Good Neighbor Policy" ou Política de Boa

¹⁷ Como a campanha “Não vou pagar o pato”, lançada em setembro de 2015 pela Federação das Indústrias de São Paulo – FIESP, que financiou grupos e movimentos para incentivo da polarização e o golpe de 2016.

¹⁸ Mas, para além da propaganda, os campos de concentração nazistas se organizavam sob uma lógica empresarial e de busca máxima do lucro na exploração dos seres humanos ali confinados – judeus, negros, homossexuais, comunistas, socialistas, e todos os opositores: “Pero la mejor muestra de racionalidad económica la tenemos em los grandes campos de concentración, donde, según cálculos de Wachsmann, murieron 1.700.000 personas (menos de la tercera parte de los seis millones de víctimas del holocausto). El secreto de su rentabilidad era utilizar hasta el agotamiento unos trabajadores que costaban muy poco de mantener y que eran exterminados cuando dejaban de ser útiles, como lo eran también la mayor parte de los hijos de las trabajadoras en las guarderías de las fábricas. Eliminar los costes improductivos garantizaba una alta competitividad”. (JOSEP FONTANA. Disponível em: <<http://www.sinpermiso.info/textos/la-lgica-del-campo-de-concentracin>>. Acesso em 12 set. de 2018.

Vizinhança, realizada pelos Estados Unidos visando à conquista da simpatia dos países da América Latina para o grupo dos Aliados. Neste movimento estava incluída a turnê que Walt Disney realizou em 1941, juntamente com vários de seus desenhistas, pelo Brasil, Uruguai, Argentina e Peru. Tal personagem já era desenhado pelo cartunista brasileiro J. Carlos e teria sido copiado pelos cartunistas do estúdio Disney, nascendo deste turismo artístico, cultural e político o filme "Alô Amigos" em 1942 e "The Three Caballeros", no Brasil intitulado "Você já foi à Bahia?" em 1944 (PASSOS, 2012, p. 3). Assim o "*american way of life*", consolidou-se na sequência, com a polarização durante a Guerra Fria.

O mundo Disney é um orfanato do século XIX [...]. Ser mais velho ou mais rico ou mais belo neste mundo dá imediatamente o direito de mandar nos menos afortunados. Estes aceitam como natural essa sujeição; passam o dia todo a queixar-se acerca de tudo e da sua própria escravização. São incapazes, porém, de desobedecer ordens, por mais insanas que sejam. [...]

Walt ocupou terras virgens nos EUA e construiu seus palácios no parque Disneylândia, o reino embruxado. Quando olha o resto do Globo, trata de enquadrá-lo na mesma perspectiva, como se fosse uma terra previamente colonizada, cujos habitantes fantasmagóricos devem se conformar às noções de Disney a respeito de seu ser. Utiliza cada país do mundo para que se cumpra uma função-modelo dentro deste processo de invasão pela natureza-disney. Inclusive, se algum país estrangeiro se atreve a esboçar um conflito com os EUA, como o Vietnã ou o Caribe, estas nações são de imediato registradas como propriedade das histórias em quadrinhos, e suas lutas revolucionárias são banalizadas. Enquanto os marines passam os revolucionários pelas armas, Disney os passa por suas revistas. São duas formas de assassinato: pelo sangue e pela inocência. (DORFMAN; MATTERLAT, 1978, p. 53).

O *marketing* transcendeu as relações empresariais, nas quais se desenvolveu e se tornou mais usado. Para Kotler, a função do *marketing*, mais do que qualquer outra, é lidar com os clientes.

Entender, criar, comunicar e propiciar ao cliente valor e satisfação constituem a essência do pensamento e da prática do marketing moderno. [...] Marketing é a entrega de satisfação para o cliente em forma de benefício. Os dois principais objetivos do marketing são: atrair novos clientes, prometendo-lhes valor superior, e manter os clientes atuais, propiciando-lhes satisfação. [...]

Definimos marketing como um processo administrativo e social pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam, por meio da criação, oferta e troca de produtos e valor com os outros. Para explicar essa definição, examinaremos os seguintes termos, muito importantes: necessidades, desejos e demandas; produtos e serviços; valor, satisfação e qualidade; troca, transações e relacionamentos; e mercados. (KOTLER, 2003, p.3).

Ao estudar o *marketing*, as necessidades, desejos e demandas dos clientes são pesquisados e analisados além de relações puramente comerciais. Questões psicológicas, culturais e biológicas são aprofundadas para se conhecer como as pessoas funcionam e assim, motivá-las, convencê-las ou persuadi-las a adquirirem um produto ou a adotar uma ideia, não apenas satisfazendo, mas criando necessidades, expectativas ou valor de *status*. Isto porque, o processo de *marketing* envolve questões muito amplas, mas que estão intimamente engendradas para o desenvolvimento de estratégias de sucesso, as quais são influenciadas pelo ambiente demográfico e econômico, ambiente tecnológico e natural, ambiente político e legal, e o ambiente sociocultural. (KOTLER, 2003, p.45)

De acordo com Andrade (2012, p. 28), “não podemos esquecer que as pessoas buscam benefícios e as empresas também. Diante disso, precisamos lembrar que o objetivo do *marketing* é o lucro!”

No entanto, esse lucro pode significar e abranger diferentes valores e estar inserido em diferentes contextos. É esse multidirecionamento de filosofias das organizações e mercados, além da diversidade de recursos, que geram tantas e variadas práticas de marketing. Logo, para compreendermos a atividade de marketing, é importante analisarmos os tipos de marketing de acordo com as respectivas áreas.

De forma abrangente, é necessário não perder a perspectiva de que o marketing, essencialmente, objetiva o lucro e, neste século XXI, cada vez mais participa nos processos de gestão das organizações, apresentando múltiplas alternativas de procedimentos operacionais, inúmeras estratégias e técnicas, tantos quantos forem os elementos e as formas capazes de comunicar e interagir com o público-alvo. (ANDRADE, 2012, p. 36).

Sendo este o objetivo do *marketing*, Kotler aprofunda as questões que envolvem a relação das organizações com as pessoas.

O ponto de partida é o modelo de estímulo e resposta do comportamento do comprador. Este modelo mostra que as ações de marketing e outros estímulos penetram na “caixa-preta” do consumidor e produzem determinadas respostas. Os profissionais de marketing devem descobrir o que há nessa caixa-preta.

Os estímulos de marketing consistem dos 4Ps: produto, preço, praça e promoção. Os outros estímulos são as principais forças e acontecimentos nos ambientes econômico, tecnológico, político e cultural do comprador. Todos esses elementos penetram na “caixa-preta” do consumidor, onde são transformados em um conjunto de respostas observáveis: escolha do produto, escolha da marca, escolha do revendedor, frequência de compra e volume da compra. (KOTLER, 2003, p.119).

O que seria a chamada “caixa-preta” do consumidor apresentada por Kotler? Para o *marketing* é este espectro mental que reúne todas as informações e que são responsáveis pelos

desejos e decisões. Entendendo como funciona a mente das pessoas, o segundo passo é como despertar o desejo e o que as motivam ao desejo. No caso, o comportamento do consumidor, ou das pessoas como um todo, pode ser direcionado ou manipulado, agregando valor de *status* a produtos, serviços e ideias, desenvolvendo, por meio de diversas estratégias cognitivas, no caso, o poder simbólico das coisas, como nos afirma Bourdieu.

Os sistemas simbólicos, como instrumentos de conhecimento e de comunicação, só podem exercer um poder estruturante porque são estruturados. O poder simbólico é um poder de construção da realidade que tende a estabelecer uma ordem gnoseológica: o sentido imediato do mundo (e, em particular, do mundo social) supõe aquilo a que Durkheim chama o conformismo lógico, quer dizer, uma concepção homogênea do tempo, do espaço, do número, da causa, que torna possível a concordância entre inteligências. (BOURDIEU, 2006, p. 9).

Kotler reafirma que cada papel da/na sociedade carrega um *status*, que reflete o respeito que a sociedade lhe dispensa. Para ele, as pessoas geralmente escolhem produtos que refletem seu *status* na sociedade, ou, no caso da estética burguesa padronizada, o *status* que a pessoa quer que a sociedade lhe conceda, sendo movida por impulsos, o qual o *marketing* trabalha para acessar e disparar de maneira direcionada (KOTLER, 2003, p.129).

De modo paralelo ao *marketing*, as organizações utilizam o setor de relações públicas, para que desenvolvam boas relações com os diversos públicos da empresa pela obtenção de publicidade favorável (KOTLER, 2003, p. 363) e assim construir uma boa imagem corporativa e administrativa impedindo a disseminação de boatos, histórias ou eventos desfavoráveis à empresa, como questões envolvendo crimes e injustiças sociais e ambientais.

Os profissionais de relações públicas utilizam diversas ferramentas. Uma das mais importantes é a notícia. Eles descobrem ou criam notícias favoráveis sobre a empresa e seus produtos. Às vezes, histórias novas acontecem naturalmente, outras vezes o profissional de RP pode sugerir eventos ou atividades que poderiam criar notícias. Discursos também podem criar publicidade para o produto e para a empresa. Cada vez mais os executivos da empresa devem provocar o interesse da mídia ou dar palestras em associações comerciais ou encontros de vendas, e esses eventos podem construir ou prejudicar a imagem da empresa. (KOTLER, 2003,p. 405).

Para Kotler, os estágios do processo de compra iniciam-se pela “conscientização”, ou seja, o consumidor deve ser “conscientizado” a comprar um produto, mesmo que não o necessite, mas que venha a “descobrir a necessidade”, para a qual os objetivos da propaganda podem ser classificados segundo seus propósitos primordiais: informar, persuadir ou lembrar.

Uma vez definida a resposta que se deseja do público, o comunicador passa a desenvolver uma mensagem efetiva. Idealmente, a mensagem deve atrair a atenção, manter o interesse, despertar o desejo e induzir à ação (estrutura reconhecida como modelo Aida¹⁹). (KOTLER, 2003, p. 370).

O contínuo bombardeio persuasivo midiático tanto para o consumo direto, quanto ideológico, para manutenção das estruturas de poder, com o qual estão comprometidas a informação de massa, a cultura de massa e as políticas governamentais, faz com que os processos de estrutura do capitalismo, conseqüentemente, o consumismo e o materialismo, sejam considerados naturais.

Em uma análise mais profunda, nossas necessidades e nossos valores são influenciados não apenas pelos promotores de marketing, mas também pelas famílias, grupos de referência, religião, características étnicas e educação. Se os norte-americanos são tão materialistas, é porque esses valores surgiram de processos básicos de socialização que atingem níveis mais profundos do que as empresas e a mídia de massa jamais conseguiriam sozinhas. Além disso, alguns críticos consideram o materialismo como uma força positiva e recompensadora:

Quando compramos um objeto, o que realmente desejamos é um significado. O “comercialismo” é a água em que nadamos, o ar que respiramos, nossa luz do sol e nossa sombra. O materialismo é uma força vital de significado e de felicidade do mundo moderno. Não pedimos para seguir o caminho que escolhemos, exigimos. Neste exato momento grande parte do mundo está formando filas, empurrando e acotovelando-se, ansiosa por entrar no centro comercial. Adquirir e gastar tornaram-se a empreitada mais arrebatadora e, muitas vezes, mais imaginativa da vida moderna. Embora para alguns isso pareça árido e deprimente, como sem dúvida deveria ser, para muitos outros é libertador e democrático. (KOTLER, 2003, p. 541).

As políticas neoliberais que visam o “Estado Mínimo”, ou seja, a diminuição do poder do Estado junto à sociedade tem por objetivo diminuir o poder do povo e repassá-lo às empresas, ou seja, na visão capitalista a sociedade deveria ser dirigida pela livre concorrência.

Outra crítica é que o meio empresarial detém demasiado poder político. As bancadas do petróleo, do cigarro e da indústria farmacêutica existentes no Senado defendem os interesses de determinado setor industrial contra o interesse público. Os anunciantes são acusados de ter um poder excessivo sobre a mídia de massa, diminuindo, assim, sua liberdade de informar objetiva e independentemente. É claro que os setores empresariais norte-americanos promovem e protegem seus próprios interesses. Têm direito à representação no Congresso e na mídia de massa, embora sua influência possa se tornar excessivamente grande. (KOTLER, 2003, p. 542).

¹⁹ Atenção, Interesse, Desejo e Ação

O *marketing* possui um refinamento em seu planejamento tão grande, que observar apenas o efeito de comunicação e a consequência do ato de compra de um produto é subestimar sua capacidade, suas diversas formas de ação e os investimentos realizados, principalmente pelas grandes empresas que possuem atividade internacional e são consumidas ou desejadas pela massa.

A relação que se faz nesta pesquisa entre o *marketing* e a estética burguesa idealizada, assim como a estética em si e os processos cognitivos da arte é apresentada por Kotler, ao descrever o que é o *marketing* quando alcança seus objetivos e, conseqüentemente, sucesso.

O bom marketing não é acidental. Ele resulta de planejamento e execução cuidadosos. Em quase todos os setores, as práticas de marketing estão sendo continuamente refinadas e reformuladas para aumentar as chances de sucesso. Mas a excelência em marketing é rara e difícil de obter. O marketing é ao mesmo tempo uma “arte” e uma ciência – há uma tensão constante entre seu lado formal e seu lado criativo. (KOTLER, 2006, p. 2).

Segundo Kotler, as pessoas são materialistas, sendo o objetivo do *marketing* o lucro, logo um dos principais movimentos a ser estudado na área é o comportamento do consumidor, que envolve pesquisas de diversas áreas, como a biologia e a sociologia e de diversos autores, como Freud e Karl Marx. A intenção é compreender a diversidade das explicações sobre o comportamento das pessoas. De acordo com Giglio (2005, p. 7), o acesso à chamada “caixa-preta” do consumidor se dá a partir dos seguintes pressupostos: o ser humano é racional e seu comportamento é ditado pela razão; é emocional e movido por afetos conscientes e/ou inconscientes; é social e movido pelas regras do grupo; é dialético e movido por oposições; é complexo e movido por determinações e indeterminações de vários níveis, tendo como resultado um comportamento circunstancial.

Nos estudos sobre o comportamento do consumidor, Giglio nos apresenta como funciona o consumismo, que valores e emoções são disparados e como isso ocorre:

O modelo de influência social coloca que as pessoas seguem regras, incluindo sobre o que consumir, para fazer parte de um grupo. Nesse esforço de integração com os outros, podem se alienar de suas próprias vontades ou nunca desenvolvê-las. Essa alienação é condição que levaria ao consumismo, pois a pessoa não compraria o que precisa, mas o que as regras do grupo determinam.

Acontece que algumas regras da sociedade ocidental dizem respeito à identidade marcada pela posse. Baudrillard (1995) coloca a questão de maneira clara ao definir que o consumo transformou-se na moral do mundo contemporâneo. A identidade de uma pessoa acaba sendo dada pela regra

dos bens que possui, e essa forma de definição de quem sou eu constitui o âmago do consumismo. (GIGLIO, 2005, p. 173).

Giglio traz outra informação importante para esta análise sobre o consumismo e, conseqüentemente as influências do *marketing* e da estética burguesa padronizada: de que a aceitação de valores sociais capitalistas deriva de um comodismo consciente das pessoas, pois a liberdade exigiria responsabilidades as quais a maioria das pessoas não estão dispostas a assumirem individualmente, delegando o direito de escolha aos representantes políticos junto ao Estado ou as grandes corporações, que possuem a propriedade dos meios de produção.

Em seu livro “Ter ou ser?”, Fromm (1987) examina alguns dos aspectos psicossociais que levam as pessoas a deixarem de lado as evidências de suas experiências para seguir as regras sociais. Em uma viagem, alguém estaria mais interessado em ter fotos e filmes do que em conversar com as pessoas e experimentar o modo de vida do lugar. Por que isso aconteceria? Sua explicação, mais detalhada em outra obra (Fromm, 1980), considera que as pessoas podem desistir de sua liberdade de pensamento e ação, deixando-se levar pelas regras de grupo. Essa opção diminui a angústia da liberdade e da responsabilidade, já que a pessoa fica imersa em uma multidão.

A mesma linha de raciocínio é desenvolvida por Canclini (1995, p. 53) quando afirma que o consumo de acordo com as regras do grupo definiria o consumismo.

Fica claro, então, que o consumismo é, na visão desses autores, a posse de produtos e serviços pelo que representam em termos de inserção em grupos, de identidade e de posição social, e não pelo que eles oferecem tecnicamente. (GIGLIO, 2005, p. 173).

Como se constroem essas relações de valores de identidade coletiva e individual? Giglio reflete acerca do quanto o *marketing*, as notícias e a indústria do entretenimento e da cultura de massa nos influenciam diretamente. Nosso encantamento e envolvimento com o poder simbólico das imagens, das ideias e do que nos afirmam como verdade é tamanho, que somos além de induzidos, conduzidos ao consumo, racionalizando a compra não pelo benefício, mas pelo simbolismo que aquele produto significa, principalmente, coletivamente. A satisfação individual é construída pela significação coletiva e não pela utilidade do produto em si.

A gama de produtos que classificam grupos varia desde simples revistas com preços diferentes, filmes e cigarros até imóveis, carros, clubes e joias. Para que esses produtos sejam vistos como signos de segmentação de grupos, é necessário que haja uma comunicação e aceitação desses signos. Uma vez aceitos pela sociedade, teremos o grupo dos que pertencem porque têm o produto e dos que desejam, mas ainda não têm o produto.

Nessa linha de raciocínio, segundo Canclini (1995, p. 56), a lógica que regula a distinção de classes não está na satisfação de necessidades das

peessoas, mas na escassez dos bens e na impossibilidade de muitos os possuírem. (GIGLIO, 2005, p. 173).

Sendo assim, Giglio desenvolve parte dos motivos da alienação e como ocorre o distanciamento do consumidor, da origem do produto em si, que contribui para o consumismo.

Um outro aspecto do consumismo, nesse modelo, diz respeito à alienação dos processos de produção, ou seja, ao desconhecimento de como fazer objetos e do seu valor de uso. Segundo Fromm (1980), o homem ocidental apartou-se do cotidiano de fazer coisas e, portanto, perdeu a noção de valor e de uso. Se uma obra de arte é comprada com o propósito de fazer um investimento, para revenda futura, perde-se a noção da arte e de como se faz pintura. O consumo de obras de arte é, segundo Bourdieu (1994), um dos exemplos mais claros de incorporação de signos que dividem classes. Quem tem uma obra de arte inacessível aos demais é imediatamente lançado em um grupo seletivo, com signos de autoridade, cultura e riqueza. [...]

Como as pessoas perderam a noção do trabalho necessário na produção e como se alienam de suas próprias capacidades produtivas (pagando para que outros façam o que elas mesmas poderiam fazer), deixam de conhecer seus limites, regularidade e potencialidades, buscando a felicidade no que o grupo social coloca como importante, e não nas suas realizações. (GIGLIO, 2005, p. 173 - 174).

Sendo o sistema capitalista linear, baseado na produção e no consumo e sendo o lucro o objetivo do *marketing*, apesar das diferenciações na infinidade de produtos e serviços oferecidos, conclui-se que o consumismo é a quebra da chamada “caixa-preta” do consumidor. Se ele age por impulsos e desejos, o segredo está em criar falsas satisfações mais intensas e mais fortes que a satisfação por suas próprias necessidades e realizações sociais. **O objetivo é provocar descontrole emotivo** para o consumo e a ideia da satisfação, convencendo a maioria das pessoas a concederem às grandes empresas o poder de administração não apenas de suas organizações em si, mas da sociedade e da própria vida. Este movimento é confirmado por Blackwell, Miniard e Engel, ao instruírem como se molda a opinião dos consumidores utilizando as diversas ferramentas do *marketing*.

A primeira vez que desenvolvemos uma crença, um sentimento ou uma atitude a respeito de algo é denominada formação de opinião. [...] As opiniões das pessoas baseiam-se nas suas crenças e sentimentos a respeito do objeto de atitude. À medida que o objeto é associado com crenças e sentimentos favoráveis, as atitudes se tornam mais positivas. Não discutimos, entretanto, o que acontece entre a exposição a um objeto ou estímulo qualquer e a formação subsequente de crenças, sentimentos e atitudes. Esse é o domínio da compreensão. A compreensão envolve a

interpretação do estímulo. É o ponto no qual o significado adere ao estímulo. Esse significado depende do que ocorre durante o processo de estímulo. [...] Não desejamos dar a impressão de que o processamento abrangente (ou extensivo) é necessário antes que o estímulo possa afetar a compreensão e a formação de opinião. Ao contrário, mesmo o processamento relativamente superficial pode ser suficiente para fazer o estímulo se tornar persuasivo. De acordo com o condicionamento clássico, simplesmente ligando um estímulo que espontaneamente evoca certos significados e sentimentos com outro pode causar uma transferência desses significados e sentimentos de um para o outro. (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2008, p. 482-484).

Blackwell, Miniard e Engel (2008), creditam o método do condicionamento clássico ao russo Ivan Pavlov, premiado com o Nobel de Fisiologia em 1904, por suas descobertas sobre os processos digestivos de animais.

Para muitos, o termo condicionamento clássico lembra Pavlov e seus cães. Pavlov, [...] demonstrou como um estímulo adquire um novo significado simplesmente sendo associado com outro. Em seu famoso experimento com cães, Pavlov começou com um estímulo (denominado estímulo não-condicionado) conhecido por automaticamente evocar uma resposta particular (denominada resposta não-condicionada). Especificamente, a comida foi usada porque ela faz com que os cães salivem. Para mostrar que a resposta podia ser transferida para um novo estímulo (intitulado estímulo condicionado) anteriormente não associado com a resposta, ele passou a soar uma campainha toda vez que os cães recebiam a comida. Ao final, simplesmente ouvir a campainha fazia que os cães salivassem. Porque essa resposta surge de um condicionamento que foi feito, ela é dada como resposta condicionada. (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2008, p. 484).

Ou seja, a campainha no experimento de Pavlov, como dispositivo de excitação dos cães, relaciona-se diretamente a estética burguesa padronizada, como estímulo ao consumo e ao modo condicionado de/do existir humano.

Um dos segredos do *marketing* é fazer com que as pessoas desconheçam totalmente seu planejamento e processos de ação. Elas não devem saber como o *marketing* é produzido, como ocorre, suas intenções e mecanismos de persuasão. O resultado que se quer é fazer com que as pessoas se sensibilizem para a compra do produto e signifiquem socialmente o produto, mesmo que não tenha utilidade ou traga qualquer benefício prático.

Na verdade, o *marketing*, apesar de todas as suas estruturas e profissionais envolvidos nas mais diversas empresas e organizações, aproxima-se da mágica, ou seja, as pessoas precisam se encantar com a mágica, com o ilusionismo e ficam, muitas vezes, maravilhadas com o brilho, a falta de lógica e a pirotecnia. Porém, se conhecerem como o mágico executa seus movimentos, a crença no fantástico, na fantasmagoria, que acaba e se torna apenas um exercício de movimentos rápidos, de caixas com fundos falsos e espelhos.

O consumo torna-se a catarse do ser humano no sistema capitalista. Todos os seus sentimentos e emoções durante o século XX e agora no século XXI, foram condicionados para serem direcionados ao consumo. Tensões internas que se resolviam de outras formas, são solucionadas com o sentimento de satisfação e entretenimento produzido pela compra, que não significa o consumo ou uso do produto em si. Por mais que se tenha uma diversidade de serviços de assistência ao consumidor, o objetivo das relações de troca no capitalismo se resume ao lucro obtido no exato momento da compra. A preocupação com a satisfação do cliente é secundária, a ponto de ser tratado quase como um serviço social, ou um favor, principalmente nos serviços de assistência técnica, garantia ou reclamação.

Ao se estudar mecanismos de linguagem e persuasão, podemos perguntar também até que ponto somos convencidos de que uma mentira é verdade ou de que uma verdade é mentira? Até que ponto o *marketing*, a estética burguesa padronizada e a ideologia capitalista têm poder sobre nossas escolhas e nossas vontades? Citelli (2006), reflete que, muitas vezes defendemos uma opinião que de fato não é a nossa, e que somos convencidos, como vimos anteriormente, a responder estímulos para termos um comportamento condicionado.

Em síntese, os discursos persuasivos, conquanto manifestados através de um enunciador, seja ele individual ou coletivo (considere-se uma campanha publicitária ou um editorial jornalístico em que não aparece assinatura de ninguém e, portanto, não sabemos exatamente quem produziu), devem ser vistos como resultantes de conjuntos maiores, a que chamaremos formas discursivas.

São grandes formações discursivas que dão alguma unidade aos discursos das instituições, entendidas, aqui, como o judiciário, a igreja, o exército, a escola, a medicina, etc [...] Certamente existem cruzamentos, hibridizações, resultantes dos vários diálogos permitidos pela linguagem, o que dá certa plasticidade às formações discursivas. Para o que nos interessa no momento é importante fixar a ideia de que, ao falarmos, somos também falados por grandes unidades de linguagem, que carregam consigo temas, problemas, valores, conceitos. Deste modo, "nossas opiniões" podem não ser tão "nossas" como imaginamos. A "nossa opinião" quase sempre resulta dos cruzamentos antes referidos, muitos deles pouco percebidos, outros nem sequer identificados, mas presentes neste enorme fluxo representado pelas formações discursivas e seus múltiplos envoltórios. (CITELLI, 2006, p. 36-37)

Assim, pode-se pensar o *marketing* além de um mecanismo de comunicação para relações de compra e venda de produtos e serviços, mas também de/para ideias.

Um produto é qualquer coisa que possa ser oferecida a um mercado para satisfazer uma necessidade ou um desejo. O conceito de produto não se limita a objetos físicos. Na verdade, qualquer coisa capaz de satisfazer uma necessidade pode ser chamada de produto. Além dos bens tangíveis,

podemos considerar como produtos os serviços – atividades ou benefícios oferecidos para venda, os quais são essencialmente intangíveis e não resultam na posse de nada. [...]

De maneira geral, experiências, pessoas, lugares, organizações informações e ideias, entre outras coisas, também podem ser considerados produtos. (KOTLER, 2003, p. 4-5).

A partir desta ampliação de possibilidades do que pode ser um produto e as diversas possibilidades de estímulos que recebemos, apresenta-se no próximo qual a intenção e como é desenvolvida a persuasão.

Um dos questionamentos que permeiam a Educação Ambiental é como ela pode alcançar resultados ao apresentar ideias que se contrapõem a um sistema consolidado e que possui fortes mecanismos de convencimento e de manutenção ideológica? Para responder esta pergunta é preciso entender que mecanismos são esses e como eles funcionam. A partir do que se chama de estética burguesa padronizada, a persuasão e a linguagem usada para tal, integra parte desse estudo. Investigada pelos gregos, a persuasão integrava a arte da retórica e, portanto, era usada nos discursos para o convencimento.

A referência ao espaço cultural e linguístico do mundo clássico é necessária, visto que a preocupação com o domínio da expressão verbal em sua vertente oratória possuía enorme importância entre os gregos. E não poderia ser diferente, pois praticando um certo conceito de democracia, e tendo de expor publicamente suas ideias, ao tribuno grego cabia manejar com habilidade as estratégias argumentativas com a finalidade de lograr a persuasão dos auditórios. Daí a larga tradição dos sofistas, dos retores, dos tribunos, aqueles que iam às praças públicas, aos foros, tentando inflamar multidões, alterar pontos de vista, mudar conceitos pré-formados. Demóstenes, Quintiliano e Górgias foram alguns desses nomes que ficaram conhecidos pela habilidade com que encaminhavam seus discursos de convencimento. (CITELLI, 2006, p. 7).

A questão ética sobre *marketing* é exposta por Citelli como algo não existente na retórica e nos mecanismos de persuasão. Sua intenção não é ética, mas de convencimento.

A retórica tem, para Aristóteles, algo de ciência, ou seja, é um corpus com determinado objeto e um método verificativo dos passos seguidos para se produzir persuasão. Assim sendo, caberia à retórica não assumir uma atitude ética, dado que seu objetivo não é o de saber se algo é ou não verdadeiro, mas sim analítica - cabe a ela verificar quais os mecanismos utilizados para se fazer algo ganhar a dimensão de verdade. (CITELLI, 2006, p. 10).

O que seria então persuadir? Como se construiriam afirmações que se consolidam como verdades e passam a reger a cultura e os costumes das pessoas, a fim de construir-se uma idealização estética que valida o existir?

Persuadir é, sobretudo, a busca de adesão a uma tese, perspectiva, entendimento, conceito, etc. evidenciado a partir de um ponto de vista que deseja convencer alguém ou um auditório sobre a validade do que se enuncia. Quem persuade leva o outro a aceitar determinada ideia, valor, preceito. É aquele irônico conselho que está tudo embutido na própria etimologia da palavra: ser + suadere = aconselhar. Essa extorsão possui um conteúdo que deseja ser verdadeiro: alguém "aconselha" outra pessoa acerca da procedência daquilo que está sendo afirmado. (CITELLI, 2006, p. 14).

Citelli aprofunda a questão da persuasão, lembrando uma afirmação de Umberto Eco de que a retórica era entendida como uma fraude sutil, uma técnica de raciocínio controlada pela dúvida e condicionada a questões históricas, psicológicas, biológicas de qualquer ato humano. Com o desenvolvimento da reprodução das imagens, chegando hoje no frenético consumo de imagens pela *internet*, se tem a utilização de textos não verbais que se consolidam na interpretação desta imagem que carrega em si informações. O ícone, o signo, a imagem icônica, a interpretação de um símbolo, poderia trazer uma carga ideológica que se consolida devido a sua repetição.

Mikhail Bakhtin escreve-nos, em síntese, em seu *Marxismo e filosofia da linguagem*, que é impensável afastarmos do estudo das ideologias a reflexão acerca dos signos, visto formarem, praticamente, uma unidade. Há entre eles tal relação de dependência que a possibilidade de compreender os valores e ideias contidas nos discursos implica reconhecer a natureza dos signos que os constroem. Deste modo, os recursos retóricos que entram na organização do texto não seriam meros recursos "formais", jogos visando "embelezar" a frase; ao contrário, o modo de dispor o signo, a escolha de um ou outro recurso linguístico, revelaria múltiplos comprometimentos de cunho ideológico.

Na visão de Bakhtin, como ocorreria a relação entre signo e ideologia? "Um produto ideológico faz parte de uma realidade (natural ou social) como todo corpo físico, instrumento de produção ou produto de consumo; mas, ao contrário destes, ele também reflete e refrata uma outra realidade, que lhe é exterior. Tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia". (CITELLI, 2006, p. 28).

Se percebe que a construção do que é belo, passou a servir como condicionamento sobre o que é bom e do bem, consolidando-se culturalmente e oferecendo diversas contradições que resultaram em múltiplos preconceitos cultuados até hoje, os quais oferecem

resistências sociais e são depositados na conta do destino, fazendo com que as pessoas aceitem tais limitações impostas como realmente existentes e, de outro lado, construindo muros que condenam o próprio existir, como nos fala Marilena Chauí, através das palavras de Citelli.

Em um artigo muito instigante, Marilena Chauí desenvolve o conceito de discurso competente. [...] Como é sabido, vivemos em uma sociedade que premia competências, no campo profissional, intelectual, emocional, esportivo etc. Ao limbo são condenados aqueles que estão "do lado" da incompetência, porque não conseguem subir na vida, ou são instáveis emocionalmente, desgarrados da família, maus alunos, repetentes nos exames vestibulares, inseguros nas tomadas de decisões, desempregados. Se olharmos a questão por esse ângulo veremos que o leque dos fracassados é enorme; os vitoriosos cabem nos pequenos círculos de executivos, gerentes, afora aqueles que agem em áreas, digamos, fora da legalidade. [...] A ponte por onde transita a mistificação da competência é a palavra, é o discurso burocrático-institucional com seu aparente ar de neutralidade e sua validação assegurada pela cientificidade. Afinal, quem afirma é o doutor, o padre, o professor, o economista, o cientista. Isso ajuda a perpetuar as relações de dominação entre os que falam a e pela instituição e os que são por ela falados. Os segundos, sem a devida competência, ficam entregues a uma espécie de marginalidade discursiva: um reino do silêncio, um mundo de vozes que não são ouvidas. (CHAUI apud CITELLI, 2006, p. 41-43).

Esteticamente, tudo que se contrapõe a uma lógica de homogeneização, passa a ser relegado a uma posição de inferioridade ou mesmo de descartável. Assim Citelli nos diz que:

Vivemos em um mundo que não gosta do feio. Ainda que não saibamos muito bem o que vem a ser tal categoria estética, a simples palavra já provoca temores. Ser belo é o mesmo que estar determinado para o sucesso e para o triunfo. O convite à beleza soa como obrigação. (CITELLI, 2006, p. 57).

Esta lógica da padronização visa, não apenas a diminuição de custos de empresas com ações globais, mas de facilitar o controle e contribuir para a manutenção ideológica. A globalização, que sempre existiu na história da humanidade é hoje cultuada como algo novo, mas que na verdade existe atualmente de fato apenas para o capital (AUGÈ, 2010, p. 15-22). Assim, Kotler nos apresenta que a padronização global ou adaptação não foi algo que ocorreu ao acaso, mas sim planejado pelo *marketing* em 1983 por Theodore Levitt, para diminuição de custos e obtenção de maiores lucros para as empresas, em um período que já havia diversas empresas mundialmente consolidadas e que buscavam ampliar ainda mais seus mercados (KOTLER, 2006, p. 681).

A padronização não se resume apenas a produtos. Convencer o mundo inteiro a apoiar uma guerra não é algo novo. A partir de governos e empresas articuladas mundialmente, o apoio da população dos países parceiros é essencial, mesmo que se esteja errado nas avaliações previstas, como na guerra do Iraque.

O discurso persuasivo costuma criar inimigos mais ou menos imagináveis. O sabão em pó se justifica contra algo: a sujeira. O político que deseja substituir outro alega ineficácia (combater tal inimigo implicará mudança de administrador); o déficit público de um país pode ser culpa do funcionário público; a falta de emprego decorre da rigidez das leis trabalhistas, as aventuras guerreiras norte-americanas estão justificadas pela existência do terrorismo. (CITELLI, 2006, p. 60).

Ao relacionarmos a estética burguesa padronizada e os mecanismos de persuasão com a Educação Ambiental, é importante analisar até que ponto a escola se consolidou como um espaço de educação ou de construção do comportamento condicionado? Para Citelli a escola é um dos principais espaços de formação ideológica a partir da indução de condições e limites sociais que encarceram as potencialidades individuais, subjugando o aluno a uma situação social pré-concebida e que, a falta de criticidade, o impede de mudar.

Entre a enorme variável dos textos persuasivos, um interessa muito de perto, quer por haver perseguido nossa formação escolar, quer pelas implicações ideológicas que possui: apresentam-se eles nos livros didáticos.

Esse tipo de obra traz, com certa frequência, textos marcados por duas variáveis fundamentais: a estereotipia e a idealização. Vale dizer, a padronização dos comportamentos, da ética, dos pressupostos culturais, da visão acerca da família, do papel do Estado, para ficarmos em alguns dos assuntos presentes nos livros didáticos, em especial aqueles dedicados às séries iniciais do ensino fundamental.

Tais obras costumam ser organizadas em torno de temas como religião, riqueza, pobreza, amizade, felicidade etc. É um procedimento voltado ao ensino das primeiras letras: alfabetização, leitura; particularmente, pretende formar os "bons hábitos", despertar a criança para "os valores mais caros à sociedade", o respeito às leis, às tradições, enfim, àquele corpo de preceitos ditados como expressivos e determinantes para a vida futura do educando. São, portanto, textos de "forja", de artesanato da alma, de inculcação dos modelos que os discursos dominantes apontam como bons.

O problema com tal modalização de linguagem é que ficamos diante de obras que pouco ou nada têm a ver com a realidade da maioria das crianças, refletindo quase sempre padrões de vida de uma certa classe média que vive nos grandes centros urbanos. Verifica-se que os textos didáticos, conquanto nascidos para a "neutra" função de alfabetizar, de servir como fonte de leitura, trazem consigo variáveis ideológicas, de configuração de valores culturais, sociais, históricos, em consonância com os mais tradicionais mecanismos da persuasão. (CITELLI, 2006, p. 65-66).

Os mecanismos de persuasão nos fazem refletir sobre a democracia e até que ponto tomamos decisões por nossa conta ou sob um processo cultural condicionado? Noam Chomsky questiona a padronização, assim como o poder de influência das grandes corporações sobre o Estado e as pessoas.

Muito do que é feito pelas grandes empresas terá, acidentalmente, consequências benéficas para a população. O mesmo, aliás, acontece com o governo ou qualquer outra entidade. No entanto, o que elas pretendem? Não é melhorar a vida dos trabalhadores e as firmas em que estes trabalham, e sim obter lucros e uma fatia do mercado. Não estou revelando nenhum segredo: este é o tipo de coisa que as pessoas deviam aprender no curso primário. As empresas procuram maximizar seu lucro, seu poder, a participação no mercado e controle sobre o Estado. Às vezes o que elas fazem ajuda outras pessoas, mas isto acontece por acidente. (CHOMSKY, 1999, p. 13-14).

Assim, a partir de Chomsky, poderia afirmar que a estética burguesa padronizada, também, inclui a ideia hegemônica de democracia, consolidada por meio da propaganda com intenção de controle e ilusão.

Trata-se de uma propaganda muito sagaz, bem planejada, com muitas ideias subjacentes. O objetivo é tornar as pessoas tão estúpidas, ignorantes, passivas e obedientes quanto possível, levando-as ao mesmo tempo a sentir que estão se encaminhando para formas mais elevadas de participação. (CHOMSKY, 1999, p. 19).

A estética burguesa padronizada consolida uma lógica na qual os maiores beneficiados são os grandes acionistas das grandes corporações nas sociedades ditas democráticas ao restringi-las à representação e a eleição destes de maneira controlada de tempos em tempos. Tanto o desenvolvimento tecnológico, quanto os processos de benefício do Estado as grandes empresas, reduzem ainda mais a quantidade de postos de trabalho, gerando desequilíbrio econômico apenas para as massas, que acumulam o desemprego, os impactos e injustiças sociais e ambientais.

Hoje, as duzentas empresas mais importantes do mundo controlam mais de uma quarta parte dos fundos existentes, e esse controle está se ampliando. A relação anual das maiores empresas dos Estados Unidos, publicada pela revista Fortune há alguns anos, registra uma tendência para maiores lucros, maior concentração e a redução do número de empregados. [...] Algumas pessoas se beneficiarão com isso – o pequeno número de empregados, com uma certa vantagem adicional para os vendedores de cachorro-quente, etc. Grandes beneficiados serão os banqueiros, advogados, todos os que trabalham com investimentos e serviços financeiros. [...]

Trata-se da ideia, bastante comum, de que os lucros são privados mas os custos são socializados. Quem paga os custos é a nação, o povo, mas os lucros não são auferidos pelo povo. (CHOMSKY, 1999, p. 23-27).

O processo de alienação e de manutenção da ideologia capitalista por meio da estética burguesa padronizada torna a sociedade, além de degradada, incapaz de articular alternativas de maneira coletiva por estar em miopia. Isso porque, no processo de produção da massificação – da estética burguesa padronizada – a estética particular/específica do sistema e dos capitalistas produz-se como se fosse de todos/as e de cada um/a.

Enquanto não nos perguntarmos por que aumenta a desintegração social, e mais e mais recursos são dirigidos para os setores opulentos e privilegiados, e menos para a população em geral, não poderemos ter uma ideia do motivo por que o crime está aumentando ou de como devemos enfrentar esse problema.[...]

Não está claro em que medida o povo vai aceitar maior pressão e mais declínio social. Uma tática consiste em juntar as pessoas em favelas urbanas - na verdade, campos de concentração - e deixar que elas caiam umas sobre as outras. Mas há sempre quem consegue escapar e termine afetando os interesses dos ricos e privilegiados. Por isso é preciso ampliar o sistema penitenciário, o que, incidentalmente, serve também como um estímulo a economia. (CHOMSKY, 1999, p. 40-42).

As estruturas sociais e do Estado democrático representativo e circunscrito a eleições periódicas, financiadas ou manipuladas pelos interesses hegemônicos, nos impedem de ver o tensionamento de forças entre as classes sociais, até porque a grande massa, formada por trabalhadores, encontra-se dispersa e envolvida com brinquedos, passatempos tecnológicos e dramas existenciais, impedindo uma articulação coletiva, pela simples dificuldade de se pensar ações além da sua própria existência, o existir das gerações futuras.

Como já disse, essas pessoas não estão interessadas em transferir a capacidade de tomar decisões, nem desejam participantes; preferem lidar com uma população passiva e obediente de consumidores e espectadores políticos - uma comunidade tão fragmentada e isolada que não tem condições de reunir seus recursos limitados para tornar-se uma força poderosa e independente, que perturbará o poder concentrado. (CHOMSKY, 1999, p. 60).

E quais seriam para Chomsky os resultados dessa manutenção da ideologia capitalista em longo prazo, sabendo-se que as populações aumentam, os recursos e os postos de trabalho começam a ficar escassos, em contrapartida à necessidade de alimentação, saúde e moradia?

Mas quando as pressões ambientais aumentam de tal forma que ameaçam até mesmo a sobrevivência do povo, haverá alguma alteração nessa conduta? Não, se o povo não reagir. Se o poder for deixado em mãos de investidores transnacionais as pessoas acabarão morrendo. (CHOMSKY, 1999, p. 129).

E qual seria a alternativa? A Educação Ambiental, como uma contraeducação, aliada à contracultura da proposta da revolução estética como mecanismo de articulação e tensionamento, a partir de um processo de união de causas e diferenças que percebam o ponto em comum que as une, com o objetivo de provocar mudanças (CHOMSKY, 1999, p. 134).

O *marketing*, como tem sua difusão no âmbito empresarial e se caracteriza pelo esforço realizado para disparar sentidos e sentimentos pré-definidos para obtenção de um objetivo, que é o lucro (KOTLER, 2003, p.3). É conceituado basicamente como a reunião de diversas estratégias para a satisfação ou criação de necessidades.

A publicidade e a propaganda são mecanismos que integram a promoção do *marketing* (KOTLER, 2003, p.119), e que deixam de seguir estruturas fixas e fechadas, atuando fortemente em processos sutis que resultam em impactos muito maiores por disparar sentidos e sentimentos que levam a aquisição e ao consumo de determinado produto ou ideia, utilizando para isso uma infinidade de dispositivos estéticos previamente estudados, padronizados e estabelecidos.

Todas as sociedades são divididas em classes, castas, etnias, nações, religiões e outras confrontações, é absurdo afirmar a existência de uma só estética que a todos contemple com suas regras, leis e paradigmas: existem muitas estéticas, todas de igual valor, quando têm valor.

(...) No mundo real em que vivemos, através da arte, da cultura e de todos os meios de comunicação que (...) os opressores controlam, (...) produzindo uma estética anestésica (...), conquistam o cérebro dos cidadãos para esterilizá-lo e programá-lo na obediência, no mimetismo e na falta de criatividade. (BOAL, 2009, p.16-18).

A estética burguesa padronizada tem como seu principal aliado de massificação e institucionalização de valores e padrões estéticos o *marketing*, contemplando não apenas a influência e a persuasão para o consumo, mas para o controle social por meio da criação de expectativas individuais.

Este movimento estético provoca uma ação direta na necessidade individual de inclusão social, a qual, muito do que se realiza neste sentido na escola e na sociedade, para pessoas com necessidades específicas ou econômicas é na verdade uma “inclusão para o capitalismo”. “As pessoas se veem compelidas a corresponder às expectativas socioculturais

que a história de cada tempo escreveu, ou seja, são coagidas a ‘estar na moda’, sob pena de sofrerem constrangimentos ou mesmo *bullying*” (FERNANDES; LIPPO, 2016, p. 25).

Para Fernandes e Lippo (2016), a existência de uma cultura da “normalidade, da padronização, leva ao não reconhecimento das diferenças e singularidades”. As diferenças são peculiares à espécie humana, sendo a subjetividade expressa de maneira singular, não seguindo normas ou padrões. Assim, a estética burguesa padronizada molda uma sociedade para a qual a maioria das pessoas que não possuem um poder aquisitivo e determinada aparência, se tornam excluídos.

As inúmeras barreiras sociais por que passam as pessoas com deficiência, as mulheres, os negros, a juventude pobre, os indígenas, as pessoas com identidades sexuais diferenciadas da heteronormatividade, entre tantas outras singularidades humanas, são a demonstração mais pontual e visível das interdições criadas nos processos sociais, em função do não reconhecimento das diferenças como parte do social. Quando mencionamos as barreiras de acesso, referimo-nos à impossibilidade de fazer parte do mundo do trabalho, da escola, dos espaços públicos e privados, dos lugares de cultura, de lazer, de circulação, do transporte e da comunidade em geral, enfim, de todo e qualquer espaço humano no social. (FERNANDES; LIPPO, 2016, p. 27).

Outra questão estética apresentada por Fernandes e Lippo são as formas arquitetônicas as quais são pensadas as cidades, padronizando espaços e estruturas para um ser humano perfeito, que se encaixe aos espaços disponíveis, sendo os casos de dificuldade de acessibilidades aos deficientes físicos, impossibilitando o simples ir e vir.

Em outro extremo da estética urbana, se questiona como as periferias são degradadas. Seria por desleixo das próprias pessoas ou seria uma maneira que o próprio Estado tem de manter a dependência destas comunidades, satisfazendo o mínimo possível de suas necessidades de infraestrutura ou mesmo a maneira que se tem de manutenção do sentimento de rejeição pela imperfeição física fora dos padrões instituídos? Ou mesmo induzindo uma estética do excluído, para a qual Boal propõe a estética do oprimido.

A Estética não é a ciência do Belo, como se costuma dizer, mas sim a ciência da comunicação sensorial e da sensibilidade. É a organização sensível do caos em que vivemos, solitários e gregários, tentando construir uma sociedade menos antropofágica.

(...) Nós, com a Estética do Oprimido, buscamos a nossa verdade: uma Arte Pedagógica inserida na realidade política e social, e dela parte! (BOAL, 2009. p.31-32).

Em contraponto a estética burguesa padronizada é apresentada por diversos autores como Rancière (2002, 2009, 2013), Estévez (2004, 2011), Boal (2009), Guattari (1990), Fernandes e Lippo (2016), uma proposta de revolução estética para quebra destes padrões

estéticos instituídos pelo capitalismo, como uma necessidade para permitir ao ser humano o direito a sua existência, pois estes padrões determinados não são um fato da natureza, mas uma construção que pode ser alterada historicamente.

Transformar essa lógica da “homogeneização artificial do ser humano” é um desafio, uma necessidade premente para a construção de uma sociedade democrática e acessível. Para que isso possa acontecer, será preciso uma profunda revisão do conceito de normalidade, que por si só se impõe como uma fronteira, um muro que separa os ditos “normais” dos “não normais”. Além da irrealidade dessa fronteira, tendo em vista a perspectiva da singularidade humana, temos a massificação e a padronização como prerrogativa da normalidade. Tal prerrogativa coloca o “excepcional” em oposição ao “normal”, o “desviante” em oposição ao padrão estabelecido. (FERNANDES; LIPPO, 2016, p. 29).

O que seria de fato a revolução estética?

Palavra, imagem e som, que hoje são canais de opressão, devem ser usados pelos oprimidos como formas de rebeldia e ação, não passiva contemplação absorta. **Não basta consumir cultura: é necessário produzi-la. Não basta gozar arte: necessário é ser artista! Não basta produzir ideias: necessário é transformá-las em atos sociais, concretos e continuados.** (BOAL, 2009. p.19, grifo nosso).

A construção e interlocuções de uma estética de oposição à alienação, ao fetichismo e à ideologia capitalista, como nos traz Boal (2009), em um processo diferente da homogeneização, mas perfazendo por meio da diversidade social.

2.5 A Educação Ambiental como *marketing* de empresas poluidoras

O *marketing* transcende a relação de venda de um produto, ele também atua na criação de credibilidade. Sua relação com a Educação Ambiental é bastante íntima. Empresas que impactam comunidades e a natureza precisam construir uma imagem de ecologicamente corretas. Assim, a Educação Ambiental é utilizada como forma de tirar o foco das atenções dessas populações, dos problemas locais para serem convencidas de que a culpa e a solução dos problemas ambientais globais é sua, de cada indivíduo. Este trabalho estrategicamente pensado e planejado tem por objetivo garantir que tais empresas sejam vistas como ambientalmente responsáveis, para que os consumidores de seus produtos não se sintam culpados e para que as comunidades impactadas agradeçam pela oportunidade de trabalho e geração emprego e renda. Tal ação produzida e construída por ONGs e educadores ambientais que transitam entre a ingenuidade e o oportunismo, tendo por argumento a necessidade de

trabalho e a crença de que tais ações irão contribuir para uma solução no futuro, quando o problema, na verdade está no presente e sob o nariz de todos.

Alguns termos como “sustentabilidade”, “desenvolvimento sustentável”, “responsabilidade social” e “conscientização”, são bastante difundidos e aparecem como sinônimos de Educação Ambiental pela sua repetição, tanto na escola, quanto na mídia, mas principalmente, quando utilizados por ações de Educação Ambiental por empresas poluidoras.

A estética burguesa padronizada e as ações de *marketing* verde denotam a continuidade deste movimento de construção de um condicionamento do senso comum, para que haja a aceitação dos impactos ambientais, em troca de possíveis benefícios financeiros e empregos gerados pelo empreendimento. Os processos de “conscientização” ambiental propostos e financiados por empresas poluidoras são facilmente identificados e desconstruídos por dois motivos: 1) se a empresa fosse realmente social e ambientalmente responsável, os impactos e injustiças sociais e ambientais seriam mínimos e não se economizaria recursos para mitigá-los ao máximo, na própria atividade fim da empresa, não necessitando de modo algum qualquer investimento de *marketing* verde; 2) se a empresa estivesse preocupada com os impactos que causa, a autocrítica seria o suficiente para melhorar seu processo de produção, não necessitando repassar a culpa desses impactos para as populações atingidas a partir de projetos que questionam outros problemas distantes, como o aquecimento global, a falta de água e a poluição dos mares, eximindo a empresa da responsabilidade sob os próprios impactos e injustiças causadas.

De acordo com Andrade, o objetivo das empresas é gerar lucro, as outras demandas são de responsabilidade dos consumidores como ônus do desejo de consumir. Assim, embora seja uma preocupação cidadã, ela mantém sua característica básica, que é gerar lucro para a organização envolvida no processo. Portanto, a prerrogativa (da preocupação ambiental) é do consumidor (ANDRADE, 2012, p. 68).

Vale a pena lembrar que toda a atividade de *marketing* é geradora de custos para a empresa e se há uma parcela da população que exige mudanças no processo produtivo ou no produto em si, ela deve receber uma resposta direcionada. Se a empresa não tem como mudar seu processo de produção, em compensação, ela fomenta processos de Educação Ambiental para que, não ela, mas as pessoas sejam responsáveis por salvar o planeta, ou seja, ações práticas que poderiam ser realizadas de imediato, devido ao custo envolvido e a inviabilidade econômica, são contrabalanceadas por uma propaganda ambiental para que as pessoas percebam esta empresa preocupada com questões sociais e ambientais, embora em seu processo de produção os impactos e injustiças sociais e ambientais sejam reais e vividos pela

comunidade, que, no entanto, por hierarquia social acredita na magia, no ilusionismo, na arte, no livro, na cor e na informação do panfleto, no teatro, abrindo mão de questionar a própria realidade.

Há certamente empresas responsáveis social e ambientalmente, mas suas ações não aparecem porque já estão incorporadas no seu processo produtivo, sendo o *marketing* verde, um custo desnecessário. Logo, elas não precisam fazer Educação Ambiental.

Kotler apresenta as diferenças entre os diversos tipos de *marketing* para questões ambientais e sociais, desde ações voltadas para determinadas causas, como o “McDia Feliz”, no qual a empresa McDonald’s apropria-se de uma causa, como o câncer infanto-juvenil, sensibilizando pessoas a comerem seus lanches, pois parte do faturamento daquele dia será destinado a centros de tratamento. No entanto, a sensibilização para a causa tem por objetivo promover seus produtos e ainda obter mais lucro para a empresa (KOTLER, 2006, p. 714).

Na hora de fazer o branding de um programa de marketing de causas, existem três opções:

- 1) A empresa apropria-se de uma causa e cria uma organização inteiramente nova para desenvolver atividades associadas a essa causa. A recém-criada causa pode receber a marca da matriz ou de um produto individual. As Casas Ronald McDonald e a Avon Breast Cancer Crusade são exemplos clássicos dessa opção [...];
- 2) A empresa adere a uma causa já existente. Normalmente, só se identifica a relação da marca com a causa por sua designação como patrocinadora ou apoiadora – o envolvimento real não recebe a “marca” de um programa [...];
- 3) As empresas aderem a uma causa já existente, mas explicitamente dão uma marca a seu programa [...]. (KOTLER, 2006, p. 716).

Para Giglio há uma questão ética que as empresas devem observar:

Em um período como o nosso, de deterioração ambiental, escassez de recursos, dificuldades econômicas, perda de valores morais, aumento da criminalidade e outros índices de degradação da qualidade de vida, parecem inevitáveis surgirem dúvidas sobre a adequação da orientação das empresas em satisfazer o consumidor. O ponto básico dos que advogam uma mudança de paradigma está na evidência de que, em alguns casos, a satisfação do consumidor é contrária aos interesses da sociedade a médio e a longo prazos. O argumento contra o paradigma básico do Marketing (satisfazer o consumidor em primeiro lugar) critica a falta de ética ou mesmo o desconhecimento dos empresários sobre os conflitos potenciais entre as expectativas do consumidor e o bem-estar social. Em alguns itens, como o cigarro, os danos são óbvios. Em outros, como o setor bioquímico, os limites não são muito claros. (GIGLIO, 2005, p. 178).

Podemos questionar: até que ponto o *marketing* verde ou o *marketing* societal de determinadas empresas está realmente direcionado a determinada causa ou integra apenas

mais uma estratégia de *marketing* para maximizar os lucros? Esta pergunta pode ser respondida a partir de questionamentos sobre o objeto de existência da própria empresa ou seja: Qual o histórico da empresa na geração de problemas sociais e ambientais?

A Educação Ambiental ao ser realizada por empresas de consultoria, ONGs e educadores ambientais patrocinados por empresas poluidoras, está condicionada às equipes de *marketing* e relações públicas destas, servindo para persuadir crianças, jovens e adultos a adotar a ideia de que tal empresa poluidora é ambientalmente responsável, que seus produtos são ecológicos e sua política de sustentabilidade promove a preservação e conservação da natureza. Infelizmente, a culpa pela poluição é transferida para as próprias pessoas e comunidades que recebem esta Educação Ambiental e sofrem com as injustiças ambientais. Como exemplo, temos a Yara Brasil, que possui um dos principais complexos poluidores da cidade do Rio Grande com suas unidades de produção de fertilizantes, apresentando nos programas de rádio o *slogan* “nutrição em plantas” e sua missão “alimentar com responsabilidade o mundo e proteger o planeta”²⁰.

2.6 Quais os aspectos da estética burguesa padronizada?²¹

Ao investigar a existência de uma estética do capitalismo, houve a necessidade de identificação dos aspectos que caracterizam esta estética a partir dos meios de cultura de massa. A leitura de teóricos e pesquisadores, assim como a observação de propagandas em jornais, revistas, televisão, *internet*, redes sociais e o comportamento cotidiano das pessoas, a partir da Análise do Discurso de Eni Orlandi (2009), levaram a identificar aspectos que baseiam a estética burguesa padronizada no espectro individual, coletivo e das empresas, nos mais diversos veículos de comunicação.

Nesta parte, testamos nossos referenciais analíticos aplicando-os em materiais jornalísticos diversos, trazendo para este relatório matérias publicadas num jornal importante, e hegemônico do Rio Grande do Sul – Zero Hora, como exemplo da reflexão abstrata das partes anteriores, ou seja, nos utilizamos de matérias deste jornal para exemplificar elementos da hipótese que apresentamos ao início, e que em nossa perspectiva ilustram elementos do discurso hegemônico atual de formação de indivíduos competitivos na produção de sentidos

²⁰ Conforme apresenta em seu site <<https://www.yarabrasil.com.br/sobre-yara/>>. Acesso em 09 de set. de 2018.

²¹ Utilizamos parte de nosso artigo “A estética neoliberal da nova razão do mundo capitalista: educando o indivíduo competitivo” (Passos e Machado, 2018, no prelo) para compor esta parte dos argumentos do relatório da tese.

via indução da e na significação daquele que lê ou vê a imagem, da mensagem explícita e implícita presente no discurso por parte das matérias analisadas.

O jornal Zero Hora, pertencente ao grupo Rede Brasil Sul de Comunicação²², se diz liberal em seus posicionamentos e defensor da livre iniciativa e do sistema de mercado, portanto, do capitalismo. Foi fundado em maio de 1964, após o golpe civil-militar ocorrido em 1º de abril deste mesmo ano e durante este cresceu e tornou-se (RBS) uma grande empresa de comunicação. Utilizamos para nossa análise o jornal do dia 3 de maio de 2018. A escolha da data se deu de forma aleatória, ocorrendo dentro do processo da pesquisa sem especificidades.

Figura 2: CAPA DA ZERO HORA



FONTE: Jornal Impresso, 03mai. 2018.

²²Quem Somos – Jornal Zero Hora. Disponível em: <<http://www.gruporbs.com.br/quem-somos/politica/>; <http://www.clicrbs.com.br/rs/>>. Acesso em: 21 mai. 2018.

Ao realizarmos o processo convencional de leitura de uma imagem da esquerda para a direita e de cima para baixo (EISNER, 1999), lemos a primeira imagem, que é a logo do jornal, em seguida passamos pela imagem do carro batido, no canto superior direito, baixando para a imagem da caminhonete com policiais armados e a manchete "Policial morto", seguindo para a imagem do músico Mario Barbará e a manchete sobre o foro privilegiado de deputados e senadores.

Na análise do discurso a partir da capa, destacaríamos, ainda, a notícia sobre a exportação do aço brasileiro para os Estados Unidos²³, diretamente relacionados aos interesses do empresário do setor - dos Gerdau -, e sempre presente de forma positiva no jornal²⁴; uma segunda notícia sobre o recebimento de apoio de uma ONG internacional para o saneamento básico no Rio Grande do Sul, deixando a desejar seja por José Ivo Sartori (atual governador), como por Michel Temer, ambos apoiados de forma subliminar pela empresa contra os governos da esquerda²⁵, mas também poderíamos dizer na esteira do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), que recentemente destacou a necessidade do investimento nesta área em nosso país²⁶; a terceira notícia refere-se aos acidentes de trânsito; a quarta sobre a morte de um policial durante ação da polícia no Vale do Caí, na esteira de sua apologia e as notícias recorrentes da necessidade de ampliação da segurança, leia-se da ampliação das prisões sem considerar a desigualdade, o fim das políticas públicas, a miséria, a exploração do trabalho, da natureza, a degradação da educação pública etc. pelo sistema ao qual a empresa defende e por fim, aborda o limite ao foro privilegiado de deputados e senadores, os quais seriam os responsáveis por toda a corrupção nas mazelas do país. Em complemento, uma nota sobre a morte do músico e compositor Mario Barbará. Tudo isso, conforme o *site* do Grupo RBS, seus veículos estão dedicados a “contar histórias verdadeiras e emitir opiniões relevantes”, pois “informar nunca será apenas informar”, “é fazer pensar, inspirar, evoluir, acontecer (...) **é transformar, as pessoas, o mundo, a vida.**” (GRUPO RBS, 2018).

²³ O presidente dos EUA Trump resolveu sobretaxar determinados produtos de países que exportam a seu país, e neste caso, atingindo diretamente o do aço produzido por setores e grupos empresariais brasileiros, no caso em foco as siderúrgicas Gerdau.

²⁴ Numa busca rápida no site da empresa, com o título Gerdau, apresenta-nos 11 mil e novecentos itens em 0,31 segundos: ver <https://gauchazh.clicrbs.com.br/ultimas-noticias/tag/gerdau/>. Acesso em: 17 de jun. 2018.

²⁵ De forma permanente a empresa apesar de “liberar” seus funcionários jornalistas para expressarem suas “opiniões”, sempre dá mais destaque aos mais “realistas que o rei”; mas, mantém alguns críticos até para dizer, e o faz sempre, ser plural, neutra e lidar apenas com a verdade factual, como Veríssimo, Flávio Tavares, e outros. Atualmente, em crise, se desfez do Diário Catarinense (SC), e há boatos de querer se desfazer de parte do grupo no RS.

²⁶ Saneamento deve ter R\$ 1,5 bi do BNDES. Disponível em: <http://dc.clicrbs.com.br/sc/noticias/noticia/2018/06/saneamento-deve-ter-r-1-5-bi-do-bndes-10374172.html>. Acesso em: 16 de jun.2018.

Denunciado na operação Zelotes por pagamento suspeito de R\$ 15 milhões à empresa SGR Consultoria, para influenciar a tramitação de processo no Conselho de Administração de Recursos Fiscais (Carf)²⁷, por dívida com a Receita Federal de R\$ 678 milhões, o Grupo diz defender o livre mercado, assim como também constrói candidatos políticos que professam esta ideologia, como, por exemplo, através da eleição de ancoras de sua empresa, como Antonio Britto, que foi deputado e porta-voz de Tancredo Neves, Yeda Crusius, comentarista de Brasília e deputada federal e depois governadora do RS, Ana Amélia Lemos, que foi comentarista na capital do país e agora senadora e representante do agronegócio e Lasier Martins, comentarista e indicado para disputar o senado com Olívio Dutra e, que depois, “chutou o balde” da empresa e desapareceu do noticiário da mesma, apesar de cada vez mais se colocar a direita e do oportunismo no espectro político.

O atual contexto social e político do país pós-golpe, e pré-eleições nacional e estaduais, e com a prisão de Luiz Inácio Lula da Silva (em 7 de abril de 2018), e na tentativa de eleger políticos alinhados a sua ideologia e interesses, e aliados do mercado, diríamos que as duas matérias de capa (a de intervenção de ONG internacional no saneamento básico e a de foro privilegiado de deputados e senadores), apresentam-se como não política, apesar de o serem, conforme o destaque do editor ao colocá-la na capa. De outro lado, a ostentação da violência e o fomento do medo como faz permanentemente junto a seus assinantes e leitores de classe média, e também idosos, ao induzi-los permanentemente a um ambiente de medo, insegurança e violências adequado à propagação de sua ideologia de segurança, à qual pode aproveitar da *expertise* israelense²⁸ para combatê-la, além de gerar lucros prepará-los – as elites – diante do crescimento da miséria, da exploração e da luta de todos contra todos implícitos em sua estética competitiva.

²⁷ Operação Zelotes envolve bancos, grandes empresas e afiliada da Globo, ver: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/parlatorio/operacao-zelotes-envolve-bancos-grandes-empresas-e-afiliada-da-globo-6208.html>. Acesso em: 17 jun. 2018.

²⁸ Ver Livro Cidades Sitiadas, Boitempo, São Paulo, 2016, no qual Stephen Graham destacada a expertise na segurança das empresas militares israelenses testadas contra os palestinos, e que se traduzem em produtos (mercadorias) vendidas em todo mundo para as cidades. Ver notícias sobre o tema, por exemplo, nas seguintes notícias: Governo do Rio Grande do Sul recebe representantes de Israel para debater tecnologias na área da Segurança Pública. Disponível em: <<http://israeltrade.org.br/noticias/cyberseguranca/governo-rio-grande-sul-recebe-representantes-de-israel-para-debater-tecnologias-na-area-da-seguranca-publica>>. Prefeito busca investimento e tecnologia para segurança em Israel. Disponível em: <http://www2.portoalegre.rs.gov.br/portal_pmpa_novo/default.php?p_noticia=999194873&PREFEITO+BUSCA+INVESTIMENTO+E+TECNOLOGIA+PARA+SEGURANCA+EM+ISRAEL>; Brasil e Israel buscam maior cooperação em segurança pública e tecnologia. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/mundo/brasil-israel-buscam-maior-cooperacao-em-seguranca-publica-tecnologia-22572672>>. Acesso em: 17 de jun. 2018.

Um segundo objeto de análise foi a propaganda de uma empresa “imobiliária” na edição de maio e depois de forma permanente nas edições seguintes do mesmo jornal é do lançamento de um empreendimento imobiliário na zona norte de Porto Alegre pela MRV²⁹.

Figura 3: PROPAGANDA NO JORNAL ZERO HORA



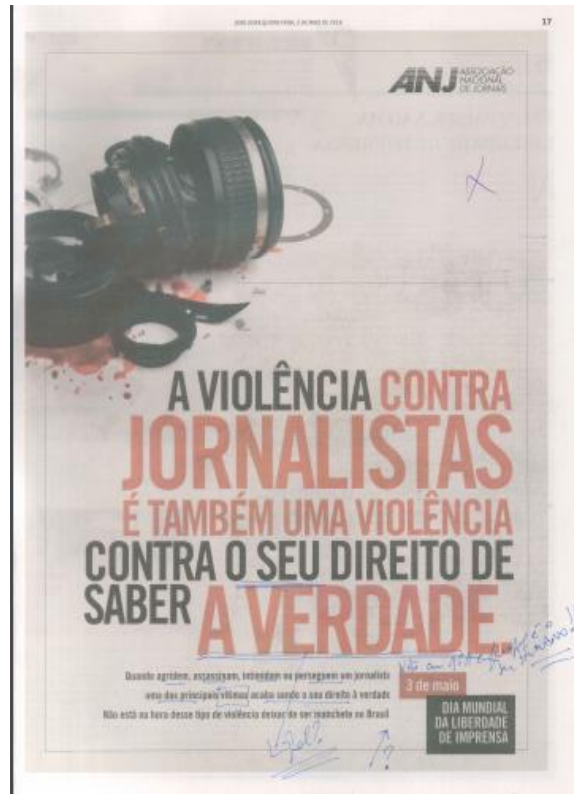
FONTE: Jornal Impreso, 03 de mai. 2018.

A propaganda em página inteira apresenta a vista da cidade desde o terraço do prédio em venda na zona norte de Porto Alegre, com apartamentos de 1 e 2 dormitórios, de 48 e 69 metros quadrados, com valores a partir de R\$ 308 mil. Se confirma ser um imóvel da Garst Construtora, referente a um *rooftop* diferenciado e a praticidade da proximidade dos grandes *shoppings* da cidade. Com foco direto ao leitor, o anúncio traz a vista do terraço, donde do alto, acima de todos da cidade, e, portanto, de um ponto de vista superior a massa. A relação que fizemos desse foco analítico é de que, ao início – em cima – apresenta-se o ponto de vista (a imagem ao final da tarde, da cobertura, certamente muito mais do que os 308 mil), baixando aos detalhes já vamos imaginando-nos deitado nas cadeiras, na beira da piscina e, usufruindo de tal beleza (estética ideal). E para finalizar, então, mais abaixo diz ao leitor que tal “beleza” poderá ser dele: ser “o seu novo ponto de vista na zona norte”!

²⁹ Ver a relação da MRV com a paixão brasileira pelo esporte: <https://mrvnoesporte.com.br/>. Acesso em: 17 de jun. 2018.

Por fim, um terceiro exemplo, relacionado ao dia mundial da imprensa, ou melhor, da liberdade de imprensa, também em página inteira no jornal.

Figura 4: PROPAGANDA DA ANJ NA ZERO HORA



FONTE: Jornal Impresso, 03 de mai. 2018.

Nesta campanha da Associação Nacional dos Jornais (ANJ), o leitor é apresentado como a principal vítima da violência contra os jornalistas ao terem cerceado sua liberdade de acesso à notícia, à verdade. A câmera fotográfica quebrada, o sangue do jornalista, assim como as cores vermelhas na manchete, fazendo contraste à mensagem em letras pretas, que trazem "a violência contra **o seu** direito de saber"! A verdade aparece em letras grandes, em destaque, tendo as letras pequenas o intuito de dizer que quando isso ocorre você perde seu direito, de saber a verdade, e, portanto você é o primeiro a ser prejudicado! Ou seja, o jornalista (o trabalhador), morto, torturado, impedido de fazer seu trabalho é deixando em segundo lugar, como Zero Hora fez em sua convivência e apoio durante a ditadura militar (1964-1989)!

A empresa RBS e seu jornal Zero Hora, produzem uma mercadoria consistente e afinada aos interesses mais avançados dos grupos e setores dominantes seja por fazer parte dos mesmos, assim como ser expressão de seus interesses (das empresas e das elites). Para

tanto, as informações factuais são coletadas, organizadas e apresentadas ou exibidas, seja na montagem da capa, bem como na propaganda de tal forma a produzir uma significação por parte do leitor em afinidade a seus ideais (valores, interesses, ideologia). No caso da propaganda é a empresa promotora que produz sua indução ao leitor para comprar o imóvel anunciado. No entanto, tanto a capa, como a campanha e a propaganda estariam afinadas com os valores, ideais e sentidos relacionados ao sistema mais amplo e ao grupo social, foco de cada um dos itens que analisamos.

Diríamos ainda que, no caso da campanha, sua importância em ser analisada criticamente advém do fato de que atualmente um de seus executivos - Marcelo Antônio Rech³⁰ – preside a Associação Nacional de Jornais, além de vice-presidente Editorial do Grupo RBS. Além disso, é presidente do Fórum Mundial de Editores (WEF), ligado à Associação Mundial de Jornais (WAN-Ifra).

No outro lado, da parte dos jornalistas, no dia 07 de maio de 2018, o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Rio Grande do Sul publicou uma matéria sobre as ameaças de morte sofridas pelo seu diretor Roberto Carlos Dias, por seguidores do deputado Jair Bolsonaro, realizadas via redes sociais e pessoalmente. No dia 10 de maio de 2018 outra matéria sobre a aprovação pelo Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional do Observatório da Violência contra Comunicadores, o qual já contabiliza neste primeiro semestre, a morte de dois jornalistas e 41 casos de violência contra esses trabalhadores. E no dia 18 de maio de 2018 veicula a matéria sobre o calote do Grupo RBS sobre o descumprimento do acordo coletivo com as entidades patronais de repasse da contribuição sindical, totalizando R\$ 280 mil não repassados³¹. Portanto, um é o discurso a favor da verdade e da garantia da mercadoria chegar até o consumidor do jornal, outra, de forma secundária é a vida e as ameaças a seus trabalhadores e práticas não muito idôneas da empresa.

³⁰ Está na empresa desde 1988, e cursou jornalismo na UFRGS, do Programa de Desenvolvimento de Executivos da Fundação Dom Cabral e especialização no Media Management Center, vinculado à Kellogg, além de curso de estratégia de mídia na Harvard Business School, ambas nos Estados Unidos.

³¹ Ver: SINDJORS: intransigente no combate à violência contra jornalistas.

Disponível em: <<https://www.jornalistas-rs.org.br/detalhes-noticia/?txtIdNoticia=1408>>. Acesso em: 17 de jun. 2018.

2.7 Considerações sobre a estética burguesa padronizada

As considerações analíticas feitas nos comentários das notícias/propagandas da empresa RBS, através de seu jornal Zero Hora, buscou servir de material de apoio e materialização de nossa reflexão para esta tese. Dissemos, ao início, que os neoliberais – em sua nova razão do mundo – através de seu discurso, buscam produzir maneiras de conduzirem os indivíduos, suas condutas e ações, formas de agir em conformidade ao sistema empresarial e concorrencial que fundamenta seu sistema e civilização. A persuasão nos exemplos que apresentamos se expressa no induzir a visualização de imagens da capa ao destacar determinados eventos e notícias em sintonia com seus interesses e paradigma(s), sem os explicitar, pois sempre apresentados como sendo neutro e compromissados com a verdade factual. Nas reportagens de capa que, apresentamos e analisamos, com as considerações nas notas de rodapé sustentam nossas afirmações.

Por outro lado, o contexto desigual e injusto, e, além disso, conflitivo decorrente da “partilha do sensível” simbólico, social e ambiental expresso na atualidade através do golpe civil-jurídico-parlamentar e midiático numa presidenta eleita, e, portanto, contra a Constituição, não pode ser iludido nesta reflexão, a partir e desde o referencial que nos apoiamos. E, também, a própria prisão do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, com provas forjadas e passando por cima da Constituição Federal, visando impedi-lo de concorrer à presidência, não podendo ser separado ou abstraído de uma reflexão sobre o conteúdo da mídia capitalista brasileira que esteve ao lado na ruptura institucional e responsável pela polarização na atualidade³².

Portanto, visamos mostrar nesta pesquisa que a realidade “realmente existente chamada capitalismo” e sua nova razão do mundo (conforme Dardot e Laval, 2016) é sustentada por uma produção estética padronizada hegemônica que busca se constituir como neutra, como verdade factual, como falando e expressando o que os leitores gostariam de ver, ler ou ouvir

³² O fechamento da escrita final desta pesquisa acontece em meio as eleições de 2018 no Brasil, nas quais o candidato a presidente da extrema-direita, financiado por empresas dos Estados Unidos e pela rede Atlas (irmãos Cook e outros), constituiu sua base de apoio de forma diluída (empresários, militares e neopentecostais) via Whatsapp (aplicativo pertencente ao Facebook) em milhares de grupos de até 256 participantes, com plataforma de governo e fomento de opiniões fascistas, como a promoção da violência contra mulheres, negros, homossexuais, indígenas, a privatização dos serviços públicos e o autogolpe para uma nova ditadura militar. Tal situação foi construída ao longo dos últimos 5 anos, desde as manifestações de 2013 e alcançou o apoio popular por meio da repetição de tais posições associada como sendo a solução contra a corrupção e o “fora PT”, alcançando quase metade dos votos válidos do primeiro turno, o que internacionalmente causa grande preocupação por estar vinculado as políticas extremistas de Donald Trump para o tensionamento mundial, principalmente com a China e possível invasão de Cuba e Venezuela.. Ver: <<https://theintercept.com/2017/08/11/esfera-de-influencia-como-os-libertarios-americanos-estao-reinventando-a-politica-latino-americana/>> Acesso em: 16 de out. 2018.

de um lado; mas, de forma subliminar, seja nos que concordam com a empresa, seja os ingênuos, induzindo-os a ter nos princípios liberais e seus elementos atuais (a nova razão), os fundamentos da produção e re-produção da estrutura social, econômica e política desigual de injustiça ambiental ausente do discurso midiático ou explicando-as, não como inerente e consequências de seu sistema, mas individualizando-a quando é apresentada.

Tais evidências indicam, em nossa perspectiva, uma indução a produção do sensível no leitor de sua conquista ao comum e único (valores e visão de mundo) e sem divisões da verdade factual expressa pelas notícias, anúncios e propagandas no jornal que usamos como exemplo. Na medida em que o sistema econômico e político, a partir do golpe (2016), expressam de forma hegemônica os valores e ideais liberais e neoliberais, acordado entre os atores hegemônicos na derrubada de Dilma Rousseff. Como afirmado no site do Grupo RBS, proprietário da RBS TV, maior filiada da TV Globo: *Comunicação faz acontecer*; seu propósito: *Fazer jornalismo e entretenimento que informem, inspirem e contribuam para a transformação da realidade e da evolução das pessoas*; e pelos valores “que escolhemos **para nos identificar e distinguir**”, que significam “**o compromisso de atingir objetivos empresariais**” (GRUPO RBS, 2018, grifo nosso).

Dos autores estudados – e que, apresentamos nas partes anteriores e que iremos mais abaixo discorrer – e somado a observações empíricas e estudos como o do Jornal Zero Hora, apresentamos na tabela a seguir aspectos da estética burguesa padronizada:

Tabela 1: ASPECTOS DA ESTÉTICA BURGUESA PADRONIZADA

INDIVIDUAIS	COLETIVOS	EMPRESA
<ul style="list-style-type: none"> - imediatismo, dedicação individual a vida presente; - utilização da segunda pessoa do singular para venda de ideias e produtos; - indivíduo acrítico; - lucro e poder como objetivo de vida (arrogância como sinônimo de poder); - lucro e poder como sinônimo de sucesso; - empreendedorismo e o sujeito empreendedor, como forma de se tornar capitalista e ascender socialmente; - indivíduo como produto e venda da imagem pessoal; - pessoa individualmente como meio transformador do mundo; - qualidade de vida condicionada ao poder de consumo; - vida dedicada ao entretenimento; - isolamento; - consumismo como sinônimo de felicidade; - busca incessante pela felicidade, desde que individual e consumista; - prazeres condicionados ao consumo; - crença em milagre para ascensão social; - desejos superando as necessidades. 	<ul style="list-style-type: none"> - ideia de democracia; - responsabilidade dos problemas é do sujeito e da cultura humana; - competição entre trabalhadores como movimento natural para o sucesso; - idolatria de um ideal de vida capitalista a ser conquistado; - poder sobre outros; - ostentação, necessidade de ser invejado, idolatrado; - força coletiva neutralizada pela descrença na sociedade; - banalização das drogas e sexo como elementos de status social; - sociedade machista, branca e patriarcal; - mulher como objeto de consumo do homem; - direito a participar da sociedade apenas quem comparte das mesmas ideias políticas e tem idêntica visão de mundo neoliberal; - contra a diversidade de gênero; - utilização das religiões a favor da violência como forma de coibir a violência; - tendência ao totalitarismo; - Estado corrupto e serviços públicos sem qualidade. 	<ul style="list-style-type: none"> - o capitalismo e os capitalistas são provedores da vida; - inovação tecnológica; - corrupção velada, praticada como diferencial de mercado; - crença no desenvolvimento econômico como gerador de qualidade de vida; - produção, re-produção e repetição; - apropriação de outras estéticas e causas sociais para autopromoção e venda de produtos; - concentração dos meios de produção e de comunicação pelos ricos; - injustiças sociais e ambientais como necessidades para o desenvolvimento econômico; - apropriação do uso do verde e de símbolos que remetem a natureza por parte de empresas poluidoras; - Estado a serviço das grandes corporações e capitalistas; - Estado não interfere nas relações de mercado; - Estado responsável pelas crises econômicas; - empresas se disponibilizam a realizar serviços de obrigação do Estado desde que lucrem com isso.

FONTE: Elaborado pelo pesquisador Wagner Valente dos Passos, 2018.

A construção desta tabela é consequência dos diversos pontos apresentados pelos autores e sistematizados, que utilizamos nesta pesquisa, partindo de Dardot e Laval (2016), Chomsky (2017), Badiou (2017), Bourdieu (2006), Boal (2009), Fernandes e Lippo (2016), Fernandes e Prates (2016), Harvey (2017), Acsehrad (2009), Rancière (2002, 2009, 2013), assim como autores que discutem a questão do *marketing* como Andrade (2012), Kotler

(2003), Blackwell, Miniard e Engel (2008) e Giglio (2005). Dividindo entre aspectos em como o indivíduo se vê e deve ser visto, assim como deve ver o coletivo e as empresas.

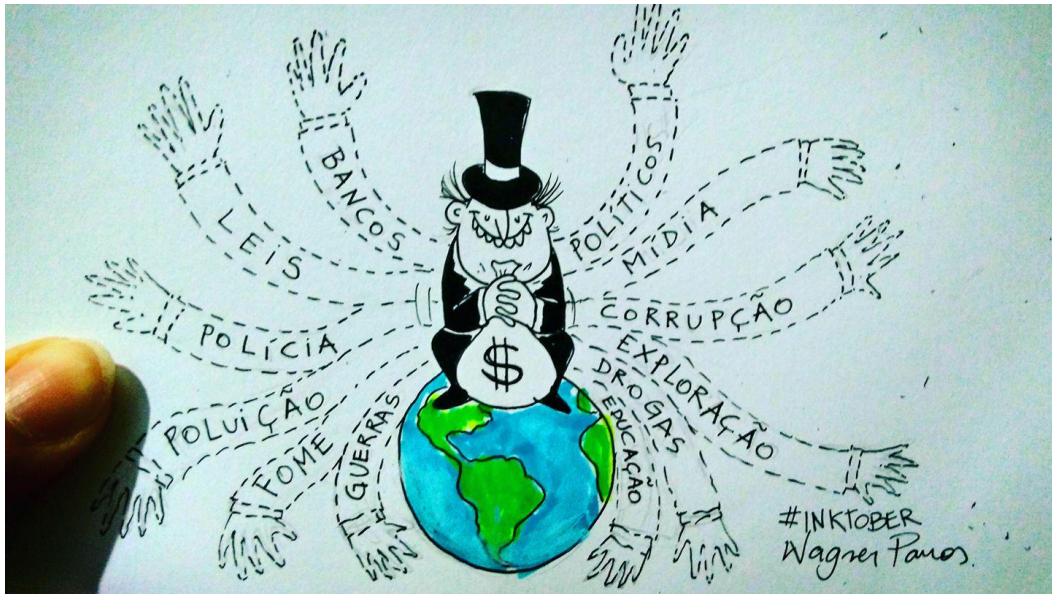
A estética burguesa padronizada apresenta-se em três esferas: a) do indivíduo, como ele deve pensar e agir sobre si mesmo, seus desejos, suas ambições, valores que deve seguir a fim de se destacar socialmente e alcançar um ideal de vida, um equilíbrio, a felicidade tão sonhada a partir dos parâmetros capitalistas ocidentais instituídos; b) do coletivo, como o indivíduo deve ver e pensar a sociedade, impondo sua presença, dominação, trazendo para si a inveja e idolatria, na tentativa de ser uma fração daquilo que os donos das empresas e seus gestores são com seus trabalhadores; c) da empresa, como as pessoas devem idolatrar a fantasmagoria das pessoas jurídicas, organizações controladas por pessoas físicas anônimas (como se as sociedades anônimas tivessem personalidade própria).

E, isso tudo dentro de um sistema considerado natural da evolução humana, a solução para todos os males, criando a crença de que as pessoas só funcionam quando são mandadas e que nenhuma organização democrática e coletiva tem condições de evoluir devido aos interesses individuais que sempre devem se opor e sobrepor aos coletivos (já planejados e consolidados na esfera do indivíduo), sendo a natureza competitiva e o homem parte, a competição um processo natural humano e a submissão um destino dos fracos e incompetentes. O Estado deve estar a serviço das empresas, as quais seriam responsáveis por fomentar a economia, e assim como a poluição é transmitida a responsabilidade aos indivíduos, serviços sociais públicos deveriam ser privatizados para funcionar e, como forma de seleção natural, aqueles que não possuem recursos financeiros para utilizá-los, jogados ao próprio destino.

Ou seja, no aspecto da estética burguesa padronizada não existe solidariedade e as regras sociais devem ser voltadas para o aumento do lucro, com regras do Estado que facilitam e protejam o mesmo, condicionando novos entrantes no mercado a permissão das empresas já consolidadas. O ser humano empreendedor na verdade é um submisso a ideias individualmente improdutivas, já que o empreendedor, antes de ser um empresário, depende da criação de um produto ou serviço, e conseqüentemente, da coletividade para consumo, sendo impostas regras rígidas que protegem as empresas já existentes, como acontecem com os pescadores artesanais que são proibidos de vender *in natura* seu peixe ou com agricultores e pecuaristas familiares que são proibidos de vender ovos e embutidos de produção caseira por não possuírem o rigor técnico sanitário exigido pelo mercado para autenticar a "qualidade" do produto.

Estas informações serviram de base para identificar a estética burguesa padronizada na análise realizada junto a estética das empresas Petrobras e Vale (subsidiária da Samarco)³³, assim como na análise das teses e dissertações produzidas pelo Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental da Universidade Federal do Rio Grande – PPGA FURG, a fim de identificar qual estética se apresenta nestes espaços.

Figura 5: QUEM MANDA NO MUNDO?



FONTE: Elaborado pelo pesquisador Wagner Valente dos Passos, 2017

³³No entanto, como dissemos ao início os dois processos foram sendo realizados ao mesmo tempo, com idas e vindas do estudo mais teórico com o mais prático, ou seja, a teorização que deu consistência a reflexão crítica dos materiais das empresas e das teses PPGA foi sendo “refinada” ao mesmo tempo em que sistematiza ou ampliava a reflexão sobre o material empírico.

3 EDUCAÇÃO AMBIENTAL DA VALE E PETROBRAS

De acordo com uma pesquisa realizada pela empresa de assessoria financeira Thomson Reuters e pela Carbon Disclosure Project, entre as cinquenta empresas mais poluidoras do mundo, nos anos 2009 a 2013, estão duas brasileiras: a Vale e a Petrobras.

Ao visitarmos o *website* da Vale e Petrobras durante três momentos de nossa pesquisa: em junho de 2016, janeiro de 2017 e junho de 2018, podemos constatar não apenas uma estética referente ao meio ambiente, com o uso do verde de maneira destacada, mas também seus relatórios de “sustentabilidade”, os quais revelam números muito importantes sobre investimentos em projetos sociais e ambientais. Não apenas firmando uma estética burguesa padronizada, mas voltada a criação de uma subjetividade neoliberal e democratização da responsabilidade ambiental.

3.1 Vale

A Vale é uma mineradora brasileira fundada em 1942 durante o governo de Getúlio Vargas. Uma das maiores e mais lucrativas empresas do mundo, foi privatizada em 1997 durante o governo de Fernando Henrique Cardoso com financiamento público do próprio BNDES, por US\$ 3,3 bilhões, não representando o real valor de infraestrutura da empresa, muito menos das reservas a serem exploradas capazes de abastecerem as demandas industriais mundiais pelos próximos 400 anos. Atualmente é controladora das empresas Vale Limited, Vale Fertilizantes, Samarco, Companhia Siderúrgica do Atlântico, Vale Soluções em Energia, Docenave e VLI - Vale Inco Canada Limited. O faturamento da empresa em 2014 foi de R\$ 89,9 bilhões e avaliada em R\$ 156,6 bilhões. Opera em 14 estados brasileiros, minerando nos cinco continentes, sendo proprietária de mais de dois mil quilômetros de malha férrea e nove terminais portuários.

No dia 05 de novembro de 2015, na cidade de Mariana, Minas Gerais, ocorreu um dos maiores crimes ambientais já registrados no mundo, o rompimento da barragem de Fundão com rejeitos de mineração da empresa Samarco Mineração S.A, empresa controlada pela Vale S.A e BHP Billiton, inundando o subdistrito de Bento Rodrigues, a 35 km do centro do município brasileiro de Mariana, e acabando com a vida em todo o Rio Doce, atingindo 230 municípios no estado de Minas Gerais e Espírito Santo, extinguindo 12 espécies endêmicas de peixes e deixando outras 11 espécies em ameaça de extinção. Tanto o rio, quanto as cidades atingidas possuem lama contaminada com metais pesados como arsênio, cádmio, mercúrio,

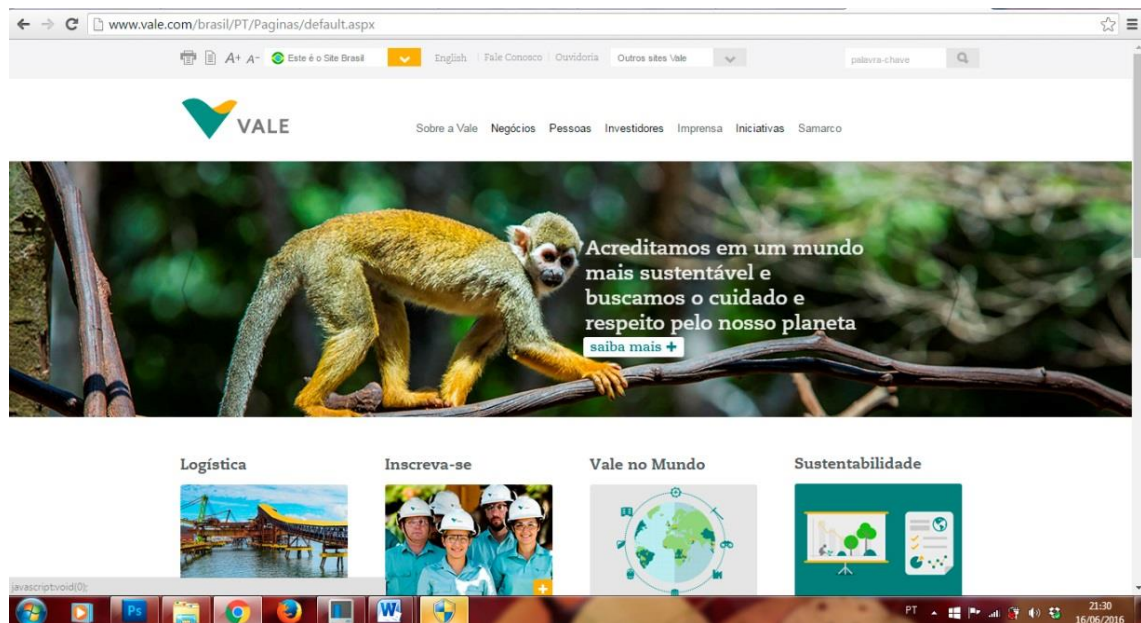
chumbo, cobre, zinco e outros, tendo essa informação negada pela Vale e BHP à toxicidade dos mesmos³⁴.

Ocorrido por erro de operação e negligência administrativa no monitoramento e superação da capacidade de recebimento de dejetos da barragem, o rompimento deixou ainda 19 mortes.

Tais situações, tanto sua atividade fim quanto os crimes ambientais e injustiças por ela causados se contradizem ao que ela se propõe, já que em seu *site* apresenta a missão de transformar recursos naturais em prosperidade e **desenvolvimento sustentável**. Como visão, ser a empresa de recursos naturais global, número um, em criação de valor em longo prazo, com excelência, **paixão pelas pessoas e pelo planeta**. E como valores: 1) **A vida** em primeiro lugar; 2) Valorizar quem faz a nossa empresa; 3) **Cuidar do nosso planeta**; 4) **Agir de forma correta**; 5) Crescer e evoluir juntos e 6) Fazer acontecer³⁵.

Em 2016 o site da Vale apresentava o seguinte *design* e informações destacando a natureza e o verde como parte de sua estratégia de convencimento de sua responsabilidade ambiental.

Figura 6: SITE DA VALE NO BRASIL EM 2016.



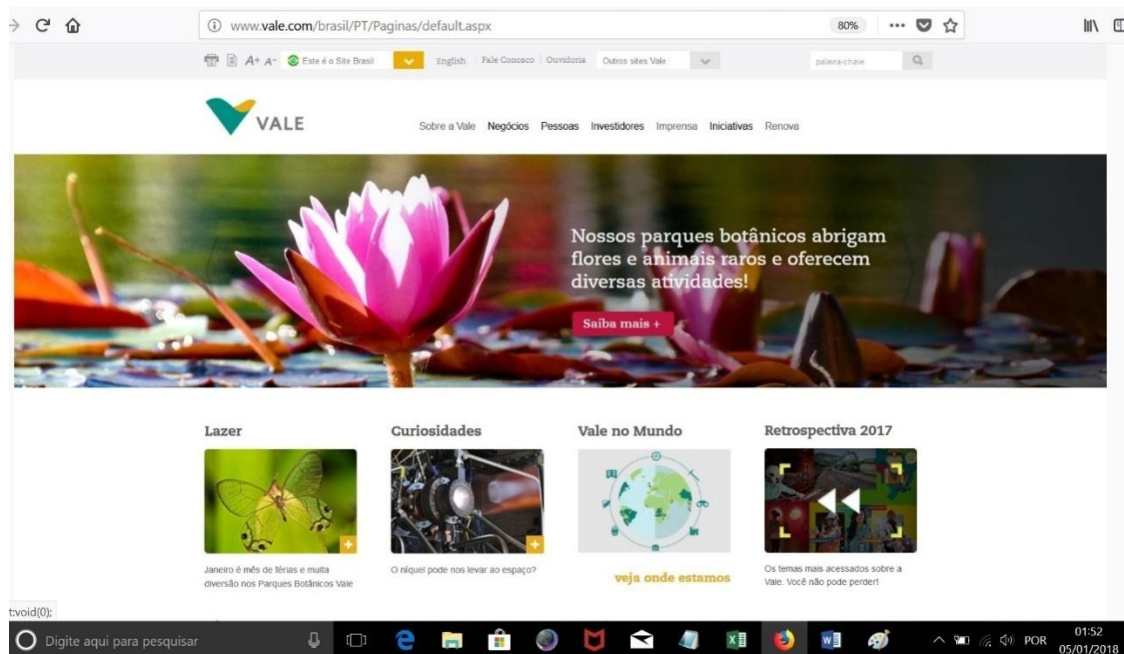
FONTE: VALE [S.I.] 2016. Disponível em: <www.vale.com.br>. Acesso em: 20 de jun. 2016.

³⁴Ver reportagem: Barragem se rompe, e enxurrada de lama destrói distrito de Mariana. Disponível em: <<http://g1.globo.com/minas-gerais/noticia/2015/11/barragem-de-rejeitos-se-rompe-em-distrito-de-mariana.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

³⁵ Ver Missão e Valores da VALE. Disponível em: <<http://www.vale.com/brasil/PT/aboutvale/mission/Paginas/default.aspx>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

Ao abrir a página principal apareceu a imagem de um macaco-de-cheio (*Saimirisciyyres*), espécie da Amazônia encontrado na Bolívia, Brasil, Colômbia, Equador, Guiana Francesa, Guiana, Peru, Suriname, Paraguai e a Venezuela, apresentando a mensagem "**Acreditamos em um mundo sustentável e buscamos o cuidado e respeito pelo nosso planeta**". Abaixo imagens mostrando o mar, pessoas felizes, o planeta verde e outra imagem referente a natureza e sustentabilidade. Não se vê nesse primeiro contato qualquer referência ao objeto da empresa, a mineração, que tanto impacto produz na natureza, pelo contrário, se vê uma empresa cujo foco essencial (aparentemente) é a conservação da natureza e qualidade de vida. O verde também é predominante na logo da empresa, juntando-se o amarelo alusivo à bandeira do Brasil. Em todas as imagens, mesmo as de mineração, há um apelo para construção de uma harmonia com a natureza, tornando a empresa receptiva as pessoas que terão contato com este material.

Figura 7: SITE DA VALE NO BRASIL EM 2018



FONTE: VALE [S.I.] 2018. Disponível em: <www.vale.com.br>. Acesso em: 20 de jun. 2018.

Na abertura do *site* da Vale no Brasil em 2018 verificamos a continuidade do apelo pela natureza, permanecendo o uso do verde, trazendo uma flor de vitória-régia (*Victoria amazonica*) com a mensagem "Nossos parques botânicos abrigam flores e animais raros e oferecem diversas atividades", na sequência uma imagem de borboleta no *link* sobre lazer, um inseto no *link* de curiosidades, o planeta verde e um vídeo sobre a retrospectiva da empresa em 2017. Sua preocupação com a natureza ou uma tentativa claramente apelativa de agradar

e/ou iludir o visitante do *site*, buscando firmar uma posição que não é a da empresa, que não é o objeto de existência da empresa, com objetivo de mudar sua imagem para outra totalmente oposta a sua realidade. Junto às imagens apresentadas está à preocupação de usar fotos feitas por profissionais, com forte apelo artístico, causando comoção ou sentimento agradável em quem vê, assim como desenhos e ícones que suavizam toda a ação da empresa, com seu maquinário pesado, arrebentando terra, mata e rios, imagens estas negligenciadas e não apresentadas em nenhum momento.

Em 2014 a Vale investiu US\$ 1,1 bilhão em ações sociais e ambientais. Já o Relatório de Sustentabilidade de 2016 abre com a seguinte questão prevendo possíveis impossibilidades e acidentes que poderão acontecer em suas atividades:

Este documento pode incluir declarações que apresentem expectativas da Vale sobre eventos ou resultados. Todas as declarações baseadas em expectativas envolvem riscos e incertezas. Assim, a Vale não pode garantir que venham a se concretizar. Os riscos e as incertezas incluem fatores relacionados a: (a) países onde a Empresa mantém operações, principalmente Brasil e Canadá; (b) economia global; (c) mercado de capitais; (d) **acidentes ou incidentes operacionais**; (e) negócio de minérios e metais e sua dependência à produção industrial global, que é cíclica por natureza; e (f) elevado grau de competição global nos mercados em que a Vale opera. (VALE, 2016, p. 2).

Já o relatório de 2017 abre com mensagem de Gueitiro Matsuo Genso, Presidente do Conselho de Administração, relatando a preocupação da empresa em fortalecer sua Licença para Operar, construindo Capital Social para as comunidades onde a empresa explora e impacta a natureza, assim como o Capital Natural, cumprindo assim os ODS - Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU, firmando seu compromisso com acionistas e transparência aos acionistas minoritários, referências que inspiraram a estética ambiental do conceito editorial do relatório, trazendo para o papel toda a ideia de ecologicamente responsável e sustentável.

Alguns números e argumentos do Relatório de Sustentabilidade³⁶ 2016 impressionam, assim como seu discurso de apresentar "a vida em primeiro lugar" (de quem? Da natureza, das pessoas e comunidades impactadas, dos rios poluídos com metais pesados, ou de seus acionistas?). Tal relatório apresenta diversos números, destacando US\$ 2,7 milhões investidos em campanhas de saúde nos 14 países que atua; atendimento a 36 comunidades tradicionais e 27 povos indígenas; identificação de 1824 espécies de vegetais e 1443 espécies de animais nas áreas de atuação; 8,2 mil quilômetros quadrados de áreas naturais protegidas pela empresa

³⁶Relatório de Sustentabilidade 2016. Ver na íntegra em <<http://www.vale.com/brasil/PT/aboutvale/relatorio-de-sustentabilidade-2017/Paginas/default.aspx>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

(não há dados sobre as áreas impactadas pela mesma); US\$ 169 milhões investidos em inovação tecnológica ecologicamente sustentável; 157,5 toneladas de resíduos repassados a cooperativas de reciclagem em Minas Gerais. Em 2016 o faturamento mundial da Vale foi de US\$ 27,5 bilhões, tendo obtido um lucro de US\$ 4 bilhões; sobre processos judiciais, a empresa apresentou em 2016 apenas 87 processos relevantes, sendo 78 causas trabalhistas e os recursos investidos em meio ambiente (dispêndios, gastos em compensação e mitigação) totalizaram US\$ 562,3 milhões.

Com o objetivo de amenizar ou impedir a possibilidade de conflitos, a Vale adere a **política do diálogo** como um dispositivo de persuasão social:

A Vale considera prioritários o desenvolvimento social, a proteção ambiental e a qualidade de vida de seus profissionais, além do investimento em inovações tecnológicas alinhadas ao desenvolvimento sustentável.

Por acreditar que **o desenvolvimento só é sustentável se gerar e compartilhar valor entre todas as partes interessadas**, identifica fragilidades, oportunidades e potencialidades dos territórios onde atua por meio de diagnósticos e do monitoramento de indicadores socioeconômicos, do diálogo social, da compreensão das demandas, das expectativas e das necessidades manifestadas pelas comunidades. São consideradas as características das dinâmicas socioeconômicas dos municípios e comunidades de interesse e os planos, projetos e investimentos capazes de proporcionar transformações no território.

Para esse processo, são elaboradas **estratégias de diálogo social**, de forma a estabelecer o envolvimento, o relacionamento transparente e a **confiança** das comunidades e do Poder Público nas ações desenvolvidas pela Empresa. (VALE, 2017, p. 85).

O Relatório de Sustentabilidade de 2017 traz números maiores, destinando para a recuperação da região do Rio Doce cerca de US\$ 858 milhões, sendo US\$ 160 milhões em indenizações. No ano de 2016 aplicou US\$ 71 milhões e em 2017 US\$ 199 milhões em atividades da Fundação Renova para recuperação e compensação. Segundo a Vale, a conciliação jurídica no Termo de Transação de Ajustamento de Conduta, a constituição da Fundação Renova receberá US\$ 5,8 bilhões. O relatório se destaca pela permanente utilização da cor verde, além do recorrente uso de inúmeras imagens de natureza e de comunidades indígenas e ribeirinhas para ilustração das ações apresentadas. O mosaico a seguir mostra uma seleção da diversidade de imagens que fazem referência à natureza, sua dita responsabilidade social e ambiental.

Figura 8: MOSAICO DE IMAGENS - SITE DA VALE NO BRASIL EM 2018



FONTE: VALE [S.I] 2018. Disponível em: <www.vale.com.br>. Acesso em: 20 de jun. 2018.

Como forma de compensação ao crime ambiental de Mariana, as empresas Vale, Samarco e BHP Billiton criaram a Fundação Renova³⁷, conforme o próprio *site* informa, uma “organização não governamental – ONG”, “autônoma” e “independente” constituída para reparação dos danos. A entidade “sem fins lucrativos” foi criada em março de 2016 por um Termo de Transação e de Ajustamento de Conduta (TTAC), assinado pela Samarco e suas controladoras, Vale e BHP Billiton, com os governos federal e dos estados de Minas Gerais e do Espírito Santo, o Ibama, o Instituto Chico Mendes, a Agência Nacional de Águas, o Instituto Estadual de Florestas, a Funai, as Secretarias de Meio Ambiente, o Instituto Mineiro de Gestão das Águas (IGAM), a Fundação Estadual de Meio Ambiente (FEAM), o Instituto Estadual de Meio Ambiente e Recursos Hídricos (IEMA), o Instituto de Defesa Agropecuária e Florestal do Espírito Santo (IDAF) e a Agência Estadual de Recursos Hídricos (AGERH).

³⁷Mais informações sobre a Fundação Renova, podem ser obtidas em <<http://www.fundacaorenova.org/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

A Fundação Renova disponibiliza em seu *site* o seu Programa de Comunicação, Participação, **Controle** e Diálogo Social, o qual tem por objetivos: a criação de **canais permanentes de comunicação e interação com a sociedade** em espaços fixos ou itinerantes, que contemplam a instituição de **mesa de diálogo e negociação permanente**; a construção e manutenção de *site* na *internet*; a criação da central de atendimento 0800 de atendimento à população; a elaboração de um manual de "perguntas e respostas"; a divulgação, em redes sociais, de iniciativas da Fundação; o esclarecimento de dúvidas e repasse de informações; e o relacionamento com a sociedade da área de abrangência impactada pelo rompimento da barragem de Fundão.

É destacado o diálogo como forma de “amenizar o conflito”, sendo apresentado mais de 1640 encontros de Diálogo Coletivo nas regiões afetadas, com a participação de quase 50 mil pessoas, entre membros de órgãos públicos, sociedade civil e diversos outros grupos de relacionamento, sendo criado inclusive **equipes de diálogo**, elementos e processos de diálogos que deverão realizar a interlocução com os moradores.

Para este “processo de diálogo” é utilizada a Educação Ambiental, a qual se torna ferramenta de extrema importância de persuasão e encantamento, com suas cores, flores e desejo de uma vida plena, em harmonia com a natureza e feliz, para compensação do crime, conforme fotos das ações realizadas e publicadas no relatório, assim como no *site* da fundação.

Figura 9: EDUCAÇÃO AMBIENTAL DA FUNDAÇÃO RENOVAR EM 2017



FONTE: Relatório da Fundação Renova, 2º trimestre de 2017, p. 51 e 52 [S.I].Disponível no em: <www.fundacaorenova.org>. Acesso em: 22 de jun. 2018.

Nestas ações, os educadores ambientais, desenvolvem uma série de atividades de educação, de arte, cultura e lazer, negligenciados pelo Estado, para a comunidade e crianças, tendo por selo a Fundação Renova e a alcunha da Vale.

Figura 10: EDUCAÇÃO AMBIENTAL DA FUNDAÇÃO RENOVAR EM 2018

www.fundacaorenova.org/programa/educacao-ambiental/

INDENIZAÇÕES FORNECEDORES TRABALHE CONOSCO PERGUNTAS FREQUENTES CONTEÚDOS NO WHATSAPP ES | EN

FUNDAÇÃO **renova**

QUEM SOMOS NOSSOS PROGRAMAS NOTÍCIAS COMUNICAÇÃO CONTATO PORTAL DO USUÁRIO

NOTÍCIAS DO PROGRAMA

Acesse aqui todas as notícias relacionadas a este programa da Fundação Renova.

Publicado em 25/05/2018
"BARRA LONGA: PRESENTE DO FUTURO, SAUDÁVEL" MOBILIZA BARRA-LONGUENSES PARA O DESENVOLVIMENTO DAS POTENCIALIDADES DO MUNICÍPIO
 Categorias: [Educação e Cultura](#)

Publicado em 18/04/2018
PROJETO "ESCOLA SEGURA" PREPARA ALUNOS E PROFESSORES PARA EMERGÊNCIAS AMBIENTAIS
 Categorias: [Educação Ambiental](#)

Publicado em 26/12/2017
FUNDAÇÃO RENOVA PROMOVE OFICINA DO PROGRAMA DE EDUCAÇÃO PARA REVITALIZAÇÃO DA BACIA DO RIO DOCE
 Categorias: [Educação Ambiental](#)

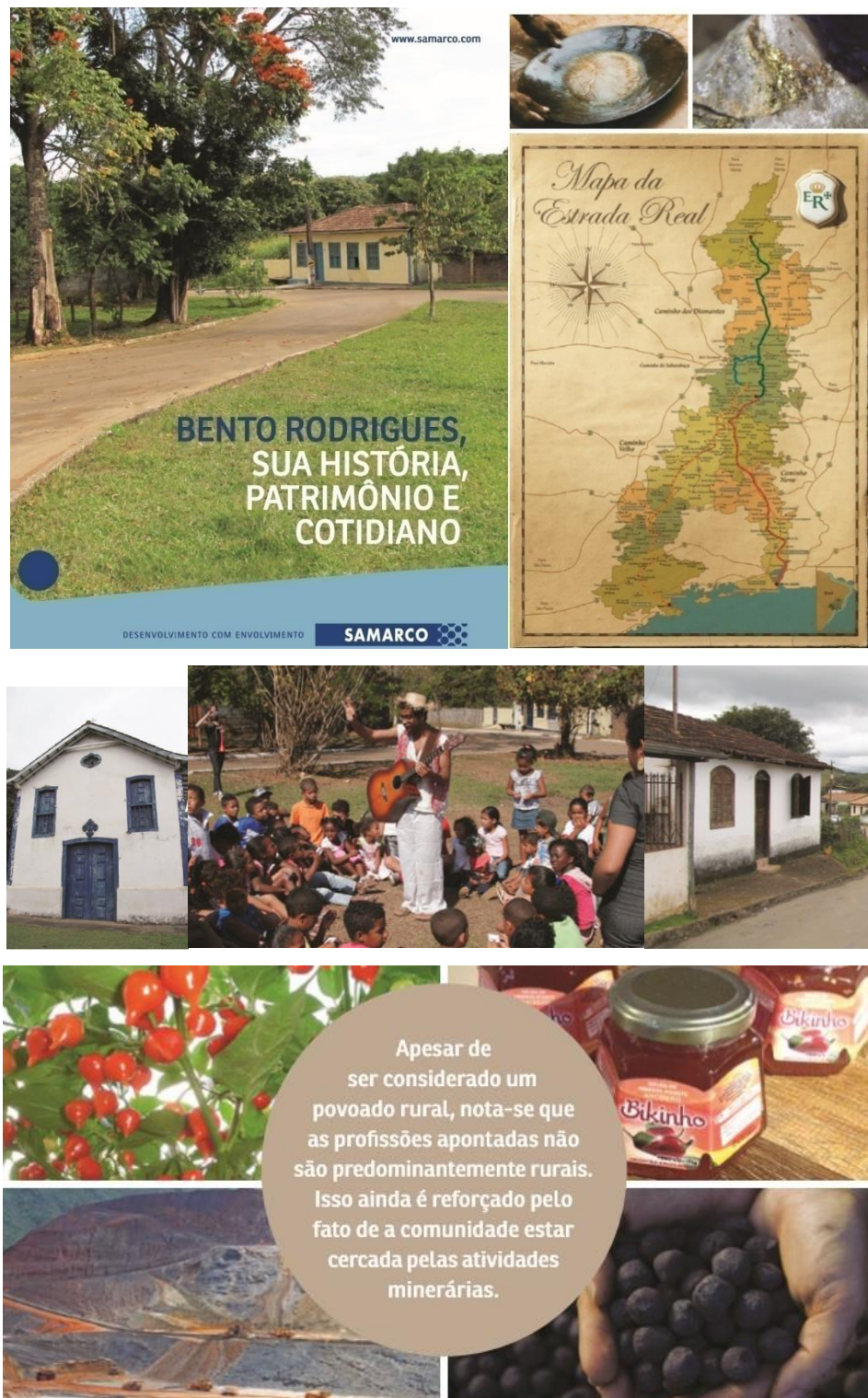
Publicado em 24/11/2017
CRIADOR DA PLANT FOR THE PLANET, FELIX FINKBEINER, É EXEMPLO PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE MARIANA
 Categorias: [Educação Ambiental](#)

1 2 3 4 5 6 >

FONTE: Fundação Renova [S.I], 2018. Disponível em:
 <<http://www.fundacaorenova.org/programa/educacao-ambiental/>>. Acesso em: 18 de jun. 2018.

Um dos projetos destacados produzidos pela Samarco para a comunidade de Bento Rodrigues foi a cartilha com a história do distrito e imagens para “valorização da autoestima” da população e turística da região.

Figura 11: CARTILHA DA FUNDAÇÃO RENOVA – MARIANA, MG - 2017



FONTE: Fundação Renova [S.I.] 2018. Disponível em: <www.fundacaorenova.org>. Acesso em: 05 de jun. 2018.

Nesta cartilha há uma preocupação por mostrar que a história, a natureza, e a exploração do minério podem ser **harmônicos** e **promover prosperidade** e

desenvolvimento. Levando educação, arte, cultura e **consciência ambiental** para crianças e comunidade.

Além deste trabalho de divulgação da cidade foi desenvolvida outra cartilha que trata da adoção de animais distribuída na cidade de Mariana e produzida pela Fundação Renova.

Figura 12: CARTILHA SOBRE ADOÇÃO DE ANIMAIS DA FUNDAÇÃO RENOVA



FONTE: Fundação Renova [S.I] 2018. Disponível em: <www.fundacaorenova.org>. Acesso em: 05de mai. 2018.

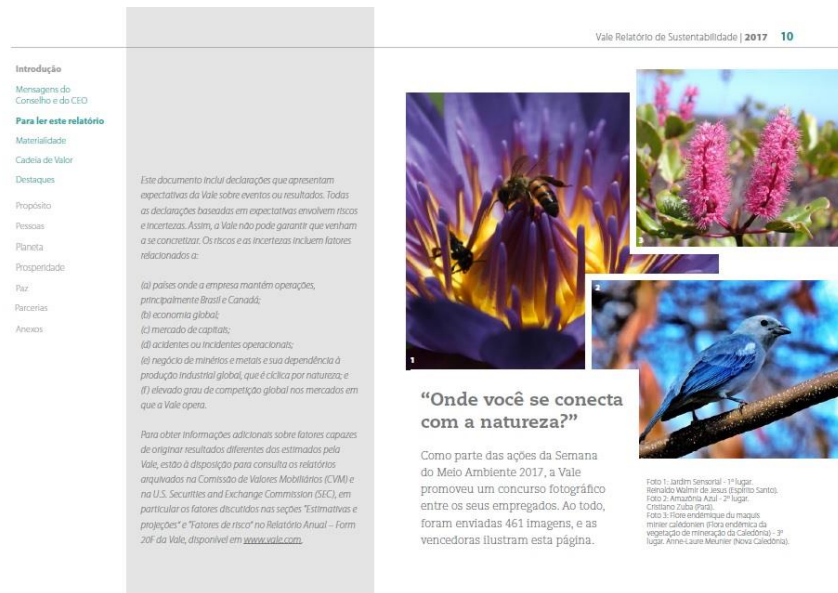
Este material serve para incentivar crianças e famílias a adotarem animais de estimação que ficaram soltos e sem dono depois da ocorrência do crime ambiental da Barragem de Fundão.

Sobre o programa de Educação Ambiental da Fundação Renova, são desenvolvidas uma série de atividades de arte e cultura, sendo distribuídos bimestralmente publicações encartadas nos jornais de Mariana e Barra Longa e realiza apresentação do programa Rádio Renova, nas rádios AM e FM de Mariana e demais cidades que integram o Rio Doce, além de patrocínio de eventos.

Em nova visita no site da Vale e acessando o mesmo *link*, citado anteriormente, seu relatório de sustentabilidade de 2017 é possível ver que o apelo de “ambientalmente

responsável” continua, trazendo mensagens e dicas como “Onde você se conecta com a natureza?”.

Figura 13: RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE DA VALE - 2017



FONTE: VALE [S.I.] 2018. Disponível em: <<http://www.vale.com>>. Acesso em: 18 de jun. 2018.

É importante afirmar que a estética burguesa padronizada está presente neste processo de encantamento, conforme será apresentado nas considerações finais deste capítulo, tirando o foco das reais ações da empresa e seu objetivo de lucro. Graças à empresa é possível contemplar tais imagens em fotos, assim como receber o discurso de que somos todos responsáveis pelos impactos ambientais, necessários para a prosperidade e felicidade de todos nós.

A Vale foi condenada a pagar R\$ 4,4 bilhões até 2018, porém com os acordos realizados a multa foi reduzida para 552 milhões de reais, dos quais, segundo o Jornal El País, em reportagem do dia 9 de agosto de 2017, foram pagos até então apenas a primeira parcela, no valor de R\$ 6,38 milhões, já que recorreram as multas por não concordarem com os critérios técnicos empregados. Em compensação, com o TTAC que criou a Fundação Renova, se comprometeram no investimento de R\$ 2 bilhões na região em projetos sociais e de Educação Ambiental. As atividades de mineração das empresas não foram suspensas e o processo criminal pedindo a prisão de seus diretores foi suspenso pela Justiça Federal a pedido da defesa.

3.2 Petrobras

O descobrimento do petróleo é apresentado por registros históricos de 4000 a.C. pelos povos da Mesopotâmia, Egito, Pérsia e da Judeia que utilizavam o betume para pavimentação e estradas, calefação, iluminação e também como remédio, tendo o registro de perfuração de poços pelos chineses há 347 a.C. A exploração industrial começou na metade do século XIX, sendo perfurado o primeiro poço das Américas no Canadá, em 1858 e no ano seguinte, nos Estados Unidos. No Brasil iniciou em 1892 os primeiros ensaios para exploração, sendo criado em 1938 o Conselho Nacional de Petróleo, sendo encontrada no ano seguinte, em Salvador na Bahia, a primeira jazida de petróleo explorada comercialmente.

Durante a chamada Era Vargas de 1930 a 1945, houve um movimento do governo e dos militares de negar o potencial petrolífero do Brasil para negociá-lo com empresas estrangeiras, como a Standard Oil, norte-americana conhecida no Brasil como Esso.

A partir de um movimento iniciado pelo escritor Monteiro Lobato³⁸, com os livros "Ferro" de 1931, e "O Escândalo do Petróleo", de 1936 - esgotado em menos de um mês e censurado por Getúlio Vargas, começou a ser realizado uma série de debates pela estatização de possíveis reservas já conhecidas ou a serem descobertas. Em 2 de Julho de 1948 Monteiro Lobato concede sua última entrevista para a rádio Record e encerra a mesma com as palavras: "O petróleo é nosso!", vindo a falecer dois dias depois. No mesmo ano é criada a "Campanha do Petróleo", patrocinada pelo Centro de Estudos e Defesa do Petróleo.

Após o fim da Era Vargas e dos governos de José Linhares e Eurico Gaspar Dutra, Getúlio volta à presidência eleito em 1950, com o chamado governo popular. Devido as pressões do povo e políticos, Getúlio apresenta o projeto de criação da Petrobras em 6 de dezembro de 1951, sendo a mesma criada em 3 de outubro de 1953 já como sociedade anônima de capital misto, com 51% das ações ordinárias pertencentes a União, mantendo a exploração do petróleo do Brasil pelo próprio país por 44 anos, até que Fernando Henrique Cardoso, o mesmo que financiou com dinheiro público do BNDES a privatização da Vale, realizou a privatização da linha férrea brasileira tentando privatizar também a universidade pública, sancionando a Lei 9.478 em 6 de agosto de 1997, que regulamentou a contratação pela União de empresas privadas internacionais para exploração e refino do petróleo.

³⁸**Monteiro Lobato:** (Taubaté, 18 de abril de 1882 – São Paulo, 4 de julho de 1948) principal escritor de livros infanto-juvenis da literatura brasileira, criador do Sítio do Picapau Amarelo, escreveu também contos sobre temas regionais, artigos, crônicas e críticas. Era militante da cultura brasileira e principal defensor do petróleo como patrimônio do nosso país.

No ano de 2000 inicia-se os estudos para exploração de petróleo em águas profundas. Tais pesquisas foram intensificadas durante o governo Lula a partir de 2003, sendo perfurado pela primeira vez em 2005, há 6.915 metros de profundidade na Bacia de Santos, o primeiro poço do Pré-sal, fazendo o país alcançar em 2006 a autossuficiência em petróleo.

Em 2007 é retomada a indústria naval no país para subsidiar a exploração do petróleo em alto mar, chegando no mesmo ano no Porto do Rio Grande, Rio Grande do Sul, o navio Settebello, convertido na plataforma P-53 e gerando no Pólo Naval de Rio Grande, em seu auge, entre 2010 e 2013, aproximadamente 25 mil empregos diretos.

Em 2014, com o início da Operação Lava-Jato e influência do capital internacional, a empresa entra em declínio, culminando com o golpe da presidenta Dilma em 2016 e o início do movimento de Michel Temer e seu presidente representante na Petrobras, Pedro Parente, para sucateamento e privatização da mesma, gerando aumento no preço dos combustíveis (principalmente do diesel), indexados ao preço internacional e consequente greve dos caminhoneiros (e *lokout* dos empresários donos de transportadoras) em maio de 2018, fechando estradas e deixando o país autossuficiente em petróleo, sem abastecimento de combustíveis, alimentos e impossibilitando o transporte público por 15 dias.

Diversos foram os crimes ambientais cometidos pela Petrobras, destacando-se o afundamento da Plataforma P-36 em 2001; o vazamento de 3,5 mil litros de combustível no Terminal Marítimo Almirante Barroso em 2013; no mesmo ano vazamento de 49 mil litros de diesel da Transpetro atingindo os rios Formoso, Sesmária e Paraíba do Sul e a explosão da unidade de destilação da Refinaria Presidente Getúlio Vargas; em 2015 ocorre a explosão na casa de bombas no navio-plataforma FPSO, causando vazamento de gás e a morte de 9 pessoas.

Sendo esta uma empresa que necessita explorar a natureza e impacta diretamente comunidades tradicionais ou mesmo cidades onde suas refinarias estão instaladas. É necessário realizar um trabalho de Educação Ambiental como forma de compensação e mitigação dos impactos causados, assim como a criação de uma imagem que favoreça a receptividade e aceitação desses impactos como necessários para diminuição dos custos, o aumento de lucros para os acionistas e promoção de toda a cadeia de produtos fabricados a partir do petróleo.

Em 2016, após o golpe, o *site* da Petrobras ainda apresentava como proposta a exploração do Pré-sal e consequentemente, a estética ambiental voltada para o mar e sua natureza, tendo por apelo a predominância da cor verde conforme podemos perceber na figura 14:

Figura 14: SITE DA PETROBRAS EM 2016



FONTE: PETROBRAS[S.I], 2016. Disponível em: <www.petrobras.com.br>. Acesso em: 16 de jun. 2016.

Devido a atual conjuntura que se desenhava naquele momento, com o *impeachment* de Dilma Rousseff aprovado na Câmara dos Deputados no dia 17 de abril de 2016, portanto dois meses antes do acesso ao *site* para a pesquisa, já se configurava nas manchetes uma tentativa de renovação da empresa e o fim da corrupção, com enunciados como “conheça nossos caminhos e decisões #DaquiPraFrente”, “que medidas estão tomando para evitar desvios?” e “como estão aumentando a segurança nas contratações”. No espaço de "Fatos & Dados", a empresa anuncia a privatização da Liquigás, informações do poço em Libra, o aumento da produção de gás natural, e o novo posto de Nelson Silva³⁹ como consultor sênior de Estratégia.

Ao acessarmos o *link* “Sociedade e Meio Ambiente”, o *site* da Petrobras traz algumas imagens e ações da empresa em sua relação e diálogo com as pessoas e a natureza.

³⁹ Atualmente diretor executivo de Estratégia, Organização e Sistema de Gestão da Petrobras, sendo alinhado aos interesses do capital privado, tendo ocupado cargos executivos na Vale (ex-estatal) e ALL - América Latina Logística (atual concessionária da linha férrea brasileira). Foi presidente mundial da BHP Billiton, controladora da Samarco junto com a Vale, e CEO da BG Group até sua venda para a Shell.

Figura 15: SITE DA PETROBRAS EM 2016 – SOCIEDADE E MEIO AMBIENTE

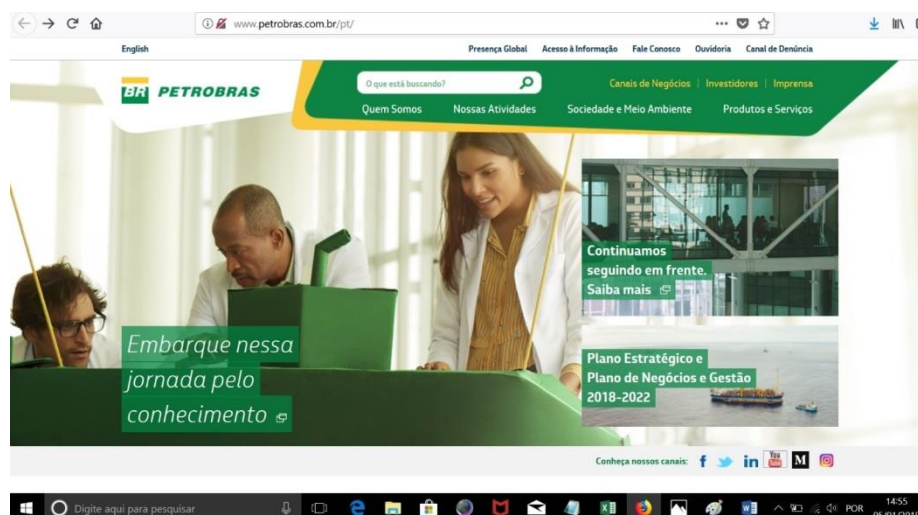


FONTE: PETROBRAS[S.I], 2016. <www.petrobras.com.br>. Acesso em: 16 de jun. 2016.

Nesta página apresenta sua preocupação para com o desenvolvimento econômico, sua responsabilidade ambiental, *link* para o relatório de sustentabilidade e um dos principais dispositivos de *marketing* da empresa: a seleção pública dos projetos ambientais, sociais, culturais e esportivos. De acordo com o *site* da empresa, em 2014 foram investidos R\$ 612,2 milhões em mais de 1,4 mil projetos sociais, ambientais, culturais e esportivos, no Brasil e nos países onde a empresa opera. Já em 2016 foram investidos R\$ 241 milhões.

Atualmente a política de relacionamento social da Petrobras está voltada a valorização e difusão da educação e conhecimento, conforme é apresentado a seguir:

Figura 16: SITE DA PETROBRAS EM 2018



FONTE: PETROBRAS[S.I], 2016. Disponível em: <www.petrobras.com.br>. Acesso em: 05 de mai. 2018

Sua estética continua priorizando a cor verde, porém o foco da atual gestão é direcionar a imagem da empresa para a educação e desenvolvimento tecnológico, convidando o visitante ao "embarque nessa jornada", apresentando questões administrativas pós-golpe com o *slogan* "continuamos seguindo em frente" e o plano estratégico de negócios e gestão para de 2018 até 2022.

Devido aos processos de corrupção ocorridos dentro da empresa que culminaram na Operação Lava Jato, foi criado o Programa Petrobras de Prevenção da Corrupção (PPPC), constituído por ações contínuas de prevenção e combate à fraude, à corrupção e à lavagem de dinheiro.

Entre as diversas ações sociais e ambientais a empresa se coloca como essencialmente responsável, participando e produzindo programas de desenvolvimento sustentável e de políticas ambientais, preocupada com as mudanças climáticas, recursos hídricos e biodiversidade.

Acreditamos que transformações estruturais só acontecem quando tratamos de forma integrada a dimensão social com a questão ambiental, entendendo que a realidade é tematicamente indivisível e naturalmente interligada. Por isso, desenvolvemos o Programa Petrobras Socioambiental, que confirma o nosso compromisso em aliar crescimento à promoção do desenvolvimento sustentável.

O Programa atua em temas socioambientais relevantes para a Petrobras e para o país, articulando iniciativas que contribuem para criar soluções e oferecer alternativas com potencial transformador e em sinergia com políticas públicas.

Considerando o mesmo horizonte de tempo do Plano de Negócios e de Gestão da Companhia, o Programa Petrobras Socioambiental 2014-2018 trabalhará esses temas de maneira dinâmica e sistêmica, com investimentos em práticas voltadas para um ambiente ecologicamente equilibrado e socialmente equitativo, gerando resultados para a sociedade e para a Petrobras. (PETROBRAS, [S.I.] 2018).

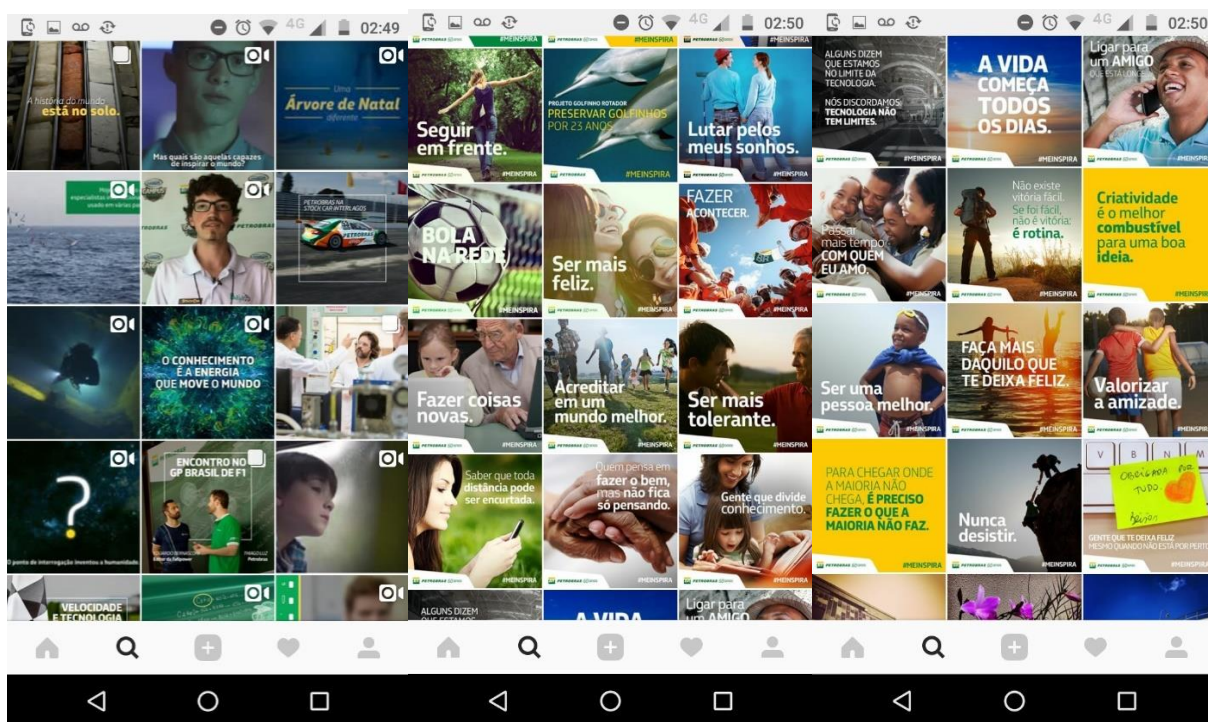
Estas ações alcançariam mais de 40 milhões de pessoas, equivalente a 21,2% da população brasileira, tendo como principais resultados:

- a) Geração de 20.760 postos de trabalho;
- b) 667.717 hectares de áreas conservadas ou recuperadas (equivalente a cinco vezes o território da cidade do Rio de Janeiro);
- c) 422 nascentes protegidas;
- d) 2.450 espécies da fauna e floras trabalhadas (quatro espécies da fauna com reversão do status de ameaça);

- e) Potencial benéfico líquido de 620 mil toneladas de CO₂ equivalente em termos de fixação de carbono e emissões evitadas;
- f) Alfabetização de 146.438 jovens e adultos brasileiros;
- g) Produção de 438 artigos técnico-científicos, 45 livros, 133 teses e 10.689 palestras ministradas.

Sua principal veiculação de publicidade ocorre por meio de propagandas nos canais de TV, *Youtube* e *Instagram*, este último, o qual destacamos um mosaico de imagens e mensagens difundidas pela empresa:

Figura 17: INSTAGRAM DA PETROBRAS EM 2018



FONTE: PETROBRAS[S.I.], 2018. Disponível em: <[instagram.com](https://www.instagram.com)>. Acesso em: 05 de jan. 2018.

Neste mosaico fica clara a estética burguesa padronizada, pois em nenhuma das imagens é mostrada a prospecção do petróleo e seus impactos, mas sim a relação da empresa com a natureza e as pessoas, com mensagens que remetem diretamente ao individualismo propagado pelo neoliberalismo como: ser mais feliz; lutar pelos seus sonhos; faça mais daquilo que te deixa feliz; ser mais tolerante; nunca desistir; o conhecimento é a energia que move o mundo; ser uma pessoa melhor; etc.

A empresa possui o Programa Petrobras Agenda 21, Programa Petrobras Cultural, Programa Petrobras Esportivo e apoio a iniciativas como o Pacto Global da Organização das

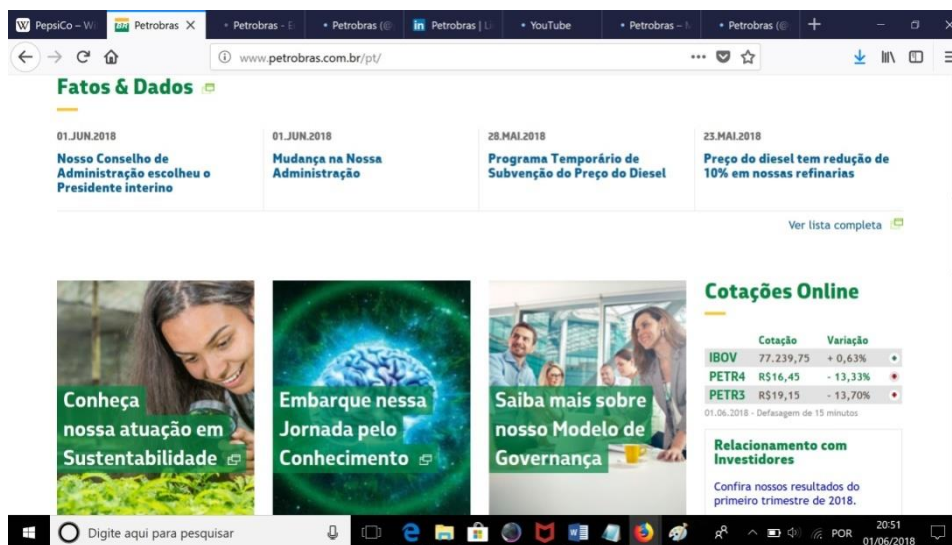
Nações Unidas (ONU), Programa Pró-Equidade de Gênero e Raça, integrando o programa Extractive Industries Transparency Initiative, criada pela Cúpula Mundial de Sustentabilidade. Tendo como Política de Segurança, Meio Ambiente e Saúde (SMS) os seguintes pontos:

- a) Reduzir os riscos à segurança e saúde das pessoas e fortalecer a segurança dos processos;
- b) Cuidar uns dos outros no ambiente de trabalho e, na dúvida, parar e procurar ajuda;
- c) Prevenir e minimizar impactos ambientais de projetos, processos e produtos;
- d) Prevenir, monitorar e controlar os impactos de nossas atividades sobre as comunidades onde atuamos;
- e) Considerar os requisitos de SMS e a mudança do clima nas decisões de negócio;
- f) Fortalecer a cultura de SMS com foco na educação, capacitação e conscientização;
- g) Comunicar de forma transparente as informações e o desempenho em SMS;
- h) Buscar o alinhamento às boas práticas de SMS da indústria, em conformidade com a legislação, regulação, normas e padrões;
- i) Prever e responder com prontidão às situações de emergência;
- j) Requerer dos fornecedores e parceiros o respeito aos requisitos e recomendações de SMS;
- l) Implementar continuamente a melhoria em SMS.

Em maio de 2018, os caminhoneiros entraram em greve em todo o país, pedindo a diminuição do valor do diesel. Por quinze dias o país ficou sem abastecimento de combustível e alimentos. Em paralelo, grupos que apoiam o retorno da ditadura militar apropriaram-se do movimento para realizar sua manifestação. O mesmo, configurado também como *lockout*, ou seja, uma falsa greve de trabalhadores promovida pelos donos das principais transportadoras do país, ganha perspectivas de tentativa de golpe dentro do golpe. No dia 31 de maio os petroleiros entram em greve e no dia 1º de junho, Pedro Parente é retirado da presidência da Petrobras e em seu lugar assume Ivan de Souza Monteiro.⁴⁰

⁴⁰ Foi vice-presidente de Gestão Financeira e de Relações com Investidores do Banco do Brasil de 2009 a 2015, onde já ocupou os cargos de gerente executivo da Diretoria Internacional, superintendente comercial, gerente geral nas agências do BB em Portugal e Nova York e diretor comercial. Foi presidente do Conselho de Supervisão do BB AG, subsidiária do banco na Áustria, diretor vice-presidente do BB Banco de Investimentos, da BB ELO Cartões Participações S.A., da BB Leasing S.A. Arrendamento Mercantil e da BB Administradora de Cartões S.A., e membro do Conselho de Administração das empresas Banco Votorantim, BV Participações, BB SH-2 MAPFRE, Ultrapar e BB Seguridade.

Figura 18: SITE NO DIA DA QUEDA DE PEDRO PARENTE



FONTE: PETROBRAS[S.I.], 2018. Disponível em: <www.petrobras.com.br>. Acesso em: 1º de jun. 2018.

No dia da queda de Pedro Parente, o *site* já apresentava em suas manchetes a mudança de diretoria, além da queda de suas ações em mais de 13%, em conjunto mantendo a propaganda da empresa pela atuação em sustentabilidade, conhecimento e o seu atual modo de gestão baseado no Modelo de Governança, anunciando também o programa de subvenção do diesel e a redução do preço do mesmo em 10%.

3.3 Considerações sobre a Vale e a Petrobras

Os debates e as críticas levantadas por esta pesquisa junto a Educação Ambiental promovida por essas empresas e seu *marketing* verde, responsáveis por uma série de impactos, injustiças e crimes ambientais, possuem direta relação com a estética burguesa padronizada, já que as mesmas servem como forma de apresentar certa imagem de credibilidade, responsabilidade para além da compensação pelos impactos causados, ou mesmo, firmar a ideia de que a exploração de petróleo ou de minérios não causa injustiças e encontra-se em harmonia com a natureza.

Alguns termos como “sustentabilidade”, “responsabilidade social” e “conscientização”, são bastante difundidos, por ambas as empresas e aparecem como sinônimos da Educação Ambiental, tanto em ações realizadas nas escolas, quanto nas publicidades veiculadas na mídia ou quando utilizados em projetos de Educação Ambiental vinculados ao setor de *marketing* dessas empresas para as comunidades impactadas.

A Petrobras, uma das principais financiadoras de projetos de arte e cultura, assim como de Educação Ambiental, utiliza como estratégia a realização de editais. Ao invés de contratar diretamente organizações não governamentais ou empresas de consultoria, aproveita-se da qualidade e conhecimento de artistas, educadores e pesquisadores, assim como da necessidade desses de trabalho e subsistência, financiando suas produções, satisfazendo a demanda e o sonho individual de cada um⁴¹, de conseguirem trabalhar em suas áreas, porém distanciando-se - mesmo acreditando que não - da transformação e emancipação das comunidades as quais atuam, contribuindo para limpar a imagem de geradora de injustiça ambiental e poluidora da natureza destas empresas, transformando-as, na percepção de quem recebe tal educação, em entidades de beneficência e **mantenedoras da arte e da transformação social**. A Vale, por exemplo, desde 2012 patrocina o Instituto Inhotim⁴², um dos mais importantes espaços de arte contemporânea do mundo, na cidade de Brumadinho, em Minas Gerais.

Estas imagens e materiais apresentados nesta pesquisa trazem os seguintes aspectos da estética burguesa padronizada relacionados na Tabela 1 (ver p. 84):

a) Aspectos individuais: um indivíduo acrítico; empreendedorismo e o sujeito empreendedor, como forma de se tornar capitalista; qualidade de vida condicionada ao poder de consumo; prazeres condicionados ao consumo; desejos superando as necessidades;

b) Aspectos coletivos: ideia de democracia; responsabilidade dos problemas é do sujeito e da cultura humana; idolatria de um ideal de vida capitalista a ser conquistado; Estado corrupto e serviços públicos sem qualidade;

c) Aspectos das empresas: o capitalismo e os capitalistas são provedores da vida; inovação tecnológica; crença no desenvolvimento econômico como gerador de qualidade de vida; produção, re-produção e repetição; apropriação de outras estéticas e causas sociais para autopromoção e venda de produtos; injustiças sociais e ambientais como necessidades para o desenvolvimento econômico; apropriação do uso do verde e de símbolos que remetem a natureza por parte de empresas poluidoras; empresas que se disponibilizam a realizarem serviços de obrigação do Estado desde que lucrem com isso.

Os aspectos da estética burguesa padronizada apresentam-se na estética ambiental destas empresas por meio da sensibilização, por aproximar o ser humano de sua natureza abandonada em seu processo de adaptação a subserviência ao *status quo* capitalista. A

⁴¹ Ver itens da Tabela 1 sobre os aspectos individuais da estética burguesa padronizada.

⁴² Ver informações sobre o Projeto Inhotim nos seguintes endereços eletrônicos: <<http://www.vale.com/brasil/PT/aboutvale/news/Paginas/projeto-inhotim-para-todos-amplia-fronteiras-do-museu.aspx>> e <<http://www.inhotim.org.br>>. Acesso em: 25 jun.2018.

imagem da natureza de forma harmônica e equilibrada com o desenvolvimento⁴³ e sua exploração, assim como suas cores, que relacionam-se diretamente com os processos subjetivos de criação artística e do sentimento do belo. É a saudade do ser humano de sua própria natureza humana de forma intrínseca e instintiva que comove e revela toda imagem do lado belo da natureza, agradável, trazendo sentimentos como segurança, verdade, credibilidade, incontestabilidade, fazendo com que esta estética anule o pensamento crítico e indignado envolto a uma atmosfera de bem-estar uterino, sem questioná-la, ignorando os contrastes, romantizando-os, achando bonito e nostálgico, inclusive romantizando a pobreza, as dificuldades de sobrevivência e a realidade perante a realidade, transformando **o mundo**⁴⁴ **ao seu redor** o mais belo e colorido possível. Disparadores de transformação que são anulados perante imagens extraídas pelo recorte de um bom fotógrafo ou licença poética de um publicitário, designer gráfico, ilustrador e pelo romantismo, sonho, ingenuidade ou oportunismo de educadores ambientais.

No dia 31 de julho de 2018, após a defesa desta tese, a Universidade Federal do Rio Grande –FURG, por meio da Fundação de Apoio a Universidade Federal do Rio Grande - FAURG, assinou o convênio nº 01/2018, processo nº 23116.005266/2018-84 com a Fundação Espírito Santense de Tecnologia – FEST, instituição jurídica de direito privado que possui acordo de cooperação técnica com a Fundação Renova⁴⁵.

O projeto de pesquisa denominado Programa de Monitoramento da Biodiversidade Aquática da Área Ambiental I, utiliza a FEST, que subcontrata a FAURG, que utiliza estruturas e profissionais concursados (professores, pesquisadores, técnicos administrativos) e estudantes da anuente (FURG), para realização de monitoramento ecotoxicológico dos impactos causados pela lama oriunda do rompimento da Barragem de Mariana (MG), em regiões estuarinas e marinhas e o monitoramento de mamíferos, tartarugas e aves marinhas associadas à foz do rio doce, plataforma continental e áreas protegidas adjacentes.

A FAURG e a anuente (FURG), se comprometem em executar o projeto, sendo a anuente (FURG) obrigada a prestar o serviço contratado pela FEST.

A possível autonomia dos pesquisadores é restrita, já que, segundo o item 2.1.1, o repasse financeiro somente ocorrerá após a aprovação do Plano de Trabalho pela Fundação Renova.

⁴³ Tendo o desenvolvimento industrial e econômico do capitalismo como sinônimo de desenvolvimento humano.

⁴⁴ O mundo do artista e do educador ambiental e não o da comunidade.

⁴⁵ Documento disponível no site de convênios da FURG no link:

<http://www.acessoinformacao.furg.br/convenios/20790-conv-45301-2018-programa-de-monitoramento-rede-rio-doce-mar.html?highlight=WyJyaW8iLCJkb2NlIiwicmlvIGRvY2UiXQ==>>. Acesso em: 23 set. 2018.

O acordo prevê o repasse de R\$ 15.842.042,72 para a FAURG, sendo prevista a adequação de espaço físico, bolsas, diárias, equipamentos, materiais de consumo, serviços importados e terceirizados, sendo a taxa de administração do projeto (ou seja, remuneração paga pela prestação de serviço de gestão do mesmo) de R\$ 1.413.964,40 para a FAURG e de R\$ 1.990.833,03 para a FURG.

A autonomia dos pesquisadores é estritamente limitada, pois na cláusula de confidencialidade, item 10.1 a FAURG e a anuente (FURG), se comprometem a manter o completo sigilo sobre as informações confidenciais da FEST e/ou de seus mantenedores (leia-se Fundação Renova, Samarco e Vale), como também, no item 10.10 não revelar, divulgar, disseminar, publicar, transferir, ceder, licenciar ou conceder acesso a informações confidenciais, direta ou indiretamente, sem o prévio consentimento por escrito da FEST.

Esta subserviência não empodera comunidades nem promove compensação dos crimes ambientais causados, já que os recursos estão condicionados a empresa e aprovação da mesma. Tais projetos servem de lazer, passa-tempo aos pesquisadores, quando não há autonomia e criticidade, gerando informações que deveriam servir as populações atingidas, ao invés de ficarem restritas a própria empresa, anulando toda capacidade crítica, reflexiva, de contestação e luta perante as injustiças sociais e ambientais causadas pelas mesmas empresas que financiam tais projetos. Sendo assim, é evidente o alinhamento de ONGs e universidades, não com a natureza, mas com as políticas econômicas do capital internacional e com a ideologia capitalista, que em nada se importa com as reais necessidades destas populações, pelo contrário, as mesmas são empecilhos ao objetivo exclusivo que é o lucro.

4 A PRODUÇÃO DO PPGEA - FURG SOBRE ESTÉTICA E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA MANUTENÇÃO DA IDEOLOGIA CAPITALISTA⁴⁶

Ao realizar uma pesquisa em qualquer área do conhecimento é necessário a apropriação dos conceitos, propostas e conhecimentos a partir do que já foi pesquisado, não apenas para evitar repetições, mas para avançar nas ideias e trabalhos já realizados ou para entendimento da mesma questão por outra óptica.

Os estudos em Educação Ambiental existem há mais de 50 anos, sendo a criação do Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental da Universidade Federal do Rio Grande há 24 anos promovendo pesquisa e debates na área. Esta ainda é incipiente e alguns questionamentos do porque isso acontecer passa pelo seu viés crítico de oposição ao sistema capitalista, mas também – em sua grande contradição - pelo seu alinhamento ao sistema capitalista e consequente pela perda de sua amplitude crítica e transformadora na área da educação, como em teoria se propõe.

Há limites impostos para a crítica quando a Educação Ambiental se alinha e recebe apoio de empresas poluidoras, perdendo em evidência e se enfraquecendo sem enfrentamentos perante injustiças sociais e ambientais.

Partimos, neste sentido, de uma hipótese positiva relacionada à produção do PPGEA devido a sua história e referenciais anunciados, seus discursos afirmando-se críticos, dos autores utilizados majoritariamente do campo crítico ou anticapitalista de que encontraríamos mais contribuições a fim à nossa reflexão, do que limites ou contradições nestas. Disso, podíamos partir para nos apoiar de forma positiva na produção de uma tese sobre o tema. Tínhamos consciência dos limites da educação e da Educação Ambiental em relação a suas possibilidades na superação do sistema vigente, mas esperávamos, pelo menos, encontrar aspectos de crítica às injustiças sociais e ambientais decorrentes do contexto em que vivemos – cidade do Rio Grande, na região e no Brasil. Mas, não foi isso que encontramos, e adiante apresentaremos tais dados. Disso então, e pelo contrário o mapeamento e análise realizada da produção da Educação Ambiental com relação a sua temática estética foram pelo aspecto negativo, ou seja, devido a seus limites e suas contradições é que acabaram contribuindo para nosso estudo.

⁴⁶ Utilizamos parte de nosso artigo “Estética e Educação Ambiental na produção do PPGEA/FURG: contribuições e contradições à superação do capitalismo “(Passos e Machado, 2018, no prelo) para compor estes argumentos do relatório da tese.

Na primeira parte, apresentamos as bases legais e depois perspectivas de Educação Ambiental para destacar onde partimos para, na seguinte, apresentar os dados que sistematizamos (e como), e realizar nossas considerações críticas sobre o conjunto desta produção e seus aspectos úteis à nossa reflexão.

Sendo este um dos dilemas motivadores da pesquisa foi necessário entender a história e os conceitos de Educação Ambiental e como é influenciada pela estética do capitalismo. Para isso realizamos uma análise das produções do Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental da Universidade Federal do Rio Grande – PPGEA FURG, que tinham entre suas palavras chave o termo “estética” e como o mesmo foi desenvolvido.

4.1 Bases legais da Educação Ambiental para manutenção do capitalismo

O surgimento da Educação Ambiental no Brasil como política pública ocorreu em 1981 com a Lei 6.938 estabelecendo a Política Nacional do Meio Ambiente. Em 1988, a Constituição Federal prevê em seu artigo 225 o direito de todos ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade, o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações. Assim como, no mesmo artigo, § 1º, inciso VI, visa promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente.

Segundo Loureiro (2009, p.69), a primeira vez que se adotou o termo Educação Ambiental foi em um evento de educação promovido pela Universidade de Keele, no Reino Unido, no ano de 1965. Porém ganhou *status* mundial na Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano em Estocolmo, no ano de 1972. Ocorrendo na sequência o I Seminário Internacional de Educação Ambiental em Belgrado em 1975, o Taller Subregional de Educación Ambiental para Educación Secundária, em Chosica, Peru, em 1976, e a Conferência Intergovernamental de Educação Ambiental realizada em Tbilisi, em 1977.

As contribuições para a área seguem com o Seminário de Educação Ambiental para América Latina, na Costa Rica, em 1979, com o Congresso Internacional de Educação e Formação Ambientais em Moscou, 1987.

A Jornada Internacional de Educação Ambiental ocorrida paralela a Conferência Oficial no Rio de Janeiro em 1992 foi o dispositivo, para iniciar-se o processo de elaboração

do Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental da FURG, ocorrendo sua criação em 1994 com o curso de mestrado e em 2006 com a abertura do curso de doutorado.

A partir destes acontecimentos e de outros dispositivos legais, assim como as contribuições de Paulo Freire para a educação, foi se construindo o conceito de Educação Ambiental.

Sob a influência da lógica capitalista e um processo de adequação do país a um sistema global, aceitando sua posição de subserviência ao mercado internacional, apesar de ser a constituição federal um dispositivo de soberania e da mesma prever a necessidade de preservação e Educação Ambiental, conforme artigo 225⁴⁷, é previsto a **exploração dos recursos naturais**, as condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, assim como a exploração da Amazônia, Mata Atlântica, Pantanal e Zona Costeira e do uso de animais para práticas desportivas desde que considerados manifestações culturais. São previstas também as possibilidades de sanções penais e administrativas, as quais o Estado é responsável pela fiscalização.

Sendo assim, a Educação Ambiental, também foi construída sob influência de um sistema capitalista que necessita da exploração dos recursos naturais, necessitando transformar a crítica em seu oposto, que é a sua anulação, a acriticidade, o sujeito inerte, para possibilitar o processo produtivo e conseqüente a degradação ambiental. Para isso, são definidos objetivos nas instâncias políticas instituídas – e na Educação Ambiental - para mediação de conflitos.

No Programa Nacional de Educação Ambiental (ProNEA), em seu primeiro parágrafo sobre suas diretrizes, afirma que "suas ações destinam-se a **assegurar**, no âmbito educativo, a interação e a integração equilibradas das múltiplas dimensões da **sustentabilidade ambiental ao desenvolvimento do país**". Além disso, em seu segundo parágrafo, exclui a população do debate e das políticas ambientais, ao reduzir a sociedade a três instâncias, afirmando que "o

⁴⁷ Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

§ 1º Para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao poder público:

(...) **VI - promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente;**

(...) **§ 4º A Floresta Amazônica brasileira, a Mata Atlântica, a Serra do Mar, o Pantanal Mato-Grossense e a Zona Costeira são patrimônio nacional, e sua utilização far-se-á, na forma da lei, dentro de condições que assegurem a preservação do meio ambiente, inclusive quanto ao uso dos recursos naturais.**

(...)§ 7º Para fins do disposto na parte final do inciso VII do § 1º deste artigo, **não se consideram cruéis as práticas desportivas que utilizem animais, desde que sejam manifestações culturais**, conforme o § 1º do art. 215 desta Constituição Federal, registradas como bem de natureza imaterial integrante do patrimônio cultural brasileiro, devendo ser regulamentadas por lei específica que assegure o bem-estar dos animais envolvidos.(Grifo nosso).

ProNEA propõe um constante exercício de transversalidade para internalizar, por meio de **espaços de interlocução** bilateral e múltipla, a educação ambiental no conjunto do **governo**, nas **entidades privadas** e no **terceiro setor**; enfim, na sociedade como um todo", confirmando os argumentos de Chomsky (2017), sobre as decisões tomadas a partir dos interesses das grandes corporações.

Esta exclusão do povo da “sociedade” se confirma quando o ProNEA reduz a potência da **Educação Ambiental** ao afirmar que a mesma **é um dos instrumentos fundamentais da gestão ambiental**, ou seja, o documento que pauta as políticas públicas em Educação Ambiental, incorpora algumas demandas ambientais, o discurso ambiental, a estética ambiental, porém deixa claro sua orientação por agentes públicos e privados para o mercado, ignorando a participação das comunidades particularizadas em conflitos ambientais e a sociedade como um todo. Uma distopia com objetivo claro de condicionamento e padronização, concluindo que **o controle social destina-se ao empoderamento dos grupos sociais** (ProNEA, 2014, p. 23 e 24), (grifo nosso) o que sabemos, serve exatamente ao contrário, para monitoramento, dominação e fragmentação da sociedade.

Segundo a Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999, que dispõe sobre a Educação Ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências, entende, em seu artigo 1º que a

Educação Ambiental são processos por meio dos quais **o indivíduo e a coletividade** constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade. (BRASIL, 1999).

Esta perspectiva pode ser interpretada como sendo a Educação Ambiental uma forma de repassar ao indivíduo e a coletividade a culpa pela degradação e destruição do meio ambiente, causados pelas atividades poluidoras das grandes corporações e negligência do Estado.

Se na lógica neoliberal o objetivo do empreendedorismo nas escolas e universidades é a formação de sujeitos capazes de ascenderem socialmente por meio da inteligência, inovação e competitividade, sobrepondo-se aos outros, tornando-se grandes políticos e empresários juntamente com a ideia de que a sociedade deve ser orientada para o mercado, com o mínimo de interferência do Estado, teríamos nessa falta de solidariedade o desequilíbrio necessário para satisfação constante da maximização de lucros. Nesta atmosfera estaria a Educação Ambiental a serviço do “teatro da democracia”? (BADIOU, 2017, p.25)?

Este entendimento de que Educação Ambiental se reduz a um processo de conscientização para o povo (e não para os empresários e políticos), é reafirmado por Loureiro, como se não houvesse a diferença entre classes sociais, como se todos fossem povo, ricos, empresários, sociedade anônima, trabalhadores e favelados, como se estas pessoas interagissem entre si de forma diluída sem tensionamentos e imposição de poder, como se não houvesse quem comanda e quem é comandado, assim como limites, grades, portarias, seguranças, valores de ingresso e de estacionamento, preços, que servem de impedimento como as aduanas nas fronteiras entre países.

A Educação Ambiental promove a conscientização e esta se dá na relação entre o "eu" e o "outro", pela prática social reflexiva e fundamentada teoricamente. A ação conscientizadora é mútua, envolve capacidade crítica, diálogo, a assimilação de diferentes saberes, e a transformação ativa da realidade e das condições de vida. (...)

A Educação Ambiental não atua somente no plano das ideias e no da transmissão de informações, mas no da existência, em que o processo de conscientização se caracteriza pela ação com conhecimento, pela capacidade de fazermos opções, por se ter compromisso com o outro e com a vida. (LOUREIRO, 2009, p. 9-28).

Em contrapartida apresenta a Educação Ambiental emancipatória, crítica; popular; transformadora, partindo do princípio de que educar é emancipar a humanidade, criar estados de liberdade diante das condições que nos colocamos no processo histórico e propiciar alternativas para irmos além de tais condições. Porém, permite a utilização da Educação Ambiental como *marketing* de empresas poluidoras e aceita conforme a conveniência do educador, se o mesmo for convicto de que, ao ser contratado por uma empresa poluidora conseguirá fazer uma Educação Ambiental “crítica”.

Ingenuidade em relação à finalidade e alcance dos projetos junto a empresas privadas: os educadores ambientais **devem saber se posicionar com a devida autonomia política** e reflexiva diante da possibilidade de realizarem projetos de Educação Ambiental via **empresas** cujos impactos sobre a dinâmica ecossistêmica são relevantes. Muitas destas são bem aceitas por obterem certificações ambientais e terem projetos de recuperação de áreas degradadas e preservação de espécies. Porém, será que isso é um critério suficiente? Será que muitas não buscam promover a Educação Ambiental unicamente como meio para fazer marketing ecológico ou para melhorar as relações com as comunidades vizinhas? (...) Como achar que programas pontuais de Educação Ambiental que priorizam as mudanças de comportamentos diante do ambiente natural podem ser suficientes para compensar ou alterar as relações de exploração? **O trabalho em empresas é desejável e necessário quando se tem clareza do alcance que ele pode apresentar, tanto na ação interna (com os funcionários) quanto na**

externacoma comunidade do entorno. Além disso é preciso uma discussão pública sobre as formas institucionais de financiamento de projetos de modo a se construir caminhos democráticos e transparentes que impeçam a subordinação das ONGs e organizações da sociedade civil aos interesses mercantis e privados. (LOUREIRO, 2009, p. 54 e 55, grifo nosso).

Lucie Sauvé ao realizar a cartografia das correntes em Educação Ambiental reúne uma diversidade de linhas que deixam em dúvida se elas convergem para um ponto em comum ou parte de um ponto base, onde cada qual segue em uma direção,

Quando se aborda o campo da educação ambiental, podemos nos dar conta de que, apesar de sua preocupação comum com o meio ambiente e do reconhecimento do papel central da educação para a melhoria da relação com este último, os diferentes autores (pesquisadores, professores, pedagogos, animadores, associações, organismos, etc.) adotam diferentes discursos sobre a EA e propõem diversas maneiras de conceber e de praticar a ação educativa neste campo. Cada um predica sua própria visão e viu-se, inclusive, formarem-se "igrejinhas" pedagógicas que propõem a maneira "correta" de educar, "o melhor" programa, o método "adequado". (SAUVÉ, 2005. p. 17).

Os diversos sobrenomes adotados pela Educação Ambiental não contribuem para que a área tenha mais diversidade de vertentes e concepções dos mais diferentes tipos e formas de pesquisa e ação, pelo contrário, permitem que a Educação Ambiental se afaste de seu objetivo transformador e trate como Educação Ambiental processos de *marketing* verde e de democratização da culpa promovidos por empresas e governos poluidores e corruptos, que se beneficiam de ambientes degradados, zonas de sacrifício, para impor suas lógicas de exploração a baixo custo e altos lucros, assumindo compromisso apenas com acionistas de grandes corporações, desconsiderando a sociedade e natureza.

Michèle Sato nos traz de forma direta o que é Educação Ambiental e para que serve:

A tarefa da EA é reconstruir uma nova ética capaz de comportar a tensividade e o diálogo, recuperando o movimento das mãos e das mentes de cada sujeito ecológico. Nesta ciranda epistemológica, o movimento terá início quando realmente compreendermos que a EA exige um esforço multissetorial para poder cumprir pelo menos em parte, os desafios da humanidade. (...)

A Educação Ambiental não é neutra, mas ideológica. **É um ato político, baseado em valores para a transformação social.** (SATO, 2004, p.15-18, grifo nosso).

É interessante incorporar ao conceito de Educação Ambiental uma observação feita por Aloísio Rucheinsky a qual não aparece em outros conceitos, porém parte do princípio de quem vive as degradações do capitalismo e os conflitos ambientais a partir de sua própria

vida, ao invés de partir da Educação Ambiental de uma totalidade, a qual muitas vezes não tem identificação nenhuma com os problemas mencionados e vive com qualidade de vida sem relação e envolvimento nenhum com as causas e questões ambientais e sociais.

Para uma perspectiva de educação ambiental eficiente, torna-se, também, necessário transformar os trabalhadores infantis e os jovens infratores em alunos exemplares, em aprendizes da condição cidadã; erradicar os "sem", tornar os sem-terra agricultores familiares produtivos, os sem-teto moradores dignos e integrados à comunidade urbana, os sem-emprego e empobrecidos qualificados e consumidores; conjugar a parceria entre consumidores e empresariado para a promoção do desenvolvimento sustentável; promover a economia popular e solidária no rumo inverso às desigualdades sociais. Enfim, a proposta de educação em destaque rima democracia social com a ênfase de proporcionar aos brasileiros a condição de viver em profundidade sua cidadania. (RUCHEINSKY, 2012, p. 13).

O distanciamento entre a teoria e a prática impede que muitos educadores ambientais tenham a práxis incorporada em suas ações, tornando a Educação Ambiental um espaço reduzido a debates meramente acadêmicos, com algumas iniciativas de democratização da culpa em escolas e chegando as comunidades atingidas pelos impactos e injustiças ambientais pelas mãos das próprias empresas poluidoras em processos de “conscientização” por questões globais, distanciando da capacidade de ação e empoderamento daquela comunidade que vive determinada situação de injustiça ambiental. Se não é possível resolver problemas locais, que estão mais próximos e menores, como ser responsável por situações planetárias que transcende o indivíduo e o individualismo, tão incentivado pela nova razão do mundo?

(...) na perspectiva da educação ambiental não há espaço para a ótica despolitizante, para a política de amenizar a radicalidade com que se deve enfrentar os problemas ambientais. Cabem nesse compromisso trabalhadores, agricultores, desempregados, empresários e profissionais cômicos de suas responsabilidades socioambientais. A meta é proporcionar a solidariedade entre todos os setores da sociedade que reconhecem a necessidade de uma nova orientação e direção às políticas de meio ambiente para produzirem os efeitos desejados e ambicionados. (RUCHEINSKY, 2012, p. 13 e 14).

E se falarmos das questões do mundo, a exploração da natureza e os impactos ambientais são sempre secundários perante os problemas da economia e negociatas de governantes e grandes corporações.

4.2 O observatório dos conflitos

Por esta pesquisa estar vinculada ao Observatório dos Conflitos Urbanos e Ambientais do Extremo Sul do Brasil e Este do Uruguai é importante apresentar também um panorama das produções já realizadas pelo grupo desde 2011 decorrentes dos mapeamentos dos conflitos ambientais e urbanos em TCCs, dissertações e teses sobre a relação destes conflitos com a educação ambiental. Partimos da premissa de que uma educação para a justiça ambiental que:

[...] trabalha para que nenhum grupo social, independente de sua etnia, classe social e outros, sofra uma carga maior dos impactos ambientais negativos. (...) que a mesma só é possível se colocando "de forma cooperativa, ao lado dos grupos sociais (organizados ou não) impactados negativamente (nos âmbitos ambiental, social, cultural etc.) por empreendimentos de determinados setores. (SANTOS *et al.*, 2013, p. 266).

Sendo assim, a educação ambiental não “pode partir de abstrações sem vínculo com o real, um real que é, para nós, decorrente das relações entre nós (humanos), a natureza e o próprio pensar deste/sobre este real” (SANTOS *et al.*, 2013a). Até por que, sendo a Injustiça Ambiental caracterizada pela imposição “desproporcional dos riscos ambientais às populações menos dotadas de recursos financeiros, políticos e informacionais" (...)”sua superação passaria por “um quadro de vida futuro no qual essa dimensão ambiental da injustiça social venha a ser superada” (ACSELRAD, MELLO & BEZERRA, 2009, p. 9). No entanto, destacam ainda, que durante os governos progressistas se avançou pouco na disputa com a Educação Ambiental hegemônica desde a sociedade e se privilegiou o institucional, e disso se caminhou para a institucionalização da Educação Ambiental, e disso, acabou generalizando o foco na mudança de comportamentos (comportamentalismo), e no conhecimento dos aspectos meramente ecológicos para manutenção e preservação de ecossistemas (preservacionista) (SANTOS, GONÇALVES, MACHADO, 2015; SANTOS *et al.*, 2013b). Portanto,

[...] a prática da Educação Ambiental Crítica também passa a ser vista com atenção e apresentando limites, não teóricos, mas sim práticos ao ter sido canalizada pelo instituído e, em nossa perspectiva, perdendo seus aspectos subversivos caso não retorne aos movimentos sociais populares, sociais e ambientais desde fora e contra o Estado/governo neo-desenvolvimentista em vigência. (SANTOS, GONÇALVES& MACHADO, 2015, p. 202).

Durante tais governos (a partir de 2002 até 2016, com o golpe em Dilma Rousseff), acabou se generalizando a Educação Ambiental das empresas e governos através de consultorias, sejam nas ações governamentais, sejam nos processos de licenciamento, ao

incluïrem a mesma como ação de compensação dos poluidores, destruidores ou de “empreendimentos” realizados (DIAS, 2014) se promoverem, reproduzirem “sensos comuns” neste campo do conhecimento e até, como ações de *marketing*⁴⁸ das empresas destruidoras do meio ambiente e que removem populações para efetivarem seus empreendimentos. Os autores propõem uma educação ambiental que parta dos “princípios e práticas da Rede Brasileira de Justiça Ambiental” que delinearam naquele artigo.

No Congresso da Associação latino americana de Sociologia (ALAS, novembro/dezembro 2017), no Uruguai⁴⁹ e, ainda, na reflexão de Machado e Machado (2017)⁵⁰ se deu mais alguns passos na produção desta educação para a justiça ambiental. Assim, foi produzida a tese de Caio Floriano dos Santos sobre o Porto do Rio Grande (Brasil), concluindo que a Educação Ambiental aí desenvolvida não problematizava que este órgão “está subordinado (...) ao desenvolvimento econômico vigente e aos que dele se beneficiam (...) enquanto produzem desigualdade e injustiça através de remoções, impactos ambientais e sociais nas comunidades e cidade” (SANTOS, 2016), a dissertação de Cleiton Oliveira tratou do caso de uma Escola de Ensino Fundamental destruída para viabilizar a duplicação da BR392 (autoestrada), e de como a empresa e consultores usaram a Educação Ambiental para justificar o empreendimento (OLIVEIRA, 2016); outra, de Vinícius Puccinelli, mostrou os impactos “do agronegócio sobre o meio ambiente e as pessoas através dos venenos utilizados e jogados sobre aqueles numa região de proteção ambiental, o Taim/RS/Brasil” (PUCCINELLI, 2016) e, de como acadêmicos, empresas e gestores do Taim compactuam com a Educação Ambiental para a injustiça; uma terceira tratou da luta dos debaixo (as mulheres da Baixada Fluminense, no Rio de Janeiro (Brasil), “impactada ambiental e socialmente pela refinaria de Petróleo (REDUC/Brasil/RJ), por Leila Salles Costa (2017); e, por fim, Álvaro Fernandez (2017), mostrou que empresas e governos na Colômbia “se juntam para produzir discursos em nome do desenvolvimento, ao mesmo tempo em que produzem a injustiça ambiental nas\ sobre as crianças e comunidades indígenas” (ALAS, 2017). No entanto, os conflitos emergem a partir daqueles que estão sendo impactados/prejudicados/injustiçados se manifestam, exigindo daqueles que, de outro, se beneficiam/causam/são responsáveis pelo problema/questão”; e de que “o processo de

⁴⁸ Ver a dissertação de João Paulo Velho defendida em 19 de abril de 2018, sobre a educação ambiental e a sustentabilidade da BUNGE no relacionado à questão.

⁴⁹ **Conflitos Socioambientais e Educação Ambiental: Reflexões sobre uma educação para a justiça ambiental**, Carlos RS Machado, Caio Floriano, Cleiton Freitas de Oliveira, Vinicius Puccinelli, Leila Salles Costa, Álvaro Fernandez (não publicado, ver Anais do Congresso).

⁵⁰ Discutiu-se a relação entre dialogo e conflito na obra de Paulo Freire argumentando ser impossível desvincular a relação entre dialogo e conflito na obra destes, pois se há dialogo é entre os iguais, os explorados e os injustiçados, e não com os exploradores e causadores das injustiças.

mobilização e o conflito são um processo educativo” (MACHADO E VARELA, 2015). No entanto, dentro do campo da Educação Ambiental, poucos estudos se dedicaram ao estudo da Educação Ambiental capitalista ou empresarial. Tal constatação levou a pesquisa de João Paulo Velho (2018), a identificar nos discursos e ações da empresa do Agronegócio (a BUNGE), a sustentabilidade e a educação ambiental que desenvolve e assim avança no estudo da EA das empresas neste rumo. Uma reflexão inicial sobre o tema foi realizado por Velho e Machado (2018)⁵¹ em artigo (no prelo). Neste artigo, os autores concluem que, sendo:

(...) os objetivos dos capitalistas e de suas empresas o lucro, as atividades ambientais e a educação ambiental fazem parte de sua concepção/ideia de sustentabilidade [que] é a sustentabilidade do negócio, da manutenção e aumento do lucro, enfim de manutenção e sustentação do sistema ao qual está ligado – o capitalismo realmente existente” (VELHO & MACHADO, 2018, no prelo).

Portanto, “a Educação crítica busca transformar esta realidade através de ações, por meio da sociedade organizada e/ou da problematização destas condições, relações e injustiças” (VELHO & MACHADO, 2018, no prelo).

Logo, aprecia-se este como um processo necessário de entendimento, integrando esta pesquisa em busca da compreensão, socialização e colaboração para a Educação Ambiental e seus atuais e futuros questionamentos.

4.3 Descrição da produção do PPGEA – FURG sobre estética

Para o desenvolvimento de nossos argumentos da hipótese do discurso hegemônico se apoia num neoliberalismo que busca na produção e na re-produção de relações sociais de sujeitos, indivíduos como “autogoverno” de si em conformidade “a determinadas normas” às quais rege relações de poder e maneiras de governar da vida política, econômica e social, de uma “nova maneira de conduzir os indivíduos”, de suas “condutas” tendo a “concorrência e o modelo empresarial modelo de conduta”, na “generalização da forma-empresa” e na “criação da concorrência sistemática entre os indivíduos” (DARDOT & LAVAL, 2016, p.17-30), na sustentabilidade da “partilha do sensível” (RANCIÈRE, 2002, 2009, 2013), realmente existente chamada capitalismo. E isso, portanto, induz a produção de uma determinada relação dos indivíduos entre si e com a natureza para à qual a educação ambiental tradicional

⁵¹EDUCAÇÃO AMBIENTAL, SUSTENTABILIDADE E JUSTIÇA AMBIENTAL: Reflexões sobre a injustiça do Agronegócio no Extremo sul do Brasil, no prelo, João Paulo Velho e Carlos RS Machado, março de 2018.

e comportamentalista – portanto uma educação bancária ambiental⁵² – seria dominante neste campo do conhecimento.

A base de dados da/para esta reflexão partiu de um levantamento na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da Universidade Federal do Rio Grande, no Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental. Nesta análise identificamos como disponíveis 281 pesquisas, das quais 21 trabalhos tratam do tema estética, sendo 14 dissertações e 7 teses defendidas entre 2006 e 2017, as quais fizeram parte de nossa organização e sistematização. Portanto, visamos identificar como o termo estético aparece nas mesmas e sobre suas contribuições e limites à reflexão sobre a relação deste termo com a Educação Ambiental no contexto do capitalismo.

Como metodologia, cada trabalho recebeu um número, ordenado conforme se apresentava na biblioteca digital, sendo realizada primeiramente a leitura das dissertações e posteriormente das teses. Para orientar as leituras e suas classificações, buscamos realizar perguntas ao trabalho, buscando respostas no transcorrer do texto. Sendo elas:

- 1) Qual termo usar para referenciar a estética?
- 2) Entende-se o que é estética?
- 3) Qual relação da estética com a Educação Ambiental é apresentada?
- 4) Como o autor conceitua a Educação Ambiental?
- 5) Qual corrente da Educação Ambiental o trabalho se identifica?
- 6) Quais as palavras chave apresentadas no resumo?
- 7) Qual o objetivo geral?
- 8) Realiza análise crítica da conjuntura?
- 9) Que alternativas são propostas pelo trabalho?
- 10) Questiona em algum momento a Educação Ambiental?
- 11) Qual a visão do trabalho e como ele se apresenta?
- 12) Quais aspectos da estética burguesa padronizada são apresentados no trabalho?
- 13) A quem o pesquisador credita a responsabilidade das injustiças sociais e ambientais?
- 14) O autor critica o capitalismo?
- 15) O autor critica o Estado?
- 16) O autor critica as empresas?
- 17) O que o autor conclui na pesquisa?

⁵²Nos apoiamos, mas ampliamos as reflexões neste sentido a partir de Paulo Freire (e sua pedagogia do oprimido) incluindo o termo ambiental.

18) O trabalho contribui com elementos estéticos para além do capitalismo?

Assim, construímos tabelas do material, sistematizando-o, cuja síntese apresentamos a seguir fazendo comentários desde os fragmentos dos trabalhos a partir da leitura do resumo, introdução, metodologia, desenvolvimento e conclusão do trabalho a partir dos itens referidos acima.

Tabela 2: DISSERTAÇÕES E TESES DO PPGEA SOBRE ESTÉTICA

TIPO	TÍTULO	AUTOR	DEFESA
Dissertação	A libertação da alma sonhadora: experiências de Educação Ambiental vivenciadas com detentas da Penitenciária Estadual de Rio Grande.	Janaina Amorim Noguez	29/03/2006
Dissertação	A ética e a estética dos corpos nus: um estudo de caso do naturismo como proposta de educação ambiental.	Luciana Roso de Arrial	28/04/2009
Dissertação	A estética na (re)significação de valores éticos do(a) educador(a) ambiental.	Claudia Moraes Silveira Tavares	30/04/2009
Dissertação	“Tholl, Imagem e Sonho” e o despertar de uma Pelotas onírica.	Mara Agripina Pereira Ferreira	18/12/2009
Dissertação	A perspectiva da comunidade aprendente nos processos formativos de professores pesquisadores educadores ambientais.	Diana Paula Salomão de Freitas	30/03/2010
Dissertação	De imagens a sonhos, uma micro-intervenção de educação ambiental estética onírica no Asylo de Pobres, Rio Grande, RS.	Flavia Luce Maisonnave	27/05/2010
Dissertação	A atividade criadora como processo político do trabalho: contribuições para uma educação ambiental transformadora.	Thais Guma Pagel	11/03/2011
Tese	Formação ecosófica: a cartografia de um professor de matemática.	Roselaine Machado Albernaz	14/03/2011
Dissertação	Educação ambiental, cinema e biopoder: uma discussão possível.	Marisa de Mello Luvielmo	16/03/2011
Dissertação	Desenhar é preciso: um estudo sobre a contribuição da linguagem do desenho como um fazer educação ambiental.	Lidiane Fonseca Dutra	28/03/2011
Tese	A sensibilidade estético-literária potencializando alternativas para a Educação Ambiental.	Vera Teresa Sperotto Bemfica	24/10/2011
Dissertação	O fundamento estético na educação ambiental transformadora.	Wagner Terra Silveira	17/02/2012
Dissertação	A educação ambiental proposta pela ecologia onírica: uma releitura do ambiente externo-interno das casas da cidade do Rio Grande sob a perspectiva poética.	Fernanda Turnes Edom	07/10/2012
Tese	Saúde bucal: prevenção e preservação de dentes molares permanentes no contexto de um processo educativo ambiental.	Deoclecio Jose Martins Teixeira	15/02/2013
Dissertação	O onirismo ativo da libertação animal: contribuições para olhares não-especistas na Educação Ambiental.	Priscila Camargo Reis	01/03/2013

TIPO	TÍTULO	AUTOR	DEFESA
Dissertação	A contribuição da educação ambiental para uma compreensão ética da relação entre indivíduos humanos e cães: inferências teóricas a partir de um estudo de caso no município de Rio Grande – RS.	Karine Ferreira Sanchez	26/03/2013
Dissertação	O "eu corpo" como dançarino: partituras de uma educação ambiental em movimento.	Giovana Consorte de Souza	04/04/2013
Tese	Um estudo sobre música e qualidade de vida na terceira idade, com base em princípios da Educação Ambiental.	Sônia André Cava de Oliveira	29/05/2013
Tese	Educação estético-ambiental: potencialidades do teatro na prática docente.	Luciana Netto Dolci	26/09/2014
Tese	O entrelaçamento entre o ensino de arte e a educação ambiental: para construir, compartilhar e pertencer.	Michelle Coelho Salort	31/03/2016
Tese	A Educação Estético-Ambiental na formação de educadores (as)	Lurima Estevez Alvarez	25/08/2017

FONTE: Sistema ARGO de Bibliotecas/FURG. Disponível em: <<https://argo.furg.br/>>. Acesso em: 23 de mai. 2018.

Do total de 21 pesquisas, 16 desses trabalhos apresentavam algum conceito ou haviam criados seus próprios conceitos sobre estética e cinco não explicavam ou traziam algum conceito em seu conteúdo. Assim, o termo estética utilizado nas pesquisas aparece como: "educação estética"; "estética dos corpos"; "ético-estética"; "educação do sensível"; "educação estética onírica"; "atividade criadora"; "experiências estéticas"; "o estético"; "educação estética ambiental"; "educação estético-ambiental"; "ensino da arte" e "estética". Disso, o entendimento do que é estética aparece como: o despertar do sensível, de sentimentos, de emoções, da atividade criadora, do humano, a produção de sonhos, de fuga, de sentido de pertencimento, de resgate de memórias e a estética como ética do futuro.

A relação da estética com a Educação Ambiental, apenas um dos trabalhos não buscou realizar a interlocução, sendo proposta como ação de Educação Ambiental a nudez no cotidiano, o despertar do onírico, o sentimento de pertencimento, a emancipação dos sujeitos, a consciência sobre a realidade, o desenvolvimento de sentidos e afloramento de sentimentos, a forma de ver o mundo mais colorido, diversificado e vivo, a criticidade para atividade criadora, a construção de utopias, a inclusão da consideração moral pelos animais e a formação humana mais integral.

Com relação ao conceito de Educação Ambiental 2 trabalhos não realizaram nenhum desenvolvimento sobre. Os demais apresentam a Educação Ambiental como uma proposta de convivência pacífica entre os povos e todos os valores essenciais para uma vida digna e feliz; um projeto de edificação de um mundo possível; uma fusão da ética e da estética; o cuidado; instrumento de transformação social para uma mudança ambiental; estudo de diferentes

formas de relações do homem consigo mesmo, com os outros e com o ambiente; possibilidade de superação da alienação; forma rizomática com diferentes linhas e tessituras; dispositivo de seguridade que tem por finalidade regular, conduzir e gerenciar a conduta dos sujeitos; processo político de apropriação crítica e reflexiva de conhecimento; desenvolvimento e exercício de nossa capacidade humana; um olhar diferente para um projeto de vida mais digna, responsável, saudável e feliz; educação que serve para manter ou mudar a realidade; visão crítica da relação sociedade-natureza; processo de promover a metamorfose necessária nos indivíduos a partir deles; forma de percepção do todo, solidarizar-se, despertando sonhos felizes e nutrindo saúde; práxis educativa com caráter cultural, informativo, político, formativo e emancipadora; educação política que reivindica e prepara os cidadãos para exigir justiça social; a união do crítico e transformador com a expectativa de pensar novas relações sociais em contraposição as utilitaristas de mercado.

Com relação a corrente dos trabalhos realizados 7 foram da corrente Humanista, 4 da Prática, 4 da Crítica, 2 da Naturalista, 1 da Científica, 1 da Conservacionista, 1 da Moral/Ética e 1 da Ecoeducação⁵³.

Sobre a realização de análise crítica de conjuntura, 10 trabalhos desenvolveram argumentos e reflexões sobre as questões sociais e ambientais e o sistema capitalista. No entanto 11 trabalhos não desenvolveram nenhuma avaliação ou manifestaram qualquer posicionamento crítico, abstendo-se.

Consequentemente sobre questionar o sistema capitalista, de 21 trabalhos apenas 7 realizaram tal reflexão, sendo que outros 14 deixaram de fazer. A mesma situação se reflete na falta de questionamentos sobre as negligências do Estado, apenas 2 realizaram e 19 não mencionam este com qualquer responsabilidade sobre as questões sociais e ambientais. **Sobre as empresas nenhum dos 21 trabalhos critica ou culpabiliza estas por suas responsabilidades e injustiças ambientais.**

Ao se buscar nos trabalhos a indicação sobre a responsabilidade perante as injustiças sociais e ambientais 7 não mencionam qualquer responsável, **6 trabalhos afirmam ser as pessoas responsáveis**, 3 trabalhos dizem ser o sistema capitalista, 2 trabalhos sendo o sistema social e das pessoas (**ampliando as pessoas para 8**), a modernidade e a desestetização do

⁵³ Humanista: conhecer seu meio de vida e conhecer-se melhor em relação a ele; Prática: aprender em, para e pela ação; Crítica: desconstruir as realidades socioambientais visando transformar o que causa o problema; Naturalista: reconstruir uma ligação com a natureza; Científica: adquirir conhecimentos em ciências ambientais; Conservacionista: adotar comportamentos de conservação; Moral/Ética: dar prova de ecocivismo, desenvolver um sistema ético; e Ecoeducação: Experimentar o meio ambiente para experimentar-se e formar-se em e pelo meio ambiente.

mundo natural e social sendo responsabilizada por 1 trabalho, a sociedade por outro, e **apenas 1 trabalho aponta os ricos** como responsáveis.

Sobre a perspectiva da pesquisa, diríamos que as mesmas, poderiam ser caracterizadas em 10 trabalhos sobre sua valoração como: moral, uma visão romântica⁵⁴ da cidade, visão romântica da formação de professores, visão romântica da velhice, sistêmica, ética, metodológica, didática, bibliográfica e técnica em odontologia. Destacam-se, ainda, 11 trabalhos autobiográficos com foco exclusivo na vida do próprio pesquisador, portanto, desde e a partir do indivíduo pesquisador como ideal de exemplo, do que poderia, deveria ou que se faz em Educação Ambiental.

Por estas questões estariam tais pesquisas sendo influenciadas e/ou produzidas desde um individualismo, desde a idealização do eu como centro do mundo – antropocentrismo (SOLER, 2011), mostrando-se assim, como parte da estética burguesa padronizada e do neoliberalismo mesmo afirmando-se como críticas e transformadoras.

Dos 21 trabalhos, 8 pesquisas trazem críticas a Educação Ambiental, 13 não realizam avaliação sobre a área. Sobre a apresentação de propostas práticas e alternativas as questões de injustiças sociais e ambientais, em 8 trabalhos não foram verificadas qualquer proposição de ações práticas e possíveis, sendo que nos demais 13 trabalhos foram apresentadas as seguintes propostas: quebra do instituído a partir do corpo nu; despertar o encantamento e o cuidado pela cidade por meio da arte circense; a criação e leitura de meios de comunicação politicamente independentes; utilização do cinema para seduzir o espectador para atitudes ecológicas; o desenho como processo de Educação Ambiental; a literatura infantil como forma de desenvolver a sensibilidade e consciência de mundo; a inserção da endodontia na odontologia comunitária; o abolicionismo animal; a adoção de cães de rua; o cantar coletivo em grupos de terceira idade; o teatro como desenvolvimento humano; ambiente virtual de arte como material didático-pedagógico; formação de docentes vinculados a educação estético-ambiental.

A partir dos aspectos levantados sobre a estética burguesa padronizada, se buscou também verificar se os trabalhos apresentavam em sua escrita e ideias características que nos fizessem pensar que os mesmos pudessem reforçar a ideologia capitalista. Destes, 5 não apresentavam de forma evidente tais aspectos. No entanto, 16 trabalhos apresentaram uma série de características da estética burguesa padronizada, destacando-se a aparição do “eu” (pesquisador), individualista em 14 trabalhos; a pessoa individualmente como meio

⁵⁴ Entendemos como visão romântica aquela que destaca e potencializa somente aspectos positivos, desconsiderando os problemas e injustiças a serem resolvidos.

transformadora do mundo em 13 trabalhos; o indivíduo acrítico em 11 trabalhos; o imediatismo e dedicação individual a vida presente em 6 trabalhos; a busca incessante pela felicidade, individual e consumista em 5 trabalhos; 3 trabalhos apresentando a vida dedicada ao entretenimento; 3 trabalhos apresentando o isolamento e o ser a parte da sociedade; 1 trabalho sobre a qualidade de vida condicionada ao poder de consumo e 1 trabalho sobre os prazeres condicionados ao consumo.

Sobre as características coletivas, em complemento, 7 trabalhos evidenciavam a responsabilidade dos problemas sendo do sujeito e da cultura humana; 5 trabalhos tendo a idolatria de um ideal de vida capitalista a ser conquistado; 1 trabalho com tendência ao totalitarismo; 1 trabalho tendo a mídia como difusora da verdade. Com relação às características empresariais, 1 trabalho reforçando a ideia dos capitalistas como donos dos meios de produção da mídia e da verdade.

Do total das 21 pesquisas, 10 trabalhos apresentaram proposta estética para além do capitalismo, produzindo contribuições em alternativa à estética burguesa padronizada, em contraponto às ideias hegemônicas, especificando que tais ações tinham por proposta se opor ao capitalismo e estruturas instituídas.

Tabela 3: TRABALHOS DO PPGEA-FURG QUE APRESENTAM PROPOSTAS ESTÉTICAS PARA ALÉM DO CAPITALISMO

TÍTULO	AUTOR	CONTRIBUIÇÕES ESTÉTICAS PARA ALÉM DO CAPITALISMO
A ética e a estética dos corpos nus: um estudo de caso do naturismo como proposta de educação ambiental.	Luciana Roso de Arrial	1) O nu como declaração da liberdade. 2) A estética como liberdade da harmonia das leis. 3) O corpo apenas como "veículo efêmero" 4) O reconhecimento de que somos parte da Terra e podemos existir com ela em plena consonância.
De imagens a sonhos, uma micro-intervenção de educação ambiental estética onírica no Asylo de Pobres, Rio Grande, RS.	Flavia Luce Maissonave	Utilização da Educação Estética Onírica para o despertar dos sonhos.
A atividade criadora como processo político do trabalho: contribuições para uma educação ambiental transformadora.	Thais Guma Pagel	Produção de um processo de desconstrução e reconstrução do pensamento ao buscar a problematização da realidade através de suas raízes, do diálogo e das relações sociais e ambientais

TÍTULO	AUTOR	CONTRIBUIÇÕES ESTÉTICAS PARA ALÉM DO CAPITALISMO
A educação ambiental proposta pela ecologia onírica: uma releitura do ambiente externo-interno das casas da cidade do Rio Grande sob a perspectiva poética.	Fernanda Turnes Edom	Ao demarcar nosso território estamos, em parte demonstrando, para o outro e para o eu também, que aquele lugar nos pertence.
A sensibilidade estético-literária potencializando alternativas para a Educação Ambiental.	Vera Teresa Sperotto Bemfica	<ol style="list-style-type: none"> 1) As práticas de leitura literária podem incentivar a participarem ativamente da resolução de problemas no seu contexto de realidades específicas, estendendo esse trabalho a toda comunidade a que pertencem. 2) A relevância de desenvolver o sentir, além do pensar, o intuitivo, além do racional, para educar de forma mais ampla o ser humano. 3) Inserir sujeitos no mundo da literatura e perceber os vínculos fortes com a ecologia e com a educação ambiental. 4) Abertura de espaços interativos e interventivos que favoreçam o desenvolvimento do pensamento reflexivo, sensibilizador, conscientizador e crítico/transformador aos sujeitos. 5) Estimula a autonomia, abrindo possibilidade de múltiplas leituras.
O onirismo ativo da libertação animal: contribuições para olhares não-especistas na Educação Ambiental.	Priscila Camargo Reis	Que não contribuindo com a indústria e a comercialização de animais para consumo, bem como atividades que lucram com a exploração animal, e educando os outros para o mesmo, temos grande chance de estarmos prestando um bom serviço em direção à preservação ambiental e estarmos respeitando tanto os animais quanto a "natureza".
A contribuição da educação ambiental para uma compreensão ética da relação entre indivíduos humanos e cães: inferências teóricas a partir de um estudo de caso no município de Rio Grande – RS.	Karine Ferreira Sanchez	Relação ética com os animais a partir da empatia, principalmente para com aqueles que servem ao trabalho e a alimentação.
O "eu corpo" como dançarino: partituras de uma educação ambiental em movimento.	Giovana Consorte de Souza	Propondo a dança como expressão para alcance da potência de existir de cada sujeito, ao sintonizar-se com o movimento que compõe o universo.

TÍTULO	AUTOR	CONTRIBUIÇÕES ESTÉTICAS PARA ALÉM DO CAPITALISMO
A Educação Estético-Ambiental na formação de educadores (as).	Lurima Estevez Alvarez	As práticas sensibilizadoras também podem contribuir a constituição de educadores(as), fomentando os valores estéticos e ambientais, projetados em uma perspectiva transversal, transdisciplinar e transartística.
Um estudo sobre música e qualidade de vida na terceira idade, com base em princípios da Educação Ambiental.	Sônia André Cava de Oliveira	<ol style="list-style-type: none"> 1) A música é fator de mediação entre os seres humanos na procura de valorizar a ação solidária, incentivar trabalhos coletivos, intervir em situações que requeiram a criação e valorização de princípios comuns a todos. 2) Ao preparar músicas vocais de variadas épocas e estéticas contribuiu para novas percepções acerca da música . 3) A educação ambiental mostrou ao grupo e especialmente a pesquisadora, o quanto somos ao mesmo tempo natureza e cultura. 4) A importância da música como elemento de socialização.

FONTE: Elaborado pelo pesquisador Wagner Valente dos Passos (2018).

Sobre o trabalho de Luciana Roso de Arrial (2009), destaca-se a quebra de paradigmas sobre o corpo, o qual na cultura capitalista neoliberal deve ser coberto por roupas e somente exposto àqueles que correspondem ao modelo de corpo esteticamente considerado belo pelos padrões impositivos da mídia e da estética burguesa padronizada, desconsiderando a natureza humana e sua ligação de consonância com a Terra. No trabalho de Flavia Luce Maisonnave (2010), a educação estética onírica oportunizaria a criação de outros ideais de vida diferentes daqueles instituídos pelo capitalismo, mas despertados pelas reais ligações do ser humano com a sua natureza, sua história, e inspirações. Para Thais Guma Pagel (2011), suas contribuições estão como atividades criadora das pessoas, inspirada pela leitura de outras mídias não tradicionais e crítica, mostrando outra visão do mundo, poderia, por meio da problematização da realidade, gerar processos de desconstrução e de construção de outras possibilidades de ser e existir. Vera Teresa Sperotto Bemfica (2011), segue a mesma linha, acrescentando o despertar desta reflexão de mundo e idealização de outras relações e outros mundos possíveis, por meio dos livros infantis brasileiros em soma de suas poesias e ilustrações.

No trabalho de Fernanda Turnes Edom (2012), é destacada a casa onde se mora como patrimônio estético particular de cada um, sendo este ambiente um universo único, criado e construído sob influência (também do capitalismo), mas a parte do mundo, no qual é possível colocar elementos de nossa identidade íntima, sendo moldado pelo nosso onírico e, em determinadas situações, se opondo a homogeneização do capital. Priscila Camargo Reis

(2013), nos traz outra questão que envolve a quebra de padrões, como a relação mercadológica que temos com a exploração dos animais, tanto para alimento, como para trabalho ou estimação, propondo uma quebra dessas relações a partir do veganismo, assim como processos de microintervenção que venham a educar pessoas pela nossa identificação da vida com animais vivos, atingindo diretamente o consumo e o capitalismo. Na mesma linha, Karine Ferreira Sanchez (2013), afina esta relação ética por meio da empatia com os animais.

A homogeneização da estética burguesa padronizada impõe restrições às liberdades e potencialidades de manifestação de cada ser humano, o individualismo difere da diversidade individual, pois privilegia a competição ao invés da colaboração e do despertar dos talentos e formas de cada um ser ou agir. Logo, Giovana Consorte de Souza (2013), em seu trabalho, propõe a dança como forma de expressão, de sintonia do indivíduo com ele mesmo e assim despertar o ser crítico, reflexivo e transformador. Sônia André Cava de Oliveira (2013), complementa trazendo a música, com sua poesia e seu som, como quebra da rotina padronizada e competitiva, para criação de ambientes de socialização que transcendam histórias, tempos e relações. Lurima Estevez Alvarez (2017), conclui, trazendo a proposta de práticas sensibilizadoras para formação de educadores, para apropriação da potência dos mecanismos estéticos transversais, transdisciplinares e transartísticos, como maneira de despertar o indivíduo para outras relações com o ambiente, a sociedade e a natureza, rompendo com a lógica de padronização do sistema capitalista.

4.4 Considerações sobre a produção do PPGEA-FURG

Da produção apresentada e a partir das considerações que fizemos na tabela 2 e tabela 3, dos 21 trabalhos chegamos a 10 trabalhos que, ao apresentarem propostas estéticas para além do capitalismo, posicionaram-se de fato criticamente ao mesmo. Devido a isenção das empresas e do Estado, a culpabilização das pessoas pelas injustiças sociais e ambientais, o excesso de trabalhos autobiográficos com foco no individualismo e a falta de alternativas para além do capitalismo, concluímos ser ou estar a produção do PPGEA/FURG sobre estética muito mais a fim das perspectivas dominantes (apesar dos pesquisadores se dizerem críticos e utilizar autores críticos), e portanto, mantendo a sustentabilidade do capitalismo, do que ao contrário, como no senso comum é percebido e afirmado.

Além da busca pela imparcialidade e acriticidade, destacando-se uma quantidade considerável de trabalhos com foco no indivíduo do próprio pesquisador, reforçando a ideia do neoliberalismo que induz ao individualismo e que se pode perceber, nas reflexões e nos conteúdos explicitados acima, ou seja, não é o sistema, o capitalismo, as empresas ou o Estado e suas políticas, mas é/ são os indivíduos que estão no centro e, portanto, os responsáveis pelas injustiças ambientais, sociais, etc. na sociedade em que vivemos.

Ao constatarmos que 10 trabalhos, independente de sua perspectiva, apresentam alternativas e propostas estéticas para além do capitalismo, consideramos estes de fato críticos ao sistema, nos possibilitando também afirmar que ocorre a resistência no campo da Educação Ambiental por parte desses pesquisadores e contra a produção anterior criticada, apresentando pontos de partida na construção de outra organização da sociedade, de outra educação ambiental, de outra estética que rompa com a “partilha do sensível” (RANCIÈRE, 2002, 2009, 2013), que traz benefícios coletivos para a sociedade e para a natureza. No caso, tendo e partido da realidade desigual e injusta e produzindo sua superação a qual exige a ação e o posicionar-se de cada um/a em relação aos temas de sua pesquisa. Não ter lado e não se posicionar, seja na Educação Ambiental e a estética, em sua relação com o sistema em que vivemos se está de fato do lado do sistema e de sua sustentabilidade.

Devido a estas constatações concluímos que a Educação Ambiental só conseguirá avançar, se incorporar em sua agenda as demandas da sociedade, ao invés de culpá-la ou não considerá-la, abstrair-se em elucubrações do ponto de vista pessoal podendo servir para um título, mas que do ponto de vista social e público, num espaço público financiado pela sociedade – seja na estrutura material, nos salários dos professores e nas bolsas públicas – não acrescenta para satisfazer as demandas sociais, ambientais e contribuir para o fortalecimento da Educação Ambiental. Mas, não dizemos com isso, que tais perspectivas ou pesquisadores não possam pesquisar ou se posicionar como desejam ou como melhor se julguem afins em suas referências, etc. No entanto, não aceitamos – e esta sistematização também teve este objetivo – que se digam ou se apoiem em autores e/ou perspectivas críticas para subliminarmente contribuírem para manter, sustentar e consertar o sistema capitalista vigente!

Em processos de Educação Ambiental tradicional a conscientização pode ser um processo de persuasão por meio de uma culpa que não pertence ao indivíduo a ser conscientizado. Sensibilizando pelo medo ao invés de empoderar e sugerir a indução da e para a ação cidadã e crítica a partir de injustiças, problemas e situações de contaminação, etc. não contribui a superação dos principais causadores da realidade em que vivemos. Sendo assim, uma Educação Ambiental para a justiça ambiental deve estar ao lado e mobilizar as

comunidades impactadas, e a partir dos grupos sociais injustiçados, seja pelo Estado e pelas grandes corporações, construir um caminho.

Para tanto, a Educação Ambiental deve questionar e propor outras relações sociais, ambientais, de consumo e econômicas discutindo com os atores sociais e injustiçados ambientalmente. Partir de situações reais, exemplos e atitudes vividas no cotidiano, viáveis economicamente, que mostram mais benefícios de qualidade de vida do que os já enunciados pelo capitalismo (como plano de saúde, segurança particular, previdência privada, na qualidade de vida e no sentimento de felicidade baseado no consumo), ajudariam nesta Educação Ambiental transformadora. No específico da estética em sua relação com a educação ambiental, a mesma deveria possibilitar uma ruptura do “dissenso” produzido pela estética burguesa padronizada, idealizada, normativa e disso construir outras relações sociais, ambientais, reafirmando de fato o pertencimento, mas principalmente, a luta pela criação das condições ideais de qualidade e respeito à vida entre os humanos, e também com a natureza.

Tais contradições, além de percebidas na produção acadêmica do PPGEA, foram referendadas pelo GT 22 (Educação Ambiental) da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação – ANPed em 2016, ao escrever carta de repúdio⁵⁵ contra a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES, que possui o Prêmio Vale-CAPES⁵⁶, com valor pago em 2017 de R\$ 140 mil, afirmado pelo presidente da CAPES, Abílio Baeta Neves como uma “**cooperação** bastante importante no sentido de associar as preocupações de uma grande empresa como a Vale às ações de uma das principais agências de formação de recursos humanos brasileira, a CAPES”, a qual segundo o diretor executivo do Instituto de Tecnologia Vale, Sandoval Carneiro Junior, “promove o espírito empreendedor e busca contemplar a inovação”.

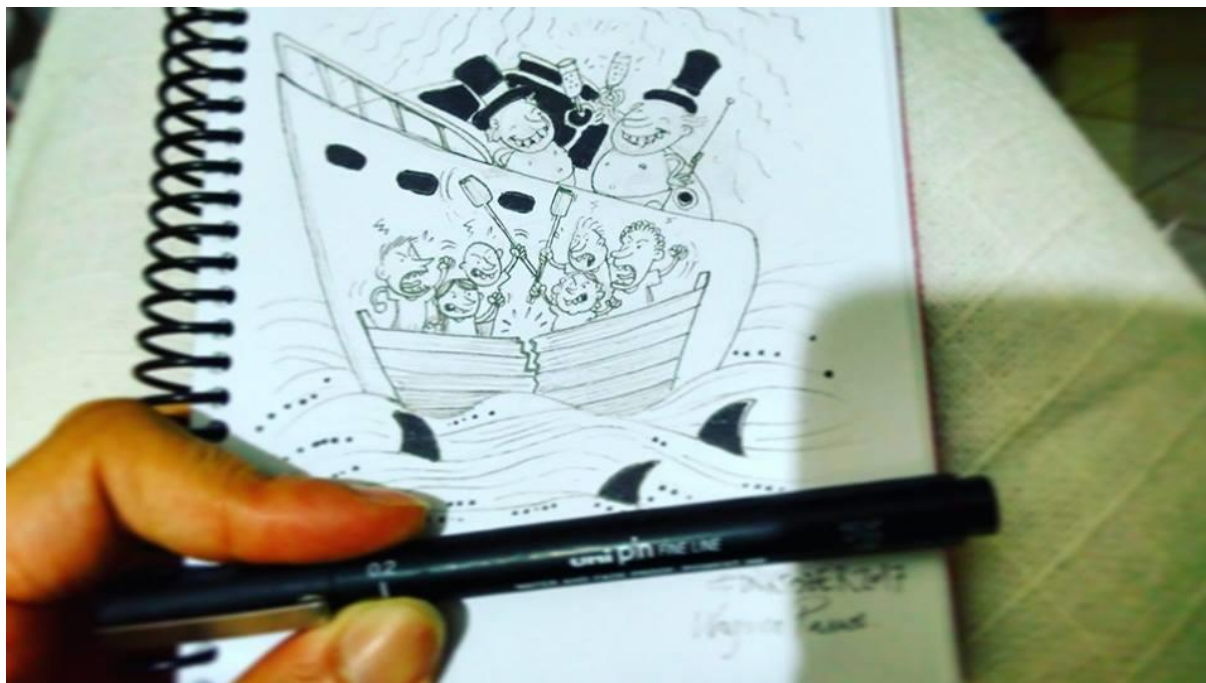
Em 2016 o prêmio selecionou as melhores teses de doutorado e dissertações de mestrado defendidas em 2014 na área de Ciências e sustentabilidade, cuja carta do GT 22 critica a CAPES, a qual negligencia “contradições socioambientais e incentivando premiações como se a educação fosse neutra, desprovida de sentido crítico que não conseguisse enxergar o que representa o passivo socioambiental da companhia Vale”, encerrando o texto com um pensamento de Santo Agostinho que sintetiza também a motivação desta pesquisa: "A

⁵⁵Ver no site <<http://www.anped.org.br/news/manifesto-de-indignacao-e-repudio-do-gt-22-educacao-ambiental-da-anped-ao-edital-do-premio-vale>>. Acesso em 09 de Set. de 2018.

⁵⁶ Ver informações sobre o edital de 2016 <<http://www.capes.gov.br/component/content/article/36-salaimprensa/noticias/7813-abertas-as-inscricoes-para-a-nova-edicao-do-premio-vale-capes>>. Acesso em: 09 de Set. de 2018 e sobre o prêmio de 2017 em <<http://www.capes.gov.br/sala-de-imprensa/noticias/8682-capes-e-vale-premiam-pesquisadores-com-140-mil-reais>>. Acesso em: 09 de Set. de 2018.

esperança tem duas filhas lindas, a indignação e a coragem; a indignação nos ensina a não aceitar as coisas como estão; a coragem, a mudá-las".

Figura 19: POLARIZAÇÃO



FONTE: Elaborado pelo pesquisador Wagner Valente dos Passos 2017.

5 A REVOLUÇÃO ESTÉTICA NA AÇÃO E NA OBRA DO PESQUISADOR.

A estética, ao estudar o sensível e os sentimentos advindos da significação dada a uma imagem, objetos e palavras, aproxima-se muito do conceito de fetichismo abordado por Bruno Latour (2002), ao abordar sobre um poder dado ao se conceber vida a algo que é matéria transformada e que passa a ser significada.

Para Rancière (2002, p.1), existe uma experiência sensorial específica - a estética - que traz a promessa de um novo mundo da arte e de uma nova vida para indivíduos e a comunidade. No entanto, questiona ao dizer que vários teóricos tratam da "ilusão estética" como estética, que serve para mascarar o julgamento estético estruturado na dominação de classes. Assim, a "autonomia da arte" e a "promessa da política" não são contrapostas. A autonomia, é a autonomia da experiência, não a da obra de arte. Colocando de modo diferente, a arte participa do *sensorium* da autonomia medida em que não é uma obra de arte. (RANCIÈRE, 2002, p.5)

A importância de entender o conceito de fetichismo relaciona-se diretamente para entendermos o que é estética. Ao termos esse esclarecimento, somos colocados frente a decisão de darmos ou não poder aquela imagem, objeto, texto, informação e comportamento que se apresenta a nós exigindo pelo comportamento comum, pelo senso comum, requerindo, reivindicando poder sem que haja uma verdade que, de fato, autentique que concedamos tal poder que está sendo ostentado, pleiteado, ou imposto.

Agimos automaticamente aos dispositivos estéticos, pois fomos condicionados/alfabetizados, a ler determinados símbolos como representantes, não de sons, mas de verdades. Ao conceder poder a símbolos, aos fetiches do capitalismo, sem que os mesmos os tenham, aceitamos e respondemos a tal estímulo como esperado, ou seja, reproduzindo ideias e comportamentos como se fossem nossos. Um homem branco de terno e gravata, que esteja dentro do padrão estético burguês nunca será abordado por um segurança por suspeita de roubo em um supermercado ou de entrar em uma área sem autorização, porque dentro do condicionamento no qual o segurança foi alfabetizado, tal pessoa representa a estética do patrão, do chefe, do poder, de quem concebe a vida, do qual ele teme e também deseja, não levantando suspeitas de que ele é o ladrão, e mesmo se houver testemunhas, câmeras, mesmo assim se questionará a verdade. Ao contrário de um homem negro que, mesmo passando longe do ocorrido, será o primeiro a ser revistado.

Ao constatar a veracidade dos fatos, de que a verdade provavelmente não seja verdadeira, a resposta é um sentimento de decepção, de que fomos enganados, derrotados por uma ilusão, tendo por reação não a aceitação de que nossas crenças não são verdadeiras, mas a resistência, proclamando-as com mais força como forma de sustentá-las.

Os estímulos estéticos padronizados aos quais fomos alfabetizados, programados ao longo do tempo, condicionados diariamente nos disparam determinados sentimentos e sensações que fazem parte de nosso processo de leitura de símbolos. Isso acontece por exemplo, com os *cartuns*, quando os mesmos, sem textos verbais, somente com imagens desenhadas, permitem sintetizar uma imagem que pode ser lida por pessoas em todo o mundo, de diferentes culturas, países e idiomas, mas que compartilham alguns símbolos estéticos que em grande maioria são comuns e possuem os mesmos significados.

Já na estética burguesa padronizada tais padrões se estruturam e são produzidos, renovados, ressuscitados e se alteram conforme direcionamento que se quer dar ao inconsciente coletivo, ao senso comum, a partilha do sensível. A fórmula é satisfazer demandas básicas da grande maioria, a princípio de alimentação, entretenimento e algum consumo, direcionando a energia de demais necessidades para mais consumo e expectativas frustradas, para que continue sendo um desejo inalcançável, ou seja, a vida idealizada a partir dos padrões estéticos de felicidade capitalista instituídos.

Ao reconhecer que tais padrões não são construções naturais, mas valores impostos que aceitamos por virem de uma hierarquia social superior, da diferença de classes, identificamos que somos educados a termos disciplina sob esta ordem (mesmo que não se perceba), e respeitá-la perante o mínimo de recompensa - como os cães no experimento de Pavlov. Percebe-se que tais estímulos obtém resultados ainda mais fáceis quando disparados em seres humanos, pois possuímos um grande vocabulário de signos e símbolos, dando a eles significados, entre eles o poder. Sendo difícil racionalizar tal processo, pois somos seres construídos pelo poder simbólico, que supervalorizado pela repetição da mídia, ganha poder sobre nós. Ao romper com este processo e limites, principalmente perante o imposto pelo mercado, que delega aos empresários e ao capital o poder sobre os meios de produção e condiciona a força de trabalho a um emprego em uma empresa, o trabalho autônomo, a autoprodução e a economia solidária, ou são permitidos até determinados limites, ou considerados ilegais, inviabilizando outras formas construídas pela coletividade de produção, trabalho e economia, que não seja a capitalista.

A Revolução que virá será de uma só vez a consumação e a abolição da filosofia; não mais meramente “formal” ou “política”, será uma revolução “humana”. A revolução humana é derivada do paradigma estético.(...) a construção de novas formas de vida nas quais a auto exclusão da política combinaria com a auto exclusão da arte. Levada a esse extremo, a lógica originária do “estado estético” é revertida. (RANCIÈRE, 2002, p.8-9).

Assim a revolução estética se apresenta para além de uma proposta de quebras dos padrões estéticos do capitalismo, mas na construção de outras estéticas e outras formas de relação, reflexão, percepção, leitura, produção e racionalização sobre nossas necessidades, realidades, desconstruindo imposições de poder realizadas pelas elites.

(...) porque a experiência de desarmonia entre razão e imaginação tende para a descoberta de uma harmonia maior – a auto percepção do sujeito como membro do mundo supersensível da razão e da liberdade. (...) A “perda de uma relação estável” entre o sensível e o inteligível não é a perda do poder de relacionar, é a multiplicação de suas formas. (RANCIÈRE, 2002, p.26-27).

A Educação Ambiental associa-se a revolução estética por meio da ética, propondo reflexão e despertar da ciência sobre a essência humana e a natureza, em busca da qualidade e do desfrutar da vida de maneira digna, justa e respeitosa a partir da valorização das potencialidades possíveis na diversidade singular.

Assim, é importante entender o que é diversidade, como nos traz Fernandes e Lippo.

Diversidade é o conjunto das diferenças e peculiaridades individuais. Há algo em cada ser humano que é impossível de ser padronizado, por mais que a sociedade deseje unificar. É peculiar a cada pessoa uma série de diferenciações que fazem parte de suas características, enquanto indivíduo único. A singularidade própria dos seres humanos pressupõe diferenciações. Temos aproximadamente 7 bilhões de seres humanos no mundo, e nenhum repete outro. Nenhuma pessoa se iguala a outra nesse imenso número. Somos todos diferentes e, por mais seres humanos que possam habitar o planeta, não podemos imaginar uma situação na qual vá nascer uma criança igual àquelas que já existem. Não nos repetimos enquanto espécie humana e, portanto, a diversidade é a nossa característica universal. (FERNANDES; LIPPO, 2016, p. 37).

Sobre a difusão da informação, da arte e da potência criativa, assim como Boal (2009), Fernandes e Lippo nos apresentam o passo da revolução estética que não se basta apenas no discurso, na reflexão e na ideia, mas que exige uma prática, um trabalho e a socialização do mesmo para que se tenha a transformação e emancipação propostas pela Educação Ambiental. O ser humano só é humano e existe porque vive em sociedade e com ela, e por ela, interage.

As pessoas trazem consigo as possibilidades criativas, mas precisam exercitá-las e expressá-las no convívio entre os outros seres de sua espécie. A socialização deveria ser não apenas espaço de introjeção para inserção de atos criativos e diversificados de cada pessoa. (FERNANDES; LIPPO, 2016, p. 37).

Afirmar a diversidade e a potência do existir e das múltiplas ideias e possibilidades que cada pessoa possui é essencial para que se permita que as pessoas tenham acesso à vida que merecem, em seu prazer, trabalho e satisfação, e que criem tais condições com suas próprias ações. Isso não é individualismo, pois não se fala em contraposições, competição e concorrência, mas em potências criativas individuais diversas como potência da diversidade humana.

Necessário se faz compreender as engrenagens do sistema social para encontrar as estratégias importantes e ações que, articuladas aos movimentos coletivos, possam enfrentar e superar as barreiras postas no social para que a vida se torne possível para todos e todas. Especialmente, é fundamental buscar a necessária superação da imposição das leis do mercado e da acumulação em detrimento do sujeito desse social, que reduz suas possibilidades de participação e expressão singular. Na perspectiva do reconhecimento político das diferenças, a sociedade é pensada sob outra ótica que não aquela que a percebe de forma perfeita e adequada ao desenvolvimento humano. Nessa sociedade se percebem as limitações contextuais no tecido social e as dificuldades que existem para além de cada sujeito. O modelo, o padrão social como base no lucro e na expropriação, é o que dificulta o indivíduo de se manifestar plenamente. E, como desde o tempo de Marx já havia sido dito, é preciso transformar nossa realidade bruta para nela podermos ter, como dignidade humana, uma vida de verdade. (FERNANDES; LIPPO, 2016, p. 48).

Scherer nos apresenta esta relação da arte com a vida humana e como ela influencia na mediação e percepção entre a essência e a aparência.

Como uma dança que possui diversos passos que nos encantam, a arte, por meio das mais diversas formas de expressão, pode nos conduzir a pensamentos que possuem a capacidade de refletir a vida cotidiana. É nesse sentido que a arte possui um bailar de possibilidade, no momento em que nos leva à reflexão, em meio a uma sociedade em que o pensamento alienado mostra-se como elemento de fundamental importância. (SCHERER, 2016, p. 53).

A revolução estética permitiria a criação, por meio da comunicação, da descoberta, do potencial criativo, da contestação, quebrando não apenas a lógica da arte como produto, mas também o modo como se vê a coisificação das pessoas e da sociedade a partir da estética burguesa padronizada.

Dessa forma, a arte, em todas as suas manifestações, torna-se possível por meio do trabalho humano na perspectiva da transformação material ou a possibilidade de criar uma consciência artística, a fim de pensar criticamente a vida cotidiana. Segundo Konder (2009), a força da consciência artística reside principalmente no fato de que, superadas as limitações impostas pela consciência filosófica e política do artista, superando a alienação do ponto de vista pessoal como cidadão, ela (a consciência artística) lhe permite, por meio de uma inventiva liberada pela honestidade artística, enxergar e captar a sua íntima significação humana dos fenômenos, cuja essência não lhe é acessível por via da observação científica ou da dedução. Nesse sentido, a arte pode se constituir em um elemento que possibilita esse movimento reflexivo na busca pela compreensão da realidade. (SCHERER, 2016, p. 55-56).

Assim, se iniciaria uma proposta de revolução estética, na qual a arte torna-se, no seu fazer e no seu contemplar, um mecanismo de reflexão, não apenas criativa, da técnica, da forma, dos materiais, mas da realidade e das possibilidades da potencialidade humana.

A arte constitui-se como uma forma de expressão cultural que tem a capacidade de construir o ser humano em sua totalidade, de modo que este desenvolva a capacidade de, como um humano não fragmentado, conectar-se com os outros homens, em busca da criação de uma consciência não alienada, isto é, formando conceitos próprios, que dizem respeito à sua realidade, assim como à sua individualidade como ser humano particular, bem como com a sua cultura, como ser social (SCHERER, 2013). Nesse sentido o pensamento artístico que gera processos de consciência crítica é chamado por Lukács de verdadeira arte, tendo esta um papel de extrema importância no sentido de despertar o pensamento crítico, na perspectiva reveladora da essência do fenômeno. (SCHERER, 2016, p. 56).

Para Scherer o sistema capitalista tem o poder de reduzir a arte a uma mercadoria, um elemento alienado ao ser humano. No entanto sua função social no enfrentamento de diversos fetiches, a coloca em meio a um processo revolucionário, pois todos os indivíduos possuem potencialidade de desenvolver-se artisticamente e, assim, utilizar a arte como um instrumento de questionamento social, bem como um meio de expressar sentimentos e valores humanos.

Compreendendo a arte como dimensão da vida humana, é possível perceber que todas as pessoas são artistas, isso é, têm a possibilidade de desenvolver sua consciência artística, sendo que evidentemente há a necessidade de condições estruturais para que isso ocorra. (SCHERER, 2016, p. 62).

Para Rancière a revolução estética coloca o ser humano perante sua própria realidade exatamente pela quebra das ilusões causadas pelos padrões estéticos do capitalismo que nos condicionam para uma forma de pensar e agir no mundo para a ideologia capitalista.

Quando a revolução estética assume a forma de uma revolução “humana”, anulando a revolução “formal”, a lógica originária é revertida. A autonomia da divindade fútil, sua indisponibilidade, prometeu um dia uma nova era de igualdade. Agora, o cumprimento dessa promessa está identificado com o ato de um sujeito que se livra de todas essas aparências, que eram somente o sonho de algo que ele agora deve possuir como realidade. (RANCIÈRE, 2002, p.9).

A associação entre a revolução estética e a Educação Ambiental pode acontecer segundo algumas possibilidades apresentadas por Acselrad:

Assim, as lutas por justiça ambiental, tal como caracterizadas no caso brasileiro, combinam:

1- A defesa dos direitos a ambientes culturalmente específicos - comunidades tradicionais situadas na fronteira de expansão das atividades capitalistas e de mercado.

2- A defesa dos direitos a uma proteção ambiental equânime contra a segregação socioterritorial e a desigualdade ambiental promovidas pelo mercado.

3- A defesa dos direitos de acesso equânime aos recursos ambientais contra a concentração das terras férteis, das águas e do solo seguro nas mãos dos fortes interesses econômicos no mercado.

E também:

4- A defesa dos direitos das populações futuras. Como os representantes dos movimentos fazem logicamente a articulação entre lutas presentes e "direitos futuros"? Propondo a interrupção dos mecanismos de transferência dos custos ambientais do desenvolvimento para os mais pobres. Pois o que estes movimentos tentam mostrar é que, enquanto os males ambientais puderem ser transferidos para os mais pobres, a pressão geral sobre o ambiente não cessará. Eles fazem, assim, a ligação entre o discurso genérico sobre o futuro e as condições históricas concretas pelas quais, no presente, esse futuro está se definindo. Dá-se aí a junção estratégica entre justiça social e proteção ambiental: pela afirmação de que, para barrar a pressão destrutiva sobre o meio de todos, é preciso começar protegendo os mais fracos. (ACSELRAD, 2009. p. 147).

Assim, perante o exposto sobre revolução estética, suas possibilidades e potências, apresento a seguir um histórico sobre minha produção artística, apresentando os limites impostos, as influências recebidas da estética burguesa padronizada, assim como a percepção da possibilidade de outras estéticas, ações e outras formas de produção e socialização para além das impostas pelo mercado.

Na minha ação artística, influenciada por diversas estéticas e padrões, havia a necessidade de identificação com minha própria história. As referências sobre a minha identidade cultural e coletiva não eram contempladas pela estética burguesa padronizada, pelo contrário, eram consideradas como de menor valor.

Este relato não traz apenas a minha construção artística, mas os momentos de percepção e o movimento realizado de direcionar esta ação para valorização da estética e da cultura do lugar onde vivo. Um processo de rompimento proposto pela revolução estética que, para mim, vivendo em uma cidade histórica e poluída, era mais do que uma necessidade, mas a busca de oxigênio, da beleza, do meu direito a existir e de buscar uma verdade ocultada e no tempo, quase que desaparecida.

Ao ver que diversas pessoas, de todos os gêneros e idades, trabalhadores, moradores dos bairros de periferia e do interior, sentiam-se contemplados, identificados e representados ao ler alguns trabalhos que produzia, tendo como referência padrões estéticos locais, percebi que este fazer artístico satisfazia a necessidade do encontro coletivo das pessoas que moram na mesma região que eu, de se perceberem, de se verem, como se um livro infantil ou uma história em quadrinhos fosse uma televisão passando um filme ou uma reportagem e as mesmas estivessem assistindo e analisando a si mesmas, se vendo presentes no mundo, reconhecidas por isso, tendo a sua existência de alguma forma eternizada em uma história ou desenho.

Esta produção opõe-se a estética burguesa padronizada de degradação imposta às cidades como Rio Grande, classificadas como zonas de sacrifício, contrapondo a lógica de “menor valor” e construindo outros sentidos e sentimentos a partir dos mesmos símbolos, perante a natureza, mas principalmente, perante as pessoas que vivem aqui.

Logo, leituras de mundo diferentes daquele imposto e o despertar da possibilidade de escolha sobre outras possibilidades de existir, de auto-estima e de agente de transformação, contempla o direito individual, coletivo e democrático de decidir e lutar pela vida. Estar no mundo e se ver parte dele, não como um problema, mas como sujeito, não apenas reafirma identidade, personalidade e cultura, mas a importância de cada um na sociedade, na história coletiva, o que torna mais difícil a imposição das injustiças sociais e ambientais do desenvolvimento econômico quando se constrói desenvolvimento humano sem dependência da economia.

5.1 Ações desenvolvidas pelo pesquisador –

Entender e aceitar o desenho não como um dom, mas como uma potência, uma pulsão, um impulso, um dispositivo de expressão, interação e reflexão com e sobre o mundo, foi um processo que levou anos em minha vida. Sempre desenhei, desde a infância, mas nunca havia

pensado como uma habilidade que poderia ser desenvolvida e pudesse vir a ser a base do meu trabalho.

Na escola a disciplina de artes era tratada pela própria escola como algo secundário, com uma carga horária mínima e como atividade recreativa. Não havia como receber tal orientação, também não havia referência de artistas ou pessoas que pudessem auxiliar nesse desenvolvimento. A arte estava acessível como um consumidor de filmes, jornais, revistas e gibis, para além disso era um produto das elites.

O incentivo vinha de casa, dos meus pais, dos colegas de escola que gostavam dos meus desenhos e de alguns professores que sabiam da importância do reconhecimento por qualquer trabalho que uma criança faz. Valorizar o empenho e sua construção é dizer que se está indo pelo caminho certo. Mas em nenhum momento para além de um passa-tempo.

Desenhava nos finais de semana de chuva ou em dias de tédio, sob influência dos desenhos animados e das histórias em quadrinhos⁵⁷, que eram lidas junto com meu pai. Do outro lado, minha mãe teve papel importantíssimo com o seu incentivo, orgulho e admiração, acompanhando toda minha jornada não apenas no desenho, mas nos estudos, no trabalho e na vida.

Já na universidade, durante a graduação em Ciências Contábeis, em 1999, com 19 anos, dedicava mais tempo as aulas de violão com o músico Gilberto Oliveira, sendo a música muito presente na infância nos encontros de família, envolta aos discos de vinil. Neste período participei do movimento estudantil e do Diretório Central dos Estudantes DCE - FURG, imerso ao universo e diversidade cultural da universidade.

Em março de 2000 iniciei o curso de desenho da Escola de Belas Artes Heitor de Lemos com o professor Marcos Coutinho, devido a uma oportunidade de estágio em contabilidade desisti seis meses depois. Neste curto espaço de tempo, tive a oportunidade de conhecer algumas técnicas como perspectiva, sombra e luz, assim como materiais específicos, tipos de papel, lápis, experimentar e descobrir possibilidades do desenho. Conheci o amigo José Salvador, professor de artes e gravurista, na época estudante de Artes Visuais, recebi o incentivo para participar dos salões de humor. Assim, por influência também das charges em jornais e mais precisamente na revista Bundas, produzida por Ziraldo, Zélio, Jaguar, Millôr entre outros, passei a desenhar sem copiar, por criação própria, bonecos e princípios de ideias do humor gráfico.

⁵⁷ Produtos artísticos como os quadrinhos de Walt Disney que traziam, conforme Dorfman e Mattelart (1978) elementos e padrões estéticos de uma cultura hegemônica e objetivos de condicionamento e dominação.

Lendo a, extinta, Revista Aplauso, que reunia matérias e informações sobre a arte do Rio Grande do Sul no final dos anos de 1990 e início de 2000, vejo o anúncio do Salão Internacional de Desenho para Imprensa, em Porto Alegre, para o qual produzi algumas charges e cartuns. A motivação veio do fato de não ser selecionado, interpretando o que poderia ser o primeiro e último fracasso, como uma mensagem dos jurados e do meu próprio desenho de que precisava melhorar.

Continuei estudando traços e buscando desenvolver alguma técnica, fazendo o movimento de descobrir o meu desenho, enviando trabalhos para outros festivais e salões de humor, sendo selecionado meu primeiro trabalho no 3º Salão Nacional de Humor sobre a Fiscalização dos Gastos Públicos, em Brasília - DF, realizado no dia 13 de novembro de 2001, com júri formado por cartunistas como os irmãos Caruso e Luis Fernando Verissimo e meu segundo desenho, no mesmo ano, no Salão Universitário de Humor de Piracicaba.

Em 2002, realizando estágio como consultor do Balcão SEBRAE⁵⁸, me aproximei da organização da FEARG e FECIS, feiras de artesanato e comércio de Rio Grande, para a qual propus ocupar os vagões de trem desativados, que haviam sido restaurados no ano anterior e se encontravam vazios, com exposições de arte e música.

Entre as exposições me foi cedido um pequeno vagão de carga do final do século XIX, no qual junto com outros quatro cartunistas da cidade, Adorno, Lorde Lobo, Max Ziemer e Arnold Coimbra, criei o coletivo de cartunistas Vagão do Humor. No mesmo ano, passei a integrar a equipe do Jornal Agora, diário de Rio Grande, realizando charges e ilustrações, buscando direcionar os temas abordados à questões locais, levando certo incomodo para políticos, elite local e editoria do jornal, mas de maior identidade e impacto com o leitor e a população.

⁵⁸ Um dos principais representantes do empreendedorismo junto a escolas e universidades, para condicionamento da produção e do trabalho para a nova razão do mundo do neoliberalismo conforme Dardot e Laval (2016)

Figura 20: VAGÃO DO HUMOR NA FEARG E FECIS – 2002



FONTE: Vagão do Humor [S.I.]. Disponível em: <www.vagaodohumor.com>. Acesso em: 19 de jun. 2018.

Paralelo ao desenho produzia juntamente com meu pai desde 1995 algumas poesias, o que me possibilitou desenvolver intuitivamente o ritmo e a musicalidade entre as palavras. Também pude conhecer outros poetas locais dos quais me tornei amigo, como o radialista José Paulo Nobre e Ângelo Vigo.

Com o passar do tempo fui percebendo que Rio Grande possuía uma série de particularidades pouco manifestadas em sua arte. Basicamente o mar e a Praia do Cassino. Havia histórias de personalidades e de pessoas comuns, uma construção social e cultural inteira de três séculos bem peculiares, que era tratada como de menor valor pelas próprias autoridades locais⁵⁹ e, conseqüentemente pelos seus cidadãos.

Ser artista em Rio Grande era um trabalho de resistência, pois se tinha no senso comum que a cultura local, a história e sua arte, se fosse realmente boa não estaria em Rio Grande, mas em Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo.

Certa vez em uma oficina de desenho em uma escola um menino de 8 anos, perante aproximadamente 30 crianças fez a seguinte afirmação: “Tu desenha porque tu queres ser famoso!”. Foi uma das frases mais impactantes que já recebi, pois me colocou frente a algo que se passa na mente de todo artista. Uma pergunta que eu nunca havia me feito. Por que eu desenhava?

Todo artista busca ser reconhecido, quer que sua obra seja admirada pelo maior número de pessoas. E é neste ponto que se divide a arte para o capitalismo e a arte como expressão humana, pois o reconhecimento pode vir da socialização do trabalho artístico, mas

⁵⁹ Conforme Acselrad (2009), esse é o movimento necessário de degradação para que uma cidade, a partir da construção de sua baixa auto-estima, esteja fragilizada para tornar-se receptiva a empreendimentos poluidores em troca de parques empregos.

também por imposição da obra de arte ou do rosto do artista, o que com a internet, ao se pagar para empresas de tecnologia turbinarem visualizações e seguidores, torna-se muito fácil⁶⁰, e o que é aceito como bom, como agradável e passa a ser consumido, não surgiu do reconhecimento da socialização de sua arte, mas é reconhecido como se fosse por causa repetição e imposição, como funcionam com a manipulação dos algoritmos, fomentando determinado padrão, celebridade, personalidade, ideias e comportamento estético.

Sentia vontade e necessidade de escrever e desenhar o que via e vivia no meu cotidiano e isso não tinha a ver com ganhar dinheiro e ser apontado na rua, mas com uma energia que precisava ser produzida e compartilhada, com questionamentos que não apareciam na mídia, que a charge e o *cartum* me possibilitavam.

Essa é uma das formas de expressão do sensível fazendo o dissenso da partilha do sensível de Rancière (2002, 2009, 2013). Um artista que não se considerava artista por não ter uma formação acadêmica em artes, um desenho acabado, que se enquadrasse nos padrões estéticos impostos. Uma situação que causava desconforto na academia e na minha própria aceitação como cartunista, que trazia inconscientemente a afirmação de Boal (2009, p.19): não bastava consumir cultura, necessitava produzi-la.

Em janeiro de 2004 conheço o artista Gelson Mallorca, que realizava uma série de trabalhos em aguada de nanquim, desenhando os lugares por onde andava, ou seja, os bairros e vilas da cidade. Dois meses depois criamos juntos o Estúdio de Artes do Cassino, reabrindo o espaço do antigo Bar Alexandria, de propriedade do nosso amigo Renato “Canhoto” Machado, no qual ministrávamos oficinas de desenho e pintura, assim como abríamos aos sábados como uma galeria de arte, exposições e ensaios de bandas e peças de teatro de amigos, de forma gratuita ao público.

⁶⁰ Da mesma forma como foram patrocinados grupos de extrema direita no Brasil após as manifestações de 2013, patrocinados pela FIESP e Estados Unidos.

Figura 21: ESTÚDIO DE ARTES DO CASSINO – 2004



FONTE: Acervo pessoal do pesquisador Wagner Valente dos Passos.

As portas para as histórias em quadrinhos estavam abertas. Neste mesmo ano de 2004 eu e o Gelson Mallorca fomos a Porto Alegre para a abertura do Salão Internacional de Desenho para Imprensa, no qual tivemos a oportunidade de conhecer e fazer amizade com vários dos principais cartunistas do Rio Grande do Sul, como Edgar Vasques, Bier, Rodrigo Rosa, Santiago, Moa, Kayser e o cantor e compositor Belchior.

O que chamou atenção foi o impacto que nosso trabalho causou nos artistas que tanto admirávamos, exatamente por estarem enraizados na cultura e cotidiano de Rio Grande, levando algo novo, diferente, uma outra perspectiva do Rio Grande do Sul que poucos conheciam, diferente daquela estética padronizada e estigmatizada. Estava em nossos desenhos o porto, a atmosfera cosmopolita, uma cidade do Rio Grande do Sul que transformava o pampa em litoral.

Figura 22: NOIVA DO MAR, MÃE DE FILHOS SEM PAI



Pensa que eu não sei que nada é fácil?



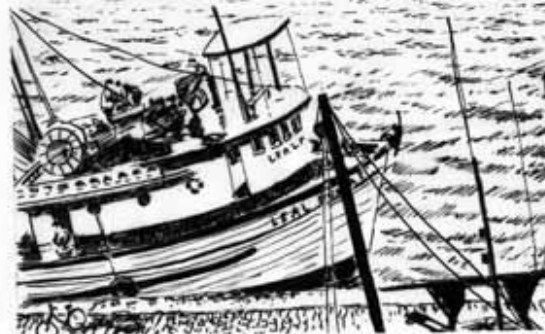
Pensa que não sei que mar é céu?



Noiva do Mar, quando é que vocês vão casar e encher de pó-da-china o ar,

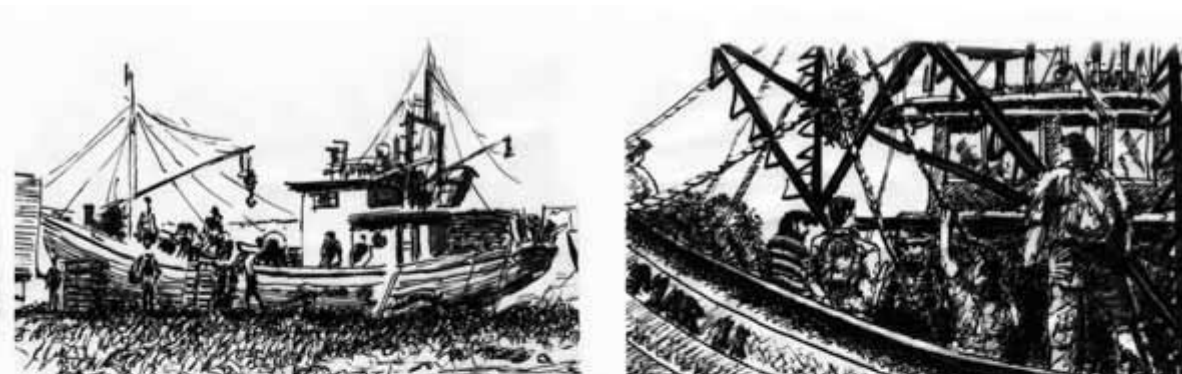


comemorar em alto estilo, privatizar o já privé universo onde se sobrevive?

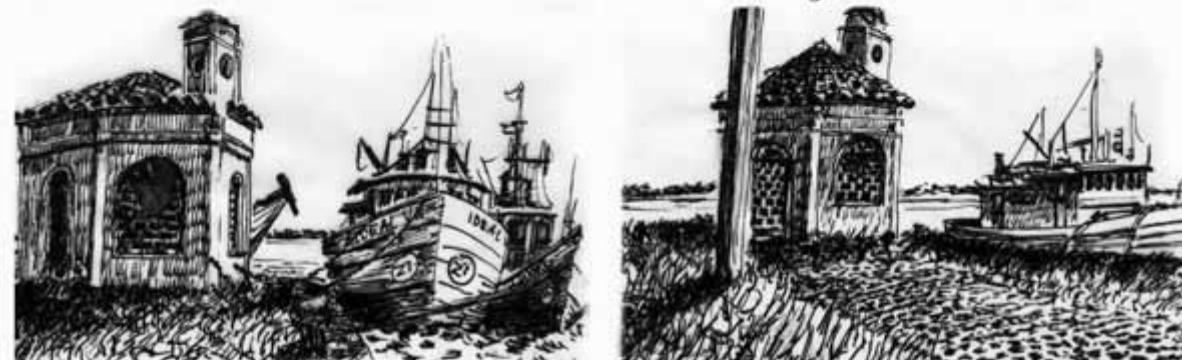


FONTE: Gelson Mallorca e Ângelo Vigo, 2005.

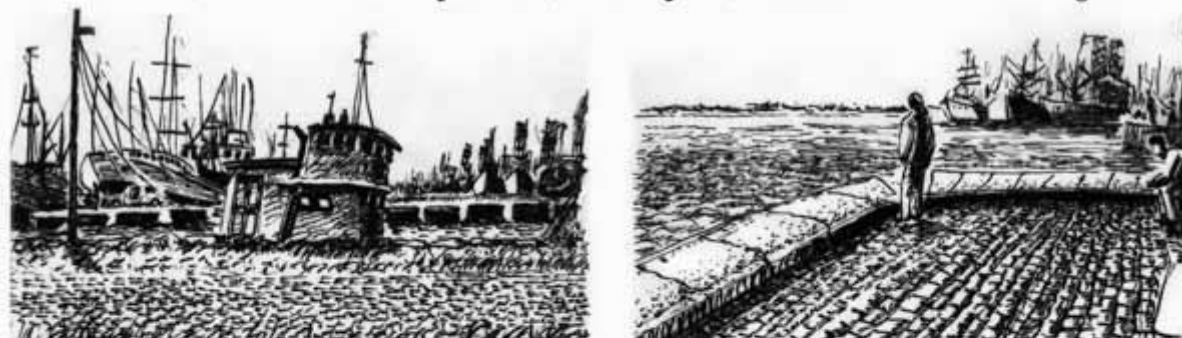
Figura 23: NOIVA DO MAR, MÃE DE FILHOS SEM PAI



Estive no verão na Praia do Cassino e era siri, mãe dágua, estrela do mar.



Do mar, do mar, do mar... Do tão sofrido mar, latrina oficial, autorizada em carnaval de gabinete



Mas o que mais me dói, Noiva do Mar, é ver que matas o teu noivo e sujas o meu verso!



FONTE: Gelson Mallorca e Ângelo Vigo, 2005.

Estávamos no princípio da popularização da *internet* e o envio de *e-mails* coletivos não era considerado *spam* e filtrados como publicidade ilegal (ou seja, não paga). Com atualizações semanais e a contínuas participações em festivais e salões de humor, o site do Vagão do Humor chegou a ter mil acessos diários, surgindo a oportunidade de publicar meus desenhos em jornais, revistas, livros e exposições em Cuba, Espanha, Portugal, Polônia, Azerbaijão e França, neste último país no qual organizei uma das maiores exposições de cartunistas e quadrinistas brasileiros intitulada "Dessinateurs Brésiliens", na cidade de Saint-Just-le-Martel, em 2005.

Devido a uma série de iniciativas sobre o meio ambiente, popularizadas pela Universidade Federal do Rio Grande – FURG e pelo Núcleo de Educação e Monitoramento Ambiental - NEMA, assim como a poluição constante das fábricas de fertilizantes, refinaria de petróleo, fábrica de pescados e crimes ambientais que aconteciam com bastante frequência em Rio Grande, como o do navio Bahamas em 1998⁶¹, direcionei meu trabalho para estas questões, servindo de tema para a organização do 1º Salão Jovem Desenhista Papareia e da 1ª Mostra Fraldinha do Cartum, realizados pelo ArtEstação e Vagão do Humor, com apoio da SMEC - Secretaria Municipal de Educação e Cultura, e da 18ª CRE - Coordenadoria Regional de Ensino, no ano de 2005.

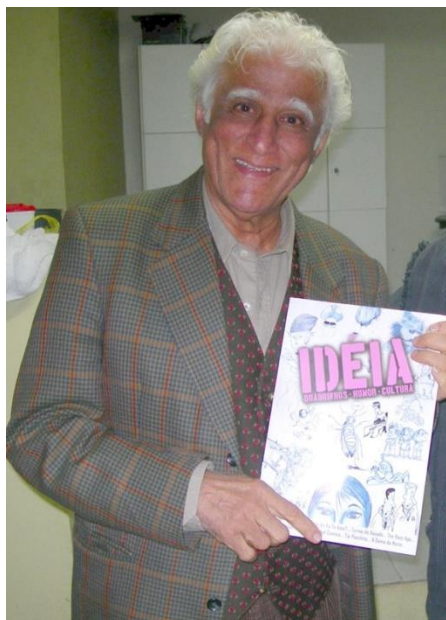
No mesmo ano saio do Jornal Agora e inicio a publicação do jornal Peixe Frito, em parceria com o cartunista Alisson Affonso. Inspirado no jornal Pasquim21 e nas revistas Bundas e Chiclete com Banana, produzindo um jornal com a proposta de contemplar assuntos e temas que queríamos ver em outras publicações, como nossas histórias que falassem de Rio Grande e casos que ouvíamos falar. Neste princípio já percebíamos que tais assuntos eram os mais requisitados e nada contemplados pela mídia local.

Devido a deterioração rápida do jornal papel, depois de quatro edições o Peixe Frito evoluiu em 2007 para a revista "Ideia - quadrinhos, humor e cultura", ingressando meu pai, o escritor e poeta Ivonei Peraça dos Passos, para a equipe editorial. No mesmo ano publiquei o livro infantil "O Menino do Mar", um marco para a literatura rio-grandina e para mim, por ter tornado-se meu principal trabalho independente e de maior repercussão na cidade. Escrito, ilustrado e editorado em uma semana para apreciação de uma editora do Rio de Janeiro - que não quis publicá-lo por não seguir a linha mercadológica de ilustrações japonesas que a

⁶¹ Ver notícia sobre a condenação da Petrobras e demais empresas sobre o caso. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/trf4-condena-petrobras-e-empresas-por-derramamento-de-acido-no-mar-de-rio-grande-em-1998.ghtml>>. Acesso em 25 jun. 2018.

mesma se destinava - tornou-se minha publicação mais vendida, procurada e utilizada nas escolas até hoje.

Figura 24: ZIRALDO COM A REVISTA IDEIA - 2007



FONTE: Edra, 2007.

Esta trajetória converge para a proposta da revolução estética por ter se constituído como um processo de resistência às limitações de mercado e cultura local. A produção de charges em um jornal local; a participação em eventos com o Vagão do Humor; exposição de desenhos e a produção de caricaturas para o público, não apenas tornou o trabalho dos cartunistas de Rio Grande conhecidos pela própria população, mas oportunizou que diversas pessoas tivessem acesso a nossa arte, assim como permitiu acesso e reconhecimento a nível regional e nacional, com contatos e ações também em outros países, resgatando uma tradição histórica que desconhecíamos do século XIX, quando Tadeo Amorim, cartunista rio-grandino, era referência nacional com seus jornais caricatos (PASSOS, 2013).

O livro "O Menino do Mar" teve um grande impacto para mim pela sua repercussão. Havia acertado o tema e o tom. Uma história simples, que retratava minhas brincadeiras de criança no verão, quando minha família ia aos finais de semana para o Clube Náutico Honório Bicalho e por muitas tardes ficava pescando siri e caranguejos, junto as pedras ou nos botes que ficavam atracados usando como isca uma cabeça de peixe.

A brincadeira de minha infância era também, e continua sendo, a brincadeira de outras crianças da Vila São Miguel, Bosque Silveira, Henrique Pancada, Vila Santa Tereza, Vila

Mangueira, Vila da Barra, Ilha dos Marinheiros, Leonídeo, Torotama, Taim. Todos lugares de periferia ou do interior da cidade que sofrem com a distância, o valor do transporte público⁶², o descaso do Estado e a poluição das empresas e do agronegócio.

O tom expressado nos desenhos fez com que aquela brincadeira de criança - que hoje pode parecer monótona para a geração do celular - fosse alçada a nível de uma grande aventura. Era algo vivido não apenas por mim.

Figura 25: CAPA DO LIVRO “O MENINO DO MAR” - 2007



FONTE: Wagner Valente dos Passos, 2007.

Nessa mistura entre a vida acadêmica, profissional e artística, me formei em Ciências Contábeis, depois em Administração, especialização em Comércio Exterior e Gestão Portuária, além de ter trabalhado como estivador no Porto do Rio Grande de 2003 a 2014, profissão que me oportunizou viver e perceber as dificuldades que meu pai e diversos outros trabalhadores sentiam na pele, entre navios, agentes contaminantes, cargas suspensas, frio, chuva, mas também possuía sua beleza. Certa vez havia terminado o trabalho em um navio de

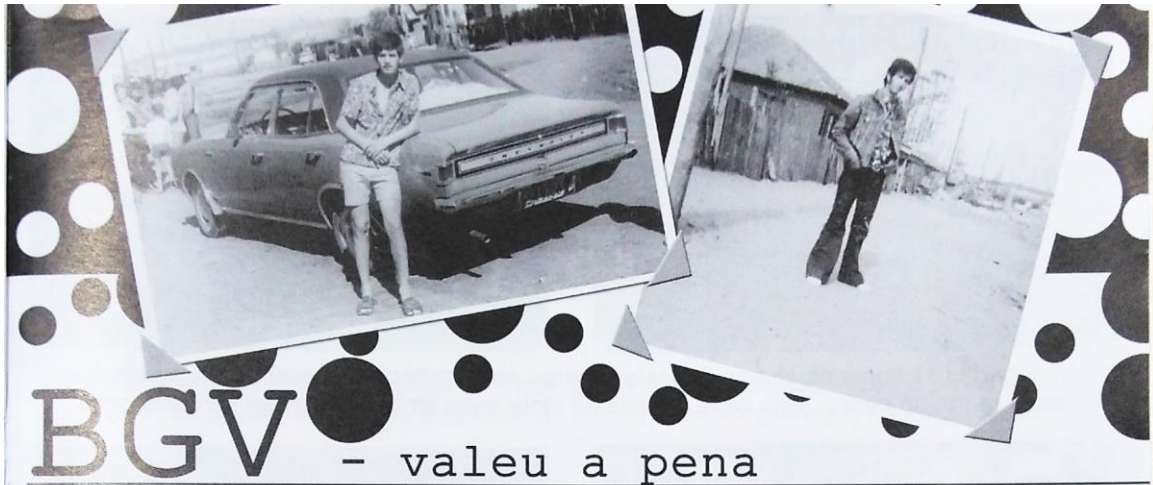
⁶² Segundo o site da empresa Noiva do Mar, responsável pelo transporte público em Rio Grande, os valores das tarifas chamadas distritais para o centro da cidade são de R\$ 11,65 para moradores do Pesqueiro, R\$ 10,80 para moradores da Torotama e Ilha dos Marinheiros, R\$ 8,45 para moradores de Domingos Petrolina e Leonídeo. http://www.noivadomar.com.br/site/content/linhas_e_horarios/tarifas.php acesso em 26 set. 2018. Já os moradores da Capilha, no Taim, precisam utilizar o transporte da empresa Expresso Embaixador, cujo valor para Rio Grande é de R\$ 23,00. (informação não disponível no site e obtido em consulta por telefone).

container e depois de voltar para casa, fui de bicicleta passear na praia, ao chegar aos Molhes da Barra o mesmo navio estava indo embora. Ao meu lado um pai indagava para sua filha quantos *containeres* haviam dentro daquele navio e como deveria ser por dentro. Para surpresa dele, comentei que estava trabalhando nele horas antes e para minha surpresa fui arrebatado pelo encantamento daquela família, ao estarem conversando com alguém que havia estado dentro do gigante de ferro. Foi ali que mais uma vez descobri a necessidade de contar histórias sobre o lugar onde vivo, sobre pessoas comuns, suas vidas e publicá-las, sem depender de editoras, fazendo de forma artesanal e independente.

Outro fato que contribuiu para essa percepção ocorreu na primeira edição da revista *Ideia*. Um ano após sua publicação, uma senhora me ligou relatando que seu esposo estava chorando, ao ter sido lembrado em uma crônica escrita pelo meu pai sobre os personagens do Bairro Getúlio Vargas, com os quais conviveu em sua juventude durante as décadas de 1960 e 1970. Este senhor, açougueiro de profissão, tinha o apelido de Tarzan devido seu porte físico e por parecer com o personagem das histórias em quadrinhos de Edgar Rice Burroughs⁶³. O registro de sua existência na periferia da cidade não apenas resgatava a história de um lugar invisível, mas marcava sua importância na vida de todas as pessoas que ele conheceu. Estava agora na história, mesmo que os livros de história não contassem sobre ele.

⁶³**Edgar Rice Burroughs:** (Chicago, 1 de setembro de 1875 — Encino, 19 de março de 1950) escritor criador dos personagens Tarzan e John Carter. Escrevia sobre a África sem nunca tê-la conhecido.

Figura 26: CRÔNICA DE IVONEI PERAÇA DOS PASSOS - 2007



BGV - valeu a pena

por Ivonei D'Peraça

É época de Ditadura Militar, anos 60, o Bairro Getúlio Vargas crescia junto ao principal porto do estado, em clima de "segurança nacional".

Em frente aos armazéns portuários, se estendia a Rua Honório Bicalho, onde funcionava famosas casas noturnas do meretrício da cidade. Algumas como Happy Saylor, Bar Martinica, o famoso 48, entre outros que o tempo fez esquecer.

A população do bairro era uma babel, gente de toda parte do Rio Grande do Sul vinha em busca de trabalho. O Sindicato dos Estivadores, as fábricas de pescado, a Ipiranga, a Inca Têxtil e outros grandes empreendimentos absorviam essa mão-de-obra.

A rua principal, famosa Rua 6, tinha grande movimentação, pois unia-se com a Doutor Nascimento que fazia parte da área central da cidade. Com um bom movimento de comércio, algumas casas se tornaram famosas, como o bar Brasília, a Loja Atlântida do Seu Milton, a Loja do Seu Mário e a Padaria Independência na esquina da 13 com a 6. A barbearia do Seu Bidi, os armazéns da Portuguesa e do Seu Marino na esquina da 17. A Ferragem do Doralício, na esquina da 9 com a 6 era um dos principais pontos comerciais, pois era a única ferragem que tinha na época.

Na curva da 6 em direção ao porto, perto da escolinha, se instalava a não menos famosa Lojinha dos Operários.

Na Rua 15 com a 6 situava-se o colégio Viriato Corrêa, onde professoras que vinham de diversas áreas da cidade, lecionavam para os futuros cidadãos do Brasil, que por certo contribuíram para o desenvolvimento do bairro.

Em outras ruas, alguns personagens se destacaram, como o Wilson Leiteiro, homem que lidava com o comércio de leite em cambonas, mais tarde se tornou estivador.

Na Rua 19 com a 12, o conhecido Cacique e seu comércio estilo farmácia. A partir de determinada hora da tarde, colocava um uniforme branco e atendia as pessoas nos serviços de enfermagem. Para muitos era o médico do bairro, alguns comentavam se não seria ele um alemão refugiado da Segunda Guerra Mundial e que colocava, sem cobrar um centavo, seus conhecimentos de medicina a serviço da população.

Do outro lado da rua a Lojinha do Seu Meireles, com suas peças de fazenda e os brinquedos que os pais compravam no Natal.

Em frente à Sede do Porto, onde a turma se reunia para escutar as músicas do Carlos Alberto e do Miltoninho. Ao lado o Snooker do seu Orvando, onde se freqüentava só depois dos deztoito anos. No meio da quadra, em frente a 21 o seu Marzinho cortava cabelo da gurizada em estilo cadete.

Na Rua 21 com a 10 se instalou por muitos anos o açougueiro conhecido como Tarzan.

No meio da quadra outra pessoa muito conhecida da vizinhança, a Dona Chica, excelente aplicadora de injeções.

E o Taurino comprador de ferro velho, grande pessoa, não era pão duro e pagava bem pelo ferro, osso e vidro que se levava para vender.

E os bailes no Salão do Cornélio na Rua 10, que nós só olhávamos pela porta. Quantos romances surgiram e quantas desavenças bailaram.

O Colégio Alcides Barcelos na Rua 17 era onde os alunos concluíam o 5º ano, com direito a formatura e diploma.

E na época de carnaval o bairro fervia com a Escola de Samba "As Mariquitas", e os blocos Nega Tereza, O Negão da Cinco. Grandes carnavalescos que empolgavam o povo.

Na Rua 4, perto dos trilhos, entre a Rua 1 e a 5, em direção a Vitorino, existia o Cinema do Rangel, onde a gurizada ia nas matinês assistir os famosos Bang-Bang e durante a semana, os seriados que a turma mais adulta procurava não perder.

Os times de futebol, como o Bangu, Tupinambá e o time do Porto, alegravam as várzeas nas tardes de domingo.

Ao som da Jovem-guarda nos reuníamos para as brincadeiras, que jamais serão esquecidas.

Uma década chegava ao fim com a dissolução dos quatro cabeludos de Liverpool. Nunca antes uma banda levava ao delírio fãs de todas as partes do mundo. Suas músicas influenciaram na moda, no comportamento, fizeram o jovem sonhar com um mundo melhor. Os hippies proclamavam paz e amor em forma de protesto sem violência. No Brasil os artigos institucionais eram criados de forma arbitrária e a Tropicália nos alertava para não andarmos sem lenço e sem documento enquanto a banda passava.

A guerra do Vietnã se desenrolava sem previsão de acabar. Alguns anos antes John Kennedy pregava que o homem deveria viver em paz, Martin Luther King, sonhava com igualdade entre os homens. E sob o jugo de uma ditadura, os moradores do Bairro Getúlio Vargas tocavam suas vidas atentos ao que se passava no mundo e ao som da sirene do DOPS.

O homem dava seu primeiro passo na Lua e nós do bairro esticávamos o pescoço para poder olhar pela janela, na televisão do vizinho, o Brasil ser Tricampeão do Mundo.

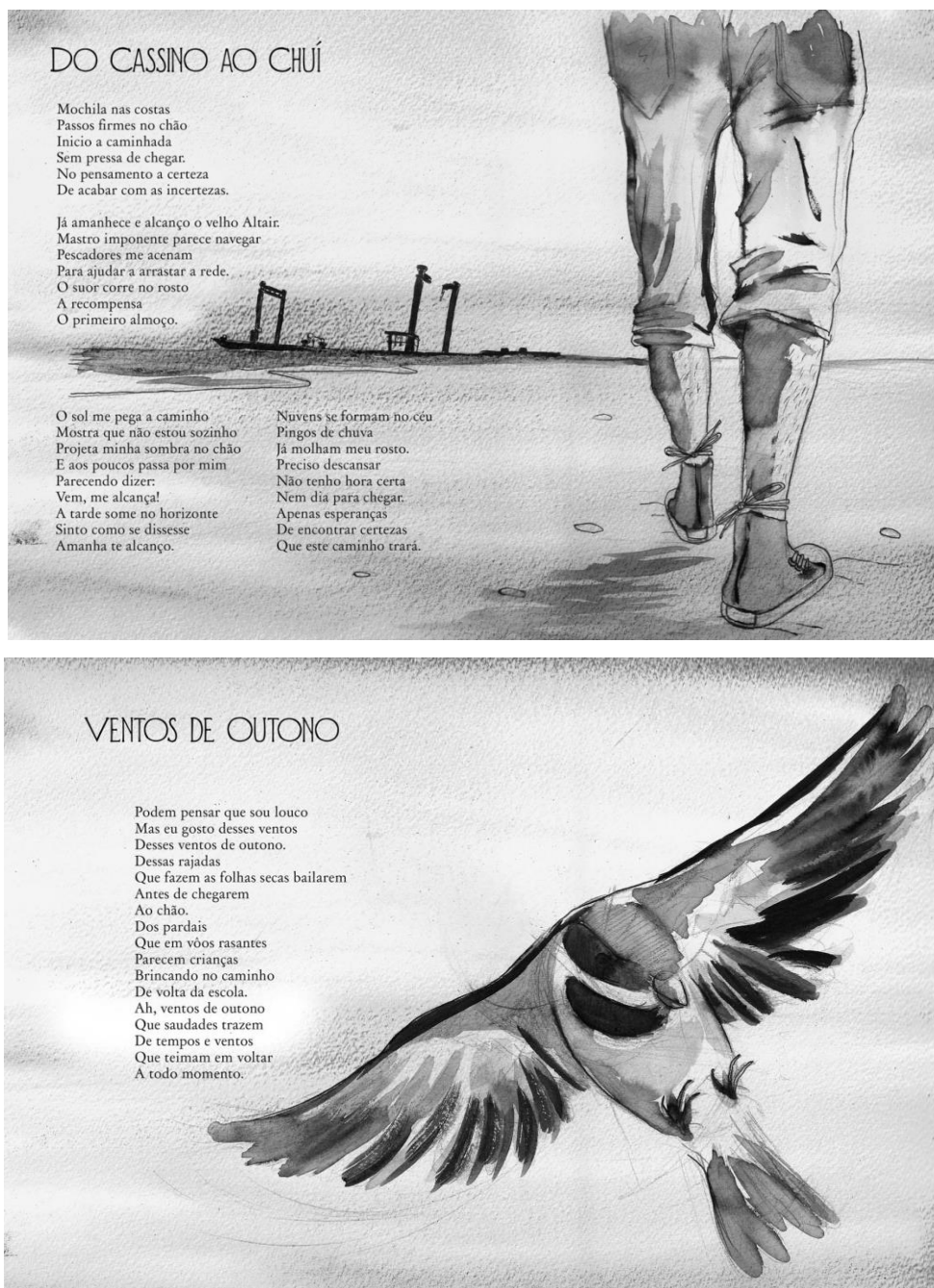
No inverno, as festas juninas alegravam as noites com as fogueiras, os buscapés e os primeiros namoros com a ajuda de Santo Antônio.

Adolescência chegou e com ela o primeiro amor, depois outros que o tempo e o vento levou.

Quando a gente retorna no tempo e se lembra da primeira calça jeans, das camisas "Volta ao Mundo" e as músicas que Roberto cantava, era o retrato de nossas vidas. A casinha número 150 da Rua 10, o velho eucalipto no fundo do pátio, a pequena figueira carregada de seus figos e os encontros no snooker do seu Orvando antes de sair para os bailes. É aí que a gente se dá conta que a vida vale a pena ser vivida. Pois se não fosse as lembranças, o que seria do futuro

Estas percepções serviram para a produção de um outro livro, "Cidade dos Ventos", poesias escritas pelo meu pai e ilustradas por mim, que falam sobre Rio Grande e suas características pouco mencionadas, ou nada admiradas, como o vento, os trabalhadores do porto e a areia.

Figura 27: ILUSTRAÇÕES DO LIVRO “CIDADE DOS VENTOS”



FONTE: Wagner Valente dos Passos, 2009.

Este trabalho gerou em 2009 uma visita à turma de EJA da Escola São João, realizada por mim, pelo meu pai e minha mãe, Célia Regina Valente dos Passos, a qual se tornou o principal apoio para as nossas produções e incentivo. A experiência foi muito intensa e diferente, pois falávamos para adultos de diversas idades, em seus diversos níveis de aprendizagem, muitos recomeçando seus processos de alfabetização, sobre a experiência de escrever um livro. O quanto era possível romper com os obstáculos e as limitações da vida. Escrever e publicar as histórias deles parecia algo tão distante e estávamos ali para mostrar que era possível.

Figura 28: VISITA A TURMA DE EJA DA ESCOLA SÃO JOÃO



FONTE: Wagner Valente dos Passos

Esta é a proposta da revolução estética, trabalhada junto com a Educação Ambiental, a partir da educação estética, do olhar contemplativo, um olhar que absorve, que não apenas vê, mas enxerga, analisa, critica, reconhece o mundo ao redor. O lugar onde se vive, se produz a criatividade potente para a criticidade a partir de seu próprio ponto de origem, de onde realmente estamos. Esta energia condensada pelo indivíduo, compartilhada, socializada, permite disparar a compreensão e a identificação com situações parecidas que ocorrem em outros lugares do mundo. Sabendo que não há fronteiras para as injustiças sociais e ambientais, solidarizar-se com o que acontece em outro ponto distante no mundo, o que já é o princípio para criar movimentos de anticonsumo de produtos e serviços de empresas e países que incentivam guerras, exploração humana e crimes ambientais.

Na noite do dia 1º de agosto de 2014, após ver alguns vídeos sobre os bombardeios de Israel na Faixa de Gaza, tive um sonho - ou pesadelo - e coloquei aquela situação que vivi no

papel. Produzi uma história em quadrinhos a qual apresento a primeira página, compartilhada por leitores de vários países do mundo e traduzida pelos mesmos para o Árabe e Espanhol.

Figura 29: HISTÓRIA EM QUADRINHOS “PALESTINA”



FONTE: Wagner Valente dos Passos, 2014.

Paralelo as produções gráficas me preocupei bastante, desde a criação do Vagão do Humor, com a realização de oficinas de desenho e de publicações independentes que pudessem incentivar e inspirar outras pessoas a produzirem suas histórias, suas artes e assim contribuir para o aumento, continuação e renovação da produção local. Tais oficinas possuem dois objetivos: a) possibilitar às crianças, jovens e adultos conhecer técnicas, matérias e possibilidades artísticas; b) incentivar ao longo do tempo, de geração em geração, o surgimento de novos desenhistas, poetas e escritores.

Numa dessas oficinas, realizada em 2011, chamada "Pequeno Escritor - Desenho para crianças", surgiu a história "Ano 3000", na qual é possível ver uma série de conflitos humanos, problemas sociais e ambientais, apresentados de forma totalmente livre pelas crianças. Alguns pais retornaram logo após a oficina para reclamar do texto produzido, pois não concordavam que as crianças pudessem ter expressado tais questões, exigindo que eu, como educador, condicionasse seus filhos para um tema e texto mais amenos.

Figura 30: HISTÓRIA “ANO 3000”



FONTE: Elaborado pelas crianças participantes da oficina, 2011.

Durante o mestrado e o doutorado em Educação Ambiental pude realizar, por algumas vezes, a disciplina "As três ecologias, de Félix Guattari", ministradas pelo professor Dr. Alfredo Guillermo Martín Gentini. Vi e absorvi, misturando com minha produção já direcionada, a possibilidade de criação de clinamens, de ação direta em processos de microintervenção, criando espaços para debates, reflexões, fugas e transformação. Fui adaptando as oficinas para a seguinte metodologia: oficina curta com duração de 45 minutos, ou oficinas de doze horas, divididas em três dias, nas quais mostro a história das histórias em quadrinhos, processos de produção e publicações, realizando a produção uma história escrita coletivamente, a divisão do texto e dos períodos frasais para o desenho, assim como todo o processo de edição, impressão e reprodução utilizando o mínimo de recurso tecnológico para não depender do mesma, caso não o tenha, primando pela autonomia e viabilização da produção com o menor custo possível.

Figura 31: OFICINAS DE REVOLUÇÃO ESTÉTICA E DESENHO



FONTE: Acervo pessoal do pesquisador Wagner Valente dos Passos. Oficinas realizadas na FURG no Curso de Artes Visuais em 2017 e na Escola Wanda Rocha em 2015.

Boa parte da minha produção, até chegar a esta pesquisa, me fez sentir contemplado pela proposta da revolução estética apresentada por Jacques Rancière e Pablo René Estevez, na qual identifico que minha luta e resistência em produzir minhas histórias, meus desenhos, juntamente com meu pai e demais escritores locais, assim como com as oficinas, tornaram-se dispositivos também de Educação Ambiental, e nesta ação contínua, juntamente com a leitura e reflexões dos autores estudados, identifico os seguintes aspectos estéticos que podem servir para outras produções artísticas, em diversas mídias ou ideias, em oposição à estética burguesa padronizada:

- Olhar crítico e contemplativo sobre a própria história e o lugar onde se vive;
- Relação direta com o cotidiano e a realidade;
- Valorização da diversidade singular em oposição a homogeneização;
- Descoberta da potência de interagir no mundo e existir;
- Ações coletivas ou de partilha para o coletivo;
- Objetivo de provocar fissuras, rompimento com ideias, crenças e visões homogenizadas e homogeneizadoras para padronização e dominação coletiva.

No período de Maio de 2014 a Junho de 2018 realizei mais de 70 apresentações entre oficinas, bate-papo, exposições, bancas de publicações independentes em eventos e lançamento de livros, destacando-se a oficina de desenho para crianças das Casas Lares de Pelotas e a oficina de quadrinhos para os estudantes da ocupação do Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologias Sul-rio-grandense –IFSul – Câmpus Pelotas⁶⁴.

Na oficina para crianças das Casas Lares algumas manifestaram que seria difícil participar da atividade, pois diziam não saber desenhar. Vários foram os porquês, como: "meu desenho é feio", "eu desenho tudo torto", "não faço nada direito", "desenhar é chato", "tem que ter o dom". Ao perguntar quem disse que eles não sabiam desenhar, a resposta foi um tanto decepcionante: "minha professora!". Crianças que, por diversos motivos ou não tinham família ou não podiam conviver com suas famílias, estavam fadados à exclusão social e ao cerceamento de suas potencialidades pela própria escola, vivendo praticamente presas nas casas de acolhimento. Numa situação de total opressão a alternativa organizada por eles era a autogestão e a solidariedade. Sempre juntos, cuidavam uns dos outros. Eram vigiados pelos tutores para que não fugissem e para que outras pessoas não interagissem com eles, nem mesmo seus familiares.

Peguei alguns pedaços de carvão e questionei a eles o que era desenhar? Colocando sobre a mesa um pedaço de papel pardo e entregando para cada criança um pedaço de carvão, pedi que cada um seguisse o que eu iria fazer. E como forma de demonstrar o que era desenhar, da maneira mais simples, inconsequente, despreziosa, ergui o pedaço de carvão, virando de costas para a mesa, olhando para o lado oposto, comecei a riscar aleatoriamente sobre a folha, mostrando que desenhar era isso, o rastro deixado pelo movimento, como vários desenhistas faziam com lápis, caneta, naquim, pincel, como Picasso fez com a luz. Não

⁶⁴ No qual ocupo o cargo de administrador público e coordeno atualmente a Coordenadoria de Atividades Culturais - COAC, ligada a Diretoria de Pesquisa e Extensão – DIRPEX, integrando o Núcleo de Economia Solidária – NESol.

necessariamente era preciso ter uma forma, mas que no transcorrer dessa aventura de descobertas do próprio desenho, estas formas surgiriam conforme à necessidade de se expressar de cada um, com objetos, ambientes, coisas do imaginário ou de suas histórias.

Freneticamente, livres de qualquer padrão estético que ainda persiste da arte clássica, cujo Leonardo Da Vinci, em seus estudos de caricatura, há mais de 500 anos já havia rompido (PASSOS, 2013, p.16). Assim as crianças passaram a ocupar e riscar toda a folha e preenchendo todos os espaços possíveis. Ao finalizarem o exercício, busquei no livro "501 artistas", de Stephen Farthing, referência de traços simples, que possuíam alguma identidade como o grafite, arte de rua a qual eles tanto admiravam por identidade com o *hip hop*. Então apresentei o trabalho do artista Keith Haring, que atraído pela cena alternativa de Nova York, amigo de Kenny Scharf e Jean-Michel Basquiat, passou a desenhar nas estações de metrô com giz branco nos espaços pretos reservados para publicidade, desenvolvendo um estilo próprio de desenhos bem simples.

Ao distribuir algumas canetas Posca de tinta branca, começaram a produzir desenhos próprios sob o papel que haviam desenhado anteriormente, inspirados pelos desenhos de Keith Haring. Alguns foram se soltando e solicitando mais papel para realizarem seus próprios desenhos. O que no princípio era um ambiente agitado, com crianças impacientes, estando em um lugar por obrigação, foi se transformando em um lugar silencioso de concentração, com uma música ao fundo, sendo ocasionalmente realizadas algumas observações sobre o próprio desenho ou histórias sobre suas vidas.

Ao fim foi servido lanche e puderam brincar juntao algumas árvores no estacionamento.

Figura 32: OFICINA DE DESENHO PARA CRIANÇAS DAS CASAS LARES



Foto: Wagner Valente dos Passos, 2016.

Na tarde do dia 16 de outubro de 2016 o Câmpus Pelotas do IFSul - Instituto Federal de Tecnologia Sul-rio-grandense foi ocupado por mais de 150 alunos que manifestavam-se contra o golpe de Estado e as reformas do governo de Michel Temer, empossado interinamente em 13 de maio de 2016 como presidente do Brasil após instaurado o pedido de *impeachment* da presidenta Dilma Rouseff.

Várias eram as escolas ocupadas em todo o país, principalmente no estado do Paraná, onde ocorreram fortes ações de intervenção por parte da polícia e resistência dos estudantes secundaristas, os quais, sem apoio político, articulavam-se entre si e entre estudantes de todo o país, com mais de mil instituições de educação ocupadas em todo o Brasil.

Sofrendo forte oposição dos movimentos de direita e extrema-direita na cidade de Pelotas, por redes sociais e pessoalmente, incluindo alguns servidores e estudantes da própria escola, com ameaça de tiro, bombas e invasão por integrantes do MBL –Movimento Brasil Livre, os estudantes do IFSul promoveram um processo de organização e revezamento de alimentação, limpeza e vigília, zelando pela escola e diminuindo a possibilidade de qualquer depredação por parte de quem era contrário ao movimento.

Neste processo, os estudantes organizaram diversas oficinas e dinâmicas que debatiam sobre as questões políticas e sociais do país, desde as reformas propostas pelo governo Temer, como também o machismo, o movimento feminista, ações de literatura, Educação Ambiental, e reflexões sobre a construção de uma outra educação e um outro mundo por meio de relações mais humanas, democráticas e solidárias.

Integrando estas ações recebi o convite para realizar uma oficina de história em quadrinhos que pudesse ajudar os estudantes a contar a história na qual estavam fazendo parte.

Assim, organizei na mesma dinâmica das oficinas anteriores, uma série de atividades em etapas que contemplariam todo o processo de produção, desde a história das histórias em quadrinhos, apresentando referências, artistas, editoração e até a sua publicação, usando o mínimo de tecnologia e de forma totalmente independente.

Havia um diferencial neste grupo, a maioria dos jovens que integravam a ocupação possuía um aprofundamento cultural, crítico e político que os qualificava e identificava com as demandas da educação e da sociedade, sendo apresentado por eles um debate aprofundado sobre tais questões.

A oficina iniciou-se às 21h do dia 21 de outubro de 2016, na sede do CTG Carreiros do Sul, no IFSul Câmpus Pelotas. Contando com mais de 50 estudantes, o trabalho foi se desenvolvendo a partir da apresentação de livros e histórias em quadrinhos de registro do

cotidiano ou de denúncia de injustiças sociais, comentando a história e deixando que manuseassem as publicações. Ao chegarmos na parte prática da oficina e elaboração de um roteiro, os estudantes decidiram que contariam por meio dos quadrinhos os motivos da ocupação e fariam dessa história uma forma de se comunicarem com as pessoas que estavam do lado de fora da escola para que entendessem os motivos pelos quais ali estavam.

Os questionamentos levantados e sintetizados pelos estudantes em forma de perguntas foram: "Por que estamos ocupando?", "Por que a ocupação é legítima?", "Por que há pessoas contra a ocupação?", e "O que queremos?". A oficina foi encerrada às 5h da manhã do dia 22 de outubro de 2016. A história em quadrinhos intitulada "#OCUPAIFSUL" teve 105 compartilhamentos na *internet*, além de ter sido publicada no jornal do Sindicato Nacional dos Servidores Federais da Educação Básica, Profissional e Tecnológica - SINASEFE, com mais de mil cópias distribuídas nas manifestações nos dias 11 e 25 de novembro de 2016.

Figura 33: HISTÓRIA EM QUADRINHOS DA OFICINA DE REVOLUÇÃO ESTÉTICA

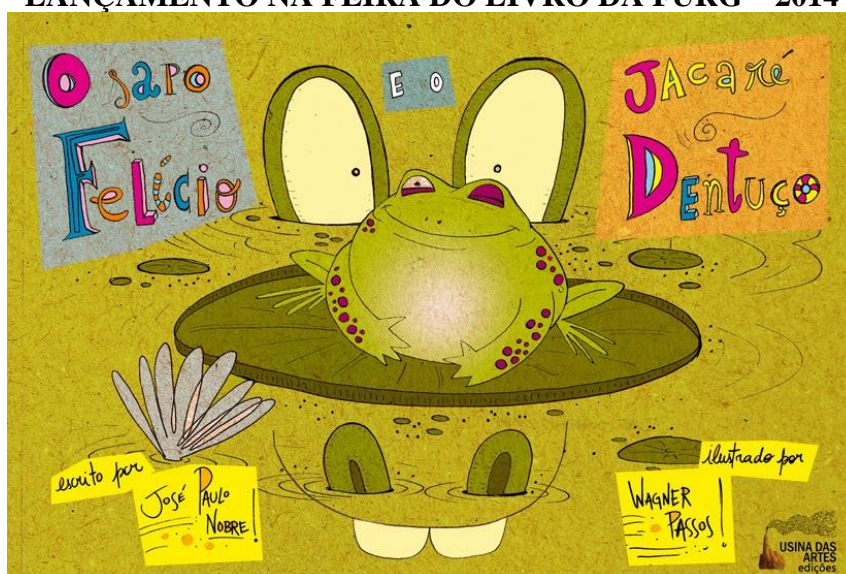


FONTE: Estudantes do movimento #OCUPAIFSUL, 2016.

Todas estas ações artísticas e de publicação independente, não seriam possíveis se não fosse desenvolvido um processo pensando em todas as etapas de produção e de distribuição. Assim, criamos o coletivo Usina das Artes, cuja primeira publicação foi realizada em 2014

com o livro infantil escrito pelo poeta José Paulo Nobre e ilustrado por mim intitulado "O Sapo Felício e o Jacaré Dentuço", que apresenta a vida dos dois personagens que no princípio não são amigos até serem ameaçados com a chegada de um caçador. A história é ambientada na Reserva Ecológica do Taim e desenvolve também o tema da cooperação, solidariedade e amizade.

Figura 34: CAPA DO LIVRO “O SAPO FELÍCIO E O JACARÉ DENTUÇO” E LANÇAMENTO NA FEIRA DO LIVRO DA FURG – 2014



FONTE: Acervo pessoal do pesquisador Wagner Valente dos Passos, 2014.

Outras publicações foram produzidas em processo totalmente artesanal, com impressão caseira e capas únicas produzidas na técnica de *stencil*. Histórias reais ou ambientadas em lugares que de fato existem, entre elas destacando-se "Eclipse: os 50 anos do

lançamento dos foguetes da NASA na Praia do Cassino", que traz a lembrança do meu pai quando criança, ao visitar a base de lançamento dos foguetes do "Projeto Eclipse", em 1966, realizado pelo governo dos Estados Unidos e do Brasil, para experimento bélico e meteorológico, sendo publicada na íntegra no caderno especial DOC do jornal Zero Hora no dia 22 de Novembro de 2016, quando tal momento completava 50 anos. A edição teve aproximadamente 200 mil cópias distribuídas.

Figura 35: HISTÓRIA EM QUADRINHOS “ECLIPSE” E REPORTAGEM



Elaboração: Wagner Valente dos Passos e Ivonei Peraça dos Passos, 2015.

FONTE: Jornal Zero Hora, 22 de jun. 2016.

Em 2017 a Usina das Artes lança o livro "O Barão Estopinha", que conta a história de um cachorro adotado pela minha família, com objetivo de incentivar outras pessoas a adoção ao invés de comprarem animais de estimação. E em 2018 o livro "A Noiva da Capilha", uma história que se passa também no Taim contando por meio da ficção um pouco da memória de um dos povoados mais antigos do Rio Grande do Sul.

Figura 36: PUBLICAÇÕES ARTESANAIS DA USINA DAS ARTES



FONTE: Wagner Valente dos Passos, 2018.

Por quatro anos consecutivos (2015, 2016, 2017 e 2018) a Usina das Artes apresentou na Feira do Livro da FURG uma banca exclusiva com publicações independentes, com mais de 2 mil livros vendidos neste período, destacando a obra de autores e artistas de Rio Grande e Pelotas.

Figura 37: ARTISTAS RIO-GRANDINOS NA BANCA DA USINA DAS ARTES



FONTE: Acervo pessoal do pesquisador Wagner Valente dos Passos, 2018.
Com os artistas Marcelo Calheiros, Andréia Pires, Lóri Nelson, Bruno Lamas e Sandro Mendes

Ao longo da minha trajetória foram mais de 25 publicações entre jornais, revistas, *fanzines*, livros infantis, coletâneas e histórias em quadrinhos. O quanto esta produção impactou nas questões ambientais e sociais é difícil de mensurar. A oportunidade de distribuir estas produções diretamente ao público na banca da Usina das Artes nos permite perceber que a maior parte das pessoas que adquirem nossas publicações não eram leitores convencionais de histórias em quadrinhos, mas pessoas que se sentem atraídas por conhecerem o trabalho dos autores locais, as histórias da região e por estarem tendo contato direto com o autor. Pessoas que resgatam suas memórias, fragmentos de suas histórias, dos lugares onde vivem, refletidos e reproduzidos em textos e desenhos, segurando em suas mãos uma obra diferente de qualquer outra, que diz muito sobre elas mesmas e suas próprias vidas.

A revolução estética tem por objetivo esta quebra da homogeneização e das crenças da estética burguesa padronizada. O que a maioria das pessoas pensa ser possível somente por meio de uma grande editora, caindo às vezes no engodo de editoras que cobram a produção e vendem para o próprio autor para publicar seus livros, fazemos e mostramos de forma totalmente artesanal, ensinando como qualquer pessoa, dominando algumas ferramentas, pode produzir de uma maneira bastante simples, criativa e artística, sua publicação e distribuí-la para seus amigos, vizinhos e, em eventos como as feiras de publicação independente e feiras do livro, para outras pessoas que se interessam por outras histórias que não as dos *best sellers* ou dos autores já consagrados do mercado editorial.

Este é o processo que desenvolvemos ao longo de quase 20 anos, somando informações e técnicas que nos ajudam a compartilhar nossos desenhos, ideias e histórias, e que agora podemos ensinar como fazer. Assim transformamos aquela frustração de se ver impossibilitado de publicar um livro por não ter dinheiro para pagar para a editora ou por não ter acesso as editoras grandes ou por não produzir na linha editorial homogeneizada que o mercado quer, ou por não sermos um *youtuber* ou *digital influencer* que pagou pelos seguidores para garantir a venda para a editora, em força de vontade para aprender e transformar, fazendo, compartilhando e recebendo o reconhecimento a vista, no ato, pelo próprio leitor. A autoprodução, o conceito de “faça você mesmo”, é associado à cultura e aos *fanzines* do *punk*, as cenas musicais de rock e as estações de rádio pirata. Atualmente a agricultura orgânica urbana, os clubes de troca e bancos do tempo e os grupos de economia solidária são os que mais desenvolvem a autonomia, a solidariedade e emancipação, ou seja, as ações de oposição à ideologia capitalista já existem e se desenvolvem a partir da disposição de algumas pessoas e coletivos que vislumbram alternativas e possibilidades que não aquelas impostas e instituídas pelo mercado.

Logo, a Educação Ambiental possui em outros espaços de luta e de construção da sociedade, uma série de exemplos e possibilidades que já encontram-se consolidados e promovendo processos de transformação. Associar-se a estas ações, aos movimentos sociais, além de realizar uma autocrítica em busca da ética na área, é possível, a partir de uma Educação Ambiental para a justiça ambiental, construindo um despertar, um inspirar de possibilidades, para além dos limites do capitalismo, para uma sociedade de pessoas diversas, livres e felizes.

Figura 38: FAMÍLIA



FONTE: Acervo pessoal do pesquisador Wagner Valente dos Passos, 118.
Com Ivonei Peraça dos Passos, Célia Regina Valente dos Passos, Fernanda dos Passos, Alexia dos Passos,
Sirlei dos Passos, Marilaine dos Passos e Estopinha.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta desta pesquisa nasceu por diversos estímulos que necessitavam serem debatidos como tentativa de resgatar e inspirar educadores ambientais para os princípios de transformação, emancipação e autonomia tanto enunciados por Paulo Freire (1998), para um mundo social e ambientalmente solidário e responsável.

A tese de que existe uma estética do capitalismo, apontando para uma estética burguesa padronizada voltada à criação do fetichismo, da alienação e da manutenção da ideologia capitalista, sendo esta um dos principais obstáculos da Educação Ambiental, estando inclusive dentro das propostas ditas transformadoras, emancipadoras e críticas, foi definida pelas reflexões de diversos autores apresentados, mas principalmente, pelas informações trabalhadas tanto, no objetivo principal de identificar a existência de uma estética capitalista, seus aspectos fundamentais e como a mesma é produzida, mas também com o trabalho realizado junto aos dispositivos estéticos da Petrobras e da Vale, assim como a análise da produção do Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental da Universidade Federal do Rio Grande, PPGEA – FURG sobre estética. Os objetivos específicos também foram contemplados, possibilitando ampliar a visão e reforçando os conceitos e conclusões apresentadas.

Sobre a estética burguesa padronizada é possível afirmar que os neoliberais – em sua nova razão do mundo – por meio de seu discurso, buscam produzir maneiras de conduzir os indivíduos, suas condutas e ações, com formas de agir em conformidade ao sistema empresarial e concorrencial que fundamenta seu sistema e civilização. Destacando-se o aspecto principal que é o indivíduo individualmente responsável pela transformação do mundo, sendo necessário o individualismo, a competição e as empresas como provedoras da vida.

Com relação à Educação Ambiental da Vale e da Petrobras é possível constatar que a mesma utiliza-se dos aspectos da estética burguesa padronizada e preocupa-se em transformar, em verdade, a boa imagem das empresas, buscando melhorar sua aceitação, credibilidade e a percepção de responsabilidade ambiental pelas pessoas, sendo estas as responsabilizadas, pelos seus hábitos e cultura, pelas injustiças e degradação da natureza. Educadores ambientais e artistas permitem-se a esta cooptação por enxergarem uma possibilidade de transformação e de, a partir do individualismo, de satisfação de suas necessidades de subsistência e de vida, contribuindo para limpar a imagem de tais empresas,

transformando-as, na percepção de quem recebe tal educação, em entidades de beneficência e mantenedoras da arte e de transformação social.

Sobre a produção do PPGEA – FURG e o tema estética foi possível perceber que tais trabalhos encontram-se muito mais a fim as perspectivas dominantes e, portanto, mantendo a sustentabilidade do capitalismo, do que ao contrário. Além da busca pela imparcialidade e acriticidade, destacando-se uma quantidade considerável de trabalhos com foco no indivíduo do próprio pesquisador, reforçando a ideia do neoliberalismo que induz ao individualismo. O Estado e as empresas deixam de serem criticados, apresentando a sociedade e as pessoas como reais culpadas pela degradação e injustiças ambientais. Foram constatados que 10 trabalhos críticos ao sistema nos possibilitam também afirmar a resistência no campo da Educação Ambiental, por parte desses pesquisadores e contra a produção anterior criticada e isso poderia ser um ponto de partida na construção de outra organização da sociedade, de outra estética que rompa com a “partilha do sensível” (RANCIÈRE, 2002, 2009; 2013), para uma Educação Ambiental para a justiça ambiental.

Com relação à Revolução Estética é apresentada uma proposta a partir das histórias em quadrinhos e das publicações independentes, primando pela realização de trabalhos que significam o lugar onde se vive, sua história e sua realidade, buscando a quebra da lógica do mercado e seus fluxos de distribuição, para que o próprio artista interaja diretamente e incentive o receptor de sua arte para realizar suas reflexões e também a sua produção.

Foi possível constatar que a resistência a Educação Ambiental não só por parte da sociedade, mas por parte de alguns educadores ambientais, para a construção de outra organização da sociedade que traga benefícios coletivos e para a natureza, ocorre pelo medo de abrir mão de uma estabilidade adquirida e criada pela estética burguesa padronizada, assumindo uma responsabilidade de mudança que exige do próprio proponente trabalho e exemplo. As construções de alternativas ao capitalismo só acontecem por utopia e, conseqüentemente, persistência de alguns. Ideias de esquerda muitas vezes fazem parte apenas do discurso, que representa mais do que a prática, satisfazendo os anseios de determinado segmento da população, mas reforçando a estrutura hegemônica e o objetivo individual de ascensão social.

O dinheiro como síntese da força de trabalho é o dispositivo criado para realizar o fracionamento da troca desta força de trabalho. O lucro obtido com a venda de mercadorias, a desapropriação dos recursos do estado por meio da corrupção e a conseqüente acumulação do capital, gera um simbolismo convencionado de poder, que por sua vez, possibilita níveis de

poderes menores àqueles que são os intermediários e que controlam a produção de produtos e serviços diversos ou específicos, tendo seu valor variando conforme sua raridade.

Os produtos, serviços e ideais oferecidos para a massa são fomentadores desse acúmulo. Os tensionamentos políticos mundiais entre grupos econômicos fazem parte da disputa pelo poder simbólico, tendo como moeda de troca a possibilidade de guerras e o medo constante de destruição.

A estética burguesa padronizada se repete em diversas culturas, criando outras crenças e visões de mundo também condicionadas a partir dos limites culturais que são impostos. O sistema capitalista além de oprimir por meio das disfunções do Estado utiliza processos de persuasão e como combustível do crescimento econômico o consumo, baseado na ilusão da ascensão social como democracia e liberdade, prometendo felicidade, porém fomentando a contínua competição, sofrimento e insatisfação das massas.

Neste sentido, somos reféns da estética burguesa padronizada. Apesar da diversidade cultural, da diversidade genética e geográfica, a diferença está no aporte social que, ao longo do tempo os Estados disponibilizaram para suas populações conforme se rebelavam e exigiam melhorias. Para evitar este mesmo aumento de custo em países em desenvolvimento o Estado passou a minar instituições sindicais e associações representativas da classe trabalhadora, assim como criando dispositivos de entretenimento que, além de disseminarem a estética burguesa padronizada, produzissem a dispersão social para a coletividade e cooperação a partir do comodismo.

Perante este cenário de controle social e condicionamento a função da Educação Ambiental, a partir da Educação Ambiental crítica e para a justiça ambiental, passa a se questionar que parâmetros transformadores são estes que a Educação Ambiental busca levar, se eles respeitam a diversidade humana e as diferentes relações do ser humano em sua sociedade e natureza, ou se tentam impor a estética burguesa padronizada e culpar as pessoas com vestimenta de “ambientalmente responsável”.

Todo processo de educação, por mais diversificado e por mais que se baseie em diferentes vertentes das teorias sociais e políticas, pressupõe-se que seu objetivo seja contribuir para a formação de cidadãos para uma sociedade justa, na qual as pessoas tenham a oportunidade de se descobrir e desenvolver suas potencialidades. Possam crescer, viver, amar e desfrutar da vida em um ambiente de paz, alegria, saúde e felicidade, de respeito ao outro e à natureza. No momento que este processo aponta para a competitividade, mercadorização das pessoas, suas falhas e faltas refletidas no excesso de violência, desesperança, desemprego, colapsando a sociedade, mostra que a educação está na verdade treinando pessoas para

atuarem e promoverem um ambiente hostil, uma guerra chamada sociedade, na qual, no discurso neoliberal do empreendedorismo, o indivíduo, em seu individualismo, cada um por si, deve lutar e vencer.

Paulo Freire não reforça a dicotomia de opressor x oprimido partindo de uma pedagogia do oprimido em contraponto a pedagogia do opressor, mas parte do ponto em que se vive o problema e as injustiças para fazer uma construção do que chamou de pedagogia do oprimido para assim chegar à pedagogia da esperança, à pedagogia da autonomia e à pedagogia da indignação, que se contrapõe a educação aceita e praticada por muitos educadores que estudaram Freire e que não se disponibilizam a colocar em prática e não subvertem a própria educação, por medo, ou por não acreditarem, de fato, na educação como processo de libertação e transformação. Logo, uma educação transformadora começa com a transformação de seus educadores.

O embate epistemológico dentro da Educação Ambiental torna-se também um problema, pois debates realmente importantes e comum a todos, que deveriam acontecer dentro e com outras áreas, são deixados de lado para se reforçar as diferenças teóricas, criando guetos e clubes que disputam entre si posições de destaque acadêmico e poder político, contribuindo para o fortalecimento da ideologia capitalista e seus impactos. O reflexo disso é a redução da Educação Ambiental como instrumento de gestão ambiental, sem desenvolver na prática toda a sua potência que tanto se faz questão de incluir nos discursos, ficando sempre como uma promessa.

O debate epistemológico é superficial perante a definição sobre o que é Educação Ambiental e qual é ou deveria ser, o seu objetivo. Porque todas as vertentes satisfazem cada qual, uma das diversas demandas não satisfeitas pela educação, mas deixam juntas de contribuir para um debate maior, que seria a crítica ao capitalismo e a educação, reconhecendo que a escola é apenas um - e o de menor influência, dos aparelhos ideológicos de controle social junto com a mídia e a religião, exatamente o que se pretende mostrar com esta pesquisa e identificação da estética burguesa padronizada, que reproduz e institui ideias, discursos e formas de comportamento que a grande maioria das pessoas seguem como normal e natural.

E assim enfraquecemos cada vez mais as relações sociais, cooperativas, solidárias, coletivos, partidos políticos, sindicatos, escolas e universidades públicas, em prol de uma sociedade competitividade, individualista e corrupta, baseada no consumo, condicionada as demandas do mercado e violenta. Resultando em uma educação que vai além de bancária, mas empreendedora, que transcende as paredes e os muros da escola e que tem por objetivo

fazer com que todos pensem como empresa, não para que todos se tornem uma empresa, mas sejam submissos e aceitem as empresas e todas as suas hipocrisias e injustiças sociais como necessárias e promotoras da vida, obviamente, para alguns poucos. A vida transformada em um grande teatro grego onde quem consegue enganar melhor, persuadir, torna-se vencedor.

Em vários textos e trabalhos em Educação Ambiental é recorrente o argumento de que o ser humano necessita se reconectar com sua própria humanidade. Porém, em que momento essa humanidade foi perdida? Em que período de nossa evolução o ser humano foi perfeito, viveu em solidariedade plena e em harmonia e equilíbrio com a natureza? Se isso de fato aconteceu, certamente ocorreu em pequenos grupos em ilhas bastante distante de outras aldeias e etnias. Há um romantismo dentro da Educação Ambiental perante o ser humano do passado, uma romantização do indígena como o ser humano ideal. Basta buscar na história, na antropologia e na arqueologia para sabermos que a vida do ser humano sempre foi de muita dificuldade, doenças e sobrevivência perante a diversidade de predadores, além das guerras.

É bem provável que este ser humano ideal nunca tenha existido, e ao mesmo tempo, exista a todo momento no imaginário e no desejo coletivo. A linearidade da história humana é quebrada ao percebermos que **na criança vive o ser humano ideal**, o qual se busca a todo momento nas pesquisas e nas nossas lutas diárias para sermos pessoas melhores. A inocência, a honestidade, o encantamento, a alegria, o prazer, o brincar, o interagir com a natureza, o descobrir, a busca pelo conhecimento, sem preocupações com saúde e trabalho, que cada um viveu em nossas infâncias, nos fazendo buscar o elo perdido, um ser humano que não existe mais, que foi contaminado pela sociedade, pela estética burguesa padronizada, pelo capitalismo, que viveu e promoveu injustiças e deseja regressar.

Ao se pensar na reconexão do ser humano com sua humanidade, na verdade está se buscando uma plenitude e simplicidade que cada um em algum momento experimentou. Sabendo disso percebe-se que esta utopia não é tão distante e não é um processo histórico, mas um processo comportamental de percepções de si mesmo e das suas capacidades de se permitir ao encantamento e satisfação com a vida a partir de parâmetros não econômicos, mas reaprendendo outros valores que permitem confiança, segurança, satisfação e o entendimento de que passamos a vida toda em um movimento de educação e de coletividade. São aprendizados diferentes, que com a força e os venenos comportamentais, estigmatizamos o ser humano ideal como sendo o adulto e jovem, seguindo preceitos estéticos do capitalismo de belo, de força e poder.

O ser humano ideal seria aquele que acumulou experiências e mantém em sua velhice o vigor, a saúde e sua juventude. Em condições de continuar explorando novas experiências e

prazeres. Uma situação difícil de existir e que vai contrário à natureza do ciclo de qualquer ser vivo, que é nascer, crescer, viver e morrer. Não há uma linearidade, pois o movimento circular se torna uma espiral a partir da progressão e do entendimento de que na continuidade de nossas vidas estão nossos filhos, as gerações futuras e nossa arte, que continuam os processos de transformação e de constante tentativa de melhoria, tendo em nossa história os diversos conflitos: indivíduos e sociedade; solidariedade e concentração de poder; liberdade e controle social; mantidos ao longo dos séculos e dos impérios, como uma tentativa de alguns em subverter a lógica da vida, criando diversas formas de escravizar e de se tornar escravo da própria insatisfação de não se permitir a contemplação do tempo e o fim de seu ciclo.

Ao contrário, alienamos nossas vidas perante um sistema e pessoas, delegamos àqueles que elegemos nossos superiores, nosso destino porque não nos sentimos capazes de, em comunhão entre nós mesmos, construir. De fato, não acreditamos na democracia. Permitimos que pessoas, por seu poder de persuasão, nos controlem e isso acontece por total falta de fé nas nossas próprias potencialidades e nas pessoas ao nosso redor. Assim como não se consegue conceber Deus como uma energia que está em tudo e em todos, em toda a parte para além do tempo, não aceitamos o poder da força coletiva, talvez por esse desejo de retornar a infância e ser mais cômoda a dependência que a autonomia. Na falta de um pai ou uma mãe para nos fornecer carinho, colo e comida, elegemos políticos, empresários e celebridades, um herói. Fora desta lógica, temos dificuldades de atuar, porque em nenhum momento somos educados ao trabalho coletivo e democrático. Premia-se sempre o melhor aluno da classe, mas nunca os que evoluíram e superaram a si mesmos ou uma atividade coletiva e solidária, na qual a turma construiu algo que, individualmente, não conseguiriam. Tais crenças são envolvidas por elementos e padrões estéticos sensíveis, que influenciam diretamente em nosso sentir. Uma série de inverdades verdadeiras e de verdades inverídicas que se somam, se costuram e formam o que somos.

Logo, estar insatisfeito é o combustível para a indignação, o que não pode ser sinônimo de infelicidade e insucesso. Pelo contrário, é necessário perceber-se, sentir-se desperto, sentir-se forte, sentir-se parte de um contexto, **de uma coletividade**, sentir prazer no reconhecimento de seu trabalho social, para ser parte de uma luta que é de todos. E assim, sentir-se importante contribuindo para algo maior, em benefício de todos para que seja justo, ético, solidário e realmente democrático.

É importante refletir uma Educação Ambiental para transformação a partir da percepção de que a mesma é influenciada por um sistema impositivo, persuasivo e corrupto. Esta é a estética burguesa padronizada, que limita nos controla a partir de ações diretas nas

estruturas sociais de obrigação do Estado e na ideia de que as empresas e os grandes empresários são os provedores da vida. Ao saber que o ser humano não se constitui sozinho, nem mesmo se desenvolve se não houver outro ser humano que o alimente e o oriente, qualquer ação de transformação necessita contemplar o coletivo e apontar formas de como o indivíduo oferece o seu melhor ao coletivo e de como o coletivo proporciona o seu melhor ao indivíduo, a fim de não estarmos na verdade fomentando uma fragmentação social por meio do individualismo ou agindo para o controle social por meio da homogeneização e padronização dos indivíduos, mas sim aceitando que não somos um nem o outro, mas nos constituímos de ambos, de sociedade e indivíduo.

Para qualquer processo de Educação Ambiental é necessário ver que a transformação só acontecerá por um processo de percepção e libertação desses meios de persuasão, de condicionamento e controle social, que agem no pensamento coletivo por meio de incentivo da competitividade, do indivíduo não para a coletividade, mas para o individualismo.

Na estética burguesa padronizada pensa-se que existem três esferas separadas, apesar de uma conter a outra, sendo o indivíduo o núcleo; a coletividade ou sociedade tudo o que envolve este núcleo e envolvendo esta sociedade um sistema - o mercado, que é controlado e gerenciado por poucas pessoas, mas nos é passada a ideia de que nós somos o mercado. Pensando o todo a partir de um único indivíduo, temos a impressão de que as esferas que movem o sistema são maciças e pouco mutáveis. Mas esta é a imagem que quem controla o sistema quer que tenhamos, para que as poucas e as mesmas pessoas continuem a controlá-lo. No entanto, esta relação indivíduo, sociedade e sistema está em constante transformação, imperceptível devido a homogeneização, mas inclusive nela efetuando mudanças.

Logo, os processos de conscientização da Educação Ambiental sobre comunidades que sofrem injustiças sociais e ambientais, não devem ser de conscientizar de que são culpados por algo, isso anula o poder coletivo, pelo contrário, deve-se conscientizar para despertar esse poder coletivo e democrático que existe adormecido dentro da alienação e da falta de oportunidades a que são submetidos. A conscientização da culpa deve ser sobre os indivíduos que controlam o sistema, ou seja, grandes empresários, agentes financeiros, que influenciam diretamente seus gerentes nas camadas do executivo, legislativo e judiciário do Estado. A eles que devem ser cobradas atitudes pela Educação Ambiental, já que são eles os responsáveis.

Este despertar da coletividade para a solidariedade e justiça ambiental é uma das principais fissuras do sistema, pois ao direcionar suas ações para o individualismo, abre espaço, como resíduo, a articulação coletiva e natural de uma espécie que só sobreviveu por

se organizar solidariamente em sociedade. Este é o ponto e o espaço aberto que podem ser articuladas com espaços para ética, segurança, construção social e recuperação da natureza. Pois onde a liberdade existe, com respeito e ética coletiva, os instrumentos de controle social pouco influenciam, pois deixam de agir sobre o indivíduo e não possuem força para conter o poder da coletividade.

É nestas fissuras que são propostas ações de microintervenções com objetivo de despertar, questionar e transformar o sujeito individualmente para o todo, de que, de fato, ele nunca está sozinho, pensando na lógica que a coletividade não existe sem os indivíduos e suas individualidades, em um movimento contínuo de trocas e conexões, entendendo que um integra a parte de um todo, que integra outra parte de um todo muito maior.

Para ser efetiva e conseguir construir uma nova realidade, diferente desta condicionada pelos financiadores do capitalismo, a Educação Ambiental deve produzir práticas vivas por quem se propõe a transformação, ou seja, o educador ambiental deve ser exemplo vivo de seu discurso, ser coerente, ser ele resultado efetivo de sua prática, ser transformador de seu próprio indivíduo e do lugar onde mora. Seu corpo e sua casa devem ser seus primeiros ambientes e espaços de transformação do mundo, buscando real qualidade de vida para o ser humano e aceitando os avanços tecnológicos que a humanidade já promoveu e formas ambientalmente responsáveis.

O educador ambiental, ao propor ações de Educação Ambiental, deve compor neste trabalho todas as viabilidades individuais, coletivas, naturais, espirituais e econômicas. Ações de agroecologia, produção artesanal, hortas urbanas, revitalização de praças públicas, produções artísticas, culturais, sabendo que para isso é necessário trabalho, aprendendo e entendendo nossos medos, dores, impulsos, conflitos e diferenças. Logo, partilhamos e construímos.

E como se faz isso? Como se muda ideologicamente uma sociedade? **Produzindo instrumentos ideológicos que se contrapõem a ideologia vigente** a partir da tentativa de debater ou mesmo satisfazer demandas individuais e coletivas que os atuais negligenciam, por falsa moral, por controle social e centralização dos meios de produção destes produtos ideológicos, para que não se permita o compartilhamento e propagação de outras ideias que não as vigentes.

Creia-se que o ser humano desperto é aquele que descobrindo sua potência criativa e criadora, sua necessidade de vida em sociedade e também da necessidade de manutenção da vida natural no planeta, não aceita individualmente e coletivamente, imposições de um

sistema controlado por alguns poucos que, por interesse próprio, não satisfazem as demandas individuais e coletivas, nem as demandas de vida e da natureza.

Para alcançar esta percepção a Educação Ambiental deve conscientizar-se de que no indivíduo desperto mora o coletivo desperto, organizando e planejando ações individuais e coletivas sempre pensando nestes aspectos. Assumindo assim as responsabilidades coletivas e refundando eticamente as instâncias políticas e sociais de relações entre indivíduos, como os sindicatos e partidos políticos, para ação não apenas como força instituinte, mas como espaços informais já instituídos que necessitam serem percebidos.

Para isso é preciso que a Educação Ambiental lute e seja exemplo da refundação da ética para torna-la um princípio real, fazendo parte do contrato social sob o qual todos nós vivemos. Estando o Estado consumido por processos de corrupção legalizados, por que continuamos elegendo políticos corruptos? O objetivo de uma revolução estética para a Educação Ambiental é o de despertar esta reflexão da busca pela ética nos processos de persuasão e construir outras referências diversas que não sejam hegemônicas e nem para controle social.

Se os prazeres do capitalismo se mostram mais intensos, mais fortes, que os prazeres e benefícios de uma sociedade voltada para a coletividade, ao perceber que há mais bônus pelo caminho da coletividade muito maior do que o apresentado pelo empreendedorismo, seu individualismo e pela estética burguesa padronizada, a sociedade se encaminhará na organização deste novo mundo. O segredo está em despertar essa percepção que o ser humano, em todos os aspectos de sua vida, individual, social, espiritual, vive. Revelar e resignificar os prazeres.

Afirmar a diversidade e a potência do existir e das múltiplas ideias e possibilidades que cada pessoa possui é essencial para que se permita que as pessoas tenham acesso à vida que merecem e que criem, individualmente e coletivamente, tais condições.

Em seu livro “La Revolución Estética em La Educación” (2004), Pablo René Estévez nos propõe que o processo artístico deva seguir três objetivos fundamentais buscados por José Martí, que são: informar, descolonizar e educar.

Dentro de este contexto (hoy potenciado por la política hegemónica de corte neoliberal) se comprende que la más perentoria tarea encaminada a la formación cultural integral de los jóvenes, tiene que estar orientada al cultivo de un sentimiento de independencia económica, social, política, técnica y cultural, que permita el necesario distanciamiento para el desarrollo de una consciencia de mismidad. Sólo a partir de ahí será posible avanzar e ir al

reencuentro con nuestra identidad mayor: el ser latino-americano. (ESTÉVEZ, 2004, p. 8).

Estévez nos traz que a revolução estética deve servir de estímulo as capacidades criadoras e suas necessidades de criação. Para ele o desenvolvimento da cultura espiritual é um processo para a construção econômica e social, sendo assim é necessário elevar os indicadores da vida espiritual, do ser e estar percebendo a sua existência no mundo, tendo como energia revolucionária o amor.

A proposta da revolução estética junto a Educação Ambiental, apresenta-se como intervenções sutis que devem fazer, tanto seu produtor, quanto seu espectador, refletirem sobre sua realidade e, como quebra da estética burguesa padronizada, expor o movimento que é produzido de condicionamento do comportamento e da cultura humana, para quebra da lógica consumista e de coisificação da natureza e das pessoas. Neste sentido a revolução estética pretende, a partir de uma infinidade de dispositivos artísticos simples, disponíveis e de baixo custo, a produção de processos e ações que exponha a sensibilidade e faça refletir sobre a vontade de **experienciar outras relações humanas** que potencialize o existir em sua diversidade, e traga equilíbrio a nossas relações sociais, com a vida e a natureza.

Figura 39: PAULO FREIRE



FONTE: Acervo pessoal do pesquisador Wagner Valente dos Passos, 2017.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACSELRAD, Henri; MELLO, Cecília Campelo Amaral; BEZERRA, Gustavo das Neves. **O que é justiça ambiental?** Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

ADORNO, Theodor Ludwig Wiesengrund. Teoria estética. Lisboa: Edições 70, 1982. In: DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo: textos clássicos de estética.** Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2015. p. 355-374.

ALAS 2017. **XXXI Congreso ALAS.** Montevideo: Asociación Latinoamericana de Sociología, 2017.

ALVAREZ, LurimaEstevez. **La educación estético-ambiental en la formación de educadores (as).**2017. 270f. Tese (doutorado em Educação Ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande, Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental, Rio Grande/RS, 2017. Disponível em: <<https://argo.furg.br/?RG001326340>>. Acesso em: 20 de mai. 2016.

ANDRADE, Carlos Frederico de. **Marketing: o que é? quem faz? quais as tendências?** Curitiba: InterSaberes, 2012.

ARISTÓTELES. Poética. Capítulo I ao XII. Ars Poetica Editora, 1981. In: DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo: textos clássicos de estética.** Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2015. p. 29-44.

ARRIAL, Luciana Roso de. **A ética e a estética dos corpos nus: um estudo de caso do naturismo como proposta de educação ambiental.** 2009. 185f. Dissertação (mestrado em Educação Ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande, Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental, Rio Grande/RS, 2009. Disponível em: <<https://argo.furg.br/?RG001326340>>. Acesso em: 20 de mai. 2016.

AUGÉ, Marc. **Por uma antropologia da mobilidade.** Maceió: EDUFAL UNESP. 2010

BADIOU, Alain. **Em busca do real perdido.** Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

BAUMGARTEN, Alexander G. Estética. In: DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo: textos clássicos de estética.** Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013. p. 67 - 88.

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. **Estética da criação verbal.** São Paulo, SP: Martins Fontes, 2011.

BEMFICA, Vera Teresa Sperotto. **A sensibilidade estético-literária potencializando alternativas para a educação ambiental.** 2011. 154f. Dissertação (mestrado em Educação Ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande, Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental, Rio Grande/RS, 2011. Disponível em: <<https://sistemas.furg.br/sistemas/sab/arquivos/bdtd/0000010017.pdf>>. Acesso em: 20 de mai. 2016.

- BENJAMIN, Walter. *Gesammelte Schriften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1991. In: DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo**: textos clássicos de estética. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013. p. 277-314.
- BLACKWELL, Roger D. MINIARD, Paul W. ENGEL, James F. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- BOAL, Augusto. **A estética do oprimido**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.
- BOFF, Leonardo. Podemos ser felizes num mundo infeliz? In.: *Revista Caros Amigos - edição especial nº 85*. São Paulo: Editora Caros Amigos, 2017.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertand Brasil, 2006.
- BRASIL. **Lei nº 6.938**, de 1981: Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências. 1981. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6938.htm>. Acesso em: 20 de jan. 2017.
- BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.
- BRASIL. **LEI Nº 9.795**, DE 27 DE ABRIL DE 1999, sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Brasília, 1999.
- BRASIL. **PROGRAMA NACIONAL DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL – PRONEA**. Lei nº 9.795 de 27 de abril de 1999. Brasília: Ministério do Meio Ambiente e Ministério da Educação, 2003.
- CECEÑA, Ana Esther. Estrategias de construcción de una hegemonía sin límites. En libro: *Hegemonias y emancipaciones en el siglo XXI*. In.: **CLACSO**: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires, Argentina. 2004. p. 224. Disponível em: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cecena2/cecena.rtf>>. Acesso em: 16 de jun. 2018.
- CHINEM, Rivaldo. **Jornalismo de guerrilha**: a imprensa alternativa brasileira da ditadura à internet. São Paulo: Disal, 2004.
- CHOMSKY, Noam. **Segredos, mentiras e a democracia**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1999.
- CHOMSKY, Noam. **Mídia**: propaganda política e manipulação. São Paulo: editora WMF Martins Fontes, 2013.
- CHOMSKY, Noam. **Quem manda no mundo?** São Paulo: Planeta, 2017.
- CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. Editora Ática: São Paulo, 2006.
- COSTA, Leila Salles da. **Mulheres, Educação Ambiental e as lutas por justiça ambiental na Baixada Fluminense (RJ)**. 2017. 141f. Dissertação (mestrado em Educação Ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande – FURG, Programa de Pós-graduação em Educação Ambiental, Rio Grande/RS, 2017. Disponível

em:<<http://www.educacaoambiental.furg.br/index.php/mestrado/disserta%C3%A7%C3%B5es/86-dezessete/1042-leila-salles-da-costa.html>>. Acesso em: 20 de mai. 2016.

DARDOT, Pierre. LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

DELEUZE, Gilles. Qu'est-ce que l'acte de création?. Deux Régimes de Fous: Textes et Entretiens (1975-1995). Org. David Lapujane. Paris: Éditions de Minuit, 2003. p. 291-302. In: DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo**: textos clássicos de estética. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013. p. 387-398.

DIAS, Eugênia Antunes. **Desculpe o transtorno, estamos em obras para melhor servi-lo! A educação ambiental no contexto da apropriação privada da natureza no licenciamento ambiental**. 2014. 254f. Tese (doutorado em Educação Ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande, Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental, Rio Grande/RS, 2014. Disponível em:<<http://www.educacaoambiental.furg.br/index.php/doutorado/teses/72-teses-2014/748-eug%C3%AAnia-antunes-dias.html>>. Acesso em: 20 de mai. 2016.

DORFMAN, Ariel. MATTELART, Armand. **Para ler o Pato Donald**: comunicação de massa e colonialismo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo**: textos clássicos de estética. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013.

EDOM, Fernanda Turnes. **A educação ambiental proposta pela ecologia onírica**: uma releitura do ambiente externo-interno das casas da cidade do Rio Grande sob a perspectiva poética. 2012. 199f. Dissertação (mestrado em Educação Ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande, Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental, Rio Grande/RS, 2012. Disponível em:<<https://argo.furg.br/?RG001326340>>. Acesso em: 20 de mai. 2016.

EISNER, Will. **Quadrinhos e arte sequencial**. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

ESTÉVEZ, Pablo. R. **La revolución estética en la educación**. Ciudad de La Habana: Editorial Pueblo y Educación. 2004

ESTÉVEZ, Pablo. R. **Educar para el bien y la belleza**, Editorial Pueblo y Educación, Cuba, 2011.

FARTHING, Stephen. **501 grandes artistas**. Rio de Janeiro: Sextante, 2009.

FERNANDES, Idilia.; PRATES, Jane Cruz. **Diversidade e estética em Marx e Engels**. Campinas: Papel Social, 2016.

FERNANDES, Idilia; LIPPO, Humberto. A produção social de uma estética padronizada. In: FERNANDES, Idilia. PRATES, Jane Cruz. **Diversidade e estética em Marx e Engels**. Campinas: Papel Social, 2016. p. 23 - 50.

FERNÁNDEZ, Álvaro Javier Castro. **La construcción de la infancia Wayúu víctima en La Guajira (Colombia): el discurso colonial que justifica el extractivismo**. 2017. 151f. Dissertação (mestrado em Educação Ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande – FURG, Programa de Pós-graduação em Educação Ambiental, Rio Grande/RS, 2017. Disponível

em:<<http://www.educacaoambiental.furg.br/index.php/mestrado/disserta%C3%A7%C3%B5es/86-dezessete/1011-alvaro-javier-fernandez-castro.html>>. Acesso em: 20 de mai. 2016.

FLUSSER, Vilém. Nossa embriaguez. In: DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo:** textos clássicos de estética. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013. p. 375 - 384.

FOUCAULT, Michel. **Estética:** literatura e pintura, música e cinema. Rio de Janeiro, RJ: Forense Universitaria, 2006.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido.** 50.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2011.

FREITAS, Verlaine. **Adorno & a arte contemporânea.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed. 2003.

FREUD, Sigmund. O poeta e o fantasiar. Frankfurt/Main: Fischer, 1993. In: DUARTE, Rodrigo. **O belo autônomo:** textos clássicos de estética. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013. p. 265 - 276.

FURG. Projeto Pedagógico Institucional - PPI. Resolução 016/2011 - CONSUN. Rio Grande: FURG, 2011.

GALEANO, Eduardo. **As veias abertas da América Latina.** 25ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GAMBOA, Silvio Sanches. **Projetos de pesquisa, fundamentos lógicos:** a dialética entre perguntas e respostas. Chapecó: Argos, 2013.

GIGLIO, Ernesto Michelangelo. **O comportamento do consumidor.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

GUATTARI, Félix. **As três ecologias.** Campinas: Papirus, 1990.

GRUPO RBS. **Zero Hora.** Publicação impressa. Porto Alegre, 03 de mai. 2018.

GRUPO RBS. [S.I]. Disponível em:<<http://www.gruporbs.com.br/o-grupo-rbs/>>. Acessoem: 16 de jun. 2018.

G1. Barragem se rompe, e enxurrada de lama destrói distrito de Mariana. In. **G1 Minas Gerais** [S>I]. Minas Gerais, 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/minas-gerais/noticia/2015/11/barragem-de-rejeitos-se-rompe-em-distrito-de-mariana.html>>. Acessoem: 25 de Jun. 2018.

HARVEY, David. **El cosmopolitismo y las geografias de la libertad.**Espanha: Ediciones Akal, 2017.

HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich. Cursos de estética. São Paulo: EDUSP, 1999. In: DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo:** textos clássicos de estética. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013. p. 185-202.

HUME, David. Do padrão do gosto. In: Ensaio morais, políticos e literários. Rio de Janeiro: Topbooks, 2004, p.367-396. In: DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo:** textos clássicos de estética. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013. p. 89 - 114.

JIMENEZ, Marc. **O que é estética?**. São Leopoldo: UNISINOS, 1999.

KANT, Immanuel. Crítica da faculdade do juízo. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 1993, p.47-112. In: DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo: textos clássicos de estética**. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013. p. 115-148.

KOTLER, Philip. **Princípios de marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

LAROUSSE, **Dicionário Enciclopédico Ilustrado**. São Paulo: Larousse do Brasil, 2007.

LATOURETTE, Bruno. **Reflexão sobre o culto moderno dos deuses fe(i)tiches**. Bauru: EDUSC, 2002.

LE ROBERTIT, **Dicionário Língua Francesa**. Paris: Sejour, 2008

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LOUREIRO, Carlos Frederico Bernardo. **Trajetórias e fundamentos da educação ambiental**. 3.ed. São Paulo: Cortez, 2009.

MACHADO, Carlos Roberto da Silva.; MORAES, Bruno. Os conflitos como momento de ruptura da hegemonia: Contribuições à sociologia e à educação ambiental a partir de Henri Lefebvre. In.:**Revista NORUS**, UFPel, v. 4, n. 6, 2016. Disponível em: <<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/NORUS/article/view/9246>>. Acesso em: 23 de mai. 2018.

MACHADO, Carlos Roberto da Silva.; MACHADO, Tainara Fernandes. O lobo (o opressor) em pele de cordeiro entre nós (os desiguais e diferentes): Os conflitos em Paulo Freire como contribuição aos processos educativos e produtivos. **REMEA – Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**, [S.I.], p. 60-78, jun. 2017. ISSN 1517-1256. Disponível em: <<https://periodicos.furg.br/remea/article/view/6893>>. Acesso em: 24 mai. 2018.

MACHADO, Carlos Roberto da Silva.;VARELA, Lylieth. El proceso educativo en los/de los conflictos sócio-ambientais: la emergencia de los actores socio ambientales en Uruguay.(2015). In: **Reunión de Antropología del Mercosur (RAM)**. Montevideo. 2015. v. 1. p. 1-18.

MAGDOFF, Fred. FOSTER, John Bellamy. Loquetodoambientalista necesita saber sobre capitalismo. In **Monthly Review**, v. 61. n. 10. 2010 (www.monthlyreview.org/100301magdoff-foster.php#n8)

MAISONNAVE, Flavia Luce. **De imagens e sonhos, uma micro-intervenção de educação ambiental estética onírica no Asylo de Pobres, Rio Grande, RS**.2010. 178f. Dissertação (mestrado em Educação Ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande, Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental, Rio Grande/RS, 2010.Disponível em:<<https://argo.furg.br/?RG001326340>>. Acesso em: 20 de mai. 2016.

MARTINELLI, Maria Lúcia. Prefácio. In: FERNANDES, Idilia. PRATES, Jane Cruz (Orgs.). **Diversidade e estética em Marx e Engels**. Campinas: Papel Social, 2016. p. 13-15.

MARX, Karl. **O capital: crítica da economia política**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

MARX, Karl. Manuscritos econômicos-filosóficos. São Paulo: Boitempo, 2004, p.108-114. In: DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo**: textos clássicos de estética. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013. p.227-240.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2001.

NIETZSCHE, Friedrich Wilhelm. Die geburt der tragödie aus dem geiste der musik. 1878. In: DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo**: textos clássicos de estética. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013. p.241-264.

OLIVEIRA, Sônia André Cava de. **Um estudo sobre música e qualidade de vida na terceira idade, com base em princípios da educação ambiental**. 2013. 175f. Tese (doutorado em Educação Ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande, Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental, Rio Grande/RS, 2013. Disponível em:<<http://repositorio.furg.br/handle/1/6017>>. Acesso em: 20 de mai. 2016.

OLIVEIRA, Cleiton Luiz Freitas de. **No meio do caminho tinha uma escola: Educação Ambiental a partir dos injustiçados ambiental e educacionalmente na duplicação da BR-392 no extremo sul do Brasil**. 2016. 140f. Dissertação (mestrado em Educação Ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande – FURG, Programa de Pós-graduação em Educação Ambiental, Rio Grande/RS, 2016. Disponível em:<<https://sistemas.furg.br/sistemas/sab/arquivos/bdtd/0000011303.pdf>>. Acesso em: 20 de mai. 2016.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso**: princípios & procedimentos. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009. 100p.

PAGEL, Thaís Guma. **A atividade criadora como processo político do trabalho: contribuições para uma educação ambiental transformadora**. 2011. 91f. Dissertação (mestrado em Educação Ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande, Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental, Rio Grande/RS, 2011. Disponível em:<<https://argo.furg.br/?RG001326340>>. Acesso em: 20 de mai. 2016.

PASSOS, Wagner Valente dos. **Humor Gráfico**: linguagem e crítica para uma Educação Ambiental sem fronteiras.2013. 176f. Dissertação (Mestrado em Educação Ambiental). Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental, Universidade Federal do Rio Grande - FURG: Rio Grande, 2013. Disponível em <<https://argo.furg.br/?BDTD10347>>. Acesso em: 20 de mai. 2016.

PASSOS, Wagner Valente dos.. NOBRE, José Paulo Nobre. **O Sapo Felício e o Jacaré Dentuço**. Rio Grande: Usina das Artes, 2014.

PASSOS, Wagner Valente dos. PASSOS, Ivonei Peraça dos. AFFONSO, Alisson Ortiz. **Revista Ideia**: quadrinhos, humor e cultura. n.1. Rio Grande: Vagão do Humor, 2007.

PASSOS, Wagner Valente dos. **O Menino do Mar**. Rio Grande: Vagão do Humor, 2007.

PASSOS, Wagner Valente dos. PASSOS, Ivonei Peraça dos. **Cidade dos Ventos**. Rio Grande: Vagão do Humor, 2009.

PASSOS, Wagner Valente dos. PASSOS, Ivonei Peraça dos. **Eclipse: os 50 anos do lançamento dos foguetes da NASA na Praia do Cassino**. Rio Grande: Usina das Artes, 2016.

PASSOS, Wagner Valente dos. PASSOS, Ivonei Peraça dos. PASSOS, Célia Regina Valente dos. **O Barão Estopinha**. Rio Grande: Usina das Artes, 2017.

PASSOS, Wagner Valente dos. PASSOS, Ivonei Peraça dos. **A noiva da Capilha**. Rio Grande: Usina das Artes, 2018.

PASSOS, Wagner Valente dos.; MACHADO, Carlos RS. **A estética neoliberal da nova razão do mundo capitalista: educando o individuo competitivo**. 2018, no prelo.

PASSOS, Wagner Valente dos.; MACHADO, Carlos RS. **Estética e Educação Ambiental na produção do PPGA/FURG: Contribuições e contradições à superação do capitalismo**. 2018, no prelo.

PETROBRAS. **Petrobras** [S.I], 2018. Disponível em: <<http://www.petrobras.com.br>>. Acesso em: 2 jun. 2016.

PETROBRAS. **Relatório de sustentabilidade da Petrobras 2017**. São Paulo: Petrobras, 2018. Disponível em: <<http://www.petrobras.com.br/pt/sociedade-e-meio-ambiente/relatorio-de-sustentabilidade/>>. Acesso em: em 25 jun. 2018.

PLATÃO. A república. Belém: Editora da Universidade do Pará, 2000. In: DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo: textos clássicos de estética**. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013. p.11-28.

PLOTINO. Sobre o belo, Enéada I, 6. In: A alma, a beleza e a contemplação. São Paulo: Associação Palas Athena, 1981. In: DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo: textos clássicos de estética**. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013. p.45-58.

PUCCINELLI, Vinícius Ramos. **Educação Ambiental e o participativismo autoritário da preservação: o caso da Estação Ecológica do Taim e a ecologização dos moradores da Vila da Capilha**. 2016. 133f. Dissertação (mestrado em Educação Ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande – FURG, Programa de Pós-graduação em Educação Ambiental, Rio Grande/RS, 2016. Disponível em: <<https://argo.furg.br/?RG001326340>>. Acesso em: 20 de mai. 2016.

RAMONET, Ignacio. **El imperio de la vigilancia**. Madrid: Clave Intelectual, 2015.

RANCIÈRE, Jacques. **A revolução estética e seus resultados**. New Left Review, NLR 14, 2002. In: Projeto Revoluções. São Paulo: Instituto de Tecnologia Social - ITS BRASIL, Secretaria Nacional de Direitos Humanos da Presidência da República, SESC-SP, Boitempo Editorial, 2011. Disponível em <http://www.revolucoes.org.br/v1/sites/default/files/a_revolucao_estetica_jacques_ranciere.pdf>. Acesso em 20 de mai. 2018.

RANCIÈRE, Jacques. **Partilha do sensível**, 2ª edição. Rio de Janeiro: Editora 34, 2009a.

RANCIÈRE, Jacques. **O inconsciente estético**. São Paulo: Editora 34. 2009b.

RANCIÉRE, Jacques. **AISTHESIS** – Escenas del régimen estético del arte, Bordes Manantial, Buenos Aires, 2013.

REIS, Priscila Camargo. **O onirismo ativo da libertação animal**: contribuições para olhares não-especistas na educação ambiental. 2013. 138f. Dissertação (mestrado em Educação Ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande, Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental, Rio Grande/RS, 2013. Disponível em: <<https://argo.furg.br/?RG001326340>>. Acesso em: 20 de mai. 2016.

ROSENTAL, Mark Moisevich. IUDIN, Pavel Fedorovich. **Diccionario Filosófico**. La Habana: Editora Política, 1981.

RUCHEINSKY, Aloísio. **Educação ambiental**: abordagens múltiplas. Porto Alegre: Penso, 2012.

SANCHEZ, Karine Ferreira. **A contribuição da educação ambiental para uma compreensão ética da relação entre indivíduos humanos e cães**: inferências teóricas a partir de um estudo de caso no município de Rio Grande - RS. 2013. 140f. Dissertação (mestrado em Educação Ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande, Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental, Rio Grande/RS, 2013. Disponível em: <<https://argo.furg.br/?RG001326340>>. Acesso em: 20 de mai. 2016

SANTOS, Caio Floriano.; et. al. **Conflitos no centro da educação ambiental**. In: MACHADO, Carlos R.S. et al. **Conflitos Ambientais e Urbanos**: debates, lutas e desafios. Porto Alegre: Evangraf, 2013. p.245-274.

SANTOS, Caio Floriano.; GONÇALVES, Leonardo Dorneles; MACHADO, Carlos Roberto da Silva. **EDUCAÇÃO AMBIENTAL PARA JUSTIÇA AMBIENTAL: DANDO MAIS UNS PASSOS**, In: REMEA- Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental. [S.l.], v. 32, n. 1, p. 189-208, ago. 2015. ISSN 1517-1256. Disponível em: <<https://www.seer.furg.br/remea/article/view/5016>>. Acesso em: 15 jun. 2018.

SANTOS, Caio Floriano. **O porto e a desigualdade ambiental em Rio Grande (RS/Brasil): a educação ambiental na gestão "empresarial dos riscos sociais" e "social do território"**. 2016. 256f. Tese (doutorado em Educação Ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande, Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental, Rio Grande/RS, 2016. Disponível em: <<http://www.educacaoambiental.furg.br/index.php/doutorado/teses/81-deze/929-caio-floriano-dos-santos.html>>. Acesso 10 jun. 2018.

SATO, Michèle. **Educação Ambiental**. São Carlos: Rima, 2004.

SAUVÉ, Lucie. Uma cartografia das correntes em educação ambiental. In: SATO, Michèle; CARVALHO, Isabel Cristina de Moura. **Educação ambiental**: pesquisa e desafios. Porto Alegre: Artmed, 2005. p.17-44.

SCHERER, Giovane Antonio. Entre cores, tons, sons e cenários: o papel da arte como uma dimensão da vida humana no enfrentamento ao pensamento fetichizado. In: FERNANDES, Idília. PRATES, Jane C. **Diversidade e estética em Marx e Engels**. Campinas: Papel Social, 2016. p. 51 - 60.

SCHELLING, Friedrich Wilhelm Joseph von. System des transzendentalen idealismus. Hamburg: Felix Meiner Verlag, 1957. In: DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo**: textos clássicos de estética. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013. p.167-184.

SCHILLER, Johan C. Friedrich. Über die ästhetische Erziehung des Menschen in einer Reihe von Briefen. München: Carl Hanser Verlag, 1989. In: DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo**: textos clássicos de estética. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013. p.149-166.

SCHOPENHAUER, Arthur. O mundo como vontade e representação. São Paulo: UNESP, 2005. p.265-287. In: DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo**: textos clássicos de estética. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013. p.203-226.

Sindicato dos Jornalistas do Rio Grande do Sul, www.jornalistas-rs.org.br, acessado em 16/06/2018.

SOLER, Antonio Carlos Porciúncula. **Antropocentrismo e crise ecológica**: direito ambiental e educação ambiental como meios de (re) produção ou superação. 2011. 178f. Dissertação (mestrado em Educação ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande – FURG, Programa de Pós-graduação em Educação Ambiental, Rio Grande/RS, 2011. Disponível em: <<https://argo.furg.br/?RG001326340>>. Acesso em: 20 de mai. 2016

SOUZA, Giovana Consorte. **O "eu corpo" como dançarino**: partituras de uma educação ambiental em movimento. 2013. 97f. Dissertação (mestrado em Educação Ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande, Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental, Rio Grande/RS, 2013. Disponível em <<https://argo.furg.br/?RG001326340>>. Acesso em: 20 de mai. 2016.

SUASSUNA, Ariano. **Iniciação a estética**. Recife: Editora Universitária da Universidade Federal de Pernambuco. 1979.

TOMÁS DE AQUINO. Somme théologique. Paris: Louis Vivés, 1863. In: DUARTE, Rodrigo (org). **O belo autônomo**: textos clássicos de estética. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013. p.59-66.

VALE.[S.I]. Disponível em:<<http://www.vale.com>>. Acesso em:2 jun. 2016.

VALE. **Relatório de atividades 2014**. Publicado em <http://www.fundacaoovale.org/pt-br/a-fundacao-vale/governanca-e-transparencia/transparencia/Documents/vale_FV_relatorio-atividades-2014_saida-02.pdf>. Acesso em: 24 out. 2015.

VELHO, João Paulo Laranjo. MACHADO, Carlos Roberto da Silva. **Educação Ambiental, sustentabilidade e justiça ambiental**: reflexões sobre a injustiça do agronegócio no extremo sul do Brasil. REMEA, 2018 (no prelo).

VELHO, João Paulo Laranjo. **A Educação ambiental na sustentabilidade do agronegócio: o caso da BUNGE no extremo sul do Brasil**. 2018. 82p. Dissertação (Mestrado em Educação Ambiental) – Universidade Federal do Rio Grande – FURG, Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental, Rio Grande, 2018. Disponível em <<https://argo.furg.br/?BDTD11907>> . Acesso em: 20 de mai. 2016.

Índice Remissivo

- ACSELRAD, Henri: 31, 84, 116, 136, 140
 ADORNO, Luciano: 139
 ADORNO, Theodor Ludwig Wiesengrund: 43, 50
 AFFONSO, Alisson: 145
 ALBERNAZ, Roselaine Machado: 120
 ALVAREZ, Lurima Estevez: 121, 125, 127
 AMORIM, Tadeo: 146
 ANDRADE, Carlos Frederico: 56, 73, 84,
 ARISTÓTELES: 33
 ARRIAL, Luciana Roso de: 120, 124, 125
 ASSANGE, Julian: 48,
 ATAHUALPA: 35
 AUGÈ, Marc: 66
 BADIOU, Alain: 14, 25, 28, 29, 84, 112
 BAKHTIN, Mikhail: 50, 65
 BARBARÁ, Mario: 77
 BASQUIAT, Jean Michel: 156
 BAUDRILLARD, Jean: 59,
 BAUMGARTEN, Alexander Gottlieb: 35, 36
 BELCHIOR, Antônio Carlos: 142
 BEMFICA, Vera Teresa Sperotto: 120, 125, 126
 BENJAMIN, Walter: 43
 BEZERRA, Gustavo das Neves: 31, 116
 BIER, Augusto Franke: 142
 BLACKWELL, Roger D: 61, 62, 85
 BOAL, Augusto Pinto: 12, 14, 18, 20, 24, 47, 49, 50, 53, 70, 71, 72, 84, 133, 141
 BOFF, Leonardo: 26,
 BOURDIEU, Pierre: 14, 23, 57, 61, 84
 BRITTO, Antonio: 78
 BURROUGHS, Edgar Rice: 148
 CALHEIROS, Marcelo: 162
 CANCLINI, Néstor García: 60
 CÁPAC, Huayana: 35
 CARDOSO, Fernando Henrique: 87, 98
 CARLOS, J. (José Carlos de Brito e Cunha): 55
 CECEÑA, Ana Esther: 46
 CHAUI, Marilena: 66
 CHINEM, Rivaldo: 24
 CHOMSKY, Noam: 14, 17, 49, 68, 69, 70, 84, 112
 CITELLI, Adilson: 63, 64, 65, 66, 67
 COIMBRA, Arnold: 139
 COSTA, Leila Salles da: 117
 COUTINHO, Marcos: 138
 CRUSIUS, Yeda: 77
 DA VINCI, Leonardo: 156
 DARDOT, Pierre: 14, 17, 28, 30, 46, 82, 84, 118, 139

DELEUZE, Gilles: 20, 44, 45
 DEMÓSTENES: 64
 DIAS, Eugênia Antunes: 117
 DIAS, Roberto Carlos: 81
 DISNEY, Walt: 54, 55
 DOLCI, Luciana Netto: 121
 DORFMAN, Ariel: 28, 54, 55, 138
 DUARTE, Rodrigo: 50
 DUTRA, Eurico Gaspar: 98
 DUTRA, Olívio: 78
 DUTRA, Lidiane Fonseca: 120
 ECO, Umberto: 65
 EDRA: 146
 EDOM, Fernanda Turnes: 120, 125, 126
 EISNER, Will: 77
 ESTÉVEZ, Pablo René: 12, 20, 71, 154, 173, 174
 ENGEL, James F: 61, 62, 84
 ENGELS, Friedrich: 50
 FARTHING, Stephen: 156
 FERNANDES, Idilia: 14, 51, 52, 71, 72, 84, 133, 134
 FERNÁNDEZ, Álvaro Javier Castro: 117
 FERREIRA, Mara Agripina Pereira: 120
 FLUSSER, Vilém: 43, 44
 FONTANA, Josep: 54
 FOSTER, John Bellamy: 25
 FOUCAULT, Michel: 50
 FREIRE, Paulo: 23, 111, 117, 119, 165, 175
 FREITAS, Diana Paula Salomão de: 120
 FREITAS, Verlaine: 50
 FREUD, Sigmund: 43
 FROMM, Erich: 60, 61
 GALEANO, Eduardo: 35
 GAMBOA, Silvio Sanches: 16, 18
 GENSO, Gueitiro Matsuo: 90
 GIGLIO, Ernesto Michelangelo: 59, 60, 61, 74
 GOEBBELS, Joseph: 54
 GONÇALVES, Leonardo Dorneles: 116
 GÓRGIAS: 64
 GRAHAM, Stephen: 78
 GUATTARI, Félix: 12, 18, 20, 25, 71, 154
 HARING, Keith: 156
 HARVEY, David: 46, 84,
 HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich: 41,
 HITLER, Adolf: 45
 HUASCAR: 35
 HUME, David: 37
 IUDIN, Pavel Fedorovich: 47
 JAGUAR: 138
 JIMENEZ, Marc: 50
 KANT, Immanuel: 37, 38

KAYSER, Luciano: 142
KONDER, Leandro Augusto Marques Coelho: 135
KOTLER, Philip: 54, 55, 56, 57, 58, 59, 63, 64, 66, 70, 74, 84
LAMAS, Bruno: 162
LAVAL, Christian: 14, 17, 28, 30, 46, 82, 84, 118, 139
LATOURE, Bruno: 23, 30, 131,
LEMOS, Ana Amélia: 78
LEVY, Pierre: 14
LEVITT, Theodore: 66
LINHARES, José: 98
LIPPO, Humberto: 14, 52, 71, 72, 84, 133, 134
LOBATO, Monteiro: 98
LOBO, Lorde: 139
LOUREIRO, Carlos Frederico Bernardo: 110, 113, 114
LUKÁCS, György: 135
LULA, Luiz Inácio Lula da Silva: 78, 82
LUVIELMO, Marisa de Mello: 120
MACHADO, Carlos Roberto da Silva: 16, 17, 32, 46, 75, 109, 116, 117, 118
MACHADO, Renato "Canhoto": 141
MACHADO, Tainara Fernandes: 117
MAGDOFF, Fred: 25,
MAISONNAVE, Flavia Luce: 120, 124, 125
MALLORCA, Gelson Roberto: 141, 142, 143, 144
MALRAUX, André: 45
MARTÍ, José: 173
MARTINELLI, Maria Lúcia: 14, 51
MARTINS, Lasier: 78
MARX, Karl: 26, 27, 31, 42, 50, 59
MATTELART, Armand: 28, 54, 55, 138
MARTÍN, Alfredo Guillermo Martín Gentíni: 154
MELLO, Cecília Campelo Amaral: 31, 116
MENDES, Sandro: 162
MILLOR: 138
MINAYO, Maria Cecília de Souza: 15, 17
MINIARD, Paul W: 61, 62, 84,
MOA, Moacir Knorr Gutierrez: 142
MONTEIRO, Ivan de Souza: 104
MORAES, Bruno: 46
NELSON, Lóri: 162
NEVES, Tancredo: 78
NIETZSCHE, Friedrich Wilhelm: 42
NOBRE, José Paulo: 140, 160
NOGUEZ, Janaina Amorim: 120
OLIVEIRA, Cleiton Luiz Freitas de: 117
OLIVEIRA, Gilberto: 138
OLIVEIRA, Sônia André Cava de: 121, 125, 127
ORLANDI, Eni: 17, 18, 19, 75
PAGEL, Thais Guma 120, 124, 126
PARENTE, Pedro: 104, 105

PASSOS, Wagner Valente dos: 17, 22, 25, 32, 75, 84, 86, 109, 125, 142, 146, 147, 150, 151, 152, 154, 156, 160, 161, 162, 164, 175, 185
PAVLOV, Ivan: 62
PECHEUX, Michael: 17
PERAÇA, Ivonei Peraça dos Passos: 145, 149, 150, 161, 164
PICASSO, Pablo: 155
PIRES, Andréia: 162
PIZARRO, Francisco: 35
PLATÃO: 32, 33
PLOTINO: 33
PRATTES, Jane Cruz: 14, 51, 52, 84
PUCCINELLI, Vinícius Ramos: 117
QUINTILIANO: 64
RAMONET, Ignacio: 17, 47, 48,
RANCIÈRE, Jacques: 12, 14, 17, 19, 20, 46, 50, 71, 84, 118, 128, 131, 133, 135, 136, 141, 154, 166
RECH, Marcelo Antônio: 81
REIS, Priscila Camargo: 120, 125, 126
ROSA, Rodrigo: 142
ROSENTAL, Mark Moisevich: 47
ROUSSEFF, Dilma Vana: 83, 99, 100, 116, 157
RUCHEINSKY, Aloísio: 114, 115
SALORT, Michelle Coelho: 121
SALVADOR, José: 138
SANCHEZ, Karine Ferreira: 121, 125, 127
SANTOS, Caio Floriano: 116, 117
SARTORI, José Ivo: 77
SATO, Michèle: 114
SAUVÉ, Lucie: 114
SCHARF, Kenny: 156
SCHERER: 14, 134, 135
SCHELLING, Friedrich Wilhelm Joseph von: 39, 40,
SCHILLER, Johan C. Friedrich: 38,
SCHMIDT, Elisabeth Brandão: 15
SCHOPENHAUER, Arthur: 41
SILVA, Nelson: 100
SILVEIRA, Wagner Terra: 120
SOLER, Antonio Carlos Porciúncula: 123
SOUZA, Giovana Consorte de: 121, 125, 127
SUASSUNA, Ariano: 47
TAVARES, Claudia Moraes Silveira: 120
TAVARES, Flávio: 77
TEIXEIRA, Deoclecio Jose Martins: 120
TEMER, Michel: 77, 99, 157
TOMÁS DE AQUINO: 33, 34, 35
TRUMP, Donald: 77, 82
VALENTE, Célia Regina Valente dos Passos: 151, 164
VARELA, Lylieth: 118
VARGAS, Getúlio: 87, 98
VASQUES, Edgar: 25, 142

VELHO, João Paulo Laranjo: 117, 118
 VERÍSSIMO, Luis Fernando: 77, 139
 VIGO, Ângelo: 140, 143, 144
 WILSON, Woodrow: 49
 ZÉLIO: 138
 ZIEMER, Max: 139
 ZIRALDO: 138, 146

Personagens

John Carter: 148
 O Barão Estopinha: 162
 O Menino do Mar: 147
 O Sapo Felício e o Jacaré Dentuço: 160
 Rango: 25
 Ronald McDonald: 74
 Sítio do Picapau Amarelo: 98
 Tarzan: 148
 Zé Carioca (Joe Carioca): 54, 55

Lista de empresas apresentadas

ALL - América Latina Logística
 Amazon.com Inc.
 Apple Inc.
 AVON Company
 BHP Billiton
 ExxonMobil Corporation - Esso - Standard Oil Company
 Facebook Inc.
 Fundação Renova
 Gerdau S.A.
 GLOBO Rede Globo
 Google LLC
 Garst Construtora
 Kellogg Company
 McDonald's Corporation
 Microsoft Corporation
 MRV Engenharia
 PETROBRAS Petróleo Brasileiro S.A.
 RBS Rede Brasil Sul de Comunicação
 The Walt Disney Company
 Thomson Reuters
 Vale S.A.
 Viação Noiva do Mar
 Yara Brasil

Figura 40: TEMPO



FONTE: Elaborado pelo pesquisador Wagner Valente dos Passos, 2017.

O povo não sabe o poder que tem!