



**o estético enquanto  
instrumento de poder**

ANTÓNIO DE SOUSA

# **o estético enquanto instrumento de poder**

**ANTÓNIO DE SOUSA**

**CAPC** CÍRCULO DE ARTES PLÁSTICAS DE COIMBRA

1995



Instalação vídeo - pormenores (videografias)/Video installation - details (video still)

#### ALGUMAS CONFLUÊNCIAS ENTRE O ESTÉTICO E O PODER

Distante do tempo em que tanto a produção como a fruição do estético eram encaradas como prazeres social e economicamente *desinteressados*, em conflito com os dogmas do utilitarismo e do comercialismo associados ao padrão ideológico burguês, a experiência estética tende hoje, cada vez mais, a ser assumida e reconhecida na sua relação com a experiência da vida social e, deste modo, com a dimensão de *poder* que desde sempre a trespassou objectivamente. Com efeito, e agora no que se refere ao lado do consumo, a apropriação material ou simbólica de realidades esteticamente valorizadas nunca foi socialmente inocente. Agregando em seu redor grupos culturalmente diferenciados e assimetricamente posicionados na estrutura social, o mundo das realidades estéticas, ele próprio segmentado e hierarquizado, vê-se activamente participante nos processos de construção da identidade social particular desses mesmos grupos e da demonstração da sua parcela inalienável de poder, constituindo parte dos seus elementos culturais de referência e de reverência enquanto *signos exteriores de distanciação e distinção social*.

A propensão dos ocupantes de determinada posição no espaço social para se apropriarem de determinado conjunto de ícones estéticos, culturalmente classificados e socialmente classificatórios, vê-se subjectivamente orientada em função do seu *gosto*, vulgarmente entendido como pessoal e natural sendo, todavia, produto objectivo e manifestação empírica do *habitus* de quem o afirma - conceito que corresponde ao sistema de disposições e pressuposições socialmente incorporado e individualmente externalizado, resultante de múltiplos efeitos estruturais, conjunturais e de trajectória de vida, funcionando a cada momento como princípio gerador e matriz de orientação das percepções, apreciações, opções e acções éticas e estéticas do seu possuidor.

De facto, a cada categoria e/ou grupo social corresponde determinado conjunto genérico de cânones e signos estéticos dominantes que, ao serem inculcados e publicamente exibidos pelos indivíduos que a/o constituem, vão ser socialmente investidos de determinado sentido e valor de uso, funcionando como *instrumentos simbólicos de (de)marcação* face às restantes classes e/ou grupos sociais vizinhos, sendo o seu manuseamento mais ou menos conveniente ou adequado dependendo da familiaridade do indivíduo com as modalidades legítimas de apropriação dessas mesmas realidades estéticas, assim como da sua capacidade em mobilizar e gerir as disposições e os capitais específicos objectivamente exigidos para tal. Nesta perspectiva, podemos constatar como, de facto, a apropriação e o manuseamento de determinado conjunto de realidades estéticas não são gestos socialmente neutros. São, pelo contrário, elementos fundamentais na constituição do sistema de classificações que distingue e faz identificar as diversas classes e grupos sociais.

#### A FEW CONFLUENCES BETWEEN AESTHETICS AND POWER

So far away from the times when aesthetics production and fruition were seen as socially and economically *non-interesting* pleasures, in conflict with the dogmas of utilitarianism and commercialism associated to the bourgeois ideologic patterns, nowadays the aesthetic experience tends more and more to be assumed and recognized in its relationship to the social life experience, and, therefore, to the dimension of *power* which has always, objectively, crossed it. Actually, and approaching now the consumption side, the material or symbolic appropriation of aesthetically enhanced realities was never socially innocent. The world of aesthetic realities, segmented and hierarchic in itself, by gathering around it culturally differentiated and asymmetrically positioned groups in their social structure, is actively involved in the particular social identity building process of those groups as well as in the demonstration of their inalienated part of power, thus being part of its reference and reverence cultural elements as *external signs of social distanciation and distinction*.

The proneness of those who hold a certain position in the social space to assume a particular set of aesthetic icons, culturally classified and socially classifying, is subjectively *taste-oriented* usually understood as a personal and natural one, being, however, an objective product and an empirical manifestation of the *habitus* of whoever assumes it - a concept corresponding to the disposition and presuppositions system, socially incorporated and individually externalised, resulting from different structural, conjunctural and life experience effects. This concept always acts as a generating principle and as a guiding matrix for the ethical and aesthetical perceptions, assessments, options and actions of whoever holds it.

In fact, to each category and/or social group corresponds a certain generic set of prevailing aesthetic canons and signs which when instilled and publicly displayed by the individuals who form it will socially be invested with a certain meaning and use, acting as *(de)marking symbolic tools* as regards the other close social classes and/or groups. Their handling will be more or less proper or adequate depending on the individual relationship with the legitimate modes of appropriation of those aesthetical realities as well as on the individual capacity to mobilise and manage the specific dispositions and resources, objectively required for that purpose. Therefore one can ascertain that, in fact, the appropriation and handling of a certain set of aesthetic realities are not socially neutral attitudes. They are, instead, crucial elements in the building of the classifications system which differentiates and identifies the different social classes and groups.

A partir daqui, não será difícil vislumbrar mais uma das dimensões através da qual o *poder* atravessa o fenómeno estético, considerando a estreita relação de correspondência existente entre as diferentes zonas de gosto assimetricamente distribuídas no tabuleiro social e a hierarquia subjacente ao sistema de classificação das intenções estéticas (nomeadamente quando essa classificação é hierarquicamente organizada segundo o princípio valorativo dos preços de mercado dos bens simbólicos e da fama dos seus respectivos criadores, classificação que poderá encontrar um perfil diferente ou até mesmo contraditório quando estruturada apenas segundo o princípio da relevância estritamente cultural desses mesmos bens). Enquanto instrumentos classificados e classificatórios de distinção social, o valor de uso de determinado conjunto de elementos estéticos tenderá a ser homólogo ao valor da posição dos seus utilizadores na estrutura de relações de poder, fazendo então acontecer que a hierarquia subjacente ao mercado dos bens simbólicos tenda a reproduzir de forma transfigurada a hierarquia das posições sociais dos seus consumidores.

Tomemos o exemplo dos objectos de arte, topo da pirâmide classificada dos objectos estéticos. Socialmente percebidos como *objectos de excepção*, estes foram sempre directamente convocados a participar nas lutas pela dominação, funcionando como *epigrafe pública de poder* ao conceder visibilidade e ressonância pública na (de)marcação de territórios sociais e ao permitir, em virtude do valor de uso socialmente elevado de que é investido, imputação de notoriedade e de prestígio a quem detém oportunidade de lhe aceder material e/ou simbolicamente. A sua apropriação e manuseamento legítimo, pressupondo disposições, competências e recursos materiais que não são universal e igualmente distribuídos na estrutura social, são gestos que garantem um *lucro de distinção* bastante elevado a quem os empreende, lucro esse justamente proporcionado pela *raridade* dos capitais e instrumentos de leitura necessários ao seu empreendimento.

O acesso material e/ou simbólico às realidades artisticamente consagradas torna-se assim circunscrito a uma audiência ou a um grupo de consumidores relativamente limitado, que oscila entre uma zona de gosto mundana, associada à classe política, ao poder económico ou ao vulgarmente designado de *jet-set* (nomeadamente quando essas realidades são socialmente valorizadas e consagradas segundo o princípio da fama e dos preços), e uma zona de gosto especializada (onde o princípio valorativo se encontra fundamentado na estrita relevância cultural dos artefactos ou eventos candidatos à apreciação estética), ou seja, entre as categorias sociais cujos membros encontram, desde cedo, as condições económicas e/ou culturais mais favoráveis à apropriação e ao manuseamento legítimo das realidades definidas como artísticas a partir do mundo em que como tal são socialmente produzidas.

Deste modo, conspicuamente investida de um valor de uso social bastante elevado, a arte irá

Hence, it won't be difficult to detect another dimension through which *power* crosses the aesthetical phenomenon, taking into account the close connection between the different taste areas asymmetrically scattered on the social tray and the hierarchy underlying the classification system of aesthetic intentions (namely when this classification is hierarchically organised according to the valuation principle of market price of symbolic assets and of the name of their creators, a classification which may end up in a different or even contradictory profile when it is structured only on the principle of strictly cultural relevance of those assets). The value of use of a certain set of aesthetical elements, as classified and classifying tools of social distinction, will tend to be homologous to the value of their user's position in the power relationship structure. In this case the hierarchy underlying the symbolic asset market shall tend to reproduce - in a transfigured way - the hierarchy of the consumers' social position.

Let us illustrate this with art objects, top of the classified pyramid of aesthetic items. Socially understood as *exception objects*, these were always directly called upon to participate in the domination fights acting as a *power public epigraphy* by granting visibility and public resonance in the (de)marking of social territories and by bestowing, due to the socially high use value it holds, name and prestige to whom is able to materially or symbolically accede to them. Their appropriation and legitimate handling, as they require dispositions, skills and material resources which are not universally and equally distributed in the social structure, are gestures which ensure a rather high *distinction profit* to whom makes them, a profit rightly granted by the *uniqueness* of the capital and reading tools required for their making.

The material and/or symbolic access to artistic consecrated realities is thus restricted to a rather limited audience or group of consumers which hovers between the trendy taste, associated to the political class, to the economic power or to the so-called *jet-set* (namely when those realities are socially important and when fame and price principles prevail), that is to say between social categories whose members are able to find, quite early, the economic and cultural conditions which are more favourable to the appropriation and legitimate handling of the realities defined as artistic ones by the world in which they are socially produced as such.

Therefore, art, conspicuously invested with a quite high social use value, shall serve these categories, which tend to correspond to classes and class fractions holding power, not only as a *differentiation sign* but also, and mainly, as a *tool evidencing social and/or cultural power*, thus making visible the asymmetries which build up the social pyramids. But the aesthetic universe does not appear, at present, merely as a marking tool or a tool for differentiating the taste of a certain

A partir daqui, não será difícil vislumbrar mais uma das dimensões através da qual o *poder* atravessa o fenómeno estético, considerando a estreita relação de correspondência existente entre as diferentes zonas de gosto assimetricamente distribuídas no tabuleiro social e a hierarquia subjacente ao sistema de classificação das intenções estéticas (nomeadamente quando essa classificação é hierarquicamente organizada segundo o princípio valorativo dos preços de mercado dos bens simbólicos e da fama dos seus respectivos criadores, classificação que poderá encontrar um perfil diferente ou até mesmo contraditório quando estruturada apenas segundo o princípio da relevância estritamente cultural desses mesmos bens). Enquanto instrumentos classificados e classificatórios de distinção social, o valor de uso de determinado conjunto de elementos estéticos tenderá a ser homólogo ao valor da posição dos seus utilizadores na estrutura de relações de poder, fazendo então acontecer que a hierarquia subjacente ao mercado dos bens simbólicos tenda a reproduzir de forma transfigurada a hierarquia das posições sociais dos seus consumidores.

Tomemos o exemplo dos objectos de arte, topo da pirâmide classificada dos objectos estéticos. Socialmente percebidos como *objectos de excepção*, estes foram sempre directamente convocados a participar nas lutas pela dominação, funcionando como *epígrafe pública de poder* ao conceder visibilidade e ressonância pública na (de)marcação de territórios sociais e ao permitir, em virtude do valor de uso socialmente elevado de que é investido, imputação de notoriedade e de prestígio a quem detém oportunidade de lhe aceder material e/ou simbolicamente. A sua apropriação e manuseamento legítimo, pressupondo disposições, competências e recursos materiais que não são universal e igualmente distribuídos na estrutura social, são gestos que garantem um *lucro de distinção* bastante elevado a quem os empreende, lucro esse justamente proporcionado pela *raridade* dos capitais e instrumentos de leitura necessários ao seu empreendimento.

O acesso material e/ou simbólico às realidades artisticamente consagradas torna-se assim circunscrito a uma audiência ou a um grupo de consumidores relativamente limitado, que oscila entre uma zona de gosto mundana, associada à classe política, ao poder económico ou ao vulgarmente designado de *jet-set* (nomeadamente quando essas realidades são socialmente valorizadas e consagradas segundo o princípio da fama e dos preços), e uma zona de gosto especializada (onde o princípio valorativo se encontra fundamentado na estrita relevância cultural dos artefactos ou eventos candidatos à apreciação estética), ou seja, entre as categorias sociais cujos membros encontram, desde cedo, as condições económicas e/ou culturais mais favoráveis à apropriação e ao manuseamento legítimo das realidades definidas como artísticas a partir do mundo em que como tal são socialmente produzidas.

Deste modo, conspicuamente investida de um valor de uso social bastante elevado, a arte irá

Hence, it won't be difficult to detect another dimension through which *power* crosses the aesthetical phenomenon, taking into account the close connection between the different taste areas asymmetrically scattered on the social tray and the hierarchy underlying the classification system of aesthetic intentions (namely when this classification is hierarchically organised according to the valuation principle of market price of symbolic assets and of the name of their creators, a classification which may end up in a different or even contradictory profile when it is structured only on the principle of strictly cultural relevance of those assets). The value of use of a certain set of aesthetical elements, as classified and classifying tools of social distinction, will tend to be homologous to the value of their user's position in the power relationship structure. In this case the hierarchy underlying the symbolic asset market shall tend to reproduce - in a transfigured way - the hierarchy of the consumers' social position.

Let us illustrate this with art objects, top of the classified pyramid of aesthetic items. Socially understood as *exception objects*, these were always directly called upon to participate in the domination fights acting as a *power public epigraphy* by granting visibility and public resonance in the (de)marking of social territories and by bestowing, due to the socially high use value it holds, name and prestige to whom is able to materially or symbolically accede to them. Their appropriation and legitimate handling, as they require dispositions, skills and material resources which are not universally and equally distributed in the social structure, are gestures which ensure a rather high *distinction profit* to whom makes them, a profit rightly granted by the *uniqueness* of the capital and reading tools required for their making.

The material and/or symbolic access to artistic consecrated realities is thus restricted to a rather limited audience or group of consumers which hovers between the trendy taste, associated to the political class, to the economic power or to the so-called jet-set (namely when those realities are socially important and when fame and price principles prevail), that is to say between social categories whose members are able to find, quite early, the economic and cultural conditions which are more favourable to the appropriation and legitimate handling of the realities defined as artistic ones by the world in which they are socially produced as such.

Therefore, art, conspicuously invested with a quite high social use value, shall serve these categories, which tend to correspond to classes and class fractions holding power, not only as a *differentiation sign* but also, and mainly, as a *tool evidencing social and/or cultural power*, thus making visible the asymmetries which build up the social pyramid. But the aesthetic universe does not appear, at present, merely as a marking tool or a tool for differentiating the taste of a certain

servir estas categorias, tendencialmente correspondentes às classes e fracções de classe dominantes, não apenas enquanto *signo de diferenciação* mas também, e sobretudo, como *instrumento demonstrativo de dominação* social e/ou cultural, dando visibilidade às assimetrias que constroem em pirâmide a estrutura do espaço social. Mas o universo estético não aparece actualmente apenas como instrumento de marcação e de distinção do gosto de uma determinada categoria ou grupo social. Sendo um universo que tende permanentemente a (querer) escapar à tradição, à normatividade e à uniformização, onde as suas manifestações são tanto mais valorizadas quanto mais inovadoras, assignificantes e arreferenciais parecerem, as realidades estéticas vão encontrando hoje parte do seu destino social associado a uma *função de singularização* da experiência com o mundo.

Com efeito, se tomarmos em consideração que, por um lado, uma das principais tendências da dinâmica social contemporânea é a progressiva generalização de um *processo de individualização* - processo esse ainda perfilado mais ao nível dos valores, representações e ambições sociais que ao nível da prática social objectiva, sendo sobretudo caracterizado pelo desejo generalizado de autonomia individual (em ruptura com a organização social moderna coerciva, normativa e uniformizadora) -, e que, por outro lado, a experiência estética é socialmente fetichizada de uma natureza singular e, por isso mesmo, individualizadora na sua apropriação, o universo das realidades estéticas vai então aparecer como um campo de forte investimento emocional, intelectual e material no seio da dita *sociedade pós-moderna* em emergência. Este investimento passa, nomeadamente, pela crescente valorização e atenção *narcisicamente vivida* em determinadas zonas do espaço social (mais intensa entre uma nova pequena burguesia intelectual em definição) em relação aos cuidados a ter com a aparência do corpo, dos objectos com que o adornamos e de que nos rodeamos no dia-a-dia, assim como dos mais pequenos gestos que empreendemos na vida quotidiana, concedendo-se nestas zonas à dimensão estética um *valor de realização individual* sem par na tentativa de não seguir um valor dominante ou um princípio de unidade padronizado característicos de um dado *estilo de vida*.

Paralelamente a esta dinâmica de heteronomização da experiência social quotidiana do lado do consumo, assistimos do lado da produção ao alargamento da preocupação com a exploração plástica, espetacular e esteticamente singularizadora em domínios de actividade onde, até recentemente, era praticamente ausente, como, por exemplo, na política, no desporto, na informação (em que a palavra «espetáculo» passou a ser frequentemente utilizada), ou ainda em algumas zonas do mercado de bens simbólicos mais associados à produção e comercialização do «objecto utilitário» industrialmente reproduzido, tradicionalmente dominadas pela lógica da estetização normativa, mimética e uniformizadora, em contraste com a lógica da estetização singularizada supostamente circunscrita ao universo da arte «pura».

category or social group. Being a universe which continuously tends to (be willing to) escape tradition, norms and uniformity, in which its manifestations are the more important the more important they appear as innovative, non-signifying and non-referential, aesthetic realities have, today, part of their social destination associated to a *function of singularization* of experience of the world.

In fact, if one takes into account that, on one hand, one of the main trends of today's social dynamics is the progressive generalization of an *individualization process* - a process which is still more evident at the level of values, representations and social ambitions rather than at the level of objective social practice, whose main feature is the desire of individual autonomy (in rupture with coercive, normative and uniformising social organization) -, and that, on the other hand, the aesthetic experience becomes a sort of a particular social fetich and, for that reason, individualizer in its appropriation, aesthetic realities universe will then appear as an area for strong emotional, material and intellectual investment within that emerging *post-modern society*. This investment has mainly to do with the growing importance and *narcissistically experienced* attention in certain areas of the social space (stronger among a new emerging intellectual lower middle class) as regards the concerns with the body, the objects we adorn it with, which we surround us with in our daily life as well as the small gestures we make. In this area, aesthetic dimension is bestowed with a unique *value of individual fulfillment* in the attempt not to follow a prevailing value or a standardized unity principle which are typical of a certain *life style*.

Parallel to this dynamics of heteronomization of the daily social experience as far as consumption is concerned, as regards production there is as broadening of the concern with the plastic, dramatic and aesthetically singularizing expression in fields of activity of which, until quite recently, it was almost absent as, for instance, in politics, sport, information (in which the word "show" is now being largely used) or, also, in certain areas of the market of symbolic goods more closely linked to the production and commercialization of the industrially reproduced "utilitarian object". These areas are traditionally ruled by a uniformising, mimetic and normative aesthetic logics opposing to a singularized aesthetics supposedly restricted to the "pure" art universe.

Understanding the gradual generalization of a will of aesthetization where the logics of normativity wishes to give way to the logics of singularity, the aesthetic closeness of these two domains of activity aims (at a dormant level) at, on one hand, politically economically and/or culturally capitalizing the *symbolic surplus* socially granted to the artistic intention and designation and, on the other hand, at taking advantage of the performing capacities underlying the aesthetic element by putting to a profit - in the strategy they design for the promotion and singularization of their respective products or causes - the *power of seduction*

Apercebendo-se da gradual generalização de uma vontade de estetização onde a lógica da normatividade vai cedendo à lógica da singularidade, a aproximação estética destes domínios de actividade pretende, a um nível latente, por um lado, capitalizar política, económica e/ou culturalmente a *mais-valia simbólica* socialmente concedida à intenção e designação artística, assim como, por outro lado, aproveitar as capacidades performativas subjacentes ao elemento estético, rentabilizando na estratégia que desenham para a promoção e singularização dos seus respectivos produtos ou causas o *poder de sedução* que, nas condições oferecidas, lhe é atribuído. Quer isto dizer que a utilização do condimento de natureza estética nessas áreas corresponde, então, a uma acção estrategicamente orientada com vista à promoção de uma imagem inovadora, singular e sofisticada, tal como à exploração do seu *valor-efeito* ou *valor-performance* enquanto instrumento indutor de persuasão, envolvendo e convidando um determinado público-alvo a habitar um dado mundo plasticamente modelado, onde o *parecer* quer-se fazer confundir com o *ser*. E mais uma das convergências entre o estético e uma dada forma de poder se vê aqui identificada.

O adensamento deste tecido de visões e de vivências estetizantes na experiência social revela-nos um fenómeno de *estetização do quotidiano* que tem vindo a desenvolver-se progressivamente, consubstancializado quer no movimento de disseminação da experiência estética singularmente investida na vida de todos os dias, quer no movimento de entrada do próprio quotidiano no mundo das artes tradicionalmente definidas. Este processo traduz o alargamento crescente, mediática e/ou intersubjectivamente considerado, dos estímulos e incentivos ao acto criativo e esteticamente singular(izador) *no quotidiano* - presente nos constantes cuidados colocados na imagem que queremos dar de nós próprios aos outros com quem nos cruzamos -, *para o quotidiano* - quando o criador produz bens para serem diariamente utilizados (como uma embalagem, uma peça de vestuário ou de mobiliário) ou contemplados (como um *graffiti* ou uma intervenção urbana), ou quando este actua activamente na produção da imagem de determinado produto ou acontecimento (entrando em cumplicidade com uma campanha eleitoral ou com a promoção de uma marca) -, ou ainda *a partir do quotidiano* - manifesto no facto de hoje em dia frequentemente assistirmos à demonstração de interesse por parte de diversos campos artisticamente consagrados em reflectir e até mesmo em intervir, à sua maneira, sobre diversos temas e problemas de ordem social (como, por exemplo, os fenómenos de discriminação, a SIDA, as várias formas de exercer o poder, a guerra, etc...), não raramente recorrendo à utilização e recriação inovadora de técnicas, materiais, ambientes e outros elementos estandardizados e banais que inundam o nosso quotidiano, concedendo a possibilidade de tornar um vulgar objecto funcional numa peça de arte. Uma das consequências mais visíveis deste processo de estetização crescente da sociedade, terá sido

which is bestowed on them in the offered conditions. This means that the use of the condiment of an aesthetic nature in those areas corresponds, therefore, to a strategically oriented action with a view both to promote an innovative, unique and sophisticated image and to exploit its *effect-value* or *performance-value* as a persuasion-inducing tool, embracing and inviting a certain target-audience to live in a specific plastically molded world in which *appearance* mixes up with *being*. Another convergence between aesthetics and a form of power is herein identified.

The thickening of this fabric of aesthetising visions and experiences in social life reveals the phenomenon of the *day-to-day* aesthetisation which is progressively developing, substantiated both in the movement of dissemination of an aesthetic experience specifically invested in our daily life and in the movement of daily life itself entering the traditionally defined world of arts. This process translates the growing expansion taken from a mediatic or intersubjective viewpoint, of the stimuli and incentives to creative and aesthetically singular(izing) action *in our daily life* - present in the permanent concern about our own image and how we wish to convey it to other people - *towards our daily life* - when the creator produces goods to be daily used (such as a package, a piece of cloth or of furniture) or watched (such as a *graffiti* or an urban intervention) or when he/she actively intervenes in the production of a given product or event (becoming an accessory to an election campaign or to the promotion of a certain brand) -, or even *from our daily life* - illustrated by the fact that today we can frequently see the interest shown by part of several artistically famous fields in reflecting and intervening - in their own way - upon different social subjects and problems (such as discrimination, AIDS, the different forms of power exertion, war, etc...). All this is usually done by resorting to the use and innovative recreation of techniques, materials, environments and other standard and common elements which invade our daily life thus allowing a common functional object to become a piece of art.

One of the most visible consequences of this aesthetizing process of the society is probably the fading of frontiers which, supposedly, had been erected between the world of art and the social life world, by promoting the favorable conditions to the definite rupture with the representation of artistic activity as it was romantically preconceived. Far from the apocalyptic and catastrophic vision of the doom of art in modern times in which the legitimate aesthetic conception enclosed artistic creation - which should be "pure" - in a sort of spiritual retreat from social world and daily routine, nowadays, the reciprocal cumplicity between aesthetic and social reality tends to be consciently assumed and even looked for. What actually died was not art, but rather that auratic, monolithic and mummified conception of aesthetics.

Apercebendo-se da gradual generalização de uma vontade de estetização onde a lógica da normatividade vai cedendo à lógica da singularidade, a aproximação estética destes domínios de actividade pretende, a um nível latente, por um lado, capitalizar política, económica e/ou culturalmente a *mais-valia simbólica* socialmente concedida à intenção e designação artística, assim como, por outro lado, aproveitar as capacidades performativas subjacentes ao elemento estético, rentabilizando na estratégia que desenham para a promoção e singularização dos seus respectivos produtos ou causas o *poder de sedução* que, nas condições oferecidas, lhe é atribuído. Quer isto dizer que a utilização do condimento de natureza estética nessas áreas corresponde, então, a uma acção estrategicamente orientada com vista à promoção de uma imagem inovadora, singular e sofisticada, tal como à exploração do seu *valor-efeito* ou *valor-performance* enquanto instrumento indutor de persuasão, envolvendo e convidando um determinado público-alvo a habitar um dado mundo plasticamente modelado, onde o *parecer* quer-se fazer confundir com o *ser*. E mais uma das convergências entre o estético e uma dada forma de poder se vê aqui identificada.

O adensamento deste tecido de visões e de vivências estetizantes na experiência social revela-nos um fenómeno de *estetização do quotidiano* que tem vindo a desenvolver-se progressivamente, consubstancializado quer no movimento de disseminação da experiência estética singularmente investida na vida de todos os dias, quer no movimento de entrada do próprio quotidiano no mundo das artes tradicionalmente definidas. Este processo traduz o alargamento crescente, mediática e/ou intersubjectivamente considerado, dos estímulos e incentivos ao acto criativo e esteticamente singular(izador) *no quotidiano* - presente nos constantes cuidados colocados na imagem que queremos dar de nós próprios aos outros com quem nos cruzamos -, *para o quotidiano* - quando o criador produz bens para serem diariamente utilizados (como uma embalagem, uma peça de vestuário ou de mobiliário) ou contemplados (como um *graffiti* ou uma intervenção urbana), ou quando este actua activamente na produção da imagem de determinado produto ou acontecimento (entrando em cumplicidade com uma campanha eleitoral ou com a promoção de uma marca) -, ou ainda *a partir do quotidiano* - manifesto no facto de hoje em dia frequentemente assistirmos à demonstração de interesse por parte de diversos campos artisticamente consagrados em reflectir e até mesmo em intervir, à sua maneira, sobre diversos temas e problemas de ordem social (como, por exemplo, os fenómenos de discriminação, a SIDA, as várias formas de exercer o poder, a guerra, etc...), não raramente recorrendo à utilização e recriação inovadora de técnicas, materiais, ambientes e outros elementos estandarizados e banais que inundam o nosso quotidiano, concedendo a possibilidade de tornar um vulgar objecto funcional numa peça de arte. Uma das consequências mais visíveis deste processo de estetização crescente da sociedade, terá sido

which is bestowed on them in the offered conditions. This means that the use of the condiment of an aesthetic nature in those areas corresponds, therefore, to a strategically oriented action with a view both to promote an innovative, unique and sophisticated image and to exploit its *effect-value* or *performance-value* as a persuasion-inducing tool, embracing and inviting a certain target-audience to live in a specific plastically molded world in which *appearance* mixes up with *being*. Another convergence between aesthetics and a form of power is herein identified.

The thickening of this fabric of aesthetising visions and experiences in social life reveals the phenomenon of the *day-to-day* aesthetisation which is progressively developing, substantiated both in the movement of dissemination of an aesthetic experience specifically invested in our daily life and in the movement of daily life itself entering the traditionally defined world of arts. This process translates the growing expansion taken from a mediatic or intersubjective viewpoint, of the stimuli and incentives to creative and aesthetically singular(izing) action *in our daily life* - present in the permanent concern about our own image and how we wish to convey it to other people - *towards our daily life* - when the creator produces goods to be daily used (such as a package, a piece of cloth or of furniture) or watched (such as a *graffiti* or an urban intervention) or when he/she actively intervenes in the production of a given product or event (becoming an accessory to an election campaign or to the promotion of a certain brand) -, or even *from our daily life* - illustrated by the fact that today we can frequently see the interest shown by part of several artistically famous fields in reflecting and intervening - in their own way - upon different social subjects and problems (such as discrimination, AIDS, the different forms of power exertion, war, etc...). All this is usually done by resorting to the use and innovative recreation of techniques, materials, environments and other standard and common elements which invade our daily life thus allowing a common functional object to become a piece of art.

One of the most visible consequences of this aesthetizing process of the society is probably the fading of frontiers which, supposedly, had been erected between the world of art and the social life world, by promoting the favorable conditions to the definite rupture with the representation of artistic activity as it was romantically preconceived. Far from the apocalyptic and catastrophic vision of the doom of art in modern times in which the legitimate aesthetic conception enclosed artistic creation - which should be "pure" - in a sort of spiritual retreat from social world and daily routine, nowadays, the reciprocal cumplicity between aesthetic and social reality tends to be consciently assumed and even looked for. What actually died was not art, but rather that auratic, monolithic and mummified conception of aesthetics.

o esbatimento das fronteiras que, ficticiamente, se haviam criado entre o mundo da arte e o mundo da vida social, promovendo as condições favoráveis à ruptura definitiva com a representação da actividade artística tal como era romanticamente pré-concebida. Longe da visão apocalíptica e catastrófica da arte agoirada na modernidade, onde a concepção estética legítima emparedava a criação artística - que se queria «pura» - numa relação de recolhimento face ao mundo social e à rotina do quotidiano, hoje a cumplicidade recíproca entre as realidades estética e social tende a ser conscientemente assumida e até procurada. O que na realidade morreu foi, não a arte, mas essa concepção aurática, monolítica e mumificada do estético.

Neste contexto de fascinante impureza, também assistimos, por via daquele processo, ao abalar das velhas dicotomias e hierarquias da legitimidade estética pré-estabelecidas (artes maiores e artes menores, alta cultura e cultura de massas, arte pura e arte comercial...), assim como à dilatação das fronteiras da nomenclatura estética legítima, encontrando-se a sua designação consagrada a proliferar entre outras formas de produção cultural que não as clássicas, assim como a sua utilização performativa entre outras esferas de produção e de consumo que não o especificamente artístico. Já não se vislumbrando apenas entre um campo suposta e idealmente recolhido, a expressão estética vê-se assim pulverizada, multiplicada, pluralizada, trespassando difusa mas efectivamente todos os domínios da vida social contemporânea. Ora, não se traduzirá este processo num substancial alargamento do espaço de possibilidades de tomadas de posição artísticas e, conseqüentemente, numa avultada ampliação do *poder de intervenção social* disponibilizado aos protagonistas do mundo da criação estética?

Vitor Sérgio Ferreira  
Setembro, 1995

In this context of a fascinating impurity we also witness the old dichotomies and hierarchies of the pre-established aesthetic legitimacy (major and minor arts, high culture and mass culture, pure art and commercial art...) being shaken; we are also seeing the expansion of the frontiers of the legitimate aesthetic nomination. Its designation is now multiplying itself among forms of cultural production and consumption spheres other than the specifically artistic ones. Aesthetic expression is no longer found in a supposedly or ideally closed field but, rather, it pervades - fragmented, multiplied, pluralized - and diffusedly and effectively crosses all the domains of the contemporary social life. Thus, cannot this process be translated into a considerable broadening of possibilities within the artistic position-taking and, as a consequence, into an important increase of the *social intervention power* made available to the protagonists of the aesthetic creation world?

Vitor Sérgio Ferreira  
September, 1995