



**CONEPE 2018**  
**V CONGRESSO DE ENSINO,  
PESQUISA E EXTENSÃO**

*Ciência para promoção da equidade.*

**INSTITUTO  
FEDERAL**  
Fluminense  
Campus  
Campos Guarus

ISSN 2525-975X

## **Elementos de Rupturas e Resistências nas Culturas Populares em Tempos de Culturas Pós-Modernas**

**DIANA PAOLA GUTIERREZ DIAZ DE AZEVEDO, NÉLITON GOMES AZEVEDO e RICARDO RODRIGUES GOMES**

Os processos culturais característicos dos anos 1970 e 80, implementando o mercado das artes e as artes para o mercado, a industrialização da arte e sua adequação aos mercados, ao efêmero e ao rendoso, e o vanguardismo mostrou os sinais de seu esgotamento. Processo esse que continua em marcha na estética pós-moderna, tendo a fragmentação e a vista local como fundamentos. A cultura dominante abandonou o vanguardismo das revoluções artísticas, das rupturas, substituindo-o pela fragmentação irracional instintiva, terminando por recusar-se à própria busca. Com a expansão dos mercados artísticos, da conversão das galerias e museus em empresas, da passagem da arte de vanguarda das elites culturalmente ativas aos públicos clientes, massivos ou exclusivos em função de seu poder aquisitivo, a autonomia estética relativa sofreu a estandardização do marketing. As políticas culturais, privadas e públicas, se reconfiguraram sob critérios empresariais e mercadológicos, pragmáticos do lucro na fonte cultural, priorizando o retorno ampliado dos investimentos em cultura, criando clientelas e mercados consumidores. A cultura passa a ser vista como possibilidade de mercado, o cultural como mercadoria que se autofinancia, sendo capaz de gerar ganhos e prestígio para a empresa patrocinadora. O patrocínio se alça ao nível de controlador da arte. Contraditórios, novos processos artísticos se abrem, o desenho gráfico e industrial, a publicidade visual, a fotografia, o vídeo e a televisão, o uso do computador como meio artístico, os espetáculos de massas. Este artigo procura entender esse processo histórico para pensar os caminhos de uma arte que se aproprie de suas funções pedagógica, estética, crítica e renovadora para além do mercado marcado pela pós-modernidade industrializada. Seus objetivos estão assentes no conteúdo social e político da arte e da cultura como manifestação popular social histórica, plural e contestatória da estagnação e homogeneização mercadológica que, através de uma pesquisa bibliográfica tendo como metodologia condutora a estética da arte atual, analítica e crítica da cultura contemporânea, procure seu sentido sistêmico e totalizante. Os resultados obtidos confirmam o predomínio da mentalidade empresarial e de mercado que condicionam a cultura estética e a arte submetendo-a aos ditames do mercado e da busca de fontes de lucro e retorno, confrontada pela persistência de uma arte resistente, popular e contestatória, na contramão da estética hegemônica.

Palavras-chave: Pós-modernidade. arte conceitual. Mercado Cultural.