

16.

SIMPLES ASSIM

Quando, nos dias de hoje, pensamos sociologicamente a questão da arte e do design, ela é sempre pensada em sua relação com a cultura e com a sociedade e daí procura-se definir a ontologia e o *locus* dos objetos produzidos por artistas e designers como coisas criadas pelos homens na história da humanidade, suas interpretações críticas e suas relações com os outros objetos da cultura material. Trata-se de pensá-los situados no tempo, na sua condição histórica concreta e também na daqueles que os produziram e como os legitimaram ideologicamente como algo que possui um valor.

Assim, os três grandes momentos desses objetos, fixados pela literatura da arte e do design são: i) o objeto de arte e do design e sua relação com o mundo natural: como algo contíguo ao mundo natural, parcial ou integralmente – arte e design como representação das coisas do mundo –; ii) o objeto de arte e de design e sua relação com a questão da cópia ou da verossimilhança, como algo assemelhado às coisas que já estão no mundo, mas não como parte das coisas naturais do mundo, mas produzidos arbitrariamente – o viés idealista da Escola de Eléia; e iii) o objeto de arte e de design sem qualquer relação analógica com o mundo, algo convencional ou totalmente arbitrário e novo, podendo ser decifrado apenas com o auxílio de um código esotérico dos pares dessas categorias profissionais. Os três momentos podem ser estudados e possuem valor explicativo, mas somente se forem considerados em si mesmos, definidos como elementos puros, ou coisas em si.

Para definir o objeto de arte e de design de maneira mais abrangente, os cientistas sociais realizam seu descentramento como entidades apodíticas e indiscutíveis, isto é, procuram estabelecer uma mudança de posição em relação àquela que ocupavam, face ao eixo no qual as discussões ocorriam anteriormente e pretendem desconsiderar a maior parte das formulações teóricas que examinavam a questão. Desse modo, o viés social, em lugar de examinar os objetos isolados em suas características supostamente mais autênticas os percebe como parte ou subconjunto da cultura, ou seja, como noções arbitrárias.

O Campo da Arte, assim como o Campo do Design, são conceitos e, portanto, enunciados teóricos arbitrários, isto é, representações ou imagens, noções teóricas, convenções, que fazem parte de um sistema de códigos elaborado por pares com a mesma ideologia e o mesmo *habitus*, um modelo que pode ser decifrado desde que tenhamos as chaves conceituais.

O Campo da Arte e o Campo do Design são compostos, além das obras⁸¹ e das suas instituições formais de legitimação, por seus agentes (atores sociais), que moldam suas práticas sociais (como o trabalho singular do artista e do designer, relacionamentos familiares, criação e manutenção das suas instituições formais de legitimação e consagração), símbolos e representações. Enfim, pelas dinâmicas condições sociais de produção, de reprodução e circulação dos objetos de arte e de design.

De acordo com Pierre Bourdieu, podemos estabelecer espacialmente⁸² três grandes lugares onde são exercidas as práticas sociais dos Campos da Arte e do Design. O lugar, aqui, é a própria sociedade em que os agentes atuam, na qual se institucionalizam todas as suas ações: i) a **produção** (artistas, designers, autores, criadores, intérpretes, produtores, promotores, indústrias, operários etc.); ii) a **recepção**

81 Não sei se os meus leitores perceberam, mas no caso do design, em lugar de empregar o termo *obra* estive preferindo empregar o termo *objeto*, pois me parece que o termo *obra* reforça uma noção passadista.

82 Seria interessante observar que esse espaço é topológico e não físico. Trata-se do espaço da noção de campo formulada por Pierre Bourdieu.

(o público, quem compra, quem frui a obra etc.); e iii) a **circulação** (museus, galerias, crítica de arte, professores de arte e design, mídia, distribuidores etc.).

É preciso salientar que Bourdieu não considerava uma diferença qualitativa entre as práticas sociais dos agentes em relação aos diferentes trabalhos que realizavam, quer dizer, nunca afirmou que essa era melhor do que aquela, mas procurou definir uma nova teoria sobre os lugares sociais que as práticas ocupavam no campo. Ele procurou nos explicar que essas práticas foram sendo hierarquizadas (localizadas) com o passar do tempo e, nos dias de hoje, para o senso comum, o artista ou o designer tem uma posição social “mais bem situada” do que por exemplo o dono de uma galeria de arte. Ou seja, pode até ser que o galerista seja mais rico e frequente as colunas sociais, restaurantes chiques etc., mas o lugar simbólico do artista ou do designer é melhor ou mais distinto socialmente do que o do galerista e, do mesmo modo, a obra, uma pintura de Guignard ou um exemplar de uma cadeira Barcelona, por exemplo, tem “mais valor” simbólico do que o colecionador que a possui.

O valor explicativo, nessa forma de abordagem, é a sua abrangência, a percepção do campo evitando a hierarquização moral, por assim dizer, mas social, dos agentes, sem desejar diminuir a importância simbólica das práticas de um ou outro, garantindo uma mesma posição conjuntural. Todos pertencem ao mesmo campo e o legitimam como tal por meio de uma disputa, aliás, do ponto de vista estrito, do ponto de vista das práticas sociais hegemônicas, nos dias de hoje, o crítico de arte, ou o curador, enfim, aquele que recruta os artistas ou o responsável pelo direito de ingresso dos pretendentes ao mundo profissional dos designers, assim como quem define quais serão os objetos ou obras a serem exibidos em uma exposição, tem mais importância do que o artista ou que o designer propriamente dito, comprovando que esses lugares são móveis e que atualmente, na disputa pelo melhor lugar, quem legitima – o curador – tem mais importância do que quem produz a obra – o artista.

A arte e o design hoje são compreendidos de um modo que me parece problemático, pois são práticas consideradas mais como fórmulas discursivas ou narrativas dos agentes, dos que se ocupam dos espaços de consagração e da circulação, do que como práticas sociais de quem as produz. A maior parte dos meus colegas acredita que a arte e o design são artefatos teóricos, representações simbólicas que os agentes sociais produzem, formulações, enunciados, um modo discursivo de construir um **sentido** ou uma **explicação** coerente de algo que influencia e organiza as práticas sociais desse campo, assim como as concepções simbólicas daqueles que nele atuam.

Essa situação nos obriga a uma tomada de posição. Parece-me que isso está correto em parte, pois a arte e o design deixaram de ser considerados como práticas materiais das quais se desprendiam as noções e os conceitos humanizados, nunca o contrário. Evidentemente que esse juízo é particular, serve para que pessoalmente possa me posicionar. No entanto, não há como negar que essa situação serve maiormente para atender as demandas sociais da ideologia comercial, hegemônica nos dias de hoje. A noção hegemônica se apoia sem resistência à noção rodriguiana da vida como ela é e não como deveria ser. Portanto, no caso da arte podemos afirmar que ela ficou mais rara de ser encontrada, pois hegemonicamente aquilo que está sendo produzido pelos agentes das instâncias de consagração é a *antiarte*, o contrário do que existia. No caso do design, como não temos legitimado um termo como *anti-design*, pode-se falar de frivolidade ou inutilidade da maior parte dos objetos industriais produzidos.