

Algumas considerações sobre as transformações ocorridas na sociedade e a prática de se pensar a Arte e o *Design*

Some considerations about the transformations in society and the practice of thinking about art and design

Tais de Oliveira Ventura Pereira, Mestranda

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio
taventuracontato@gmail.com

Alberto Cipiniuk, Doutor

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio
acipiniuk@gmail.com

RESUMO

As mudanças trazidas pela Revolução industrial influenciaram diretamente a forma como se pensa a arte, a literatura e o *design*, isso porque o pensamento da prática é um resultado direto do contexto ao qual se está inserido. A arte, a literatura e o *design* são produções sociais que só podem ser compreendidas dentro de uma perspectiva sociológica. No presente artigo buscamos demonstrar como as relações capitalistas existentes na época, afetaram o pensamento dessas práticas e redefiniram a forma como as pessoas se relacionavam com os produtos.

PALAVRAS-CHAVE

Revolução Industrial, Design, Literatura e Arte, Produção social, Produtos.

ABSTRACT

The changes brought by the Industrial Revolution was directly influenced by the thinking of art, literature, and design, because the practical envisage is a direct result of the context to which it is inserted. Art, literature and design are social productions that can only be understood within a sociological perspective. In the

present article we seek to demonstrate how the capitalist relations existing at that time, affected the thought of these practices and redefined the way in which people related to the products.

KEYWORDS

Industrial Revolution, Design, Literature & Art, Social production, Products.

O presente e breve artigo procura dar materialidade e trazer à reflexão dos leitores como as mudanças ocorridas na sociedade depois da Revolução Industrial influenciaram o pensamento a respeito da arte, da literatura e do *design*. Ao oferecer a arte, a leitura e o *design* como base para nossa discussão, gostaríamos de esclarecer antecipadamente que poderíamos ter tomado qualquer outra prática social para confrontá-la à prática do *design*, mas aqui escolhemos arbitrariamente a arte a literatura. Nossa intenção é debater a forma como as pessoas pensavam as relações entre produto e produtor e como davam aos objetos manufaturados um *status* de produção divina, e o artista (aquele que se dedicava à produção ou manufatura dos objetos) por sua vez era considerado o instrumento pelo qual Deus se manifestava aos homens. Esse pensamento não foi único e não perdurou por muito tempo, mas ofereceu ao artista um capital social de superioridade diante das outras profissões ou práticas, apesar de a maioria dos artistas passarem fome e viverem em situação precária, depois que essa noção caiu por terra.

As mudanças políticas e sociais ocorridas ao longo dos tempos refletiram no modo como as pessoas se relacionavam como os artistas, bem como com sua produção. Impulsionados principalmente pelas relações capitalistas, o trabalho destes profissionais foi sofrendo mudanças e o principal argumento que empregávamos para a defesa dessa categoria profissional, a arte e o artista, como coisas especiais e explicadas de forma mítica, tal como no jogo de xadrez, o rei foi colocado em xeque.

A Revolução Industrial através da mecanização gerou grande impacto na vida pública, com a migração dos povos do campo para as cidades e uma nova forma de pensar as relações existentes no mundo do trabalho deu àqueles que vagavam sem destino pelas estradas da Inglaterra, postos de trabalho nas fábricas. O grande movimento de pessoas e a sua vinda para os centros urbanos, antes pouco desenvolvidos, alterou definitivamente a estrutura das cidades, com isso o comércio e a locomoção das pessoas.

Segundo Sennett (2016), os grandes produtores industriais, agora trabalhando com o mecanizado modo de produção capitalista, não tinham clara consciência do sistema de produção ao qual estavam inseridos. Quando

começaram a se dar conta da sua magnitude, inventaram e adotaram práticas de trocas comerciais que levaram as pessoas a aumentarem o consumo e a se relacionarem de forma diferente com os bens que adquiriam. Outrora, os objetos eram adquiridos de acordo com a necessidade que as pessoas tinham, isto é, atendiam necessidades sociais e tinham alto custo, agora estavam disponíveis e acessíveis monetariamente àqueles que desejassem comprá-los ainda que sem necessidade. Quando uma pessoa precisava de um assento, ou bem ela fabricava aquilo que precisava, ou bem ela encomendava um para o artesão da cidade em que vivia. Quando precisava de mais assentos, encomendava ao carpinteiro, o número de assentos que desejava. Agora, nas cidades industriais, ela poderia entrar em uma casa comercial e não mais no ateliê de um carpinteiro e poderia escolher quantos assentos desejasse comprar, sem ter que conversar com o artesão e explicar que tipo de assento ela desejava adquirir. Ainda que essas lojas comerciais possam atender apenas parte daquilo que as pessoas desejam, os assentos estarão prontos e guardados em um estoque prontos, para serem consumidos. Portanto o valor inicial, não o valor financeiro do assento, mas o valor de uso que se fazia necessário foi substituído por outra situação e que pretendemos tratar. Esta nova forma de comportamento social que as pessoas assumiram para se relacionar com os produtos que precisavam é um reflexo das mudanças políticas e sociais ocorridas na época, reflexo das novas relações capitalistas. Estas relações permanecem em continua transformação, e o *design* tem papel importante nesse contexto, pois é uma prática social que se aplica na atividade de dar forma e função ao produto industrial, tornando-o agradável ao consumo e atraente aos olhos.

Ao longo do tempo a maneira como se pensa o fenômeno da arte, da literatura e do *design* sofreu mudanças, isso porque o pensamento sobre essas práticas sociais se materializa como resultado direto do contexto ao qual se está inserido. Pode-se dizer que o que se pensa sobre arte, literatura e *design* ocorre ao mesmo tempo em que esses fenômenos são produzidos, portanto pode-se afirmar também que não se pensa sobre esses fenômenos previamente à sua produção. Essa noção é importante, pois o pensamento

idealista, que é hegemônico ainda nos dias de hoje, defende que a prática da arte, da literatura e do *design* são manifestações do espírito, que essas práticas são abstratas e que se confundem como o pensamento. A prática da arte assim como prática da literatura e a prática do *design* são produções sociais que só podem ser compreendidas dentro de uma perspectiva sociológica.

Sennett¹ observava que o homem do século XVIII buscava a sua identidade social – nesse caso estamos nos referindo a três identidades profissionais concretas (arte, literatura e *design*²) e não à identidade de modo geral como em Sennett – entre aquilo que o homem queria ser e o que socialmente lhe seria permitido ser. Portanto, ser artista, exercer essa atividade profissional, não era uma questão de vontade própria ou escolha pessoal a partir da descoberta de uma vocação ou habilidade natural para esse tipo de trabalho. Afinal, para não sermos idealistas, é preciso enunciar e defender que o exercício da prática da arte, da literatura e do *design*, assim como de todas as outras práticas profissionais hoje denominadas criativas, não são apenas realizações produzidas por faculdades espirituais ou formas de pensamento, mas ações sociais concretas ainda que impliquem em formas de pensamento.

Para observar a sociedade atual e podermos ter a capacidade de examiná-la de modo claro e objetivo, para que possamos compreender os hábitos e costumes das pessoas do passado é preciso compreender que houve um câmbio ou movimento no comportamento das pessoas como indivíduos, bem como da própria sociedade onde elas se localizavam, daí, conseqüentemente, temos que considerar que nossas noções sobre as práticas humanas não são fixas, assim como não são imóveis nossos entendimentos sobre nossos comportamentos sociais, pois eles são em verdade, dinâmicos ou cambiantes, isto é, historicamente condicionados. Portanto não se pode obter uma definição ou uma explicação definitiva sobre qualquer prática humana de

1 SENNETT, Richard. O declínio do homem público. 2 ed. Rio de Janeiro: Record, 2016.

2 Ainda que não houvesse a prática design no século XVIII, tal como explicou Adrian Forty (2007), defendemos que o surgimento do desenho industrial ou das artes aplicadas à indústria, foi a condição de possibilidade do surgimento da atual prática do design, posto que o desenho industrial surgiu na segunda metade do século XVIII, com a Revolução Industrial.

modo anistórico, tal como os filósofos idealistas desejavam fazer, afirmando que a arte sempre existiu e sempre foi aquilo que é. Desse modo podemos concluir que as definições sobre as práticas sociais, seja a arte, a literatura e o *design*, são humanas, históricas e devem se referir ou corresponder aos períodos históricos em que nós a examinamos.

Sennett (2016), por exemplo, afirma que no século XIX falava-se sobre os “*moers*” que seriam o conjunto de hábitos e costumes a serem respeitados pela sociedade. Desse modo, o fato de existirem etiquetas sociais a serem cumpridas pelas pessoas daquele período histórico, coisa que sempre existiu em todas as sociedades e que elas apontam para a grande diferença existente entre a sociedade atual e aquela do século XIX. Enfim, que embora aqueles hábitos e costumes se refiram particularmente àquele período da história da humanidade, apesar de fazerem referência apenas aos códigos sociais daquele período, é preciso lembrar que também fazem parte dos critérios que empregamos hoje para examinar a nossa sociedade.³ Os critérios que empregamos para saber como se vive hoje, refletem-se diretamente no relacionamento das pessoas com também nos nossos objetos de estudo, assim como o entendimento que temos sobre eles. Contudo, à medida que esses códigos ou critérios que empregamos para nossas análises vão sendo rompidos e a diferença entre a noção disso que é público e disso que é privado vai sendo reforçada, os laços com o Antigo Regime vão se rompendo. Assim apesar da dificuldade em conectarmos o mundo do Antigo Regime ao que Sennett chamou de “sociedade do espetáculo febril”⁴ a cultura anterior – à cultura medieval – e também à do futuro – a sociedade contemporânea – se fazia necessária para que ocorresse uma nova significação disso que chamamos de forma de sociabilidade.

Posto que a noção de *design* ainda fosse estranha ao século XVIII, a nossa busca pelos melhores critérios para que possamos encontrar o homem

3 Em seu livro, Sennett se referia à sociedade da segunda metade do século XX.

4 O autor chama a efervescência ocorrida na sociedade do século XIX de “sociedade do espetáculo febril” por conta do aparecimento entusiasmado de uma vida pública em Paris que atraía pessoas e provocava uma excitação evanescente. Apesar de todo o espetáculo, havia uma passividade do espectador, que ficava silencioso e pasmo, esta reação se dava por conta da civilidade pública que havia sido estabelecida no Antigo Regime (Moers).

do século XVIII, especialmente como ele entendia isso que era arte e literatura se torna mais difícil e passa a ser uma mescla entre o desejo pessoal das pessoas dos dias de hoje e o desejo da sociedade daquele período histórico, elevando agora a questão da personalidade individual para o debate ou discussão teórica para a definição da identidade profissional do artista ou do literato para uma categoria social que realiza o seu trabalho absolutamente sozinha, daí a definição da arte e da literatura como uma prática social que produz objetos únicos e de um único trabalhador.

A evolução ou modificação do pensamento em relação à prática da arte, à prática da literatura, tal como ocorrerá mais tarde com a prática do *design*, responde à conjuntura histórica do nosso momento. Portanto ela é contemporânea, somos nós, como nossos atuais pressupostos é que estamos pensando o passado, pois a ideia do artista como trabalhador criativo individual, ainda que tenha surgido apenas no início do que hoje chamamos período do Renascimento, só irá se consolidar durante o século XIX, com o reforço das teses propostas pelo movimento romântico e da noção arte pela arte. Antes dessa época, isto é, antes do início da Idade Moderna, na Europa, o trabalho artístico era realizado de maneira coletiva, com responsabilidade comum entre os profissionais que trabalhavam juntos nos ateliês. No caso da literatura, embora fosse uma arte liberal até o final da Idade Média, ou seja, uma prática suntuária exercida pelos bem-nascidos, no início do Renascimento, portanto, já na Idade Moderna, ela começa a deixar de ser uma prática de pessoas abonadas, com os recursos necessários para uma longa formação técnica em gramática, seja das línguas nacionais como o italiano, seja do grego, do árabe ou do latim. Diferentemente das artes plásticas, a prática literatura se democratizará aos poucos e mais tardiamente, mas não deixa de refletir o que ocorria nos diferentes ramos das atividades artesanais até o início do século XIX. Assim, embora houvesse mestres, companheiros⁵ e aprendizes dentro dos ateliês de ofício, os trabalhadores não eram

5 Muitas vezes os companheiros eram tão hábeis profissionalmente como os mestres e não havia propriamente uma diferenciação entre os saberes profissionais entre essas duas categorias, pois como vimos o trabalho era realizado coletivamente.

considerados como produtores únicos ou dotados de uma competência que contemporaneamente denominamos de gênio individual por trás dos seus trabalhos.

A crescente desumanização do trabalho depois da Revolução Industrial e, conseqüentemente a perversão do seu caráter criador, sob a divisão do trabalho do modo de produção capitalista, e sob as relações de produção na sociedade capitalista, afetaram a produção artística particularmente na Europa do século XIX. Assim, com o rompimento dos laços tradicionais entre a produção, isto é, o artista e a recepção – instituições religiosas, patronos aristocratas, academias. A partir desse momento, o artista e o literato não ficarão mais presos a um patrono ou às encomendas como ocorriam tradicionalmente, dessa forma, as condições sociais do trabalho artístico passam a ser tidas como “livres”, ou seja, contrastam mais acentuadamente com as dos outros tipos de trabalho que vinham sendo apropriados pelo modo de produção capitalista. Portanto o trabalho realizado por artistas e escritores ainda não integrados pelas relações de trabalho capitalistas, as relações determinadas pelo mercado de compra e venda do produto do trabalho, passam a ser vistas como pessoas que trabalham de acordo com uma forma ideal – espiritual – de produção, porque aparecem como livres, de forma que outros não são mais.

Com o fim do Antigo Regime o sistema de mecenato, o sistema de proteção que regulava a produção desses trabalhos – artes plásticas e literatura – entra em crise, dando lugar ao sistema crítico-comerciante (*marchand de tableaux*), em que o artista ou o trabalhador desse tipo de atividade não é mais um serviçal que trabalhava para atender ao pedido de algum ilustre comanditário, mas a sua relação de dependência continuava a mesma em relação à recepção, pois agora seu trabalho é dependente das escolas de arte e, em seguida, pelos *marchands* ou dos críticos de arte, tal como mais recentemente o sistema dos curadores, isto é, os produtores disso que chamamos de arte – os artistas – não trabalharão mais diretamente para quem antes encomendava seus trabalhos, mas o seu trabalho será regulado por intermediários ou atravessadores, enfim, por pessoas que se ocupam da

legitimação e consagração daquilo que eles entendem como sendo trabalho artístico.

A primeira interpolação entre a produção e a recepção foi pela mediação do ensino da arte, que nas academias era considerado um privilégio, pois o conhecimento ou o saber contido em uma prática social era cuidadosamente passado do mestre para o discípulo, assim como era o ensino prático nos ateliês onde o conhecimento do ofício era passado de pai para filho, enfim, tal como ofício familiar ele agora será institucionalizado primeiro pela academia e depois pela escola até entrar também em crise já no final do século XIX.⁶ Após a Revolução Francesa e república burguesa⁷, foram criadas as Escolas de Belas Artes, que além de serem responsáveis pelo recrutamento e formação desse tipo de trabalhador, eram também espaços de legitimação do artista por intermédio de concursos artísticos, sendo que o prêmio principal para os que mais se sobressaíssem era uma viagem à Roma (*Grand Prix*). O modelo das escolas de belas artes era muito semelhante ao das academias, contudo, os republicanos afirmavam que o ensino da arte não era mais um privilégio de poucos, tal como no Antigo Regime, mas oferecido para muitos gratuitamente e democraticamente pela república, enfim, com a mesma falsidade que a república brasileira, por exemplo, o mesmo que continuamos afirmando nos dias de hoje em relação ao ensino público e gratuito para nossos jovens.

Nesse contexto de encenações e de muita competitividade entre os pares, o artista ou trabalhador que se submetesse a esse tipo de trajetória profissional era tido como uma pessoa que tinha sido ungido pelos santos óleos. Era dotado de privilégios que afirmavam não existirem e seu trabalho era consagrado depois que cumprisse todo o percurso de formação que duravam muitos anos. Daí poderia vender o produto do seu trabalho livremente aos que se interessassem por comprá-los. As academias e

6 BOIME, Albert. *The Academy and French Painting in the Nineteenth Century*. New Haven and London: Yale University Press, 1986.

7 Referimo-nos aqui a maneira como os burgueses entendiam o que deveria ser o ensino ou a aprendizagem dos saberes existentes e que não poderia ser confundido com a forma como ele se realizava antes da Revolução Francesa.

subsequentemente as escolas de belas artes eram os locais onde se concretizava a noção de que os artistas eram pessoas dotadas de uma natureza especial. Contudo, no final do século XIX esse modelo também entrou em crise e foi substituído pelos intermediários – *marchands de tableaux* – tal como mencionamos mais acima.

Para que possamos entender a arte, a literatura e o *design* dentro do mesmo postulado teórico e que não seja idealista, acreditamos que temos que considerar o fato dessas três práticas serem manufaturas, isto é, produtos ou o resultado de uma prática profissional ou forma de trabalho para atender às demandas sociais. Como todas as práticas profissionais do nosso período histórico estão submetidas ao mesmo modo de produção – o capitalismo – julgamos que devemos pensar esses produtos como mercadorias, pois não há objetos da cultura material de nosso tempo que fuja dessa determinação, eles são mercadorias.

No passado o trabalho daqueles que se dedicavam à produção da arte, enfim, o trabalho daqueles que produziam qualquer coisa, consistia ou se caracterizava como um trabalho realizado em colaboração, ou de forma coletiva. Trabalhar junto como os outros era considerado uma coisa normal e muito diferente da forma como encaramos o trabalho nos dias de hoje, sob a gigantesca competitividade instaurada pelo modo de produção capitalista. Na verdade, em toda a história da humanidade, inclusive hoje, todas as formas de trabalho sempre foram realizadas em colaboração e segundo Janet Wolff há dois argumentos para validar a afirmação de que a prática da arte – prática social tida como a única onde os trabalhadores trabalham sozinhos – é um produto coletivo: primeiro, seriam os pré-requisitos referentes a aspectos da produção cultural, estes seriam pré-condições para a realização disso que ainda chamamos de obra de arte, como por exemplo, no caso de um concerto de música clássica: as pessoas envolvidas na fabricação dos diferentes instrumentos, impressão de partituras, produção e arrumação de cenários no palco, na iluminação do concerto etc., que, sem elas, o produto ou a música não poderia ser realizado. Em segundo lugar, a noção de prática aplicada à arte como realização coletiva também é pespegada àquelas atividades

denominadas criativas, as “mais privadas”, aquelas que são produzidas pelo recôndito da alma dos criadores. Pois até nas chamadas “artes individuais” tidas como expressões insígnias da subjetividade dos criadores, tal como a dos escritores e poetas, são coletivas. Por exemplo, esta noção é considerada equivocada pelo fato de existirem dezenas de práticas profissionais que o precedem e ainda acompanham o “autor” enquanto ele escreve, mesmo que ele esteja acreditando sinceramente que trabalha sozinho: ter sido alfabetizado, precisar de papel, lápis, móvel para escrever, computador etc., enfim uma miríade de práticas produtivas que se associam ao trabalho de “autor” único ou original e que não são realizadas por ele. Imaginemos o que seria da poesia ou da literatura se os autores tivessem que fabricar os papéis, os lápis, as canetas, os computadores os livros etc.? E não estamos aqui considerando a indústria de distribuição que ocorre depois da produção das poesias e livros, pois é preciso atentar para o fato de que existe toda uma economia instalada por conta da distribuição desses produtos ou mercadorias. É preciso não esquecer que as poesias e os livros são objetos industriais. Enfim, julgamos que não é possível mencionarmos que o trabalho criativo é solitário, salvo haja má fé e as pessoas estejam querendo esconder algo ou alguma coisa ou então que as pessoas estejam sinceramente convencidas que trabalham sozinhas, modalidade explicativa que podemos aceitar, mas que não se justifica depois de ser explicitada.

“No século XIX, o indivíduo e suas forças, desejos e gostos específicos tornaram-se permanentemente venerados como uma ideia social, partindo de um individualismo tosco, sobrevivente de um mais ajustado, das ferozes justificativas da nova economia, para crenças mais sutis e mais perturbadoras, em que a sociedade deveria supostamente funcionar através da personalidade, existir para ela, reforçá-la.” (SENNETT, 2016:187).

O capitalismo industrial gerou grande impacto na vida pública, com o grande fluxo de pessoas vindas do campo para as cidades e vice-versa, os estudiosos sugeriram que o verdadeiro crescimento urbano deveria ser considerado pelo número de residentes urbanos permanentes, ao invés de considerar os imigrantes instáveis. As causas desse enorme crescimento

populacional eram complexas, mas o aperfeiçoamento da medicina e a criação de novos produtos que eram capazes de desinfetar as coisas e ambientes como, por exemplo, a água sanitária, foi responsável por reduzir a ameaça das pestes nas populações urbanas, favorecendo o número de nascimentos em relação aos óbitos. Outro fator que não podemos esquecer é que se iniciou o trabalho nas fábricas por conta da mecanização da indústria. Antes da criação da indústria, havia multidões de mendigos caminhando pelas estradas da Inglaterra sem trabalho e proteção social. As leis sociais os chamava de vagabundos. Eles, quando presos por vagabundagem, eram deportados para as colônias ultramar e eram, antes dos negros da África, aqueles que faziam o trabalho escravo. O trabalho nas usinas foi uma espécie de resposta social à demanda de emprego depois da política de fechamento dos campos e expulsão dos trabalhadores das terras comuns e só contratando em épocas de demanda efetiva como no período do plantio e da colheita. Nas cidades as usinas demandavam trabalho o ano inteiro.

O crescimento populacional da cidade de Paris, por exemplo, levou o prefeito Hausmann a reduzir a mistura de classes através da esquematização de *quartiers*, que funcionava como uma muralha invisível entre os cidadãos urbanos promovendo a reorganização de classes sociais. Esta reorganização física da cidade, nitidamente classista e discriminatória em relação à classe trabalhadora, complementava a crescente divisão do trabalho na economia industrial, tornando a cidade de Paris um conjunto de moléculas sociais diferentes dentro de uma molécula maior. A separação da sociedade em moléculas influenciava na relação que as pessoas tinham com o espaço e com o comércio. Fora as cidades de Paris e Londres, as principais cidades na era industrial não possuíam indústrias dentro do perímetro urbano, digamos assim, estas eram construídas distante das cidades, isto é, nas periferias. O grande deslocamento que algumas pessoas precisavam fazer para trabalhar nas fábricas reforçava a ideia de que o bairro nas proximidades do centro da cidade era um lugar de repouso face ao mundo do trabalho, promovendo assim o comércio local. Nas cidades mais antigas, aquelas que possuíam um traçado medieval, tal como a cidade de Paris, por conta da dificuldade de

locomoção pelas ruas estreitas e tortuosas, foram criados *grands boulevards*, além da criação de sistemas de transportes para atrair clientes aos grandes centros de comércio e terminaram expulsando as usinas, assim como os proletários para fora do centro urbano, os *banlieues*, que em livre tradução significa lugares (*lieues*) banidos (*ban*).

O capitalismo influenciou definitivamente o modo de produção, Sennett pontua que os grandes produtores não tinham plena consciência do sistema de produção em massa ao qual estavam inseridos, por conta da nova forma de se fazer dinheiro e dirigir grandes organizações, as transações financeiras tornaram-se um mistério até para as grandes organizações bem-sucedidas. No conjunto das iniciativas burguesas da sociedade industrial a abertura de uma loja chamada *Bon Marché* traria ao mundo dos negócios três ideias inéditas: a margem de lucro de cada item seria pequena, mas o volume de mercadorias para venda seria grande; preço fixo de mercadorias; qualquer pessoa poderia entrar na loja sem compromisso de compra, prática que só era permitida nas feiras livres.

Tais mudanças de técnicas comerciais, associadas ao grande volume de circulação de dinheiro e mercadorias, em circulação mesmo que a maior parte estivesse longe das mãos da classe trabalhadora, se explicava, pois agora os produtos industriais eram relativamente baratos e tinham necessariamente que ser vendidos. O conjunto de todas essas circunstâncias disparou nas pessoas o que hoje os profissionais de *marketing* chamam de “desejo” pelo consumo, como se eles existissem nos homens e mulheres como o sono ou a fome. Pois se antes as mercadorias eram de alto valor pecuniário e o acesso era limitado – adquirir um artefato até esse período histórico era muito custoso – a partir de agora não será mais, daí como o barateamento dos produtos, posto que as indústrias podiam produzir expressivamente em menos tempo, adquirir produtos não será mais um problema, isto é, o problema não estará mais no custo do produto, em vista do alto valor de fabricação e o comprador impedido de comprar. O problema muda de localização, situando-se na “subjetividade” do comprador, pois como vimos agora era possível comprar produtos de qualidade boa ou razoável com

preços acessíveis. Assim, o hábito da inversão de dinheiro por artefatos que eram necessários para isso ou para aquilo, manufaturas que eram produzidas para os que tinham uma necessidade social daqueles objetos, tal como os casacos ou sapatos apropriados para a proteção do frio, sofrerá um câmbio definitivo e o uso social das manufaturas será substituído apenas pelo comércio de mercadorias e ainda pela figura do consumidor. Esse novo personagem da sociedade industrial, o consumidor, mudará definitivamente as características disso que chamamos de homem moderno: este, além de não ler mais a bíblia e preferir a leitura os jornais, gastará mais para ter mais, mesmo que não precise daquilo que compra.

O alto volume de vendas despertou nos varejistas a ideia de criar a ilusão de escassez de suprimentos, gerando no consumidor a necessidade de possuí-lo antes que eles acabassem. Enfim, a criatura imaginada começou a caminhar com suas próprias pernas e o consumo em si mesmo foi naturalizado. A partir daí as vitrinas passam a exibir objetos inusitados, tornando-as fantásticas e elaboradas, despertando nas pessoas significações pessoais. Desde então acentua-se uma grande transformação na relação consumidor e mercadoria, pois elas passam a assumir um papel chamado por Marx de “Fetichismo das mercadorias” que através dos códigos de credibilidade receberão investimentos em sentimentos pessoais, tornando-se um “hieróglifo social”.

Lembrando que as mercadorias não são as mesmas coisas que as manufaturas, pois essas últimas possuem mais valor de uso do que troca, elas passam, por sua vez, a transmitir um *status* àqueles que as possuíam, pois eram imbuídas de novos significados simbólicos e não mais valor de uso. Estas novas coisas chamadas de mercadorias assumiam novas e infinitas possibilidades de um uso que poderíamos chamar de frívolo, mas que graças à forma como eram expostas, despertando a imaginação dos consumidores, passam a ser “necessárias”. Elas também podiam assumir o *status* de objetos de colecionadores à medida que eram fabricadas voltadas a determinado tipo de consumidor correspondendo aos costumes da época. Tomamos como exemplo os canivetes desenvolvidos para senhoras em 1895, pela

Montgomery Ward, dos 131 modelos 17 eram descritos como canivetes para senhoras (FORTY, 2007: 92). Os canivetes não possuíam diferenças marcantes em relação ao valor de uso dos modelos masculinos, eles eram apenas menores e com detalhes decorativos que simbolicamente para o período poderiam ser chamados de delicados, e possuíam a mesma função básica de uma lâmina: cortar. No entanto, por conta da conformidade com as ideias do que era apropriado simbolicamente para homens e mulheres, através das convenções sociais, foram sendo demarcadas as noções de feminilidade e masculinidade, que não se referiam às diferenças biológicas, mas sociais.

Partindo da noção de que tudo o que fazemos está localizado em estruturas sociais, e que, portanto é afetado por elas, e que é a partir delas consideramos que os agentes sociais podem atuar livremente, observamos que o trabalho de artistas, literatos e *designers* não são coisas do espírito ou dependem que inspiração divina, pois todas as práticas sociais podem e são ensinadas. Daí todas elas podem ser aprendidas, sendo que no caso do nosso período histórico, no caso do capitalismo, algumas dessas práticas – arte, literatura e *design* – serão consideradas como mais importantes, do mesmo modo e com igual força, todas as formas de trabalho serão pervertidas pelo sistema de produção industrial, tornando-se o trabalho, outrora criativo, mais uniformizado e repetitivo.

O *design* é uma prática social ou forma de trabalho desenvolvida por um profissional habilitado e responsável por parte do processo produtivo, sendo esta uma atividade significativa que desempenhou ao longo do tempo um papel vital na criação da riqueza industrial. Uma das partes do trabalho do *designer* é silenciar todo o processo necessário ao desenvolvimento do produto, este movimento traz aos produtos um caráter fantástico, inspirativo, alimentando o mito que o *designer* é dotado de uma natureza especial própria, tal como a dos artistas e literatos do século XI, como vimos anteriormente.

Apesar de muitos objetos industriais, agora mais caracterizados por suas marcas, ou nomes comerciais, haja vista o fato de que agora são considerados apenas mercadorias sem valor de uso social, verifica-se que seus fabricantes buscam se aproximar das antigas noções que encantavam e

magicamente davam razão de ser as obras de arte. As obras de arte agora podem ser encontradas apenas em museus e coleções privadas, mas nota-se também que no mercado de moda vestimentar, por exemplo, inicia-se uma preocupação em trazer as coleções até os consumidores, já nas passarelas, através do *see now, buy now*⁸, que disponibiliza aos clientes imediatamente o que foi desfilado na passarela se comunicando diretamente com o consumidor. A prática do *design* está fortemente relacionada aos aspectos econômicos, ideológicos, à produção da necessidade do consumo e à transmissão de ideias próprias da ideologia comercial em vigor na sociedade industrial. A maneira como os *designers*, os literatos e os artistas estão situados no seu tempo e espaço social, não difere dos outros trabalhadores que os projetam e fabricam outros produtos, pois quase que a totalidade de suas produções são determinadas pela mesma disposição social. Essa disposição, que Pierre Bourdieu denominou de *habitus* nos parece ser incontornável para o tipo de análise não idealista que estamos realizando, embora exista uma crença hegemônica entre os pares do Campo da Arte e do Design que defenda o contrário, isto é, que suas produções, os produtos manufaturados pelos *designers* e pelos artistas e literatos, são coisas do espírito, autônomas ou independentes do contexto social.

Os desfiles de moda, por exemplo, considerando aqui a prática do *design (fashion design)* como uma prática criativa, desde sempre foram espaços para manifestações políticas, pois as roupas são manufaturas, o trabalho de artistas e *designers* por vezes conseguiu produzir atos de rebelião. Entre os anos 1950 e 1960 eles produziram discussões entre artistas e intelectuais, grandes estilistas como Coco Chanel, André Courrèges entre outros, discussões que operaram grandes mudanças no comportamento social das mulheres e na forma como a sociedade as enxergava, e como elas se viam e interagiam com o meio. Em sua maioria, os trabalhos de *design*, mantém-se resignados ou conformados em relação ao modo como atuam nas estruturas

⁸ O movimento *see now, buy now* significa veja agora, compre agora. É uma ideia adotada por algumas marcas a fim de evitar cópias dos produtos desfilados na passarela assim como fomentar ainda mais as vendas. O assunto é controverso já que algumas marcas alegam não haver tempo hábil para a fabricação das peças mantendo a mesma qualidade.

sociais e nas quais estão inseridos. Infelizmente a maioria dos estilistas ou *fashion designers* já não promovem as discussões que outrora produziam. Em parte, suprimidas pelas relações capitalistas, muitas marcas entregam produtos de moda que apenas reproduzem uma ideia vagamente transgressora, sobrevivendo à sombra de tendências já consagradas adotando uma forma mais segura de se manter no mercado. Por conta da crise existente no setor, crise provocada pelo movimento de desindustrialização promovido pelo neoliberalismo, esta se tornou uma prática comum entre as grifes, além do fato de ser altamente custoso e relativamente demorado estudar o cliente. Ainda que muitos possam considerar essas discussões levadas às passarelas epidérmicas em termos sociais, isto é, se comparadas aos grandes problemas sociais que atormentam os dias de hoje, grandes marcas abordam temas controversos como gênero, preconceito, padrões etc. que têm provocado reflexões na indústria da moda. Atualmente grandes personalidades do mundo da moda têm defendido tanto nas passarelas como em outros espaços de grande mídia a redução da desigualdade, bem como o consumo de peles, aproveitamento de materiais. O espaço da passarela ainda é capaz de lançar luz sobre temas polêmicos, apesar de ter uma representatividade social diferente daquela mencionada anteriormente.

Os objetos de *design*, principalmente aqueles que carregam conteúdo político explícito, como por exemplo, os ecologicamente fabricados que seguem os princípios do *ecodesign*⁹, carregam a mensagem de preservação e manutenção do planeta, levando as pessoas a repensarem a forma como consomem os bens e o destino que dão ao fim de sua vida útil. O consumo de produtos de *ecodesign* é mais do que adquirir produtos verdes, é posicionar-se politicamente em relação aos hábitos gerais de consumo da sociedade, é um ato que produz discussões sobre o impacto da produção sobre o meio ambiente, levando a um pensamento crítico. Estes produtos muitas vezes operam como objetos de diferenciação social, atuando na transmissão de

9 Os princípios do *ecodesign* são: A redução do uso de recursos não renováveis, redução do impacto ambiental durante o ciclo de vida do produto, redução da geração de resíduos e substituição de produtos e processos por outros menos nocivos ao meio ambiente. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/informma/item/7654-ecodesign>

princípios e valores e o simples fato de possuí-lo já transmite a noção desejada, mensagem que é reforçada pela conformidade do que é aceito como apropriado através das convenções sociais, consagrando o estado das coisas através de suas características. Esse novo significado das mercadorias obedece a contínua necessidade que as pessoas têm de se distinguir através de produtos com características exclusivas. Este “novo sentido” dado ao produto, é carregado de significado e capital simbólico e opera a chamada diferenciação em *design*.

O trabalho do *designer*, em sua maioria, está relacionado à prática de ressignificar simbolicamente os objetos industriais, pois ele silencia toda essa parte anterior à sua fabricação, apaga o seu valor de uso transformando o objeto industrial ou mercadoria em algo que nos lembra, apenas lembra, as coisas que realmente precisamos no mundo em que vivemos. Coisas que sempre existiram e que precisávamos delas. Portanto, a maioria das mercadorias são produtos industriais inúteis, mas que foram travestidos de um sentido utilitário ou funcional. São manufaturas que foram naturalizadas, não como bens artificiais, mas como coisas naturais que sempre existiram, sendo este um movimento intencional para reduzir a resistência à novidade das “coisas novas”, isto é, trata-se de um mecanismo para alterar o modo como as pessoas veem ou compreendem as coisas do mundo que não são mais necessárias socialmente, pois essas coisas não possuem valor de uso, mas apenas valor de troca simbólica.

Estes objetos, a sua ressignificação determinada simbolicamente e não por conta do seu valor de uso, tão ao gosto da ideologia comercial dos nossos dias, causam nas pessoas um frenesi semelhante ao caso dos canivetes mencionados anteriormente. Podemos até observar no Campo do Design um movimento na direção disso que tem sido chamado de ressignificação pelos teóricos do nosso campo de estudos. É claro que o sentido ou o significado dos objetos muda dependendo do período histórico em que ele está, afinal ele sempre acompanha as dinâmicas sociais. Algo ou alguma coisa que teve um determinado sentido no passado, hoje pode possuir um sentido diferente, tal como, por exemplo, o caso da pintura rupestre nas cavernas de Lascaux ou

Altamira. Muitos insistem em dizer que aquelas pinturas são obras de arte, o que é e não correto ao mesmo tempo. Para os observadores de hoje é claro que são obras de arte, afinal o nosso olhar é presidido por um viés esteticista e pela crença romântica de que a arte sempre existiu na história da humanidade, mas para os homens e mulheres que pintaram cavalos e bisontes nas paredes de Lascaux, certamente aquelas imagens tinham outro sentido e que desconhecemos integralmente. Pode ter sido parte de um ritual religioso para favorecer a caça daqueles animais, práticas preventivas de malefícios diversos e muitas outras coisas. Nos dias de hoje, a prática do *design*, que até recentemente se chamava desenho industrial, era alguma coisa que tinha mais a ver com a produção de objetos com valor de uso, mas que gradualmente se transformou naquilo que poderia ser chamado de “dourar a pílula”, mascarar a realidade, eufemizar objetos industriais, como se eles ainda fossem utilitários, para que eles sejam mais palatáveis ao consumo. Hoje os *designers* utilizam várias técnicas para fazer com que as pessoas percebam os objetos de maneira mais agradável, proveitosa e eficiente para serem aceitos, não estão projetando objetos utilitários com valor de uso conforme explicamos mais acima, procuram em nossas tradições, exemplos que possam validá-los embora eles sejam, quase sempre, inúteis. Não que no passado os *designers* não fizessem o que fazem hoje, mas antes eles próprios ainda entendiam suas práticas como atividades voltadas para a produção de objetos utilitários.

Concluimos que as relações entre produto, produtor e consumidor foram drasticamente influenciadas pelas condições políticas e capitalistas vigentes do nosso momento histórico, assim como as relações trabalhistas sofreram mudanças com a nova forma de produção, e os produtos por sua vez ganharam nova importância para os consumidores. A evolução do pensamento sobre os objetos denominados criativos ou de arte, responde às práticas sociais históricas, sendo a cultura anterior necessária para pensar a sociedade atual e a forma como ela consome seus produtos.

BIBLIOGRAFIA

BOIME, Albert. **The Academy and French Painting in the Nineteenth Century**. New Haven and London: Yale University Press, 1986.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo**. Design e sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **A metamorfose dos gostos**. In.: *Questões de Sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983, p. 127-135.

SENNET, Richard. **O declínio do homem público**. 2 ed. Rio de Janeiro: Record, 2016.

WOLFF, Janet. **A produção social da arte**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982.

Gucci, Prada e o futuro da moda. Disponível em:

<http://emails.estadao.com.br/noticias/moda-beleza,gucci-prada-e-o-futuro-da-moda,10000058888> Data de acesso: 28 de dezembro de 2017

Meio ambiente, *ecodesign*. Disponível em:

<http://www.mma.gov.br/informma/item/7654-ecodesign> Data de acesso: 16 de janeiro de 2018