

## 4

### **Análise de conceitos e teorias relativos à autoria**

Tendo mostrado primeiramente, em capítulos anteriores, quais os termos e valores relacionados à autoria e, posteriormente, algumas manifestações do campo do design que ilustram como estes valores de autoria existem dentro dele, refletiremos agora diretamente sobre alguns dos valores e noções principais de autoria aqui mencionados.

Como expusemos em nosso capítulo anterior, a noção de uma autoria individual se encontrava no campo do design, através de alguns exemplos como o chamado *design assinado*, no qual a identificação ou característica principal do objeto era a “assinatura”, material ou simbólica, da figura do designer. Também na legislação da Propriedade Intelectual, por exemplo, que reconhece e garante direitos intrínsecos ao indivíduo que cria o objeto, simplesmente por tê-lo feito isto; ou em qualquer categoria de design na qual o designer receba quase que exclusivamente os créditos pelo projeto ou objeto desenvolvido.

Por outro lado, também mostramos que se encontra no campo outra noção de autoria que, ao contrário da individual, entende o ato da criação como algo coletivo. Ela pode ser verificada no campo através do design social que compreende o processo criativo como um processo coletivo ou, ao menos, não individual, pois admite e defende a colaboração do usuário na criação do objeto final, que é assim visto como um produto não individual, mas coletivo ou de co-autoria.

Em outras palavras se nos defrontamos com alguma manifestação de design – ou qualquer outra atividade criativa – que se desenvolva de tal maneira na qual o autor ou o profissional em questão obtenha maior atenção ou maior credibilidade que o produto criado, podemos dizer então que subsiste aí a noção de autoria como um ato individual de criação. Mas, se ao contrário, um fenômeno aparece de tal forma que o autor não é tido como único responsável pelo objeto criado e outras instâncias sejam considerados como o próprio público ou os meios de produção, aí então teríamos um processo que poderíamos chamar de coletivo ou “não individual” de autoria.

Dentro desta perspectiva, destacamos três conceitos que constatamos presentes em nosso trabalho desde a primeira parte quando analisamos definições tanto da palavra autor quanto da palavra design, e que igualmente estão presentes nos três exemplos citados anteriormente. Os conceitos são: o indivíduo, a criação e a criatividade. Para o estudo do conceito de indivíduo ou da individualidade utilizaremos o livro de Norbert Elias “A Sociedade dos Indivíduos”.<sup>1</sup> O conceito de criação – entendido aqui como *criação artística* - será debatido através do texto de Pierre Bourdieu “Mas quem criou os criadores?”.<sup>2</sup> Já a noção de criatividade será analisada segundo o trabalho de Janet Wolff já mencionado em nosso primeiro capítulo “A Produção Social da Arte”.

Demonstraremos como estes três conceitos possuem forte conotação idealista ou mesmo metafísica, representando e constituindo ideias que integram a noção do senso comum do que seja um autor ou a autoria. Assim, os autores utilizados aqui para o debate destes conceitos são todos sociólogos que questionam e refletem de maneira crítica esta visão generalizada dos mesmos, desconstruindo suas possíveis conotações idealistas e reforçando o caráter social que os mesmos termos podem possuir.

Assim, além da visão idealista e individualista de autoria também será discutida a outra visão, mais coletiva ou social do termo. Ainda que por vezes isto ocorre indiretamente, na terceira parte do capítulo, com Janet Wolff expressaremos essa noção mais diretamente.

Todos sabemos que os pensadores sociais questionam e analisam os valores do senso comum vigentes em nossa sociedade, logo nossa escolha por sociólogos se deu logicamente a partir de uma necessidade concreta de discutir alguns destes valores - no caso, os de autoria. Assim, é importante salientar aqui que, embora possa parecer, não pretendemos privilegiar um ponto de vista em detrimento de outro. Se algo será privilegiado, será antes de tudo, a própria discussão.

---

<sup>1</sup> ELIAS, Norbert. *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1994.

<sup>2</sup> BOURDIEU, Pierre. Mas quem criou os criadores? In: *Questões de sociologia*. Rio, de Janeiro: Marco Zero, 1983. p. 162-172.

## 4.1

### Elias e o conceito de indivíduo

Historicamente, já demonstramos que é possível relacionar, por diversas razões, a questão da autoria ao período do Renascimento: a ascensão das classes burguesas ajudou na conseqüente afirmação da mentalidade individualista burguesa. Por sua vez, a burguesia produziu uma mentalidade, um conjunto de valores simbólicos típicos das pessoas que transitavam nesse espaço social. Tal mentalidade possibilitou aos artistas começar a enxergar a si próprios como criadores isolados. Dentro dessa perspectiva, torna-se mais evidente entender também o fato da própria palavra “autor” datar deste período, bem como o início do hábito de se assinar obras - ação que ratifica a vontade que os artistas possuíam de expressar que a autoria das suas respectivas obras devia-se exclusivamente à visão auto-referencial de sua própria figura.

Logo, tentaremos aqui refletir um pouco sobre o conceito de indivíduo, pois entendemos que ele é duplamente importante para nos ajudar a esclarecer um pouco mais nossa questão principal. Primeiro, é ele que determina a primeira e mais comum noção de autoria, baseada apenas na figura isolada do criador. Segundo, entendemos que esse conceito também é importante, pois outras interpretações do fenômeno da autoria se darão a partir da primeira, ou, ao menos, em contraposição a esta mais comum. Logo, a compreensão deste conceito nos parece muito importante já que implica também no entendimento do termo ao qual comumente ele é tido como oposto: o seu meio social, a sociedade ou a instância coletiva.

Como já esclarecemos, utilizaremos para nossa reflexão o trabalho do sociólogo Norbert Elias, “A Sociedade dos Indivíduos”, em que o autor debate acerca do conceito de indivíduo, como se deu o seu entendimento e sua relação através dos tempos com o termo sociedade. O autor apresenta um debate sobre os motivos da visão tão comum de enxergar o indivíduo como um ser isolado e autônomo do meio social e, compreendendo esta visão como equivocada, tenta apresentar alternativas para se entender melhor esta relação.

Segundo Elias, estes dois conceitos, individual e social, atualmente, expressam não apenas diferenças entre dois fenômenos mas também uma antítese:

não só usamos os termos, “individual” e “social”, quando falamos de uma pessoa única e quando nos referimos a pessoas em grupo, mas também entendemos que estes dois termos representam instâncias necessariamente opostas, antagônicas.<sup>3</sup>

Elias define deste modo o termo indivíduo:

“Atualmente a função primordial do termo ‘indivíduo’ consiste em expressar a ideia de que todo ser humano é ou deve ser uma entidade ‘autônoma’ e, ao mesmo tempo, de que cada ser humano é, em certos aspectos, diferente de todos os demais...”<sup>4</sup>

Nesta citação podemos perceber o sentido mais comum atribuído à palavra indivíduo que é o de marcar o caráter independente e autônomo de uma pessoa, daquilo que ela representa. Além disso, merece destaque também, na afirmação do autor, a presença de outro aspecto que compõe cada indivíduo: a diferença, ou seja, sua singularidade ou unicidade. Assim, a palavra indivíduo caracteriza não só a pessoa enquanto independente e afastada do mundo, mas também como sendo diferente das outras. Dizer que os indivíduos são diferentes entre si, implica em dizer também que eles possuem elementos diferenciais, ou seja, que todo indivíduo é tal que possui elementos singulares que o caracterizam por ser da maneira que são, isto é, únicos.

Esta singularidade que está subentendida em cada indivíduo pode, por conseguinte, estar igualmente subentendida em todo fenômeno interpretado como sendo “individual”. Por exemplo, se tomarmos a ação de um indivíduo qualquer – no nosso caso a criação de um objeto – como sendo individual, tanto ela quanto o objeto produzido em questão tendem a serem entendidos como instâncias autônomas, independentes, singulares e únicas.

Isto pode ser conferido em nosso capítulo anterior com o exemplo do design assinado: a figura individual do designer é vista como único responsável pela criação do objeto. Além disso, neste mesmo exemplo, constatamos que valores relacionados à individualidade como diferenciação e singularidade são constantemente atribuídos aos objetos de design assinado, estando fortemente presentes na comercialização destes. Nesse caso, a presença da “assinatura” do

---

<sup>3</sup> ELIAS, Norbert. *Op. cit.*, p. 129.

<sup>4</sup> *Id.*, *Ibid.*, p. 130.

o  
designer nas peças, seja simbólica ou real, parece evidenciar a individualidade do autor, do responsável pela criação.

Voltando ao texto de Elias, ele nos explica que o termo - indivíduo - se refere à identidade das pessoas, aquilo que marca a diferença entre uma e outra. A esta instância Elias dá o nome de “identidade-eu”. Em oposição a ela, o autor fala de outro âmbito, a identidade-nós, que representa o que as pessoas têm em comum, que seria o seu meio social, a sociedade.

Segundo Elias, nas sociedades mais desenvolvidas, a “identidade-eu” é mais valorizada que a “identidade-nós”. A individualidade das pessoas, seus elementos diferenciais e próprios, tende a ser vista como superior aos seus aspectos comuns. O uso do termo indivíduo expressaria justamente esta superioridade.

Contudo, Elias salienta para o fato de que dada a atual superioridade do âmbito individual, em relação ao âmbito social, temos o costume de pensar que em todas as etapas anteriores da humanidade esta ênfase na “identidade-eu” também ocorria, ou que sempre existiu um termo em nossa linguagem que expressasse tal superioridade.<sup>5</sup>

Segundo o autor, pensar deste modo é um equívoco, pois houve outras épocas da história em que o âmbito social, a “identidade-nós”, possuía muito mais importância do que tem hoje na relação nós - eu. Os exemplos citados por Elias são o estado romano e o estado ateniense da antiguidade; lugares onde de fato a vida pública e social, bem como a ideia de fazer parte do estado, ou de uma classe, de um grupo, eram bastante fortes.<sup>6</sup> Portanto, o valor que a identidade-nós possuía antigamente era superior ao âmbito individual da “identidade-eu”. Na realidade, não existia a ideia de uma pessoa isolada do Estado ou separada da sociedade. A participação na vida pública era sem dúvida o que caracterizava cada pessoa.

Portanto, não se pode argumentar também que sempre houve um termo equivalente à palavra indivíduo, tal como a entendemos hoje, já que não havia a noção de alguém isolado, afastado do Estado, da família ou pertencendo a um grupo. Segundo Elias<sup>7</sup> os antigos sabiam, obviamente, das diferenças de uma pessoa para outra, que A era diferente de B, contudo os grupos formadores da

---

<sup>5</sup>*Id., Ibid.*, p. 130.

<sup>6</sup>*Id., Ibid.*, p. 130.

<sup>7</sup>*Id., Ibid.*, p. 131.

língua, tanto oral quanto escrita, não sentiam necessidade do uso de um termo que expressasse a ideia de que todas as pessoas, não importando a classe ou grupo ao qual pertenciam, eram independentes e diferentes umas das outras, dotando-se igualmente de uma singularidade única. Em outras palavras, os antigos, por mais que soubessem da distinção e da peculiaridade de cada ser, não expressavam nem difundiam tal ideia.

Os termos antigos que poderiam ser associados à palavra indivíduo são os termos latinos *persona e individuum*. Porém ambos não possuíam o nível de generalidade da palavra indivíduo. O primeiro se refere às máscaras dos atores no teatro antigo e, eventualmente, ao caráter do personagem específico em questão. Já o segundo, é um termo do latim medieval cujas palavras antecessoras determinavam aquilo que era indivisível, indefinido. A escolástica empregava-o para se referir à singularidade de qualquer espécie, seja animal ou vegetal. Só com o tempo e o desenvolvimento dos pensadores escolásticos seu uso passou a ser empregado nos seres humanos com o sentido que conhecemos atualmente.<sup>8</sup>

Foi justamente essa mudança conceitual de referir-se a qualquer espécie para a apenas a espécie humana que determinou o sentido que temos até hoje do termo “indivíduo”. Mas como foi que se deu esta passagem? O que teria estimulado esta alteração? Elias aponta que aconteceram transformações e mudanças no desenvolvimento social ocorrido ao longo desse período (da Idade Média para o início da Idade Moderna) que geraram uma necessidade nas pessoas de falarem e discutirem sobre suas respectivas singularidades. Nesse sentido, ele aponta o Renascimento como sendo o período em que se iniciaram mudanças em nível social na vida das pessoas e que proporcionaram a reestruturação das relações humanas e a conseqüente noção de indivíduo:

“A época a que chamamos Renascimento foi um período em que, nos países mais desenvolvidos da Europa, as pessoas puderam, mais do que antes, ascender de suas comunidades tradicionais a posições sociais relativamente elevadas. Os humanistas que ocuparam cargos municipais e nacionais, bem como os comerciantes ou os artistas, são exemplos do aumento das oportunidades sociais de progresso individual”.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup>*Id., Ibid.*, p. 133.

<sup>9</sup>*Id., Ibid.*, p.134.

Esta afirmação de Elias comprova nossas indicações anteriores de que o Renascimento teve papel fundamental na tão comum concepção dos homens enquanto sujeitos “individuais”, “singulares” e “diferentes” uns dos outros. Quando apontamos previamente esta época e indicamos com relevo a sua importância para a atividade de assinar obras, mencionamos que as mudanças e o desenvolvimento social da época causado pela evolução da burguesia, das camadas médias, possibilitaram uma mudança de mentalidade e posturas nas pessoas, dentre elas pintores, escultores, etc.

Nessa mesma direção, Elias aponta para o fato de que os artistas puderam ascender socialmente devido às transformações da época, tendo assim também mais necessidade de expressar seu individualismo. Nesse sentido, não nos parece indevido pensar na assinatura de obras que mencionamos anteriormente para exemplificar o design assinado, como uma das ações resultantes da necessidade dos homens de expressarem seu individualismo, sua singularidade.

Deste modo, percebe-se mais uma vez o período do Renascimento sendo apontado como um fator chave no desenvolvimento de nossa questão: proporcionando condições para o desenvolvimento da cultura do individualismo e da autonomia do artista, corroborando assim, em última instância, para a afirmação da noção de criação individual, e de autoria individual do sujeito que cria.

Importante dizer que o conceito de indivíduo – tal como o senso comum emprega até hoje - não existia no início do Renascimento; contudo como bem aponta Elias, e como tentamos expor, esta época foi um importante marco no processo de formação deste conceito, pois já subsistia nas ações e visões dos homens de então alguma noção ou ideia de autonomia e de individualismo do homem. Em outras palavras, é possível constatar nos seus movimentos e atitudes, posturas que já indicavam a crença em tal individualismo e na singularidade humana, expressando de alguma maneira composição de uma autoconsciência. Diz Elias:

“Podemos saber que as formas que conhecemos de autoconsciência, a imagem que fazemos do homem, tiveram uma emergência tarde na história da humanidade, começando lentamente e por um breve período se limitando a

pequenos círculos da sociedade antiga, para depois, no chamado Renascimento, afetar as sociedades ocidentais”.<sup>10</sup>

Naturalmente, o desenvolvimento do conceito de indivíduo está intrinsecamente ligado à noção de autoconsciência do homem, pois o aparecimento de um termo linguístico que equivalesse à singularidade e à identidade humana, só poderia existir se igualmente já existe tal noção dentro do sujeito.

Nos séculos subsequentes ao Renascimento, o conceito de indivíduo foi adquirindo a forma e o sentido que conhecemos hoje. No século XVIII, com o movimento Romântico, ele foi afirmado categóricamente e explicitamente. Ademais, Elias menciona que no século XIX, devido à ascensão de movimentos sócio-políticos antagônicos, gerou-se uma necessidade social de se produzir termos que traduzissem esta oposição, chegando-se então à consolidação e formação linguística que expressassem “individualismo” de um lado e “socialismo” de outro.

Estes fatos, segundo o sociólogo, nos conduzem ao cenário contemporâneo em que existe o habitual costume de entender e usar estas duas importantes palavras “indivíduo” e “sociedade” como sendo opostas uma da outra, ou seja, de compreender uma como diferentes da outra, e como pertencendo a instâncias diferentes e afastadas.

De um lado um âmbito que representa a unicidade, a singularidade, o particularismo e a individualidade humana e, de outro, a multiplicidade, o geral, o universal e a coletividade. Logo, da mesma forma que entendemos a relação indivíduo-sociedade como sendo uma relação de antítese, entendemos também como antagônicas relações semelhantes tipo natureza-civilização, subjetivo-objetivo, e tantas outras.

Entretanto, de acordo com Elias, este modo, muito comum, que temos de entender e usar o termo indivíduo, como sendo diretamente oposto à sociedade, está equivocado. A relação entre esses dois termos também não deve ser entendida como uma mera antítese. Uma vez que a formação e o desenvolvimento do conceito de indivíduo implica igualmente na formação da individualidade do

---

<sup>10</sup>*Id., Ibid.*, p. 81.



homem, de sua autoconsciência, enfim à sua condição de sujeito cognoscente, entender estas questões como sendo meramente opostas a outras, distorce os seus reais problemas, simplificando-os a um reducionismo estático. Em outras palavras, quando definimos A como diferente de B, estamos lhe privando de outros ângulos de abordagem, limitando seu desvendamento, atribuindo-lhes uma simples e única explicação. Trata-se, portanto de uma abordagem simplória e errônea, que ao invés de esclarecer questões, podem deturpá-las<sup>11</sup>.

Segundo Elias esta relação de antítese, entre indivíduo - sociedade, ou qualquer outra que oponha de um lado um âmbito interno do sujeito e de outro tudo que lhe é diferente como sendo externo ao seu mundo, possui uma “simplicidade cativante”. Acabamos por nos acostumar com este modo de pensamento, com os valores que ele transmite, por conseguinte entendermos tais valores como não só verdadeiros e convincentes, mas também como eternos.<sup>12</sup>

No livro de Elias, o exemplo para elucidar estes pontos e que também constitui aqui nosso principal objeto de estudo é a individualidade, ou seja, a imagem que os homens têm de si mesmos e que, em última instância, equivale à forma mais comum que temos de autoconsciência. Como expusemos acima, ele aponta que, a partir do Renascimento, intensificou-se o processo de desenvolvimento social que permitiu a muitos indivíduos ascenderem socialmente e desejarem expressar suas respectivas individualidades. Logo, foi se estabelecendo gradualmente uma antítese entre o interior do sujeito versus todo o exterior a sua volta, e eles passaram cada vez mais a se perceberem como sendo independentes do seu grupo social e a valorizar esta independência, ou seja, a primar pela individualidade frente ao coletivo e a aceitar como natural que a primeira seja superior e independente à segunda. Daí a afirmação do autor de que a identidade-eu, nas sociedades mais desenvolvidas, tende a valer mais do que a identidade-nós.

Contudo, Elias, enquanto sociólogo que é, propõe outra abordagem para se entender a questão do indivíduo e a do culto feito à individualidade humana. De acordo com ele, devemos tentar compreendê-la não a partir de um afastamento ou de uma supremacia em relação ao meio social, mas como resultado de um longo

---

<sup>11</sup>*Id., Ibid.*, p. 117.

<sup>12</sup>*Id., Ibid.*, p.117.

processo do desenvolvimento humano. Processo esse que deve ser entendido a partir dos aspectos sociais e psicológicos do ser humano.

Portanto, ao considerarmos a individualidade humana, todas as qualidades e atitudes a ela atribuídas como resultado e parte do longo processo social no qual também desempenham papel fundamental as forças psíquicas do homem, deixaremos de pensar nela como algo natural, eterno e inerente ao sujeito e sairemos destes antagonismos ideológicos que insistem em apontar o homem como ser isolado e distante do restante da sociedade. Sobre isso, relata Elias:

“No estágio atual de desenvolvimento da autoconsciência, o indivíduo deriva especial satisfação da ideia de que deve tudo o que considera único e essencial em sua pessoa apenas a si mesmo, a sua ‘natureza’, e a mais ninguém [...] Somente quando o indivíduo pára de tomar a si mesmo como ponto de partida de seu pensamento, pára de fitar o mundo como alguém que olha de ‘dentro’ de sua casa para a rua ‘lá fora’ [...] só então se desfaz, pouco a pouco, seu sentimento de ser uma coisa isolada e contida ‘do lado de dentro’, enquanto os outros são algo separado dele por um abismo, são uma ‘paisagem’, um ‘ambiente’, uma ‘sociedade’.”<sup>13</sup>

Aqui não podemos deixar de pensar diretamente em nossa questão principal, a autoria. Como expusemos, muito frequentemente, ela é entendida como sendo um ato individual de criação do sujeito, ou seja, como fruto de sua individualidade que detém características especiais e criativas. Muito raramente, salvo algumas exceções como o exemplo que demos do design em parceria (ou design social) a autoria é compreendida e tratada como algo coletivo, não individual. Nossa tendência natural é pensarmos desta maneira, sempre valorando o âmbito individual em detrimento do social. Em outras palavras, quando vemos ou compramos um objeto, temos frequentemente a curiosidade de perguntar e querer saber quem o produziu.

Entretanto, Elias nos propõe que se enxergarmos *o processo social* ao qual o indivíduo esteve submetido, concluiremos que esta individualidade humana não é natural, nem superior, nem se encontra afastada de outra individualidade.

Para entender tal processo devemos considerar a mudança por qual passou a estrutura *psíquica* dos homens. Nas sociedades mais primitivas e antigas, ainda que possamos admitir a existência de algumas diferenças, os indivíduos agiam

---

<sup>13</sup>*Id., Ibid.*, p. 53.

mais conforme suas forças naturais, seus instintos próprios. Dentro dessa ótica, não diferiam muito entre si em termos de comportamentos. Porém, à medida que o tempo foi passando e as sociedades foram se desenvolvendo, estes instintos e forças naturais dos homens foram sendo contidos e controlados. Logo, em suas ações passou a existir mais diferença e conseqüentemente a serem tidas como individualizadas. A este processo, Elias dá o nome de *processo civilizador*.<sup>14</sup> Foi o processo no qual as sociedades ao se tornarem gradualmente mais civilizadas, foram transformando a estrutura psíquica dos homens, fazendo com que eles sentissem e experimentassem o mundo de outra maneira: reconhecendo-se como seres singulares e diferentes uns dos outros. Diz Elias:

“Esta noção (de individualidade) está ligada a tensão entre as funções egóicas e superegícas, de um lado, e as funções instintivas, de outro - uma tensão que jamais em nenhuma sociedade, está completamente ausente, mas se mostra especialmente intensa e difusa quando o processo civilizador atinge um estágio avançado. Essa tensão - as contradições entre os desejos do indivíduo parcialmente controlados pelo inconsciente e as exigências sociais representados por seu superego - é o que alimenta constantemente a ideia de um núcleo individual natural na concha condicionada pela ‘sociedade’ ou pelo ‘ambiente’.”<sup>15</sup>

O nível de desenvolvimento do processo civilizatório nestas sociedades é tal que, em certo estágio, esta diferenciação da sociedade e a conseqüente individualização dos homens chegam a assumir uma valoração especial em relação a outros valores sociais. Desta maneira, nestas sociedades as pessoas passam a possuir um ideal de vida que regerá suas atitudes e crenças: distinguir-se dos demais. São oferecidas aos sujeitos sociais condições de vida que propiciam este ideal de individualização e distinção; onde, desde que nascem, são educados para atingir esta condição que equivale ao sucesso e à felicidade. Até nossas escolhas de profissionais, Elias salienta, são direcionadas para aquelas que podem nos oferecer possibilidades de nos destacarmos dos outros.<sup>16</sup>

Neste ponto, podemos nos lembrar dos artistas e do hábito que eles possuíram, durante muitos séculos - e de certo modo ainda possuem hoje, porém com menos frequência - de assinarem suas obras. Tal gesto não nos parece ter outro significado além do que o de atribuir distinção ao indivíduo responsável

---

<sup>14</sup> Trata-se também do nome de outro livro do sociólogo.

<sup>15</sup> *Id., Ibid.*, pp. 52-53.

<sup>16</sup> *Id., Ibid.*, pp. 118-119.

pela criação da obra. Do mesmo modo, certamente em ponto menor, haja vista o fato de o designer ser uma categoria profissional recente, o design assinado parece ser uma das muitas manifestações de design em que se valoriza fortemente a figura do profissional em questão, mais do que qualquer outra instância envolvida no processo de criação.

A “identidade-eu” mencionada anteriormente nada mais é do que o resultado deste longo processo. Importante demarcar o caráter temporal deste processo, ou seja, trata-se de um acúmulo histórico, de uma continuidade que vai gradualmente formando a individualidade humana. Nesse sentido, um elemento que desempenha papel chave é a *memória*<sup>17</sup>.

É pelo fato da memória ser capaz de preservar nos sujeitos os conhecimentos apreendidos anteriores que eles são capazes de reproduzi-los. Assim, valores, ideias, ações e costumes são reproduzidos de geração em geração. Como exemplo, podemos citar o costume de assinar obras: é porque vêm seus antecessores marcando seus nomes em suas criações que os futuros artistas também assim agirão.

A memória funcionaria como uma peneira que possui a capacidade de selecionar determinadas experiências em detrimento de outras. Quanto mais diversificadas são as experiências, maior o grau de individualização do sujeito.<sup>18</sup>

A verdade é que, como bem aponta Elias, tendemos fortemente a aceitar como “natural” e a propagar este tipo de comportamento que valoriza e crê cegamente nesta idealização do indivíduo. Seu esforço, na obra aqui analisada, é de ao menos mostrar que tal comportamento não é natural, mas sim, foi adquirido pelos homens através de uma aprendizagem social ( para Bourdieu esse “aprendizado seria equivalente ao *habitus*). Todavia, ele adverte que este ideal de individualização determina tamanha influência em nosso ser que quer tenhamos ou não tenhamos capacidade crítica para aprovar ou desaprovar tal situação, foge ao nosso controle nos livrarmos deste comportamento, desta crença.<sup>19</sup>

Entretanto, apesar desta postura um pouco pessimista, podemos chegar a importantes conclusões a partir do texto de Elias. Primeiro, ele nos mostra que a tão famosa antítese indivíduo-sociedade usada para definir tanto um como outro

---

<sup>17</sup> *Id., Ibid.*, p. 154.

<sup>18</sup> *Id., Ibid.*

<sup>19</sup> *Id., Ibid.*, p. 118.

não é natural e tende a deturpar nosso entendimento de ambos os conceitos, fazendo com que valorizemos mais o primeiro em relação ao segundo. Mas se, ao contrário, pensarmos ambos os conceitos como partes integrantes do processo de desenvolvimento civilizatório humano, concluiremos também que este costume de se valorizar nossa individualidade e a ela associar valores como inato, singular e natural, é equivocado, na medida em que este hábito serve apenas aos próprios interesses do desenvolvimento civilizatório da sociedade.

É nesse sentido que devemos compreender a autoria e tantas outras manifestações humanas entendidas como puramente individuais, se quisermos traçar um retrato fiel e crítico da realidade que nos compõe.

O trabalho de Elias pode nos ajudar a refletir e a entender um pouco melhor alguns conceitos que permeiam algumas manifestações de Design, em especial aquelas que se baseiam na figura individual do designer, mais do que propriamente no produto.

Mencionamos previamente dois exemplos em que se identifica este fenômeno: o design assinado e a legislação autoral. Eles correspondem a manifestações de autoria presentes no campo do design. Ambas se baseiam na noção aqui especificamente tratada de “indivíduo”. Na primeira, temos uma ênfase intensa à figura do designer, como sendo o único responsável pela criação do produto em questão. Já a segunda, equivale à legislação de Direito Autoral que vigora não só em nosso país como em muitos outros países do mundo. A legislação também pressupõe a compreensão da individualidade, ou dos indivíduos como serem isolados que realizam criações artísticas e originais.

Ao tentar desmistificar e desconstruir a noção do senso comum de indivíduo e individualidade, Elias nos permite outro olhar sobre estes mesmos fenômenos. A ideia de que os indivíduos são seres isolados e independentes supõe, segundo o autor, acreditar que os indivíduos estão em oposição e são adversos à vida em sociedade. Porém ele nos mostrou que esta relação não deve ser pensada como um antagonismo, mas sim como resultado de um *processo social*, denominado de processo civilizador. Tal processo é o responsável pela formação da identidade de cada indivíduo, ou mesmo, de uma nação.

Para uma adequada reflexão sobre este processo é preciso, ainda segundo Elias, considerar alguns aspectos psíquicos que agem no homem. Um deles é a

memória. É através dela que os indivíduos permanecem, ou não, com elementos e valores que irão constituir este longo processo ao longo de suas vidas e que culminará com a formação de suas identidades como indivíduos. O autor afirma ainda que quanto maior a diversidade dos fenômenos ao longo da vida, maior será a individuação das pessoas, pois a memória vai “guardando” aqueles que vão compondo uma identidade para o sujeito.

Nesse sentido, torna-se mais compreensível a maciça presença de fenômenos que defendem e propagam noções e valores que transmitem singularidade, diferenciação, tais como o *design assinado* ou mesmo a legislação autoral. Tais fenômenos, segundo a visão de Bourdieu, compõem o processo civilizador; através da difusão de valores individualistas e singulares estes fenômenos acabam por auxiliar na formação das identidades dos sujeitos e classes.

## 4.2

### **Bourdieu e o conceito de Criação**

Além do conceito de indivíduo, outro conceito que entendemos ser importante aqui de se refletir, é o de *criação*. Como foi exposto em nosso primeiro capítulo, este conceito muitas vezes define um autor, na medida em que caracteriza a atividade primordial de um autor; um autor é quem é por *criar* alguma coisa. Logo, se pautarmos algumas reflexões sobre este conceito estaremos também estabelecendo reflexões sobre autoria.

Sendo assim, um pensador que pode nos ajudar a refletir sobre este conceito e conseqüentemente a questão da autoria e alguns dos principais problemas a ela relacionados é o sociólogo francês Pierre Bourdieu.

O texto que debateremos aqui se intitula “Mas quem cria os criadores”?<sup>20</sup> Nele, encontram-se alguns pontos importantes relativos à nossa questão principal, a autoria. Bourdieu contesta toda a tradição histórica que reconhece como inquestionável a posição e os valores especiais, especialmente de superioridade social, atribuídos aos artistas. Dentro de uma perspectiva sociológica, ele se propõe então a refletir sobre o papel dos artistas - entendidos enquanto agentes

---

<sup>20</sup> BOURDIEU, Pierre. *Questões de sociologia*. Rio, de Janeiro: Marco Zero, 1983. p. 162-172.

dentro do campo da arte - e a respectiva crença que temos em suas individualidades criadoras de obras de arte.

Ainda que as palavras *autoria* ou *autor* não sejam diretamente mencionados, podemos perfeitamente entender a palavra “criador” como um sinônimo direto de autor, pois já constatamos anteriormente que a *criação* é frequentemente vista como a ação que caracteriza um autor. Logo, se autor é considerado alguém que realiza o ato de criação, criador é. Empregaremos no texto a palavra criador - até para sermos fiéis ao trabalho de Bourdieu - contudo, toda vez que o fizermos, esperamos que o leitor subentenda a palavra autor.

Mais uma vez gostaríamos de ressaltar que, embora o sociólogo não faça uma referência direta a um campo de design nem a designers, mas ao campo da arte e artistas, pode-se com facilidade fazer essa suposição ou aproximação. Por duas razões. Primeiro, tendo em vista que nosso tema é a autoria, ou seja, o sujeito que cria algo, entendemos que, mesmo respeitando-se as devidas diferenças e o fato de designers seguirem uma metodologia projetual, tanto o artista como designers são ambos profissionais que realizam *criações* em seus respectivos trabalhos. Segundo, porque em uma breve passagem do texto que analisaremos, ele menciona o fenômeno da alta costura e, se ele fala de moda, poderíamos admitir que esteja falando também de design<sup>21</sup>. No próprio programa em design de pós-graduação da PUC-Rio, existem teses e dissertações que fazem essa aproximação<sup>22</sup>.

O texto é iniciado com um debate sobre a sociologia da arte e a dificuldade mais comum que existe em se realizar uma abordagem sociológica dos fenômenos artísticos. Ele reconhece que arte e sociologia não fazem uma boa combinação, pois sendo o âmbito artístico muito defensor e convicto de seus próprios valores, como a crença no dom e na singularidade do criador da obra de arte, e a sociologia uma área que busca explicar e questionar racionalmente os fenômenos sociais, é obvio que os artistas não veem com bons olhos uma abordagem deste tipo de

---

<sup>21</sup> A questão da moda é trabalhada mais diretamente no texto “Alta costura e alta cultura”, ver BOURDIEU, Pierre. *Questões de sociologia*. Rio, de Janeiro: Marco Zero, 1983. p.154-161.

<sup>22</sup> CHRISTO, Deborah Chagas. **O campo do design e consagração das logomarcas** : estudo da relação entre as instâncias de legitimação e consagração do campo do design e a linguagem gráfica das logomarcas produzidas nas décadas de 60 e 70. Dissertação (Mestrado). PUC-Rio, 2003.

trabalho que questione seus valores e ponha em cheque seus elementos constituintes.

Dois são os principais preconceitos estabelecidos por aqueles que não acreditam numa relação entre a sociologia e a arte. Primeiro, que a sociologia, de uma maneira geral, deve ser aplicada a estudos sobre o *consumo* de obras e não de *produção* das mesmas. A maioria das pesquisas de sociologia dos objetos dedica seus estudos aos fenômenos consumistas, trabalhando com dados e estatísticas para investigá-los. Contudo, tende a salvaguardar tanto os objetos artísticos, como os criadores desse tipo de abordagem mais técnica, entendendo que ambos devem ser considerados à parte. Segundo, a sociologia, justamente por trabalhar muitas vezes com estatísticas, tende a nivelar por igual tanto artistas considerados grandes como pequenos, reduzindo desta maneira o valor da criação artística, o gênio artístico.<sup>23</sup>

Bourdieu cita como exemplo os trabalhos de Luckacs e Goldmann que encaminham suas pesquisas estabelecendo uma correlação direta entre o conteúdo das obras e as características e dados da classe social em que ela é produzida. Contudo, segundo ele, este tipo de abordagem é equivocado, pois simplifica a problemática apenas equiparando-a a uma relação funcional, ocultando a dinâmica própria do funcionamento do espaço da produção artística.<sup>24</sup>

A abordagem que o sociólogo propõe para se encaminhar alguma resposta aos problemas em questão, ou seja, a crença na individualidade e na autonomia do artista tido como único responsável pela autoria e criação das obras artísticas, refere-se ao fato de que devemos considerar o espaço social dentro da qual se produz a obra. Porém, não da mesma maneira mencionada acima, como uma mera relação de causalidade, mas sim, refletindo acerca da especificidade e da condição do universo social no qual ocorre a produção artística: suas leis, os agentes envolvidos, suas tradições e costumes próprios. Em outras palavras, trata-se daquilo que o pensador denomina de *Campo*. No caso, o campo da arte.

A autonomia que tão cegamente creditamos à figura individual do artista, na realidade corresponde à autonomia do próprio campo. Como foi exposto, esse espaço denominado de campo, passou por um processo de formação e

---

<sup>23</sup> *Id., Ibid.*, p. 162.

<sup>24</sup> *Id., Ibid.*, p. 163.



desenvolvimento que equivale a sua própria autonomia e seu poder de constituir suas próprias leis e costumes, sem para isso sofrer influência direta de outro campo. Logo, a ideia que temos de autonomia como pertencente à figura individual do autor das obras, se desfaz se lembrarmos do fato de que se trata apenas de uma noção produzida e propagada dentro do próprio campo, para estabelecer comportamentos que atendem aos interesses dos grupos de agente dominantes dentro do campo.

O artista, entendido como principal autor das obras de arte, não se encontra criando-as de modo individual, isolado e autonomamente. Muitos outros fatores, além do próprio artista, dentro do campo, colaboram para a produção de uma obra. Na verdade, se é possível falar de alguma autonomia em jogo, é a autonomia que mencionamos acima, do próprio campo. Mas ainda assim, se trata de uma autonomia relativa, já que ele se encontra em comunicação com outros campos.

Deste modo, Bourdieu esclarece logo no início do texto que uma sociologia que se proponha a estudar a produção de obras culturais, e aqui poderíamos incluir facilmente o design, deve ter como principal objeto, não o artista em si, nem a relação deste artista com algum grupo social, mas a relação entre o artista e outros artistas.<sup>25</sup> Ou seja, o que interessa a Bourdieu e o que responde às principais questões da sociologia das artes são o próprio dinamismo e o funcionamento do campo de produção da arte.

Dentro dessa perspectiva, torna-se inevitável não considerar também a conexão entre os produtores de obras e seus consumidores. Aliás, este é um dos motivos por que não devemos entender a autonomia do campo da produção artística como absoluta. Ainda que ele produza a maioria das leis e crenças que regulam as ações de seus agentes, ele necessita relacionar-se com outros campos que formarão a classe de consumidores de seus produtos.

Um importante ponto tratado pelo autor para explicar tal dinâmica, tal condição do campo, é a elucidação de um conceito tão caro à história da arte, e aos fenômenos artísticos e culturais de uma maneira geral: o conceito de *criação*. Segundo Bourdieu, o fato que denominamos de criação deve ser entendido como uma junção de dois fatores: primeiro, uma posição que geralmente já está estabelecida na divisão de trabalho cultural e artístico, e segundo, o *habitus* social

---

<sup>25</sup> *Id., Ibid.*, p. 163.

do criador que constitui sua predisposição para aceitar e desempenhar esta mesma função, ou seja, para desempenhar um papel e ocupar uma posição dentro do campo.<sup>26</sup>

Mais uma vez percebemos aqui o autor desmistificando noções já fortemente estabelecidas e tidas como verdades absolutas.

A criação, como se sabe, é um conceito dotado de intensa conotação metafísica, idealista e intrinsecamente ligada à história das religiões, e que, por isso mesmo, na maioria das vezes, está associado a termos como verdade, sagrado, singular, incompreensível ou extraordinário, constituindo um significado e uma ação que dotam de alto valor especial entre os indivíduos. Esta mesma tendência de sacralizar o ato da criação também ocorre em relação ao indivíduo que cria, ao autor, pois a criação é entendida como um ato especial e sagrado, na medida em que deriva da individualidade também sagrada e mítica do criador.

Contudo, Bourdieu propõe desacreditarmos nestas verdades absolutas e tentar observar outra realidade ainda que diante dos mesmos fatos. Uma vez que desde cedo os agentes do campo já são acostumados e moldados aos valores do próprio campo, seu *habitus* permite-lhe admitir e receber, sem contestações, posições previamente estabelecidas na hierarquia da sociedade, dentre elas, por exemplo, a função dos artistas. De sorte que, é através de uma educação que lhe inculca valores e atitudes relacionados ao modo de vida dos artistas, dos criadores, que ele irá gradualmente seguir e realizar determinado comportamento que o fará se sentir e ser reconhecido como artista, como criador. Assim, por exemplo, se para ser visto como artista precisa acreditar em B e agir de maneira A, ele acreditará piamente em B e agirá como A.

Tanto produtores como consumidores estão inclinados a aceitar esta crença e este comportamento em torno da criação artística. Mas, na realidade, o sociólogo nos mostra que ela constitui não um ato isolado, mas uma complexa gama de interesses e relações. Aquilo que normalmente entendemos como *criação* é constituído pela dinâmica das relações *entre* os próprios indivíduos e não configuram uma simples relação funcional entre sujeito e objeto. Trata-se de uma relação entre sujeitos, na qual certamente, em algum estágio, ainda que se

---

<sup>26</sup> *Id., Ibid.*, p. 164.

reconheça a existência e importância dos objetos, as obras em si não possuem o mesmo estatuto sagrado da tradição. Diz Bourdieu:

“A sociologia ou a história social não podem compreender nada da obra de arte e principalmente aquilo que faz a sua singularidade, quando toma como objeto um autor, e uma obra em estado isolado”.<sup>27</sup>

O exemplo dado por Bourdieu para ilustrar estas questões é o estudo que o filósofo francês Jean Paul Sartre realiza do escritor também francês Gustave Flaubert. Sartre tenta, através de dados biográficos de Flaubert, mostrar as principais características de sua obra. Contudo, abordagens como esta, estão fadadas ao fracasso. Para se conseguir debater e elucidar as obras de Flaubert, devemos considerar não a sua figura individual, mas a relação entre seu *habitus* de classe e a posição determinada que ele ocupa dentro do seu campo (no caso o campo de produção literária). Assim, explica Bourdieu, tendo em mente que o escritor francês, possuía um *habitus* dentro do campo literário que poderia ser caracterizado por uma *neutralidade*, (derivada de sua recusa tanto da “arte social” como da “arte burguesa”) consegue-se deduzir algumas das características principais de sua obra, tais como: o discurso indireto livre, e a estrutura quiasmática. Ambas traduziriam formalmente tal neutralidade no estilo do escritor: certa ambivalência e também uma hesitação.<sup>28</sup>

Ainda debatendo sobre agentes do campo, sobre produtores e consumidores, Bourdieu refletiu brevemente sobre como a relação de ambos culmina em um ponto importante que é salientado por ele: a adequação ou o ajuste existente na relação entre estas duas instâncias. Há um equilíbrio, um entendimento quase que perfeito entre o aquilo que é produzido e aquilo que é consumido dentro do próprio campo ou mesmo entre campos diferentes, mas que mantenham relação. O que ocorre então para que exista este comum “*acordo*” entre produtores e consumidores? A que se deve o fato da produção ter o devido consumo? O que possibilita acordo subsistente entre um artista e seu público?

A resposta oferecida é que tal acordo se deve à existência de uma correspondência, de uma homologia, na estrutura de funcionamento tanto do

---

<sup>27</sup> *Id., Ibid.*, p. 165.

<sup>28</sup> *Id., Ibid.*, p. 166.

campo dos produtores quanto do campo dos consumidores: as categorias, as divisões que compõem o campo de produção, se reproduzem em *ofertas* de tal forma que vão ao encontro exato das *demandas* das categorias do campo dos consumidores. O que parece definir a homologia entre uma e outra é que tanto as categorias de ofertas quanto as categorias de demandas se reproduzem da mesma forma. Os adjetivos usados por Bourdieu para definir esta maneira de reprodução de ambas são: automática e diferenciada.<sup>29</sup>

O automatismo aqui em questão, não deve ser entendido como inconsciente, pois, como ressalta o autor, esta reprodução ainda que automática, em parte, também é consciente. Logo, parece referir-se ao próprio ritmo dinâmico de funcionamento do campo. Já a diferenciação citada aqui pelo autor, nos parece, além de indicar uma diversidade, remeter ao conceito de *distinção*. Assim, produtores e consumidores parecem concordar, pois ambos buscam propagar e reproduzir ofertas e demandas *distintas*, coincidindo os costumes e valores referentes tanto a uma quanto à outra.

O que parece haver aqui é um acordo de interesses entre as instâncias de oferta e procura, pois cada uma depende da outra para obter legitimação dentro do campo. É o que Bourdieu define no texto de *golpe duplo*.<sup>30</sup> Um produtor, seja um artista, um escritor, um jornalista, um crítico ou um cientista e certamente um designer, conceberá produtos ajustados ao gosto de seus potenciais consumidores, ou seja, de seu público direto.

Entretanto, neste ponto, ele adverte mais uma vez para o fato de não se dever entender esta relação ou este acordo entre produtores e consumidores como uma simples relação de causa e efeito. Não se trata de uma ação em que os produtores conscientemente procuram no grupo de consumidores seus gostos para reproduzirem nas suas obras e assim atender as demandas. Se assim fosse, nós estaríamos admitindo, como tantas outras teorias sociológicas já o fizeram, que o que determina o produto final, a obra de arte, é o grupo social a partir do qual ela é concebida e direcionada. E Bourdieu deixa claro em seus textos que não acredita em uma abordagem deste tipo.

---

<sup>29</sup> *Id., Ibid.*, p. 167.

<sup>30</sup> *Id., Ibid.*, p. 167.

Aqui percebemos o caráter radical e crítico do texto: Bourdieu além de romper com a tradição história da arte, deseja romper também com uma tradição da própria sociologia que estuda os fenômenos artísticos.

O acordo, mencionado acima, que se desenvolve entre produtores e consumidores devido à reprodução de ofertas e demandas automáticas e diferenciadas, é mais bem compreendido quando nos esclarece que tal acordo vem também em parte da relação que os produtores mantêm com os espaços de tomada de posição tanto estética quanto ética. Espaço resultado de uma acumulação histórica e que se constitui por ser o sistema de referências comum que, por sua vez, define *todos* que entram no campo.<sup>31</sup> Logo, subentendemos que os consumidores naturalmente estejam considerados nesse “todo” e também são definidos e determinados pelos mesmos padrões estéticos e éticos dos produtores. Desta maneira, a possibilidade de ocorrer um ajuste ou um acordo entre estes dois grupos é maior.

Além de refletir sobre o papel do produtor através de sua relação com o consumidor, Bourdieu também considera outro elemento que elucida a postura dos mesmos dentro do campo: a *história*. Através desta dimensão muitos dos valores por detrás das ações humanas podem ser melhor compreendidos. Vejamos como.

A História, em parte, constitui o campo, na medida em que ela é tradição, discurso ou mesmo um artefato literário que reconhece e reproduz os artistas e suas respectivas obras. Como foi dito anteriormente, a acumulação histórica origina um espaço de tomada de posição, ou seja, um sistema de referência ao qual todos os agentes do campo precisam se referir para integrarem o próprio campo.

Bourdieu explica que aquilo que mais transita no campo entre os agentes produtores de arte, o que mais comumente existe entre eles são estereótipos polêmicos, ou seja, o que comumente se considera como estando “na moda”. Se interpretarmos esses “estereótipos polêmicos” como equivalente ou relacionados a valores distintos e, porque não, em última instância ao conceito de *distinção* e nos pautarmos na descrição que Bourdieu faz logo em seguida dele como sendo um valor que supõe e perpetua o passado, concluiremos que também os valores que os

---

<sup>31</sup> *Id., Ibid.*, p. 168.

criadores mais se baseiam para realizarem suas criações também provêm da acumulação e da dimensão histórica.<sup>32</sup>

De fato, os artistas, assim como qualquer outro grupo ou classe social, buscam reconhecimento e legitimação dentro do campo à qual pertencem. Desta maneira, nos parece que é dialogando com a dimensão histórica, ou seja, no processo de inculcação, através do *habitus*, que eles acabam por realizar as atitudes e por privilegiar valores que já são consagrados dentro do campo. Assim, eles não somente reproduzem valores e ações já consagrados pelo campo, mas também se auto reproduzem, se e se auto legitimam com vistas à distinção social.

Neste ponto, não podemos deixar de lembrar do trabalho de Elias em relação ao papel da memória no que se refere à formulação das individualidades. Diz Elias:

“Quanto maior a margem de diferenciação nas experiências gravadas na memória dos indivíduos no curso do desenvolvimento social, maior a probabilidade de individualização”.<sup>33</sup>

Nesta passagem é possível notar algumas semelhanças entre os dois pensadores: ambos admitem a relevância do aspecto *diferencial* em relação à constituição dos sujeitos e igualmente associam este caráter à dimensão *temporal*.

É através de ações, de manifestações ao longo do tempo que os sujeitos vão se constituindo, adquirindo os valores que constituem sua identidade, sua posição dentro do campo. Como demonstramos anteriormente, a *memória* aparece para Elias como elemento vital que, ao longo do tempo, de uma vida, catalisa e forma no sujeito sua identidade. O autor afirma que neste processo a memória “grava” as manifestações nas quais subsiste alguma margem de diferenciação. Em Bourdieu, também nos deparamos com um elemento que pressupõe uma dimensão temporal, que é o *habitus* e que, assim como a memória para Elias é fundamental na formação da identidade dos sujeitos. Outra semelhança entre estes dois termos, memória e *habitus*, prende-se ao fato de que, da mesma forma que a memória busca a diferenciação, o *habitus* representa a inclinação que possuímos para legitimar e reproduzir ações que levem à *distinção*, valor buscado por todos os agentes.

---

<sup>32</sup> *Id., Ibid.*, p. 70.

<sup>33</sup> ELIAS, *Op. cit.*, p. 154.

Voltando ao texto que se encaminha para o final, é justamente considerando o papel e a postura do produtor, do criador, que Bourdieu parece apontar uma resposta para a pergunta-título do texto: quem cria os criadores?

Levando em consideração o que anteriormente foi dito por ele no texto, ou seja, a adequação problemática arte-sociologia, a questão da criação, a relação produtor-consumidor, a resposta que o autor encaminha nos parece passar necessariamente pelo entendimento do campo, como um todo, com um espaço onde ocorrem todas as relações e pontos mencionados anteriormente.

Quando Bourdieu pergunta: quem cria os criadores? Ele parece querer não uma simples e objetiva resposta; se foi A ou B que determinaram o estatuto do criador, mas principalmente parece querer elucidar e expor quais os elementos e razões que abarcam e determinam esta condição de ser considerado um “criador”.

Logo, ainda que por conta de tudo que foi exposto por Bourdieu em seu texto, possamos responder simples e objetivamente que “quem cria os criadores” é o próprio campo- no caso o campo da arte- sabemos que o entendimento deste termo não é simples nem objetivo. Trata-se de um espaço estruturado de relações de poder que congrega diferentes tipos de atores: os próprios artistas, negociantes de arte, críticos literários. Personagens que atuam em direções diversas: a confecção da obra, sua distribuição, sua comercialização, sua premiação.

O artista e a obra não se encontram, portanto, isolados, autônomos, eles constituem uma estrutura que não somente lhes dá suporte, mas também os constitui: produz e reproduz o valor da criação artística bem como do criador. Estes então, revelam-se como sendo não mais inerentes ou inatos à obra.

“A autonomia do artista encontra seu fundamento não no milagre de seu gênio criador, mas no produto social da história social de um campo relativamente autônomo...”<sup>34</sup>

Dentro dessa perspectiva, ele ratifica novamente o objeto de estudo da sociologia da arte definindo-o como:

“não apenas as condições sociais da produção dos produtores... mas as condições sociais da produção do campo da produção, como lugar onde se realiza o trabalho

---

<sup>34</sup> *Id., Ibid.*, p. 170.

tendendo a produzir o artista como produtor de objetos sagrados, de fetiches, ou... da obra de arte como objeto de crença, de amor, de prazer estético”.<sup>35</sup>

Percebemos aqui uma importante conclusão de Bourdieu: o campo da arte, não apenas produz obras consagradas, mas também produz, ou pelo menos, tende a produzir o próprio artista entendido como produtor de obras consagradas ou obras de “fetiche”. Do mesmo modo, produz os agentes que consagram e legitima os objetos bem como o público que os consome.

Estes mesmos pensamentos poderiam ser relacionados ao campo do design. Através de manifestações como o design assinado, o design social e a propriedade intelectual pudemos constatar que determinados valores e noções relacionados à autoria são propagados dentro do campo, seja através de artigos científicos (no caso do design social), instituições de ensino que exigem conhecimento sobre a legislação autoral (caso da propriedade intelectual) ou mesmo como uma estratégia de venda no mercado (caso do design assinado). Assim, as instâncias do campo tanto educacionais como econômicas consagram estes valores e tendem a produzir consumidores do campo que, através do *habitus*, valorizam produtos com estes valores determinados.

Para exemplificar este ponto Bourdieu cita a alta costura. (E aqui poderíamos subentender que ele está falando do campo do design, pois se a alta costura equivale à moda e a moda é uma das manifestações contemporâneas ligada diretamente ao design, se ele admite a existência de um campo da moda, ele poderia admitir também a existência de um campo do design.) Um simples objeto de vestuário, só por pertencer a determinada grife ou marca, pode ter seu valor aumentado consideravelmente.<sup>36</sup>

Assim, ele menciona que vários exemplos podem ser encontrados na história, mais especificamente a partir de Duchamp, de artistas que através de seus simples atos “agregaram valor simbólico” ao objeto. Esclarece Bourdieu:

“[...] o que faz o valor da obra não é a raridade (unicidade) do produto, mas sim a raridade do produtor, manifestada pela assinatura, equivalente da grife”.<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup> *Id., Ibid.*, p. 171.

<sup>36</sup> *Id., Ibid.*, p. 171.

<sup>37</sup> *Id., Ibid.*, p. 171.



Não podemos aqui deixar de lembrar do exemplo citado em nosso capítulo anterior do “design assinado”, em que constatamos que a assinatura do autor aparece com grande destaque, recebendo grande parte dos créditos pela criação do objeto. Assim, a figura individual do produtor (nesse caso o designer), é explorada ao máximo na comercialização do produto, servindo quase que unicamente para sua identificação. Em outras palavras, é o nome do design ou da marca do produto que recebe mais valor do que o próprio objeto em si, e muitas vezes, como no caso em que citamos, este elemento acaba por desempenhar um papel direto e decisivo na venda e na comercialização do produto.

A ideia do autor, o seu nome constituem um valor de bastante força ideológica e comercial. Os próprios agentes sejam produtores ou receptores acabam, devido ao *habitus*, por legitimar e reproduzir este valor, seja através da demanda, seja através da exploração da figura individual dos criadores ou dos autores – no caso, os designers.

Apesar de aqui ele estar se referindo especificamente ao caso da autoria individual, a mesma lógica e dinâmica poderiam ser aplicadas, por exemplo, aos valor de autoria coletiva. Expusemos em nosso capítulo anterior o exemplo do design social em que foi possível encontrarmos diversos artigos de pesquisadores do próprio campo do design defendendo valores relativos a uma noção de autoria coletiva. O que está ocorrendo, portanto, é um disfarce ou dissimulação da noção de autoria pelos pares do campo. O artigo de Couto, citado então, bem como o de Ripper e outros agentes do campo, nada mais é do que o resultado de um *habitus* que visa à consagração, à legitimação de determinados valores do e no campo.

Neste sentido, o trabalho de Bourdieu procura demonstrar como se dá a condição dos agentes do campo (no caso, o campo da arte) que produzem e ratificam determinados valores, ou seja, define e opera quais são as reais condições dos agentes dentro de seu espaço social.

“Trata-se de se tornar ciente do fato de que o nome do mestre é um fetiche e de descrever as condições sociais de possibilidade do personagem do artista enquanto mestre”.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> *Id., Ibid.*, p. 172.

Como foi demonstrado qualquer tentativa de resposta minimamente razoável para esta *condição* dos agentes deve entender e admitir a existência de um *habitus* que tende a dirigir os sujeitos a reproduzir e legitimar ações que levam à distinção social.

Bourdieu nos possibilita, assim, com sua abordagem radical e crítica da visão mítica e idealista que temos da criação, perceber que o artista não somente produz sua obra, mas também se autoproduz enquanto artista. Enquanto agente que se encontra dentro de um campo, espaço de intensas relações de poder, ao longo dos tempos ele lá adquire um *habitus* que lhe inclinará a seguir valores, ideias e atitudes próprias ao campo, tal como: crer em sua individualidade, em sua criatividade, a assinar obras e no seu poder de criação etc. Desta forma, o artista ou qualquer agente cultural, como o designer por exemplo, tem reconhecida e legitimada sua função, sua posição:

“Não há outro critério da existência de um intelectual, de um artista ou de uma escola que sua capacidade de se fazer reconhecer como alguém que sustenta uma posição no campo”.<sup>39</sup>

Um autor é assim denominado não apenas por ser criador de um objeto, mas por produzir a si próprio aquilo que ele é. Assim, nos parece claro neste ponto ter ele plena consciência de seu valor perante a sociedade. Uma prova disso, como já demonstramos anteriormente, é a difusão e a popularidade do direito autoral. Manifestação em que os autores reclamam e exigem diversos direitos e benefício, não tanto por ter criado um objeto específico, mas apenas por serem quem são, ou seja, autores, criadores, seres humanos que tradicionalmente são tidos como figuras especiais, dotadas de uma individualidade singular que produz livre e espontaneamente belas e especiais obras.

Mas, como exposto acima, para Bourdieu, essa produção não é nem individual e nem espontânea, mas sim coletiva, localizada e determinada, dentro de um espaço denominado, campo.

---

<sup>39</sup> *Id., Ibid.*, p. 168.

A pesquisa de Bourdieu, tal como Elias, nos possibilitou uma compreensão diferenciada e coerente de um conceito bastante caro à produção cultural e à produção artística: a criação.

Este termo, segundo o senso comum, é carregado de conotações idealistas, assim como a noção de indivíduo abordada anteriormente. A criação é entendida comumente como ação isolada e independente, realizada individualmente pelo artista. É neste sentido que ela aparece nos dois exemplos mencionados anteriormente, o design assinado e a legislação de direito autoral.

Ao lançar a pergunta “*Mas quem cria os criadores*”? Bourdieu não pretende desconstruir ou simplesmente refutar esta noção. Apenas mostrar as razões e circunstâncias que contribuíram para ela ter se desenvolvido da forma que se desenvolveu.

A ideia de criação como sendo um ato autônomo do artista ou autor é equivocada, na medida em que este sujeito, entendido como *agente social* localiza-se não à margem da sociedade, mas dentro de um espaço social denominado *campo* sendo as relações de poder entre agentes que determinarão como a criação se dará.

Nesta perspectiva, a criação para Bourdieu engloba dois fatos: o já estabelecimento de um cargo ou de uma função dentro do campo para o artista. E o *habitus* dos mesmos para a predisposição em aceitarem o cargo de criadores, de artistas individuais. A relação entre produtores e consumidores também deve ser considerada, já que Bourdieu indica a existência aí de um duplo jogo que consiste na complementaridade de interesses e desejos; produtores produzem exatamente aquilo que os consumidores desejam consumir. A partir disso pode-se deduzir, por fim, que é o próprio campo quem “cria” os criadores.

Se levarmos em consideração os argumentos acima, podemos chegar a interessantes conclusões referentes à criação e ao design. A criação como sendo um fenômeno individual que emana singularidade e distinção funciona como um valor ou título que o designer, por saber de seu reconhecimento junto ao senso comum, possui o *habitus*, a inclinação a propagá-lo em suas ações. O mesmo também pode ocorrer em relação à noção de criação coletiva ou social. Constatase a presença de fenômenos que tendem a consagrar esta noção e os valores

relativos a ela. Logo, poderíamos afirmar que é o próprio campo do design que de alguma maneira produz e reproduz estas manifestações de valores de autorias.

Na realidade não só os próprios criadores que se criam, mas também os consumidores e outros grupos e classes do campo. Enquanto agentes do campo, *todos*, através do *habitus*, realizam ações e estabelecem relações de luta e poder que buscam distinção. Temos, por exemplo, a pré-disposição de valorar uma manifestação como o *design assinado* e a propriedade intelectual que propagam a individualidade e a criatividade humana, enquanto o design social propagaria a coletividade. Os valores de autoria apareceriam assim como um valor de distinção e diferenciação e por isso é tão difundido e visado.

### 4.3

#### **Wolff, a produção social da arte e o conceito de criatividade**

Além dos trabalhos dos autores citados acima - Elias sobre a individualidade, e Bourdieu sobre a criação – outro nome que pode nos ajudar e oferecer alguns esclarecimentos sobre o tema da autoria é Janet Wolff. No livro “A Produção Social da Arte”<sup>40</sup>, a socióloga inglesa desenvolve diversas questões relacionadas ao fenômeno da arte e à produção objetos artísticos, bem como apresenta algumas teorias e conceitos sobre a produção, recepção e interpretação das obras.

Dentro dessa perspectiva, naturalmente, o tema da autoria aparece no trabalho de Wolff, pois ao tratar de diversos aspectos da produção da arte, a socióloga analisa algumas instâncias que são consideradas como produtoras, e, dentre elas encontram-se, claro, os artistas, entendidos comumente como aqueles que criam as obras, ou seja, como os autores das mesmas.

Desde modo, ao refletir diretamente sobre a autoria, Wolff reflete sobre o papel e a função dos artistas, bem como alguns conceitos que lhes são frequentemente atribuídos ou que se encontram, de algum modo, relacionados a eles.

Da mesma forma que Bourdieu e Elias, Wolff produz um trabalho que segue a linha sociológica, que não crê nos valores ideais e metafísicos que o senso

---

<sup>40</sup> WOLFF, Janet. *A produção social da arte*. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

comum credita ao fenômeno artístico. A seguir falaremos brevemente sobre a noção de uma produção social ou coletiva da arte que já está presente nos trabalhos dos autores citados anteriormente, tanto o de Elias quanto o de Bourdieu. Relatamos como Elias desconstrói a noção individualista de indivíduo, que entende os sujeitos como afastados e independentes da sociedade e uns dos outros e o localiza na sociedade na relação com os outros. Já Bourdieu desmistifica o conceito de criação artística como isolada, mas sim coletiva. Logo, ambos defendem uma produção social dos fenômenos culturais e, poderíamos dizer, da arte em última instância. Porém dada a importância do tema e devido ao fato dele estar presente no exemplo relatado em nosso capítulo anterior através do design social, acreditamos ser válida uma rápida menção específica sobre o assunto, ainda que alguns pontos possam soar repetitivos.

A ideia de que a produção cultural e, em última instância, a produção da arte, aconteça de uma forma social ou coletiva é diretamente antagônica e avessa à ideia do senso comum de que a arte é produto da inspiração ou criatividade individual de uma só pessoa, no caso, o artista.

Tal ideia, como já apontamos previamente quando nos referimos à questão da assinatura de uma obra, teve início no Renascimento, com participação efetiva das classes burguesas. Diz Wolff:

“É certo, sem dúvida de que a concepção do artista como indivíduo excepcional e talentoso é historicamente específica, datando da ascensão das classes mercantis na Itália e na França e da ascensão das ideias humanistas na filosofia e no pensamento religioso”.<sup>41</sup>

O Renascimento representa o início e a origem desta noção. Foi somente com o decorrer e o desenvolvimento da modernidade, nos séculos posteriores, que esta ideia se tornou mais intensa. Por fim, com o movimento do Romantismo no século XVIII, se consolidou entre artistas e público com a noção do artista como sendo gênio criador, alguém superior que, dotado de inspiração e talento, cria a obra de arte individualmente e isolado da sociedade. A arte, portanto, possuiria deste modo uma produção *individual*, somente oriunda do talento e da criatividade do artista.

---

<sup>41</sup> *Id., Ibid.*, p. 40.

Estas ideias permaneceram intactas até os dias atuais e representam a visão do senso comum sobre o fenômeno da arte e dos artistas. Segundo Wolff, há uma tendência geral de ignorar a influência de fatores institucionais no estudo da produção artística, tais como econômicos, políticos, sociais e organizacionais.<sup>42</sup> Desta maneira, grande parte dos estudos tende a considerar apenas a figura individual do artista como responsável maior pela criação de produtos artísticos ou mesmo culturais.

Apesar deste fato, alguns pesquisadores que seguem uma linha sociológica, tentam desmistificar e desconstruir estas mesmas noções, mostrando que diversos fatores influenciam diretamente na concepção e na produção de obras culturais. Vejamos os três pontos mencionados por Wolff para tal.

A crença de que a arte é um produto individual pode ser questionada pela simples constatação de que diversas *Instituições Sociais*<sup>43</sup>, ao longo dos séculos, influenciaram e contribuíram de alguma maneira para a produção das obras.

No período pré-renascentista e mesmo durante parte de seu desenvolvimento, grande número dos “artistas” - que ainda não eram nem deste modo denominados - trabalhava normalmente em oficinas, denominadas guildas. Os artistas eram entendidos como artesãos e recebiam educação e treinamento como qualquer outro trabalhador.

Mesmo com o passar do tempo e com o fim das guildas, outras instituições sociais surgiram como determinantes e influentes no processo de produção da arte. Um exemplo são as cortes absolutistas que foram se instituindo ao longo do Renascimento e por toda a época moderna. A figura do monarca representava mais do que um simples mecenas, uma figura de quem os artistas não só dependiam financeiramente, mas dada a sua grandeza e importância para as nações, dele dependiam também social e politicamente.

Assim podemos constatar que as instituições sociais, como as guildas ou mesmo academias participam da concepção da obra, uma vez que afetam o artista que as produz, oferecendo determinada educação e treinamento.<sup>44</sup>

Até a família, enquanto instituição social, pode ser considerada um fator de influência, visto que muitos filhos de pais artistas e artesãos eram

---

<sup>42</sup> *Id., Ibid.*, p. 43.

<sup>43</sup> Por instituição social entenda-se também as instituições políticas e até mesmo ideológicas.

<sup>44</sup> *Id., Ibid.*, p. 53.

influenciados, dadas as circunstâncias, a seguirem a carreira de seus pais. Logo, a produção artística pode não derivar unicamente do talento inato ou da inspiração individual da figura do artista, mas sim de um determinismo social familiar que educou certa pessoa para seguir tal profissão.

O sistema de mecenato, já mencionado em nosso capítulo anterior, com a atuação constante de figuras do alto clero, reis e altos burgueses, definindo temáticas e local de trabalho também é um exemplo evidente de como a ideia de uma produção individual da arte é equivocada.

O exemplo de instituição que influencia na produção de produtos culturais é o movimento feminista. Wolff menciona que somente graças aos estudos das feministas, algumas mulheres artistas passaram a ser reconhecidas como artistas. Antes das ideias e teorias feministas o reconhecimento da simples existência de artistas mulheres era praticamente nulo.<sup>45</sup>

Outro fator que deve ser entendido como de forte influência na produção de obras é a *tecnologia*. Um exemplo da tecnologia que afetou e contribuiu diretamente para a produção cultural foi o surgimento da imprensa.

Os efeitos nas práticas literárias foram enormes possibilitando a confecção de livros impressos, a difusão mais rápida e profunda das ideias de determinados pensadores, e o conseqüente estabelecimento de figura do artista ou pensador que tivessem suas obras e ideias impressas. Mesmo os pintores foram afetados pela invenção da imprensa que possibilitou a confecção de gravuras e cartazes.<sup>46</sup>

Além das instituições sociais e da tecnologia, temos na *economia* outro exemplo de forte influência na produção artística. É o sistema econômico que financia a produção das obras, seja através do financiamento individual da figura do artista, da fiscalização e regulamentação de instituições culturais, seja através do poder de realizar uma política econômica de incentivo e financiamento a artistas e instituições culturais<sup>47</sup>.

Finalmente, podemos falar também na instância representada pelo *público consumidor* das obras, outro fator decisivo em nossa questão. Uma manifestação clara do reconhecimento da recepção como fundamental para a constituição da obra é o movimento denominado Hermenêutica. Esta corrente filosófica surgida

---

<sup>45</sup> *Id., Ibid.*, p. 54.

<sup>46</sup> *Id., Ibid.*, p. 49.

<sup>47</sup> *Id., Ibid.*, p.58.

no século XVIII trata de estudar a *interpretação* dos textos. E independente das diferentes teorias que podem se seguir daí, para qualquer uma delas é necessário, obviamente, reconhecer na instância do público algum papel relevante.

Além da hermenêutica, estudos sobre o papel e efeitos do consumo dentro da lógica capitalista de produção, também comprovam a relevância atribuída ao público. Pesquisas sobre como os consumidores recebem as obras, pressupõe algum crédito de que os mesmos influenciam na sua concepção e produção. Cito Wolff:

“As condições de produção são determinadas pelas estruturas sociais, ideológicas e culturais amplas, tal como pelas condições de consumo. O artista/produtor cultural recebe certos materiais com os quais deve trabalhar – códigos existentes, convenções, técnicas e instrumentos de produção - e o que é mais importante, é ele próprio formado na ideologia e no contexto social”.<sup>48</sup>

Um exemplo oferecido para ilustrar como um artista/autor realiza seus trabalhos coletivamente é a figura de um escritor. Podem ser enumerados facilmente diversos fatores que influenciam de modo direto no seu trabalho e na sua criação, tais como: o material através e sob o qual ele escreve, a educação que lhe será necessária para alfabetização, o contato e a comunicação com editores, a dependência com o mercado de comércio e também com os críticos.<sup>49</sup>

O entendimento de Wolff é que não só no passado tais fatores influenciaram e condicionaram a produção de obras artísticas, mas continuam no presente influenciando tal produção, bem como permanecerão, no futuro, determinando-a, colaborando com os artistas e com autores para sua concepção.

O exemplo exposto anteriormente do Design Social engloba alguns dos pontos vistos aqui. É justo afirmar que esta categoria de design não defende nem propaga a crença numa produção individual, na medida em que se revela um tipo de produção que conta com o apoio direto de uma instituição social, no caso, uma universidade e também reconhece que a figura do público ou do consumidor - no caso o usuário do produto - faz parte do processo de produção e concepção do produto. Seus dados, inclinações e desejos são muitas vezes considerados na

---

<sup>48</sup> *Id., Ibid.*, p. 104-105.

<sup>49</sup> *Id., Ibid.*, p. 46.



concepção da obra, participando efetivamente desta forma do processo como um todo.

Além deste entendimento da produção coletiva de uma obra, ainda na mesmo trabalho de Wolff, “A produção social da arte” a pesquisadora nos auxilia a compreender melhor mais um conceito relativo à conotação metafísica que o senso comum emprega a autoria, trata-se da “*criatividade*”<sup>50</sup>, entendida como qualidade e valor humano.

Como expusemos previamente, ao analisarmos algumas definições da palavra *autor*, verificamos que ele é compreendido como alguém que realiza uma ação, um ato. Dependendo das circunstâncias ou da área à qual estejamos nos referindo, esta ação pode variar. Por exemplo, no âmbito jurídico o ato característico de quem é considerado *autor* é iniciar ou dar entrada em um processo burocrático, que pode ser qualquer ação ou recurso jurídico.

Contudo, diferentemente desta conotação jurídica autoral, na maioria das vezes, entendemos que a ação que caracteriza um autor é a criação, ou seja, o simples ato de criar, de inventar algo, seja um objeto material ou coisas imateriais. É desta maneira, por exemplo, que geralmente se compreende um autor: como alguém que inventa ou que cria uma história, uma música, uma poesia ou uma cadeira, uma vaso, um quadro etc.

De fato, durante nossa análise do trabalho de Bourdieu, observamos que este mesmo ato de criação que caracteriza a autoria, possui, para o senso comum, uma conotação quase que metafísica e misteriosa. Em outras palavras, essa criação, essa invenção que o autor realiza, é tida como inexplicável, ou mais exatamente como nos diz o dicionário, algo que ocorre “*do nada*”<sup>51</sup>. O uso e a aceitação desta expressão revelam a crença que possuímos na espontaneidade e na originalidade do ato da criação em si. O esforço de Bourdieu foi justamente para mostrar que pensar desta forma é equivocado, na medida em que os sujeitos encontram-se num espaço social denominado *campo* e os valores que movem as suas ações são por este mesmo campo, construídos. Assim, um autor que cria uma

---

<sup>50</sup> Entendemos que nesta parte, a autora, por vezes, usa os termos “ação livre”, “liberdade” e “originalidade”, como sinônimos de criatividade. Assim, também por vezes, usaremos estes termos como sinônimos de criatividade ou criativo.

<sup>51</sup> Definição do termo criar “*Dar existência a, tirar do nada*”. MICHAELIS: Moderno dicionário da língua portuguesa. São Paulo: Melhoramentos, 1998.

poesia, uma música, ou mesmo uma cadeira não criará este objeto “do nada”, ou seja, unicamente de sua pura inspiração, ou qualquer outra qualidade individual do autor, mas de um conjunto de fatores determinantes por sua condição no campo.

Acreditar que a criação vem “do nada” significa acreditar que ela vem, em outras palavras, da inspiração, da intuição do artista. Significa acreditar não só em sua individualidade (discutida anteriormente), mas em algum poder criativo inato do homem, ou seja, na sua criatividade. Assim, aqueles que criam - os autores - são normalmente entendidos e se auto entendem como seres criativos, pois possuem o dom de criar objetos originais e diferentes. Um bom exemplo disso é o design assinado em que há uma forte ênfase na figura individual e única do artista.

A seguir, tentaremos refletir um pouco sobre a *criatividade*, já que entendemos ser esse conceito fundamental para nossos objetivos de esclarecer a noção de autoria e sua incidência dentro do campo do design. Pois como expusemos em nosso primeiro capítulo, além de figurar nas definições do termo autor e no de seus sinônimos, o termo criativo aparece em diversas definições do que venha a ser a atividade design. Por vezes, tivemos oportunidades de constatar, o design é tido como uma atividade *criativa*.

Semelhantemente a Bourdieu, Wolff encaminha a questão para as condições sociais em que se encontram os sujeitos e suas ações. É nesse sentido que qualquer ação do homem deve ser compreendida.

Como explicamos acima, a criatividade que nos interessa aqui - e a também discutida e questionada por Wolff - é a criatividade artística, entendida no âmbito da criação de uma obra de arte. Neste sentido, ela é inerente a algumas noções importantes e caras ao nosso trabalho, estando relacionada a uma qualidade do sujeito que cria e que, do alto de sua individualidade, realiza uma ação criativa, tida como original e inovadora, além de reforçar a conotação misteriosa da criação artística. Nossa autora, porém, usará argumentos que enfraquecem essas teses:

“[...] toda ação, inclusive a ação criativa ou inovadora, surge na conjunção complexa de numerosas determinantes e condições estruturais. Qualquer conceito de criatividade que o negue é metafísico e não pode ser sustentado”.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> *Id.*, *Ibid.*, p. 23.

Para defender sua posição, Wolff desenvolve dois pontos: o primeiro trata de esclarecer até que ponto existe “liberdade” da ação humana, até que ponto pode-se considerar que os indivíduos (e aqui podemos considerar em última instância nosso objeto de estudo, os autores) encontram-se realmente livres, realizando suas ações “criativas”; o segundo envolve a noção de “estrutura” e como ela é fundamental para a compreensão da natureza do agenciamento humano.

Estando a ação criativa, forte e frequentemente associada ao senso comum, a uma ação tida como livre e original, Wolff primeiro tenta esclarecer qual seria esta real condição “livre” dos artistas quando criam suas obras.<sup>53</sup> Quais as condições que permitiram o avanço e a propagação deste mito não só da criação artística, como dos próprios artistas, como sendo livres e autônomos?

Trata-se de algo que se inicia com o desenvolvimento das formas capitalistas de produção, no início da época moderna. Isto porque, com a divisão do trabalho e as novas relações de produção capitalista que foram se instalando e desenvolvendo na sociedade, o trabalho de uma maneira geral foi gradativamente sendo marginalizado e se tornando “desumano”. Segundo as palavras da autora, o capitalismo promove uma “desumanização do trabalho”<sup>54</sup>, com as várias imposições e mudanças que foram se estabelecendo nas relações entre os indivíduos, entre produtores e consumidores. Ela chega a citar Marx, ratificando esse efeito do capitalismo sobre os trabalhadores e de como ele promove o fim de suas especificidades.<sup>55</sup> Como resultado do avanço do capitalismo que tornou o trabalho desumano e alienado, ocultando o que de potencialmente criativo eles possuem, ocorre que somente o trabalho artístico passa a ser considerado como o único realmente criativo, livre e original. Enquanto as outras atividades passam a ter diversas imposições e limitações, o trabalho de criação artística, realizado por músicos, pintores, etc., permanece fiel as suas ideologias individualistas iniciadas no Renascimento:

---

<sup>53</sup> Trata-se, claro, da ideologia Individualista nascida no Renascimento. Porém, tendo já falado sobre ela anteriormente, não a explicaremos novamente. Nesta parte do trabalho o principal é refletir e analisar as condições pelas quais se deu o seu cultivo, a sua cultura.

<sup>54</sup> *Id., Ibid.*, p. 30.

<sup>55</sup> *Id., Ibid.*, p. 30.

“[...] o trabalho realizado por artistas, músicos e escritores, ainda não integrado pelas relações capitalistas e pelo domínio do mercado, nem por eles afetados, passa a ser visto como uma forma ideal de produção, porque aparece como livre, de uma maneira que outras não mais são. A similaridade potencial das duas áreas – arte e trabalho – perdeu-se na medida em que na medida em que o segundo foi reduzido a sua forma alienada”.<sup>56</sup>

À medida que os séculos se passavam e o desenvolvimento da modernidade se acentuava, chegam ao fim as relações que mantinham artistas presos e dependentes dos seus mecenas, bem como se constata a falência de algumas instituições como a Igreja, as Academias que impunham determinadas condições para os artistas trabalharem. Inevitavelmente o trabalho artístico foi incorporado à produção do sistema capitalista. Contudo, ainda assim, mesmo incorporando as formas desumanas e alienáveis do sistema capitalista, a ideologia de que a criação artística é um ato livre e original permaneceu, Wolff nos alerta. Mesmo com artistas sendo incorporados à indústria capitalista e trabalhando como assalariados comuns, permaneceu na sociedade e no senso comum a ideia de que o trabalho artístico e, conseqüentemente, os artistas, são *diferentes* dos outros, mais livres, mais criativos.<sup>57</sup>

Neste ponto, uma pergunta inevitável que aponta e culmina com nosso tema de estudo: por que tal permanência de valores? A que se deve a permanência da crença do senso comum na liberdade e na diferenciação do ato criativo artístico? Por que artistas, escritores, autores são fatalmente tidos como diferentes ou superiores aos outros trabalhadores? Tentaremos, mais adiante, indicar algumas possíveis direções que procurem esclarecer melhor estas questões.

Voltando ao tema da liberdade e da criatividade presentes no ato da criação artística, nossa autora nos diz que somente pode-se combater esta mistificação que ocorre ao isolarmos o trabalho artístico, mostrando que *todas* as formas de trabalho podem ser potencialmente criativas.<sup>58</sup> Tomando por base Vazquez<sup>59</sup>, ela parte do entendimento que o trabalho – enquanto ação humana – constitui parte de sua condição, sendo de vital importância por resultar de uma

---

<sup>56</sup> *Id., Ibid.*, p. 30.

<sup>57</sup> *Id., Ibid.*, p. 31.

<sup>58</sup> *Id., Ibid.*, p. 27.

<sup>59</sup> VAZQUEZ, Adolfo Sanchez. *Art and Society: Essays in Marxist Aesthetics*. Londres, Merlin Press. 1973.

*necessidade* do homem. Dentro desta perspectiva, todas as formas de trabalho e não apenas o trabalho artístico da “criação artística” podem ser entendidas como criativas e livres.

A princípio isso poderia ser contraditório com a linha geral de trabalho e pesquisa que segue Wolff, a autora aqui tomada por base pois, assim como Elias e Bourdieu, ela possui formação em sociologia, e, portanto, defende que os indivíduos, suas ações, valores e crenças devem ser compreendidos e analisados dentro de um determinado contexto: o social. Wolff, de modo semelhante aos outros sociólogos, acredita e parte do princípio que determinantes, especialmente sociais, constituem os sujeitos e suas atitudes. Diz ela:

“Não pode haver dúvida de que qualquer ato humano é determinado. E não apenas disso, como também de que é multiplamente determinado – por fatores sociais, por fatores psicológicos, neurológicos e químicos”.<sup>60</sup>

Sendo assim, admitindo-se a existência de determinismos nas ações humanas, parece contraditório e incoerente admitir também, ao mesmo tempo, uma ação humana – no caso o trabalho – que possa ser considerada “livre” e até mesmo criativa. (Naturalmente, o “trabalho” que nos interessa aqui, claro, é o trabalho artístico, que, em última instância, equivale à criação artística – ação característica dos autores.)

Assim, a questão que surge a partir daí e que se coloca para nós é: como conceber uma ação humana como sendo livre e criativa e ao mesmo tempo aceitar que esta mesma ação também é determinada por fatores externos? Como falar de liberdade e criatividade na ação, no agenciamento humano, admitindo-se a existência de determinadas estruturas sociais que afetam o homem diretamente?

Wolff nos oferece alguns esclarecimentos dos pontos acima mencionados, mas oferece especial atenção à última questão - que também é a de nosso interesse aqui: em que medida é possível falar e aceitar a criatividade artística dos sujeitos uma vez que esses se encontram dentro de estruturas sociais determinadas? Para entender a direção tomada pela socióloga em busca de uma solução para este problema, devemos considerar alguns dados como, qual o significado de uma noção descrita por Wolff, a “estrutura”.

---

<sup>60</sup> WOLFF. Janet. *Op. cit.*, p. 32.

O primeiro fator importante que devemos ter em mente é que do mesmo modo que Bourdieu, Wolff não pretende produzir uma sociologia radical que lança mão de um determinismo redutor, que diminui ou menospreza o papel ou a importância dos indivíduos, nem de suas individualidades. O que ocorre é que sob seus pontos de vista, qualquer que seja o objeto em questão de estudo, até mesmo a individualidade dos sujeitos - como também pudemos perceber em Elias - este objeto deve ser reconhecido e analisado como localizado socialmente e passivo a determinantes exteriores. Porém, ao mesmo tempo, as condições e ideias que tais sociólogos nos oferecem para esta determinação, não são de todo radicais ou mesmo inflexíveis.

É esta perspectiva que devemos possuir para a compreensão do termo “*estrutura*”, usado por Wolff. Ele representa a gama social, o espaço sob o qual se desenrolam as vidas indivíduos. É correto afirmar que ele guarda semelhanças semânticas com o termo de Bourdieu, “*campo*”, pois ambos representam em último grau, a instância sob a qual os indivíduos se encontram e desenvolvem suas ações e costumes. Contudo, o que de mais relevante ele parece possuir em comum com o termo de Bourdieu é que ambos, tanto a estrutura quanto o campo, não se revelam termos cujo entendimento e significado sejam acabados, fechados, mas sim dinâmicos. Daí a determinação que ambos expressem não ser reducionista. Vejamos.

Como expusemos previamente, na parte de nosso trabalho em que debatemos como o conceito de criação pode ser pensado a partir da teoria de Bourdieu, verificamos que a noção de campo é fundamental para a pesquisa deste pensador. O *Campo* representa o espaço social a partir do qual os sujeitos podem e devem ser compreendidos. Ele corresponde também a um espaço onde existem frequentes relações de poder e de luta entre os agentes e as instituições pertencentes a este mesmo campo. Qualquer que seja a ação, a crença ou o valor dos agentes, eles devem ser analisados a partir do campo, pois é o campo que o constrói e que o determina. Porém, ao mesmo tempo em que o campo constitui e forma os indivíduos, ele também é formado pelos indivíduos. Uma prova disso se constata no fato de que são as próprias classes, grupos sociais e instituições do campo que formam e elaboram as leis e valores que regem e vigoram dentro dele.

É nesse sentido que ele pode ser considerado autônomo, ainda que se trate de uma autonomia relativa, já que ele se encontra em relação com outros campos.

A estrutura social a que Wolff se refere, corresponde, assim como o *campo* de Bourdieu, ao espaço social no qual se localizam os sujeitos, a partir do qual devem ser concebidas suas atitudes e costumes. A estrutura é também a gama de relações que circunscreve e determina o sujeito. Porém da mesma forma que o Campo, a estrutura possui um significado complexo e dinâmico; ela não só determina e impõe condições ao sujeito, mas também permite e possibilita que este aja, oferecendo-lhe caminhos e escolhas. Ao mesmo tempo em que a estrutura influencia as ações e relações dos agentes, estas mesmas ações ajudam a construir e reforçam a complexidade da gama de relações que integram a estrutura. Wolff cita outro autor, Anthony Giddens, que nomeia esta característica de “dualidade da estrutura”:

“As estruturas não devem ser concentradas como instituições que apenas impõe limitações ao agenciamento humano, mas também que lhes abrem possibilidades. Isso é o que chamo de dualidade de estrutura”.<sup>61</sup>

Com esta compreensão do que venha a ser a estrutura social e de como ela condiciona o agente, podemos chegar a algumas conclusões importantes sobre a questão anterior mencionada, de como é possível reconhecer uma ação como determinada e, ao mesmo tempo como livre, e também criativa:

Primeira; o determinismo presente no agenciamento humano artístico ou criativo - estendendo-se aí para a área do design - não é um determinismo radical nem reducionista, uma vez que a estrutura social na qual se localizam os agentes possui uma dualidade, ou seja, ao mesmo tempo em que causa as ações dos agentes também se constitui delas, oferecendo-lhe diversos caminhos e atitudes para seguir. (Assim, ainda que Wolff considere o determinismo como a característica principal do agenciamento humano ela - e outros pesquisadores como Bourdieu - não entendam isto como limitação). Segunda; a liberdade aqui mencionada em relação à “ação livre” dos artistas, não deve ser entendida no sentido romântico provindo do individualismo e do antropocentrismo renascentista, ou seja, não pode ser entendida como o senso comum os entende.

---

<sup>61</sup> Wolff *apud*. Godeanms. *Id., Ibid.*, p. 35..

Este sentido comum que damos à liberdade, bem como à originalidade e à criatividade artística possuem uma intensa conotação metafísica e, como já mencionamos, Wolff nega e rebate esta conotação. Tampouco devemos compreender a liberdade como diretamente oposta e contrária ao determinismo, pois deste modo ela seria igualmente metafísica. A Liberdade aqui citada para ação dos artistas deve ser concebida como uma condição que possibilita os agentes a fazerem escolhas dentre as situações que lhes são oferecidas pela estrutura, ou como diria Bourdieu, pelo campo.

Somente considerando estes fatores, Wolff alcança algumas importantes conclusões sobre a questão formulada anteriormente: como é possível falar em ato criativo, no sentido deste ser original e livre, mesmos estando os indivíduos localizados em estruturas que os determinam completamente? Pode sim existir um ato criativo. A condição dual da estrutura, de influenciar, mas também de possibilitar e oferecer escolhas aos agentes, os condicionaria como sendo “livres”, permitindo-lhes crer que realizam ações criativas. Diz Wolff:

“Os agentes são, portanto, “livres”, não no sentido de não serem determinados, mas por sua capacidade de fazer escolhas situadas e de levar a efeitos práticas situadas (bem como num sentido existencial) e em sua monitoração consciente e reflexiva de suas ações...

...A questão específica da prática inovadora (ou “criativa” nesse sentido específico limitado) não é problemática, mas pode ser compreendida como o resultado prático de uma combinação excepcionalmente específica de determinantes e condições estruturais. Isto é, a originalidade não é uma qualidade peculiar do ato, mas um juízo retrospectivo sobre seu produto ou forma”.<sup>62</sup>

Uma ação criativa e original deve ser assim entendida como resultado de uma combinação entre as escolhas e o determinismo que condiciona os sujeitos, bem como também uma consciência e uma reflexão sobre suas próprias ações. É neste sentido que se pode admitir uma ação criativa ou um autor criativo. Como disse Wolff na citação acima, mais do que ser uma qualidade de algum ato do sujeito - ou então do próprio - a criatividade parece ser mais um *juízo* de valor, que os agentes realizam sobre o produto ou a forma deste seu mesmo ato.

---

<sup>62</sup> *Id.*, *Ibid.*, p. 36 (grifo nosso).



Esta conclusão nos parece coerente, apesar de não verificarmos exatamente uma oposição entre *crer* numa qualidade ou *emitir* um juízo. Ainda que entendamos tal qualidade como sendo inata, no fundo, trata-se de mais uma aplicação de um juízo: se digo A é B ou A é C, na realidade, estou emitindo um juízo.

De qualquer forma, Wolff nos aponta caminhos razoáveis para nossa questão. Ao lançar mão do conceito de estrutura e, principalmente sua dualidade, ela nos permite pensarmos e encararmos a criatividade - e a ação criativa em última instância - dos autores e criadores, não como um valor ideal e inato já nasce com o sujeito, mas como algo que é construído sob determinadas circunstâncias, devendo ser entendida como resultado de escolhas, determinações e até mesmo reflexões do sujeito.

Esta posição é bem diferente do que foi possível constatar anteriormente em nosso segundo capítulo por exemplo. Quando expusemos os exemplos da propriedade intelectual e do *design assinado* verificamos que a criatividade tal qual outros valores relacionados à figura do autor, como a individualidade, era entendida, de maneira idealista, ou melhor, quase que romântica e transcendental.

No primeiro caso, vimos como a atual legislação credita a autoria como sendo “criação do espírito” numa clara e direta conotação religiosa e metafísica, ou seja, sem fundamento ou justificativas práticas, mas sim com explicações transcendentais. Vimos também que esta mesma legislação considera veemente a criatividade e a individualidade do sujeito, ao explicitar a originalidade como um dos requisitos fundamentais para que produto criado seja protegido pela legislação. Já no *design assinado*, semelhantemente, verificamos como os produtos aparecem como resultado de uma criação centrada na figura *individual* do designer, que, mais uma vez, é creditado como alguém *criativo* que cria produtos dotados de *originalidade*, e *criatividade*.

Constata-se assim um intenso e constante emprego de valores de autoria, como individualidade, criatividade, originalidade, dentro do campo do *design*. Estes valores, são empregados e entendidos de maneira idealista. Contudo, como tentamos expor acima Wolff, assim como Elias e Bourdieu entendem tais conceitos de maneira não idealista, mas circunstancial. Levando em conta os

principais fatores que cercam os fenômenos que propagam e legitimam estes valores.

#### 4.4

#### A permanência dos valores autorais

Até agora, no presente capítulo, tentamos expor como alguns pensadores sociais compreendem algumas ideias do senso comum. Vimos que Elias discorda da ideia de individualidade como separada do meio social, mas sim ligada a ele e fazendo parte de um processo. Verificamos também como Bourdieu não crê na noção de criação como um ato isolado ou mesmo fruto da individualidade de um agente, e sim, como sendo resultado das relações de luta e poder no campo. Finalmente, com Wolff percebemos a criatividade não como uma qualidade transcendental, mas localizada, fruto de escolhas e determinismos que afetam o sujeito. Estas posições e ideias são contrárias a algumas das encontradas e admitidas dentro do campo do design, como é possível de comprovar pelos exemplos dados em nosso capítulo segundo.

Assim atingimos neste estágio do presente trabalho, uma importante conclusão: ainda que possamos desconstruir algumas destas noções, nos apoiando em teorias e fatos históricos que as desmistifiquem, como tentamos fazer anteriormente com Elias, Bourdieu e Wolff, a maioria das pessoas, o senso comum, tende ainda a valorizar e a continuar acreditando e propagando estes valores, exatamente da mesma forma e com o mesmo significado que eles possuíam séculos atrás, ou seja, de maneira idealista.

Dentro dessa perspectiva, e entendendo que os valores e os conceitos que identificam a autoria são alguns dos mesmos que identificam e se associam ao fenômeno da arte e à figura do artista, podemos constatar claramente a persistência do *valor* da arte. Mais ainda, entendendo a autoria como *também* um valor artístico, na medida em que a ela são diretamente associados valores do campo da arte tais como, individualidade, criatividade, originalidade, poderíamos falar também na *persistência* da ideia e do valor de autoria.

Esta constatação nos leva novamente à pergunta que surgiu na página 104: como explicar a permanência de tais valores artísticos? Naquele ponto, expusemos como, mesmo com a incorporação dos artistas e do trabalho artístico aos modos de produção capitalista, tanto a figura do artista como as criações realizadas não foram afetadas pela ideia de alienação e desumanização que o capitalismo provocou na maioria dos trabalhadores. Eles continuaram a serem julgados e entendidos pela sociedade e por eles próprios com valores metafísicos e religiosos tais como gênio, individualidade, originalidade, etc. Cito Wolff:

“[...] o artista no período pré-moderno<sup>63</sup> era forçado, pelas pressões políticas e financeiras, a pintar ou escrever de maneiras bem definidas e seguindo as instruções de protetores e patrocinadores. Antes da ideia moderna do artista como gênio, essa interferência não parecia, de modo algum, inaceitável”.<sup>64</sup>

Como a autora esclarece acima, os artistas sempre estiveram integrados na sociedade e realizavam seus trabalhos estabelecendo e admitindo dependência de outras pessoas e instâncias. Ocorre que, com o passar dos séculos, o desenvolvimento da modernidade e das ideologias vigentes, os valores antropocêntricos e humanistas iniciados no Renascimento foram se aperfeiçoando e associando a valores religiosos refinando-se em nome de uma filosofia individualista, centrada no sujeito. Assim, defendendo e baseando-se nestes princípios, os artistas não mais admitiam interferências em seus trabalhos, estabelecendo de vez a ideia do artista como criador isolado.

Assim, apesar da falência do sistema de mecenato e a consequente incorporação de práticas capitalistas, o normal seria acontecer uma continuidade da integração entre artistas e colaboradores, ou mesmo que os valores artísticos individuais sofressem algum tipo de deturpação como resultado das práticas alienadas e desumanas que o capitalismo pôde provocar no trabalho e ao trabalhador, como bem apontou Wolff. Entretanto, não foi isso o que ocorreu. Noções e valores caros à identidade dos artistas, bem como do trabalho artístico e

---

<sup>63</sup> Por “período pré-moderno” entendo que a autora aqui esteja se referindo ao Renascimento, onde já existia a noção de “artista”, bem como a noção de “arte” e o sistema de mecenato era bastante forte com a figura dos Reis e integrantes do clero. A modernidade propriamente a que ela se refere nos parece ser o período do início do Romantismo, século XIII.

<sup>64</sup> *Id.*, *Ibid.*, p. 41.

a autoria em última instância, como individualidade e criatividade, bem como a ideia de gênio criador permaneceram inalteradas.

Como então explicar a força e persistência destes valores artísticos? Como explicar a permanência do valor autoral? Por que apesar de todas as mudanças e alterações sofridas em vários níveis de nossa sociedade, continuamos a enxergar autores como sujeitos especiais ou mesmo superiores? Por que a crença no individualismo do sujeito criador permanece, sendo possível encontrar, por exemplo, algumas histórias da arte como apenas histórias *dos artistas*?

Transferindo estes questionamentos para o campo do design e dados os exemplos aqui citados anteriormente, podemos nos perguntar por que eventualmente atribuímos à figura individual do designer grande parte dos créditos de um trabalho? Por que damos tanto crédito à marca de um produto ou ao nome do designer? Por que a criatividade individual dos profissionais ainda é considerada como principal causa de produção?

Antes de tentarmos refletir sobre estas questões de acordo com as indicações propostas por Wolff, seria bastante oportuno citarmos aqui um autor da área do design, Adrian Forty, que também trata desta questão e a correlaciona diretamente ao campo do design. Assim, posteriormente, poderemos comparar suas colocações com a exposição de Wolff.

No livro “Objetos do desejo”,<sup>65</sup> Forty questiona o fato de que algumas obras sobre história do design - ele cita como exemplo a obra de Nikolaus Pevsner, “Pioneiros do Design Moderno”<sup>66</sup> - se concentram em grande parte nas figuras individuais dos designers ou apenas nos discursos destes sobre o que venha a ser o design. Diz Forty:

“Parece estranho que a biografia de indivíduos deva ser considerada um meio satisfatório de explicar uma atividade (o design) que é, por natureza, social e não puramente individual. A história do design e da arquitetura está cheia de tentativas de dar sentido a edificações e objetos por meio das carreiras, ideias e teorias de designers.”<sup>67</sup>

---

<sup>65</sup> FORTY, Adrian. *Objetos do desejo - design e sociedade desde 1750*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

<sup>66</sup> PEVSNER, Nikolaus,. . *Os pioneiros do desenho moderno: de William Morris a Walter Gropius*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

<sup>67</sup> FORTY, A. *Op. cit.*, p. 321.

Diante desta constatação, ele nos oferece então duas possíveis causas para explicar por que seria mais importante saber *quem* realizou o projeto de determinado produto do que saber outras informações como, por exemplo, o seu preço, o mercado destinatário, o fabricante, enfim, dados que podem demonstrar como os objetos não são produtos unicamente derivados da criatividade do designer, ou seja, de seus autores.<sup>68</sup>

A primeira razão possível que ele aponta para que ocorra esta ênfase na individualidade dos designers é a *segurança* deste método em relação a outros que descrevem *o que* faz o design.<sup>69</sup> Em outras palavras seria menos perigoso expor a individualidade dos autores do que tentar pensar o papel, o alcance e as consequências da atividade do design.

A segunda causa que ele apresenta para o predomínio da ênfase na criatividade e individualidade do designer derivaria de um suposto *paradoxo* do seu papel. O paradoxo consistiria em que ao mesmo tempo em que é influenciado por ideias e por condições materiais que lhe são impostas – as quais ele não pode controlar - o design dos objetos ainda é produto da criatividade e originalidade dos designers<sup>70</sup>. Em outras palavras, ao mesmo tempo em que é influenciado pela ideologia vigente, o designer também possui uma participação efetiva na elaboração dos desenhos, pois em última instância é *ele* quem constrói as formas e elabora os projetos.

Forty reconhece este paradoxo como sendo existente não só no design, mas em qualquer agente cultural envolvido na produção cultural e / ou artística, chegando inclusive a indicar a obra de Wolff aqui discutida como sendo uma das muitas tentativas de se apresentar uma teoria sobre a posição do artista/ autor/ na produção cultural<sup>71</sup>.

Com efeito, como tentamos expor, Wolff na obra aqui debatida, trata de diversas questões relativas à posição e à condição da produção artística, bem como do produtor artístico. Inclusive este aparente paradoxo ao qual Forty se

---

<sup>68</sup> *Id., Ibid.*, p. 322.

<sup>69</sup> *Id., Ibid.*, pp. 322-323.

<sup>70</sup> *Id., Ibid.*, p. 325

<sup>71</sup> *Id., Ibid.*

refere é tratado diretamente e denominado por ela como sendo o problema da “mediação estética”<sup>72</sup>, o qual chegamos a mencionar em nosso capítulo primeiro.

Contudo, acreditamos que esta questão que agora se coloca para nós da permanência de valores como *individualidade* e *criatividade* deve ser associada não à mediação estética, mas aquilo que Wolff identifica como sendo o “*problema dos gregos*”.<sup>73</sup> Trata-se de debater e explicar os fundamentos e razões pelas quais a arte grega continuou ao longo dos tempos a ser uma fonte de apreciação e prazer para as pessoas, apesar das inúmeras transformações e mudanças advindas da sociedade. Em outras palavras, o problema dos gregos traduz a questão de permanência e de “persistência do valor artístico”. E como tentamos expor ao longo deste trabalho, valores tão comumente associados à autoria como individualidade e criatividade podem ser identificados em última instância como sendo também valores artísticos. Logo, uma questão que trate da permanência dos valores artísticos também tratará da permanência destes valores autorais.

Apesar de não aprofundar nem desenvolver longamente esta questão, a autora realiza algumas interessantes considerações a respeito.

Wolff admite este ponto como sendo uma grande preocupação dos pensadores estetas marxistas, pois uma análise que apenas associe a produção da arte à estrutura social e econômica na qual ela surge, não conseguiria pela mesma via argumentar como esta mesma arte pode ser apreciada dentro de condições sócio-econômicas diversas das que a originaram.<sup>74</sup>

Assim, qualquer esclarecimento para a questão da permanência dos valores artísticos e que se baseie em algum fator econômico ou mercadológico apesar de explicá-la em parte, não a justificará por completo.

Um exemplo: uma primeira e imediata resposta que poderíamos oferecer reside no fato de que, como foi exposto, o capitalismo não corrompeu nem estagnou as ideias e os valores do pensamento artístico. Porém, por fim, acaba por transformar estes valores em mais um produto de venda e de comércio. Isto foi possível comprovamos no exemplo que expusemos do design assinado quando

---

<sup>72</sup> WOLFF. Janet. *Op. cit.*, p. 72.

<sup>73</sup> *Id.*, *Ibid.*, *Op. cit.*, p. 87.

<sup>74</sup> *Id.*, *Ibid.*

valores como originalidade e criatividade estavam fortemente presentes no discurso de comercialização destes produtos.

Apesar de este argumento poder explicar o status e a forte recorrência de valores como individualidade e criatividade, ainda não justifica a *crença* das pessoas neles, pois, como Wolff afirma, o associam diretamente a um fenômeno sócio-econômico e assim, numa sociedade de costumes e práticas distintas, não se daria esta relação.

Este argumento de Wolff também poderia anular a primeira tentativa de resposta apresentada por Forty, que afirma que uma abordagem que propaga o individualismo dos agentes culturais ou dos sujeitos criadores, é frequentemente usada por ser mais segura e menos perigosa que outras que demonstram as próprias características da atividade ou da manifestação que produz as obras. Entendemos que este argumento de Forty, no fundo, trata e fala de uma estratégia mercadológica por parte dos comerciantes que visaria a tornar melhor e mais bem-sucedida a comercialização dos produtos. Uma vez que exaltar as características individuais dos designers parece ser mais atrativo (para o público) do que as características e consequências de uma ação em si. Logo, novamente, isto explicaria em parte mas não justificaria a *crença* nos valores referidos.

Além desta restrição argumentativa sócio-econômica para a questão aqui tratada, Wolff realiza outra observação interessante acerca deste problema. Segundo a autora, a persistência de valores artísticos não deve ser encarada como uma questão relativa à *criação*, mas sim à *recepção* e à *apreciação* das obras.<sup>75</sup> De fato, se considerarmos a persistência de *valores*, estaremos no fundo tratando da emissão de juízos de valor, ou seja, de uma crença. E isto é realmente algo que se dá através da apreciação e da recepção das obras, algo realizado pelo *público* que recebe e aprecia as obras.

Este outro argumento de Wolff, por sua vez, invalidaria a segunda explicação possível proposta por Forty para a persistência do monopólio do individualismo. O argumento dele foi explicar que ela resultava de um paradoxo da condição do designer ou de qualquer agente cultural no qual ao mesmo tempo em que o agente cultural é determinado pela ideologia que lhe é contemporânea, também ele determina e dá forma estética a esta ideologia. Portanto, Forty está

---

<sup>75</sup> *Id.*, *Ibid.*

relacionando nossa questão principal à esfera da *criação*, e como acabamos de expor, Wolff nos diz que a persistência dos valores artísticos não é uma questão que deva ser associada a nenhum fenômeno da criação, mas sim à da recepção e da apreciação.

Tendo esclarecido estes dois pressupostos que Wolff restringe ao problema, ela menciona rapidamente quatro tentativas que alguns sociólogos esboçaram para tentar esclarecer este problema. São elas: 1) as condições de apreciação não são tão diferentes, pois no fundo se trataria da mesma História<sup>76</sup> 2) sendo a sociedade grega considerada “livre”, a arte grega representaria um ideal, uma essência da humanidade<sup>77</sup> 3) mesmo tendo nascido em um período localizado e determinado, pode-se, sob certas e adequadas condições, apreciar e redescobrir esta mesma arte<sup>78</sup> 4) a arte, naturalmente, possui a capacidade de transcender e se comunica com qualquer sociedade.<sup>79</sup>

Não cabe aqui tomarmos partido de nenhuma das teses acima. Entretanto algumas observações podem ser feitas. Nos itens dois e quatro verifica-se claramente uma conotação idealista ou mesmo metafísica. No primeiro (item dois) caso isto é confirmado pelo fato de se atribuir a arte uma “essência”. Sabemos que este termo é uma noção cara à filosofia grega e que representa originalmente todo ideal metafísico de se tentar falar com propriedade de um mundo que não o físico. No segundo (item quatro) pela presença do termo “transcendência”. Tal palavra, igualmente a essência é reconhecidamente um termo que remete diretamente a um ideal metafísico ou mesmo religioso, pois a crença na transcendência só acontece quando se aceita minimamente a existência de algo para além do físico.

Logo, tendo verificado que estas duas hipóteses possuem uma conotação que é a mesma cuja teoria sociológica parece se debater contra, não nos parece coerente seguir este caminho para a formulação de uma resposta ao nosso problema dos gregos.

Por fim, considerando, talvez uma possível resposta a esse problema pudesse ser encaminhada se, apreciando as teses um ou três refletíssemos sobre

---

<sup>76</sup> Wolff apud Eagleton, *Id., Ibid.*

<sup>77</sup> Wolff apud Lifshitz, *Id., Ibid.*

<sup>78</sup> Wolff apud Hess, *Id., Ibid.*

<sup>79</sup> Wolff apud Fischer, *Id., Ibid.*



quais seriam *as condições* específicas de *apreciação* e de *recepção* das obras pelos agentes. Neste ponto, não podemos deixar de lembrar aqui de nossa reflexão sobre o trabalho de Bourdieu. Uma vez que o autor também já nos chamou a atenção para o fato de que dentro de um estudo sobre a produção cultural ou artística há a necessidade de elucidação da *condição* dos agentes dentro do campo. Assim, talvez uma tentativa de resposta minimamente coerente poderia ser encaminhada para a exploração das diversas formas de existência e alcance do termo *habitus*, já que este constitui um ponto fundamental para o esclarecimento da condição de qualquer agente dentro de seu meio.

Gostaríamos de frisar aqui contudo, que não é de nosso interesse oferecer uma resposta direta e objetiva a esta pergunta. Desenvolver esta questão, apesar de revelar-se um provável exercício de prazer, fugiria de nossos objetivos principais que acreditamos terem já sido alcançados, quais sejam, o de identificar quais são as noções e os conceitos relacionados à autoria, e também apresentar exemplos de como estes mesmos conceitos e valores se encontram presentes no campo do design.

É importante salientar também que dada a complexidade do tema, encontrar ou estabelecer uma resposta, talvez nem seja algo possível. Mas, se for, acreditamos que tal exercício constituiria por si só outra dissertação de mestrado. Sendo assim, com as indicações anteriores, deixamos a questão em aberto para possíveis estudos posteriores.