

# O Design se faz fazendo e a crise do monopólio da crença.

*Design is done by doing and the crisis of the monopoly of belief.*

**Alberto Cipiniuk, Doutor**

Departamento de Artes e Design da PUC-Rio

acipiniuk@gmail.com

## RESUMO

Esse pequeno artigo em forma de ensaio, procura explicar por qual motivo os pares do Campo do Design se esforçam em camuflar as verdadeiras práticas profissionais dos *designers*.

## PALAVRAS-CHAVE

Design, Campo do Design, *habitus*, economia de bens simbólicos, produção da crença.

## ABSTRACT

*This short article in the form of an essay seeks to explain why Design Field pairs strive to camouflage the true professional practices of designers.*

## KEYWORDS

*Design, Design Field, habitus, economy of symbolic goods, production of belief*

## O Design se faz fazendo e a crise do monopólio da crença

O capitalismo não está acabando porque deu errado, muito pelo contrário, foi exatamente porque ele deu muito certo, que terá que acabar. Paradoxo contemporâneo? Não. Uma situação concreta e resultado desse revolucionário modo de produção, que vem alterando tudo que existia sobre a face da terra desde o início da Idade Moderna até os dias de hoje, inclusive concorrendo para a sua própria destruição. Alegoricamente poderíamos explicar o fenômeno de outro modo, pois tal como as Erínias, a ideologia comercial nasceu com a Revolução Industrial e talvez ela seja a principal característica do capitalismo. A ideologia comercial é a responsável pela hegemônica e impessoal prática do consumo, assim como a condenação definitiva desse modo de produção. E para lembrar aqueles que já esqueceram, na mitologia grega, as Erínias ou Fúrias eram criaturas que habitavam o mundo inferior, o mundo dos mortos ou o Tártaro, elas fustigavam tormentos nos culpados dos crimes que elas mesmo inspiravam. A ideologia comercial fustiga e atormenta aquilo que ajudou a criar.

A ideologia comercial não aconteceu antes do capitalismo, mas é resultado e coetânea desse novo modo de produção. O excedente da produção industrial deu início a essa revolucionária forma de pensar, isto é, gerou o consumo de natureza comercial que modificou a dinâmica entre as expectativas que as pessoas tinham sobre aquilo que elas faziam ou produziam e alterou o modo como funcionavam as relações sociais. Substituiu-se, portanto, o valor de uso pelo valor de troca. Promoveu uma inversão, pois até o surgimento dessa inversão, os homens transformavam as coisas do mundo natural conforme suas necessidades. Depois do capitalismo, a dimensão simbólica da troca passou a imperar e alterou a maneira como as pessoas estavam acostumadas a compreender o seu entorno social e particularmente no nosso caso, de causar grande comoção e danos. Uma coisa é projetar um calçado para ser usado e outra é concebê-lo para ser apenas comercializado. Assim, depois da segunda metade do século XVIII, momento de surgimento de nossa prática profissional, entre os pares do Campo do

Design, não se projeta ou se pensa o *design* de qualquer artefato sem a perspectiva de trocá-lo por algo ou alguma coisa, preferencialmente, o dinheiro.

A lógica do grande capital rompeu com a especificidade das coisas fabricadas e não foi porque passamos a empregar máquinas para usiná-las. O capitalismo arruinou as características objetivas que estabeleciam aquilo que produzia o que chamávamos de verdade dos artefatos e apagou o valor do trabalho que eles possuíam. Talvez seja de bom alvitre lembrar que o trabalho como produtor da riqueza foi uma descoberta dos teóricos da Economia Política no final do século XVIII, pois antes dessa descoberta a riqueza de uma nação se confundia com a capacidade de ostentação dos reis e de suas cortes. Uma nação que possuísse um rei que morasse em um palácio como o *Palais de Versailles*, por exemplo, era considerada rica ainda que a maior parte da população vivesse na miséria e com fome. O novo fenômeno chamado lógica comercial do capitalismo, além de alterar o comportamento das pessoas de todas as frações de classes sociais que criou, provocou a modificação da especificidade dos artefatos ou a sua razão de ser. A adulteração do significado das coisas que nos cercavam, permitiu que as perspectivas consumistas ou imediatistas fossem atendidas, isto é, o valor de uso social das coisas foi alterado se transformando em valor de troca comercial e assim os objetos industriais deixaram de ser aquilo que eram, passaram a ser mercadorias, objetos para serem trocados por dinheiro. Para explicar esse fenômeno, a maior parte dos pares do Campo do Design menciona os estudos antropológicos sobre a resignificação dos objetos industriais, como se os objetos não possuíssem uma materialidade própria e constituída pela sua função social que os artefatos devem ter. Tal como se eles fossem produzidos para depois de algum tempo perderem o seu sentido original e assim passarem a ser outra coisa, enfim, que os objetos só teriam existência por conta de sua cambiante natureza simbólica e sem contato com o mundo material das necessidades sociais que engendraram a sua fabricação.

Nos dias de hoje, por conta de nossas preocupações com as questões de sustentabilidade, talvez o exemplo mais agudo desse fenômeno seja a

festejada noção de reciclagem, que além de oferecer um novo sentido do objeto industrial, lhe dá uma nova estrovoenga e triunfalista significação, é pensado como se fosse uma ideia original. Enfim, acena com a possibilidade de que podemos nos livrar das montanhas de lixo que produzimos gastando dez vezes mais do que foi gasto para produzi-lo e com isso aparentarmos nos conciliar com a natureza. Afinal, de que serve transformarmos pneus velhos de caminhões em poltronas e mesas de jardim. Estamos realmente resolvendo um problema ou criando mais um?

A lógica da reciclagem se associa a essa formidável noção ideológica do processo de transformação dos objetos industriais com valor de uso, que serviam para o atendimento daquilo que realmente precisamos, para seu valor de troca simbólica. Para compreendermos a inversão do sentido das coisas que realmente precisamos, isto é, para entendermos intelectualmente como se dá o processo de alteração da ordem, ou o estado das coisas, do antigo significado do valor de uso que envolvia a significação das coisas para atender as nossas verdadeiras demandas sociais, para algo que não precisamos é de análise complexa e às vezes impenetrável para os desavisados, por conta disso, por conta da dificuldade de entendermos como esse processo se dá, faz com que a nossa prática profissional opere considerando outras lógicas, curiosamente tão complicadas como essa, que não são propriamente as práticas do Campo do Design.

No Brasil temos vários exemplos de como as instituições de legitimação do campo soçobraram diante das incontornáveis forças de ataque do grande capital para transformar o valor de uso em valor de troca comercial, mas antes de avançarmos gostaríamos de lembrar que o valor comercial ou financeiro de um objeto também é simbólico. Qualquer pessoa com o mínimo de inteligência, alguém que se coloque a favor da igualdade social e do bem comum, percebe que as soluções propostas pelo mercado para os problemas da sociedade escondem os verdadeiros objetivos dos seus propositores. E isso não se limita ao lixo produzido pela indústria. A privatização das instituições e empresas públicas estatais, por exemplo, são apresentadas aos brasileiros como uma espécie de remédio contra a corrupção humana e, que depois da

sua implantação (talvez fosse melhor dizer supressão) haveria uma melhoria de qualidade nos serviços públicos, que eles serão mais eficientes etc. Mas esse tipo de narrativa, partindo de um viés antropológico idealista que considera a possibilidade de uma “natureza humana” trapaceira para os brasileiros, definição racista por definição, considera a “alma” da nação corrompida desde o seu nascimento, algo da preguiçosa essência de Macunaíma que estaria em todos nós. Daí a justificativa da necessária diminuição do papel social do Estado, por conta da eventual existência de uma essência velhaca, homens e mulheres, precisam ser controlados por forças sociais mais comprometidas com as regras do jogo e dependentes dos agentes que estão acostumados a operar com elas, isto é, o mercado. Assim, tal como Jessé de Souza<sup>1</sup> tem sistematicamente tentado esclarecer, a acusação de patrimonialismo, oculta um interesse de classe, o interesse do empresariado<sup>2</sup> em que os recursos públicos do Estado sejam dirigidos apenas para eles, isto é, para o setor privado.

Não obstante de os pares aparentarem eficazmente uma ausência do controle sistêmico sobre o Campo do Design, isto é, apesar de parecer que não exercem nenhum poder de controle sobre as ações dos colegas, eles possuem total domínio do modo como os agentes (de produção, de recepção e de circulação) operam. O *modus operandi* que os pares empregam para o funcionamento das instâncias de legitimação do campo, ou os meios que fazem uso para se comunicar, para transmitir suas principais ideias e práticas, enfim, os suportes que empregam e onde atuam para constituírem suas relações sociais, são totais. Nesse contexto verifica-se um fenômeno *sui generis*, a superficialidade como os problemas teóricos do campo são enunciado e, do mesmo modo, como eventualmente são conduzidos para

---

<sup>1</sup> SOUZA, Jessé. **A elite do atraso. Da escravidão à lava jato**. Rio de Janeiro: Leya, 2017.

<sup>2</sup> SOUZA, Jessé. **A radiografia do golpe: entenda como e por que você foi enganado**. Rio de Janeiro: Leya, 2016. O livro começa com uma provocativa frase de uma música de Cazusa: “Transformaram o país num puteiro, pois assim se ganha mais dinheiro”.

<sup>2</sup> Evidentemente que nos referimos ao Campo do Design, aos cursos de *design*, pois a Universidade, como um todo trata de todos os assuntos, portanto nada é estranho ao mundo acadêmico, não há nenhum assunto que não possa ser estudado e discutido em uma Universidade.

serem resolvidos. O que seria um problema teórico de *design*? Como os pares definem o que é essencial e o que é contingente? Seria possível saber que os pneus velhos de caminhão não podem ser mais nada depois de velhos e gastos, salvo se nomearmos a confecção artesanal de poltronas e mesas de jardim, como soluções alternativas?

No Brasil é curiosíssimo como os pares do Campo do Design selecionam o que é importante para ser discutido em suas práticas cotidianas, enfim, preocupamo-nos em investigar e identificar nesse emaranhado de ideias quais são as ideias-força que dão significado aos comportamentos práticos da nossa categoria. Tem-se a impressão de que se baseiam apenas na afinidade ideológica que possuem com a agenda política da mídia oligopolista (ou golpista, caso desejarem), o suporte de comunicação onde se legitimam as políticas formuladas pelo grande capital. Não me refiro particularmente apenas aos dias de hoje, mas com um pequeno recuo no tempo, ao fato de que a partir do início dos anos 90, quando a Confederação Nacional da Indústria decidiu investir em coisas tidas como inovação: *design* e em competitividade. Naquela ocasião, embora os diretores de indústrias estivessem voltados para o que diziam ser um reforço ao mercado interno brasileiro, visavam, contudo, atender a uma estratégia comercial de expansão global que foi típica daquele momento e que depois do governo de Michel Temer se viu confirmada. Davam uma aparente atenção a expansão das empresas nacionais, mas elas estavam de acordo a as políticas econômicas expansionistas que hoje chamamos de neoliberais e que foram implantadas por todo o planeta. Além disso, o capitalismo industrial, produtor de postos de trabalho, incluindo aí postos de trabalho para *designers*, foram sendo substituídos pela ciranda financeira das bolsas de valores.

Acompanhando as verdades do mercado de títulos futuros, mas nunca realizados, tivemos ocasião de ver o surgimento também na academia de alguns temas “teóricos” muito particulares, mas que eram completamente

estranhos<sup>3</sup> ao nosso mundo profissional, tais como *gestão, empreendedorismo, competitividade, informação, sustentabilidade* etc. Esses assuntos foram transformados em cursos, linhas de pesquisa, áreas de estudo, programas de fomento das instituições financiadoras, prêmios, publicações e congressos etc. Esse *risorgimento* desvela algo que poucos sabiam, mas depois que ficaram sabendo, isto é, caso tenham pensado seriamente sobre esse tema e chegado a algumas conclusões, perguntamo-nos por que nunca ousaram dizer nada? O fato de esse assunto não ser novidade ou tratar de alguma coisa verdadeiramente nova e também porque se mantinham contemplando os interesses de uma pequena parcela da sociedade brasileira, aquela que enriquece continuamente às custas de quem realmente trabalha e produz riqueza, verifica-se, tal como afirmamos mais acima, que esses assuntos eram estranhos ao mundo acadêmico e como consequência, julgamos que devem ser considerados insuficientes para atender à sociedade como um todo, enfim, são ideias conservadoras e não colaboram para resolver nossos profundos e complicados problemas sociais.

O fenômeno de valorização desses assuntos nas escolas de *design* não aconteceu apenas no Brasil, mas foi planetário. Em vários países, especialmente na América do Norte, pois lá eles estavam realizando a implantação de uma “nova” forma de produção capitalista, ou melhor, de uma nova forma de exploração capitalista: o toyotismo. Naquela ocasião o historiador do *design* do *Illinois Institut of Technology* (IIT) John Heskett<sup>4</sup>, autor do famoso livro *Industrial Design* e que não poderia ser identificado nessa vertente teórica, estranhamente passou a ministrar aulas de *planning design*, nome que os *designers* davam a isso que um pouco mais tarde aqui no Brasil passou a ser chamado *gestão em design*.

Ora, a formação das forças de trabalho obedece às leis do capitalismo, no Departamento de Artes e Design da PUC-Rio, por exemplo, desde a sua

---

<sup>3</sup> Evidentemente que nos referimos ao Campo do Design, aos cursos de *design*, pois a Universidade, como um todo trata de todos os assuntos, portanto nada é estranho ao mundo acadêmico, não há nenhum assunto que não possa ser estudado e discutido em uma Universidade.

<sup>4</sup> HESKETT, John. **Industrial Design**. London: Thames and Hudson, 1980.

fundação no início dos anos 70, sempre existiram muitos professores do Quadro Complementar ou os chamados horistas. Os horistas são quatro ou cinco vezes mais numerosos do que os professores do Quadro Principal do Departamento, esses dedicados ao ensino dos fundamentos do *design* e responsáveis pelo planejamento e elaboração dos currículos acadêmicos, isto é, os guardiões da doxa. No passado justificava-se a presença dos horistas com o argumento de que eram profissionais do mercado e que eles serviam para que pudéssemos oxigenar a formação dos alunos fora daquilo que era visto como vetusta tradição escolar, para que os mesmos não se transformassem apenas em teóricos ou acadêmicos, reforçando uma falsa oposição entre a pesquisa teórica ou pura e a pesquisa aplicada dentro da Universidade. Parece-nos óbvio, contudo, que o emprego de um esdrúxulo verbo tal como oxigenar, significa que a lógica do capital foi e é estrutural para a formação dos pares e não apenas um acessório para a descontração acadêmica, para que possam enxergar a realidade de modo mais orgânico.

Nesse exemplo verifica-se também a verdadeira assunção de uma posição ideológica em relação à participação da lógica das empresas comerciais no cotidiano acadêmico. Ademais, os trabalhos acadêmicos de conclusão passaram a se dirigir basicamente para atender ao mercado, configurando o Departamento como um verdadeiro aparelho ideológico de administração empresarial<sup>5</sup> para a reprodução dessa vertente política. Evidentemente que mesmo depois de criarmos nossa pós-graduação *stricto sensu*, a primeira na América Latina, antes do final dos anos noventa, ninguém, inclusive o autor dessas linhas, falava sobre o mercado, nem que os produtos de *design* deveriam atender aos consumidores, aliás, não falávamos em *design*, mas em desenho industrial. Pensávamos inclusive que seria o próprio mercado, por meio de um processo darwinista de seleção natural, o divisor de águas que apontaria quem é ou quem não é um verdadeiro *designer*. Bastaria

---

<sup>5</sup> TRAGTEMBERG, Maurício. **Administração, poder e ideologia**. São Paulo: Cortez Editora, 1989.



atravessar a rua Marquês de São Vicente<sup>6</sup> e ficar na calçada do lado de lá, que a seleção ocorreria e só os verdadeiros *designers* sobreviveriam.

A verdadeira realidade era camuflada e os consumidores das mercadorias que projetamos eram chamados de *usuários*, aliás, na PUC os *designers* se dedicavam apenas ao que os pares chamavam de *design* social, que atende uma classe social obscura e que eles nomeiam de *usuários*. De qualquer modo a lógica das empresas comerciais, a lógica do mercado ou do grande capital, se materializou na academia e era o que sempre foi, um pensamento de classe. Na verdade, a reprodução dessas ideias não nos preocupava e ainda não nos preocupam, afinal o modo de produção econômico do capitalismo é uma realidade, está implantado firmemente, possui meios de se reproduzir e de se defender, portanto é hegemônico e eventualmente terá folego para continuar. Nosso interesse aqui é identificar como elas se tornaram dispositivos reguladores na formação de jovens *designers*. Consequentemente, o escamoteamento do pensamento crítico que é a base para a consecução dos verdadeiros trabalhos científicos e para uma boa formação de profissionais inclusive para o mercado, também foi excluído. Embora muitos defendam uma neutralidade para a prática acadêmica, infelizmente não é isso que ocorre na realidade, a ciência sempre é política ou ideológica, pois o mundo acadêmico não é autônomo ou independente da sociedade. Aliás, é espantoso como se cultiva desde então entre os pares do campo a referência ao empreendedorismo e à gestão nos trabalhos dos alunos. Acredita-se firmemente e divulga-se continuamente que o envolvimento com essa lógica ou estratégia de mercado é promessa futura de empregabilidade. Existem inúmeros alunos que renunciam as suas aulas regulares para “fazer estágio” (*sic*), como se isso fosse uma promessa garantida de emprego após o término dos cursos. Há inclusive aqueles que dizem abertamente que “não aprenderam nada na faculdade”. Que foram aprender verdadeiramente apenas no estágio, daí o uso de frases como “a teoria na prática é outra”.

---

<sup>6</sup> O *campus* da PUC-Rio é adjacente à rua Marquês de São Vicente, na Gávea, Rio de Janeiro.

Violar os princípios fundamentais da prática do *design* passou a ser uma regra e a ambição de garantir um estatuto epistemológico para o campo ficou mais longe. Esse desrespeito foi camuflado pela vaga noção de modernização do curso preparando profissionais para o mercado de trabalho, mas ninguém lembrou de mencionar os valores humanistas enaltecidos pelas escolas jesuítas, valores comuns, interesse de todos e não apenas de alguns, que foram emasculados e os pares fingem que isso nada tem a ver com eles, afinal o curso continua abrigado em uma universidade católica. Do mesmo modo, a administração central ou os órgãos superiores da Universidade também nunca se manifestou sobre o assunto. De modo que se não houve contestação, podemos pensar que existe uma unanimidade favorável em relação a essa política educacional.

Celebrado como se a modernização fosse uma necessidade imperiosa para que eles fossem purificados do mal do atraso, pois caso não se modernizassem eles se corromperiam, os pares investiram na transformação dos currículos. Jamais houve um esforço para definir com clareza o que os *designers* chamavam de modernização. Na academia tratava-se, em resumo, da validação de que a violação das regras fundamentais e nunca ter clareza daquilo que se ensinava aos alunos. De nossa parte, mesmo que muitas vezes fôssemos acusado de teórico, tradicionalista ou comunista (*sic*), julgávamos que era preciso saber como *designers* ou antes disso, a categoria dos chamados desenhistas industriais trabalhava, quais eram os seus valores sociais, enfim, princípios éticos caros ao funcionamento do campo e de que modo eles se tornavam fundamentos do ensino acadêmico dos *designers*.

Embora a nossa crítica possa parecer deselegante ou exagerada, pensamos que a ação de camuflar ou esconder quais são realmente as práticas profissionais dos *designers*, expressa uma forma desavergonhada de fascismo, tão na moda nos dias de hoje, em dias de pós-verdades e as *fake news*, mas que ingenuamente não são sequer percebidas como tal. Pois não foi oferecido ao nosso aluno, como continua-se a não oferecer, a chave de como devem e deveriam se portar profissionalmente, mas estar sempre disponível às inovações sob a justificativa de quem não era moderno, precisava ser.

Deste modo, para que possamos compreender como a mudança de uma forma legítima de ordenamento curricular, somente “porque a prática do mercado permite”, nos sinaliza que é preciso voltar nossos olhos não apenas para o que o mercado legitima, mas para um ponto mais abaixo, para o início do processo de criação destas aberrações, todas elas absolutamente funcionais para manutenção dessa “nova” forma de ação política, a do capitalismo flexível.<sup>7</sup>

Podemos iniciar nossa tentativa de resposta afirmando que é sabida, pelo menos para quem estuda *design* no Brasil, a precariedade da formação intelectual proporcionada historicamente pelas escolas de ensino superior dessa área de conhecimento. Já tivemos ocasião de explicar como se configura essa limitação do conhecimento<sup>8i</sup> em *design*, que é quase nula a respeito de questões históricas, sociológicas e políticas. É claro que o atendimento dessas questões também não é suficiente para resolver todos os problemas da formação profissional de um aluno de *design*, mas os instrumentalizariam para que pudessem se defender criticamente.

A associação entre o que se passa nas salas de aula e o contexto maior do capitalismo é metodológica, procuramos associar a parte ao todo, daí se explica também porque não nos interessamos ao próprio, ao peculiar, ao pessoal. Não podemos reproduzir a falsa noção de que a vida social é presidida deliberadamente por indivíduos. Em nossa análise não é importante indicar nomes, designar responsáveis. O desejado é apresentar os reais e mesquinhos interesses corporativos por trás desse *modus operandi* na academia. A ambição aqui é desvelar o que nunca foi percebido nessa estrutura social equivocada e que é capaz de contaminar todos os seus agentes, mesmo aqueles que não agiram ou agem de forma interessada. Aliás, quando mencionamos a crise do monopólio da crença, estamos tratando de uma crise pela incapacidade dos pares continuarem a reproduzir uma forma

---

<sup>7</sup> HARVEY, David. **Condição Pós-moderna. Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural.** São Paulo: Edições Loyola Jesuítas, 2013. 24ª edição.

<sup>8</sup> CIPINIUK, Alberto. **O Campo do *Design* e a crise do monopólio da crença.** São Paulo: Blücher, 2017.

narrativa completamente ingênua e que não se imagina retrógada e passadista.

Esse tipo de formação calcada nessa ideologia de classe ou “nova” forma de pensar instituída hoje como verdade única, induz um tipo de qualificação profissional que reforça a dissociação entre uma ação profissional e os fundamentos básicos disso que é a própria prática e no nosso caso o *design*, coisa que os pares não sabem mais muito bem o que é, ou tal como afirmamos mais acima, nunca souberam. Ficou comum escutar entre alunos e colegas professores que uma coisa é aquilo que os mestres pregam<sup>9</sup> em suas aulas e outra é aquilo que podemos encontrar na realidade como se a realidade estivesse errada e o que aquilo que os mestres dizem seria o certo.

Essa constatação nos faz crer que a pouca ou baixa qualidade daquilo que é reproduzido pelos pares do campo, denota uma incapacidade de desvendar quais são os fundamentos de nossa atividade profissional, quais são suas reais funções sociais e especialmente o que somos institucionalmente. Essa forma de pensar a prática do *design*, aquela que é pronada sem discussão, desvela igualmente como se reproduzem procedimentos protocolares de um “como se fazer *design*”, uma via normativa, essa sim escolástica ou acadêmica no mau sentido, guiada apenas para o cumprimento desse protocolo, sem crítica e subserviente ao que é dito ou imposto pelos professores. É preciso que se tenha em mente também, que a produção do conhecimento em *design*, que as pesquisas realizadas pelos professores e estudantes de pós-graduação, seguem os mesmos pressupostos ideológicos, então não é apenas a prática do *design*, como fazer ou projetar em *design*, mas o que se pensa sobre ele ou que decorre dele.

Nesse processo de esclarecimento o que nos parece necessário é sermos sinceros desde o início. Afinal, quando os alunos avaliarem suas carreiras, possam saber com clareza que não se tratou de uma escolha equivocada, para que não se sintam desiludidos, que foram enganados por aquilo que tanto se dedicaram e finalmente que não pensem que não possuam

---

<sup>9</sup> O uso do verbo “pregar” aqui é intencional, pois no nosso modo de entender trata-se de “pregar uma crença” e não argumentar cientificamente sobre a sua validade.

os méritos necessários para o investimento na “escolha” profissional que fizeram.

É preciso dizer que os conhecimentos de desenho são incontornavelmente necessários para a formação de um *designer* e antes dos programas ou *softwares* gráficos que hoje empregamos nos computadores, os *designers* precisavam saber desenhar, daí para ingressarem no ensino superior havia uma prova de habilidade específica de desenho. Esses conhecimentos eram primários, nada muito complicado. No contexto geral de camuflagem ou silenciamento, verificamos verdadeiras violações dos princípios fundamentais de nossa prática profissional, tal como o caso do desenho. É preciso lembrar que a habilidade do desenho pode ser ensinada, pois ela não é um dom inato do aluno, embora quase sempre seja dito pelos pares do campo, que tal como a música ou a poesia, o desenhista ou o pintor já nasce sabendo desenhar. O ensino do desenho permanece no currículo, mas pode-se dizer que hoje foi eclipsado e é considerado menos importante para a formação profissional do aluno.

O deslocamento da disciplina do desenho da sua posição original na hierarquia dos conteúdos necessários à formação do *designer* não é explicado, comentado ou discutido, lembrando que todos os conteúdos do programa de ensino devem ser permanentemente discutidos no ambiente acadêmico. Isso é necessário pois na universidade não há verdades fixas, então se algum dia se pensou que o desenho não era uma condição importante, isso não quer dizer que não se precise pensar sobre esse assunto para todo sempre. No nosso caso a importância do desenho foi simplesmente obscurecida na prática e todos acataram esse descarte sem discussão. O desenho não é uma prática que pode ser desmerecida. O desenho não é apenas uma forma de representação simbólica para atender uma parte gráfica ou “artística” da prática do *design*. Se essa hipótese se referisse apenas à função gráfica do *design*, o argumento seria desmascarado, pois no caso do *design* de produtos a coisa não seria diferente. O desenho é um meio de representação sem o qual não é possível se materializar um “pensamento” (ideias ou abstrações conceituais) em *design*. Desprestigiá-lo seria como desejar separar a dimensão simbólica de sua

extensão material, como se as coisas do mundo possuíssem espaços autônomos, seja no *design* gráfico, seja no *design* de produtos. Na prática do *design* não há uma esfera totalmente espiritual ao lado de outro integralmente material. Ainda que os pares do campo não saibam desenhar, coisa que podemos verificar empiricamente em muitos deles, julgamos que precisariam ao menos saber teoricamente sobre aquilo que tratam quando substituem o desenho por outra forma de representação qualquer, tal como acatam o uso indiscriminado do *clip art*. E talvez aí esteja o fator chave que pode explicar o que desejamos comprovar. Um deslumbramento em relação às tecnologias digitais ou talvez algo muito maior, um verdadeiro fascínio por uma cultura tecnicista e onde o desenho é visto como algo artesanal, feito à mão e ultrapassado.

Outro ponto que caracteriza a baixa qualidade intelectual daquilo que é oferecido aos alunos, é o fato de que não há definição de uma bibliografia básica e obrigatória para os alunos de *design*. Não devemos considerar a obrigatoriedade como uma medida despótica ou arbitrária. Não se trata de uma ação moralista, mas temos que considerar firmemente a necessidade de criarmos uma obrigação ou dever para que os alunos leiam. Por que ler? Porque o leitor passa a possuir uma fonte de conhecimento autônoma ou independente onde ele pode procurar por si mesmo aquilo que deseja encontrar. Pode ainda, mesmo que esteja sendo dirigido ideologicamente para essa ou aquela vertente ideológica, ler os seus antagonistas e mudar de caminho. Ademais, é preciso reconhecer que existem conteúdos propedêuticos prévios a serem assimilados que estão nos livros e sem os quais não se pode ir adiante. É evidente que somente as aulas não dão conta daquilo que o aluno precisa saber. O argumento de que essa bibliografia não existe ou que é muito vasta, ou porque o *design* é interdisciplinar, também não se sustenta para manutenção de um ponto tão importante para essa área do conhecimento. Ao empregarem esse tipo de argumento, os pares revelam, o que em nosso modo de entender é uma defesa, isto é, tal como no caso do desenho, onde muitos não sabem desenhar, se defendem ocultando aquilo que não praticam na realidade. Não são leitores, seguem e reproduzem apenas as mediocridades

mentirosas pautadas e publicadas nos jornais televisivos da grande mídia. Sustentamos que se possuem um mínimo de clarividência, se envergonham disso, caso contrário, quando deitam a cabeça para dormir, são pessoas atormentadas e não sabem onde se situar para resolver seus problemas existenciais. Assim, posto que de modo geral não leem, afirmam que não é necessário haver uma bibliografia básica, nem tampouco uma bibliografia particular sobre *design*. Esse fato se reproduz no exame do vestibular de ingresso para a pós-graduação. Não há uma bibliografia básica requerida, tal como não há uma bibliografia básica para os mestrados e doutorandos. Essa prova de seleção não avalia o domínio de um conteúdo específico da disciplina e para qual os candidatos se habilitam. Os pares partem do princípio de que todos os candidatos já possuem o conhecimento necessário para discussões de alto nível, requerido nos programas de pós-graduação em *design*. Duas explicações possíveis se alçam. A primeira diz respeito à mediocridade intelectual dos pares e que se associa ao dogmatismo ideológico, um estreito pensamento de classe, ao qual se compactuam. Preferem manuais resumidos, abordagens esquematizadas ou muito simplificadas, assim como grandes sínteses que só legitimam abordagens panorâmicas e nunca descem ao chão onde se dá a verdadeira prática do *design*. Todo o resto, tudo o mais que se emula com os praticamente ausentes ensinamentos particulares de nosso campo - cinema, literatura, teatro, música, artes plásticas, arquitetura etc. - embora esses temas sejam contemplados de alguma forma no currículo e muitos alunos demonstrem verdadeiro e grande interesse, afirmo que eles são vistos superficialmente ou ignorados.

Durante o curso de pós-graduação existem leituras obrigatórias, mas geralmente são capítulos de livros. No curso de graduação ocorre o mesmo, mas gostaríamos de lembrar que não há nada de mais em orientar o aluno para a leitura de um ou outro capítulo de um livro. O problema é que como não há uma discussão entre os pares sobre quais seriam os pontos básicos que deveriam ser abordados naqueles estratos impressos, como não há uma definição de uma estratégia pedagógica de ação comum entre os pares, para uma mesma direção ou várias direções teóricas, verifica-se uma confusão, que

não há uma unidade entre os textos, prevalecendo um todo fragmentado e sem sentido, que é compreendido como uma espécie de justificativa de nossa interdisciplinaridade. Como também não existem disciplinas que se preocupem dessa integração, pode-se dizer que essa bibliografia sugerida como obrigatória não têm o menor sentido de existir. Vale o que é dito, ademais, possuir uma boa retórica deve ser importante para ser um professor de nossa área de estudos. Trata-se, mal comparando, da institucionalização do palpite.

A segunda explicação que se pode oferecer para a legitimação da noção de que todos os candidatos aos estudos na área do *design* já possuem os conhecimentos necessários para discussões de alto nível é mais simples e mais de acordo com o pragmatismo dos pares. Trata-se de uma opção puramente política. Não interessa aos pares do campo definir o que é isso que é o *design*. Como inexistente uma definição, todas as outras definições ou a defesa de uma definição *aberta* passa ser hegemônica.

Gostaríamos de ressaltar que outras áreas de estudo também padecem de males semelhantes, portanto esse fenômeno não ocorre apenas com o Campo do Design, posto que ele é mais geral, uma característica da produção e circulação do conhecimento de nosso período histórico. De qualquer forma, isso não diminui a urgência e obrigação daquilo que temos que fazer. Na área do direito, por exemplo, mesmo em um curso de excelência acadêmica como o da PUC-Rio, verificam-se problemas homólogos, mas lá os argumentos para explicá-lo se dirigem para o enrijecimento ou bitolação necessária para que o aluno possa ingressar nos concursos públicos da carreira jurídica. Os destinos mais proveitosos em ganhos pecuniários, acabam orientando a formação básica que julgam ser necessária.

Instruído pela sociologia de Pierre Bourdieu, comecemos a tentar identificar empiricamente como os alunos ou pretendentes ao ingresso na carreira profissional do *design*, operariam a aquisição daquilo que era de difícil acesso ou mesmo inexistente e controlado pelos dominantes, isto é, os professores. Como vimos, não é que os conteúdos fundamentais não existam para serem transmitidos ou que eles não fossem minimamente ministrados



em sala de aula, mas os alunos não têm como saber o que é essencial ou o mais importante. Sem saber hierarquizar o conhecimento existente, incapazes de estabelecer relações com os demais saberes e com as próprias coisas da vida, tivemos que concordar que as escolas são um lugar estratégico para a reprodução de privilégios, onde a classe média se vangloria de ter aprendido isso ou aquilo, que faz parte do seu capital cultural e que ninguém mais possui. Assim, se a apropriação do capital cultural não se dá pelo ensino/aprendizagem, pela assimilação de conteúdos distribuídos democraticamente pelos mestres, mas apenas para uma pequena minoria de protegidos, concluímos que deveria haver uma outra forma de acesso a esse capital cultural, ou pelo que se acredita ser capital cultural, por sua reprodução e ampliação.

Daí começamos a observar o que muitas vezes nos parecia ser uma impressão, mas na verdade era um fato, um valor substantivo. Os pretendentes ao ingresso como profissionais no Campo do Design se esforçavam com grande zelo para adquirir um “comportamento” que julgavam ser requerido para pertencerem a essa restritiva confraria, enfim, na medida em que verificávamos uma espécie de desejo incontornável dos pares em se vestir, andar e falar do mesmo modo do que os seus mestres, passamos a concordar com Bourdieu<sup>10</sup> quando ele formulou a noção de *habitus* e concluímos que entre os pares existe uma *hexis* corporal a ser reproduzida, tamanha é a semelhança entre eles.

Na PUC-Rio, podemos identificar objetivamente esse comportamento entre os alunos de direito quando circulam nos pilotis, com seus ternos e as moças de saia e sapatos de salto, mas podemos ver também como falam ou se comportam de modo diferente dias após o ingresso no curso superior de direito. Julgamos também que do nosso ponto de vista, essa percepção sobre os pares do Campo do Design é mais difícil, posto que seria embaraçosa uma reflexão própria e que pudesse ser considerada isenta sobre o que somos e como nos comportamos, mas supomos que os pares do Campo do Direito,

---

<sup>10</sup> WACQUANT, Loïc. *Habitus*. In.: CATANI, Afrânio Mendes *et alii* (Organizadores). **Vocabulário Bourdieu**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017. pp. 213-216.

podem dizer o mesmo sobre eles e sobre nós também. Mas o que estamos tentando dizer é que o escopo ideológico da categoria possui uma “linguagem não verbal”, tal como meus colegas<sup>11</sup> do Campo do Design adoram falar, com seus corpos e hábitos vestimentares, constituem símbolos próprios e ainda, rastaquera e superficiais que sejam, isto é, em relação ao que é solicitado ao aluno de direito, possuem o mesmo repertório teórico daqueles que foram escolhidos para ingressarem nessa confraria.

Assim, por mais esdrúxulo que isso possa parecer, para ser um *designer*, não seria necessário ingressar em uma academia ou escola de *design*, pois na realidade não existem conteúdos teóricos para serem assimilados. Mesmo não precisando de uma escola para um ensino formal, o pretendente, contudo, tem a necessidade de possuir dois atributos, sendo que o primeiro deles é o de possuir uma “forma” de *designer* e por “forma” entenda-se um comportamento ou um modo de viver, que inclui a maneira de se vestir e até mesmo de falar, uma espécie de *designer way of life*. Esse comportamento é fundamental para a interação relacional que vai vigorar no futuro e esta será bastante proveitosa ao jovem pretendente. Como não há uma teoria ou conteúdo para ser adquirida, existe uma ênfase na “forma” de como se comportam. É preciso que os pares tenham meios para identificar uns aos outros, daí imitam-se, este imita aquele.

É necessário o domínio dos símbolos operatórios do campo em todas as áreas de conhecimento, mas julgamos que entre os *designers*, consciente ou inconscientemente, os pares estão pregando abertamente para que ele fique apenas no nível da aparência. Esse comportamento é imprescindível para ascensão na carreira profissional, afinal o pretendente precisa parecer ser *designer*. Essa identificação com um universo simbólico de símbolos a serem servilmente imitados serve plenamente ao pretendente. O que os pares do campo dizem ou o que defendem não é propriamente uma ciência do *design*, mas pseudoteorias, noções confusas e arbitrárias que não levam a nada, o que

---

<sup>11</sup> Equivocadamente, a maioria dos nossos colegas “acredita” que existe uma linguagem não verbal, tal como eles mencionam existir uma “linguagem” visual. Porém esse tema já foi largamente discutido e definitivamente superado. Ver MITCHELL, W. J. T. **Iconology. Image, text, ideology**. Chicago: University Of Chicago Press, 1986.

vale é a reprodução de um mecanicismo positivista e formalista que defendem.

Como vimos mais acima, se comparada com outras áreas do conhecimento é um fato inequívoco que é escassa a literatura empregada no Campo do Design. É manifesto e explícito, tanto no Brasil, quanto em vários países da Europa e na América do Norte, que os naturais daqui, algumas vezes, se esforçam em igualar, o uso desse comportamento. Lá como aqui, o Campo do Design pode ser tido como uma espécie de membro café-com-leite da academia, aliás, quase sempre as escolas de *design* funcionam fora de universidades e exigem ser reconhecidas como autônomas. Mas isso não quer dizer que o mundo não precisa dos serviços profissionais de um *designer* ou de teóricos pensando essa área de conhecimento. Pode-se dizer que eles são tão necessários quanto os profissionais que se dedicam à produção da arte e aí não há nenhuma ironia em relação aos artistas, mas apenas uma constatação.

Em nosso modo de entender, o mais problemático para os pares do campo não é a escassez livros ou textos sobre *design*, argumento que os pares podem contestar afirmando que essa conta não foi bem realizada, pois há muito o que ler. Mas o fato é que continuamos na defesa de nossa hipótese: essa bibliografia é escassa. Além disso, o que é pior, não é crítica, ou plural como deveria ser. O que nos surpreende é como as dissensões críticas, tal como essas poucas linhas, são descartadas ou sistematicamente silenciadas.<sup>12</sup> Julgamos que não é necessário explicar como se dá esse processo por parte dos pares de uma corporação. Trata-se de uma violência simbólica. É sutil e não se pode traçar com clareza como se dá essa exclusão.

O desprestígio ou violação dos fundamentos de Campo do Design, a sua substituição por crenças epidérmicas tidas como verdades inabaláveis, não se localiza apenas na ausência de reconhecimento de uma bibliografia básica, dos conteúdos que ela traz, ou na adoção de uma vertente teórica, seja

---

<sup>12</sup> “Pelo menos 90% do que se passa por científico nas Ciências Sociais e costuma ser ensinado nas universidades não passa de mera confirmação de um conjunto de preconceitos que visa eternizar a dominação social de uns poucos sobre muitos. Contudo, não há como dispensar a ciência. Trata-se aqui, portanto, de criticar a falsa ciência com base nos instrumentos da ciência verdadeira”. Ver Souza, Jessé. **A classe média no espelho: sua história, seus sonhos e ilusões, sua realidade**. Rio de Janeiro: Estação Brasil, 2018. p. 11.

ela qual for. Tivemos ocasião de verificar concretamente colegas nossos defendendo que não era necessário para os trabalhos de “pesquisa” que realizavam, produzir *papers*, isto é, que não era necessário “saber escrever” para serem teóricos no Campo do Design. Defendiam que os escritos deveriam ser apenas indicativos, isto é, que não traduzissem conteúdos assimilados, mas descrições dos resultados obtidos dos experimentos realizados, ou que os próprios produtos fossem a prova dos seus conhecimentos. Assim, um vídeo, um conjunto de fotografias, alguns protótipos, poderiam ser tomados como prova dos conhecimentos obtidos. Do mesmo modo, defendiam que para o ingresso na pós-graduação não é necessário que os alunos “saibam escrever” sobre os temas que estão estudando e afirmavam isso de peito aberto, dizendo que também não sabiam ler ou escrever, ou melhor, assumiam que lhes era muito difícil essas práticas. Um exemplo dessa extravagância inexplicável foi o recente concurso de seleção de um professor para o Quadro Principal onde não havia uma prova escrita para os candidatos. Ora, se os pares não leem, se não desenham e não escrevem, o que fazem nas escolas de formação profissional na área e na pesquisa de pós-graduação em *design*?

Na Europa há uma distinção clara entre as universidades e as academias de arte. As academias de arte são autônomas e funcionam em lugares separados das universidades. O que cada uma delas produz é respeitado e um diploma outorgado por qualquer uma delas tem a mesma validade social, ambos dão prestígio e honradez para quem o possua. Em uma academia de música o que é requerido e avaliado é diferente daquilo que exigido, por exemplo, em uma escola de filosofia que pertence a uma universidade. Os conhecimentos de um músico são particulares da prática que ele realiza, daí a prova realizada para saber se um pianista é um bom profissional e merece essa qualificação é colocá-lo diante de um piano e solicitar que ele interprete esse ou aquele compositor. Depois do período de formação, os pares, pianistas como ele, podem dizer se ele alcançou o nível pretendido ou não. Nas universidades para a comprovação de que alguém está apto a ser chamado de filósofo, se pode exercer a profissão como professor de

filosofia, por exemplo, os critérios são outros, ainda que as câmaras sindicais de legitimação funcionem do mesmo jeito.

No nosso caso, verifica-se que há uma profunda ignorância em relação ao que se oferece aos alunos que se candidatam à prática profissional do *design*. A profissão foi promovida do seu status inicial de saber técnico ou prático, para algo que aqui no Brasil é tido como um saber equivalente aos dos profissionais liberais e propriedade ou privilégio da classe-média. No nosso país o dever constitucional das Universidades é formar pesquisadores e no processo de formação profissional de cientistas, formam-se também profissionais que atuarão no trabalhando em indústrias, empresas ou escritórios de *design*, afinal, nem todos os alunos serão pesquisadores. De qualquer modo ninguém desrespeita o princípio constitucional de que o bom profissional, aquele formado em uma universidade, precisar se pautar pelo emprego de uma metodologia científica que é a forma como os cientistas trabalham, ainda que não sejam pesquisadores. Assim, aquele que possui um domínio técnico ou prático do seu ofício também está obrigado a realizar o seu trabalho de acordo com princípios científicos. Em qualquer área profissional que venha exercer sua atividade, isso é algo que não se pode argumentar contra ou contestar, justamente pela falta de evidências que provem a sua validade.

O que estamos trazendo para discussão é definir o que é isso que é a nossa prática profissional denomina ser conhecimento em *design* e em que medida estamos formando profissionais para exercê-la com a convicção de que isso que se oferece é o mais eficaz para a obtenção de resultados propostos. Já indicamos que o ataque aos fundamentos teóricos do Campo do Design, a desconsideração aos três exemplos dados – saber desenhar, ler e escrever – e adoção de fórmulas retóricas pseudocientíficas, são suficientes para colocar por terra o que se diz como objetivo alcançado. Nesse contexto fica muito difícil reivindicar um estatuto epistemológico para a disciplina, posto que não se busca o conhecimento, mas a formação prática de profissional do “mercado”, seja lá o que isso queira dizer.

Fora a questão da ausência de uma literatura consagrada em *design*, isto é, a ausência de um *corpus* teórico para nossa profissão, a outra importante instituição que orienta os pares na propagação da crença é a escola. Entre a instância literatura e a instância escola, não temos claro qual das duas é mais importante, porém, o fato é que ambas trabalham conjuntamente. Intuitivamente, julgamos que são as escolas as mais importantes, pois como os *designers* comprovadamente não leem e será pela força da retórica nas salas de aula que o credo poderá se propagar. Essas insignificantes noções corporativas dos pares do campo denegam o *design* como uma prática social. Silenciam que a prática do *design* é uma forma de trabalho como outra qualquer e deixa prevalecer temas estranhos ao mundo acadêmico, que são tidos como modernos.

O credo nas coisas tidas como eventualmente modernas que se aplica ao Campo do Design é e foi exatamente como o credo nas religiões. A crença não precisava e não precisa ser provada. Quem por exemplo, acreditava ou que hoje acredita que santo Antônio de Lisboa ou de Pádua é casamenteiro? Quem acreditava não se achava ridículo e nem se acha em acreditar naquilo que acredita. Pois, além de todo mundo saber que o santo realmente traz ou encontra a pessoa amada, por mais irreal que essa promessa possa ser, basta acreditar. Não é necessário apresentar fatos e argumentos objetivos na defesa dos milagres do santo. Não é preciso relacionar o número de mulheres que pedem ao santo um marido e quantas delas efetivamente o conseguem. Trata-se de uma espécie de razão prática, uma simples noção, uma noção prática, que é ampla e eficaz para quem deseja um marido. É uma dessas noções nas quais as pessoas podem acreditar sem precisar pensar muito, basta apenas agir, basta pedir ao santo.

Daí afirmar que “*design se faz fazendo*” é um bom exemplo de como é o *modus operandi* dos pares, quando propagam e ampliam o credo. Entre os pares não se discute se isso é uma verdade científica, pois a maior parte dos mesmos não está preocupada em saber cientificamente se o “*design se faz fazendo*”, pois de modo geral isso serve aos seus propósitos, trata-se de uma espécie de mesquinaria corporativa. Os pares, embora estejam trabalhando

em universidades, tendem a considerar a verdade científica como um valor moral, algo que é desejado coletivamente pelos pares, pois atende corporativamente a categoria. Então, tal como o conto da roupa nova do rei, se todo mundo ficar quieto, ainda que dizer que “*design* se faz fazendo”, embora a afirmação não queira dizer absolutamente nada, tudo bem, todos os problemas se resolverão. Porém, insistimos na indagação: se seguirmos este palpite, todos os nossos problemas estarão realmente resolvidos? Temporariamente sim, mas o rei está despido e basta alguém gritar que a farsa será desmascarada. O que estamos tentando explicar é que isso que se chama ciência em *design*, aquilo que é apresentado como fundamento teórico do Campo do Design pelos pares, na verdade é a institucionalização de uma crença. Esta formulação é enunciada de modo que ela atenda a manutenção daquilo que está posto e que ninguém deve mexer, pois isso abalaria a situação, ainda que instável, de conforto onde os pares se encontram.

A construção da crença, dos mitos fundamentais onde se apoiam as “verdades” do campo, assim como a crise do monopólio político dessa crença e o estado de vigília para mantê-la inacessível aos pretendentes depende dos interesses de quem antidemocraticamente domina o poder das instâncias de legitimação que querem preservar, mesquinhos que sejam, os seus privilégios. Mas ainda assim não fica claro por qual motivo mascaram o conhecimento desses fundamentos ou mesmo os ameaçam com a dissociação entre a ação profissional e os fundamentos básicos disso que é a própria prática.

Tal como já tivemos ocasião<sup>13</sup> de argumentar, ocorre que embora os pares mencionem o tempo todo que defendem a pluralidade de pensamentos, a tolerância em relação à diferença e até mesmo a interdisciplinaridade para a prática da produção do conhecimento do *design*, ficaram muito assustados quando viram os aeroportos cheios de gente que identificavam como sendo pobres, pois foram educados dentro dessa disposição social antidemocrática. Evidentemente que estamos nos referindo à forma indireta que a recente

---

<sup>13</sup> Ver CIPINIUK, Alberto. **Design: o livro dos porquês**. O Campo do Design compreendido como produção social. Rio de Janeiro: PUC-Rio e São Paulo: Editora Reflexão, 2013. Ver também CIPINIUK, Alberto. **O Campo do Design e a crise do monopólio da crença**. São Paulo: Blücher, 2017.

ascensão de vastos setores da classe trabalhadora impactou nos direitos (ou seriam privilégios?) que nossos colegas consideravam ser apenas disso que chamávamos de classe-média. É fato que repercutiu muito mal entre os pares quando uma colega nossa<sup>14</sup> veiculou em uma rede social, uma fotografia de gente pobre no aeroporto internacional do Galeão, perguntando aos seus interlocutores se aeroporto poderia se igualar a uma rodoviária.<sup>15</sup> Julgamos que tal como muitos brasileiros nossos colegas foram vítimas do terrorismo neoliberal exercido pela mídia, mas como não possuem ferramentas críticas para ponderar considerando pensamentos contrários, entraram em pânico.

Em nosso modo de entender, essa ação terrorista da mídia não foi uma ação isolada, mas como foi um ato de terrorismo, atingiu algo que não tinha interesse em atacar. É preciso considerar também que a mídia em si mesma não cria o imaginário social, ela apenas o reproduz ou o amplia. Se não houver uma ressonância de correspondência entre aquilo que a classe-média deseja ou intui como sendo uma representação dos seus valores, a mídia em si mesma perde a sua razão de ser. Contudo, dentro desse contexto social tornado instável artificialmente, talvez o que tenha sido mais assustador para os pares do campo, ainda que eles não tenham consciência disso e que também não foi noticiado pela mídia, foi o fato de que essa gente outrora pobre, mas agora em ascensão, passou a ambicionar os mesmos lugares que eles ocupavam na academia. Os pobres pretendentes intuitivamente já sabiam da grande farsa que os pares empurravam para frente, isto é, que eles não possuíam o capital simbólico que alegavam possuir e assim não havia necessidade de conhecimento algum para se arvorar como par do Campo do Design. Antes disso, os pares, não os pretendentes, mas os dominantes, os professores doutores do Quadro Principal, precisavam apenas se comportar do jeito que os eles inventaram como comportamento justo para um professor doutor. Aos pobres pretendentes foi reservada a eventualidade de ter a sorte

---

<sup>14</sup> Uma colega de outro Departamento, mas de nossa Universidade.

<sup>15</sup> No Brasil os pobres normalmente circulavam pelo país por intermédio do transporte rodoviário, levando dias para saindo de São Paulo, chegar ao Rio Grande do Norte ou o Ceará. Já os “ricos” utilizavam transportes aeroviários. Assim uma rodoviária é um lugar de gente pobre e não se pode confundir uma rodoviária com um aeroporto que é um lugar de rico.



de cair nas graças de alguém de poder para guindá-los para cima. Podemos provar essa afirmação examinando a trajetória profissional dos pares do Quadro Complementar do Departamento de Artes e Design da PUC-Rio, onde recentemente alguns deles foram guindados à categoria de “supervisores” de áreas. Estranha categoria essa, pois esses profissionais precisavam ter doutorado, mas jamais pertenceriam ao Quadro Principal, isto é, não seriam ou não poderiam ser pesquisadores também e não poderiam orientar alunos de pós-graduação, nem ministrar aulas para o mestrado e o doutorado. Se ocupariam apenas da intermediação entre os cursos de graduação e de pós-graduação. É fácil verificar como essa categoria foi formada em processo de colonização típico das irmandades e confrarias, ou se desejarmos das corporações relacionais de compadrio de uma mesma categoria profissional, semelhante ao que ocorre com a máfia, ainda que essa seja criminosa. Recrutar profissionais mais jovens, mais dóceis ao comando dos dominantes, onde caracteriza-se inclusive a curiosa competição de quem será o mais submisso aos desejos dos seus chefes, não é uma tarefa fácil. Não somos anarquistas, não somos contra todas as formas de autoridade pelas quais se estruturam as organizações sociais. Defendemos apenas que elas caminhem para a valorização dos méritos ou da excelência acadêmica, mas infelizmente não foi isso que aconteceu.

É muito fácil, por exemplo, identificar os chamados “emergentes da Barra da Tijuca”. Gente com uma origem social humilde, mas que com muito trabalho ou pela força do acaso, pôde acumular e ficou endinheirada, contudo, verifica-se que eles não possuem os “modos” de gente rica. Os programas de comédia na televisão estão cheios de personagens de gente pobre que ficou rica e de ricos que ficaram pobres, mas o personagem pobre que ficou rico e continua ignorante e grosseiro é sempre tido como “mais engraçado”. Ora, as fronteiras entre as classes não são unicamente determinadas pelo capital financeiro que elas possuem, embora precisem necessariamente dele, isto é, não basta ter dinheiro que se passa a pertencer imediatamente ao andar de cima.

Isoladamente saber que o *champagne Veuve Clicot* é uma bebida chique, não mostra nenhuma distinção. Para que a referência a essa bebida produza honradez a quem faz uso dela, é necessário que haja outras circunstâncias presentes. Oferecê-la a pessoas que nunca tomaram champanhe é como jogar pérolas aos porcos, um exemplo de desconhecimento de como funciona a sociedade. Para quem nunca tomou champanhe ele é apenas um vinho branco gelado com bolinhas. Daí é preciso que quem queira oferecê-lo para obter prestígio e honradez, para que possa significar algo de grande valor simbólico, transferindo-o para si, é preciso que como pretendente, o candidato à honraria também possua capital social. Para obtê-lo é preciso que ele convide as pessoas certas e que elas possam reconhecer que o seu champanhe possui valor simbólico, além de conhecer o seu preço exorbitante para uma bebida alcoólica. Daí a necessidade de possuir um bom caderninho de telefones, ainda que só existam nomes de bajuladores é importante para legitimar o seu champanhe.

Conforme explicamos mais acima é mais fácil identificar esse fenômeno em relação à vida mundana, mas como fazê-lo no mundo acadêmico? Para produzir distinção e honradez na academia, não basta citar esse ou aquele autor importante, é importante possuir um capital cultural inequívoco. É preciso conhecer seus autores profundamente para citá-los sem repeti-los, usá-los sem fazer mera cópia. Ser epidérmico na academia é determinar a sua morte intelectual e qualquer perspectiva de progressão funcional, mas o que verificamos é que estamos na presença de outra lógica onde vigora a troca de capital social em detrimento do capital cultural. Podemos constatar que é mais importante possuir um bom caderninho de telefones e que ele nos dê trânsito entre os pares, do que ter se esforçado e ficar sempre estudando para saber mais. Ilógica que seja, com essa chave tudo se resolve e não se fala mais nisso. Existe verdade nessa afirmação? Como podemos provar o que estamos afirmando?

Dentro das academias, sem possuir capital cultural as pessoas não conseguem obter auxílio para articularem suas relações sociais, salvo se essas associações forem baseadas em outros princípios de organização tal como os

de compadrio das patotas ou igrejinhas. Assim, quando todos concordam teoricamente com todos, quando não existem dissensões de métodos, ou de autores e prioridades, perguntamo-nos se poderíamos afirmar que está tudo bem.

A má formação intelectual quando aliada da má consciência ou falta de espírito público dos pares, produz um entorno social violento e reprodutor de desigualdades. Ela se sustenta internamente e publicamente para os de fora, aqueles que não possuem os meios de averiguar o que se passa dentro, como se fosse sólida e sem problemas. Moldam para si e para os de fora uma fachada falsa onde os pares aparecem como iguais e imparciais em seus juízos.

Ora, as corporações são instrumentos de classe e se comportam dessa maneira reafirmando o núcleo do seu sistema de domínio político. Estruturalmente as corporações são assim. Internamente prevalece o laxismo disciplinar quando se trata dos amigos ou compadres, daí descambam para suas cruzadas moralizantes contra aquilo que identificam ou elegem como coisa de inimigos e acreditam que os eliminando, supostamente resolverão os problemas identificados. Verifica-se uma espécie de afastamento olímpico das verdadeiras coisas do mundo, dos principais problemas a serem enfrentados e verifica-se também uma tendência para aceitação de delirantes propostas de salvação da pátria com medidas únicas e imediatas. Perdem a capacidade de operar de acordo com padrões que podemos controlar objetivamente e então as regras de conduta passam a ser um suporte retórico das decisões de poucos ou que atendem a subjetividade desse ou daquele. Enfim, deixam de aspirar o universal e passam a ser parciais. Abrem caminho para sua extinção.

O monopólio da crença é uma caricatura e só pode ser mantido nas escolas por longo tempo se os agentes possuírem capital cultural para defendê-lo. Servil ao capital social das relações de compadrio o poder também pode ser mantido, mas não infinitamente. O poder do “é dando que se recebe” é inequívoco, mas não ilimitado. Dentro dessa ideologia os pares se sentem parceiros dos patrões, aliás, volta e meia falam que é preciso “vestir a camisa”, mas aí seria preciso fazer como Garrincha, perguntar ao técnico da seleção

brasileira se teve ocasião de combinar com os russos. Não existe apenas um lado da história.

Não há uma resposta simples para esse problema e talvez seja também importante lembrar que o Campo do Design não é um todo indivisível, pois os agentes lutam o tempo todo pela manutenção dos seus lugares sociais. Os que lutam pela manutenção dos valores corporativos supondo que esses oferecem ganhos de curto prazo e segurança, tal como promete o neoliberalismo, produzem apenas a postergação de um infundável jogo de acomodações. Seria preciso que sentassem à mesa e discutissem o que desejam a longo prazo, princípios mais impessoais e válidos para todos.

## BIBLIOGRAFIA

CATANI, Afrânio Mendes *et alii* (Organizadores). **Vocabulário Bourdieu**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

CIPINIUK, Alberto. **Design: o livro dos porquês. O Campo o Design compreendido como produção social**. Rio de Janeiro: PUC-Rio e São Paulo: Editora Reflexão, 2013.

CIPINIUK, Alberto. **O Campo do Design e a crise do monopólio da crença**. São Paulo: Blücher, 2017.

HARVEY, David. **Condição Pós-moderna. Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Edições Loyola Jesuítas, 2013. 24ª edição.

HESKETT, John. **Industrial Design**. London: Thames and Hudson, 1980.

MITCHELL, W. J. T. **Iconology. Image, text, ideology**. Chicago: University Of Chicago Press, 1986.

Souza, Jessé. **A classe média no espelho: sua história, seus sonhos e ilusões, sua realidade**. Rio de Janeiro: Estação Brasil, 2018.

SOUZA, Jessé. **A elite do atraso. Da escravidão à lava jato**. Rio de Janeiro: Leya, 2017.

SOUZA, Jessé. **A radiografia do golpe: entenda como e por que você foi enganado**. Rio de Janeiro: Leya, 2016.

TRAGTEMBERG, Maurício. **Administração, poder e ideologia**. São Paulo: Cortez Editora, 1989.

A bibliografia utilizada deve ser listada em ordem alfabética e seguindo as normas da ABNT, conforme exemplos:

DERRIDA, Jacques. **História da mentira: prolegômenos** in: Estudos Avançados, tradução de Jean Briant, vol.10, no.27, Maio/Agosto. São Paulo: 1996. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103401419960002000002](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103401419960002000002). Data de acesso: 07 de maio de 2014.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. Edições Loyola, São Paulo, 21.a edição, 2011.

FLUSSER, Villem. **Sobre a palavra Design** in O Mundo Codificado. Tradução: Raquel Abi-Sâmara. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

---