

Programa de Pós-Graduação em Artes
Instituto de Ciências da Arte
Universidade Federal do Pará

**Deslocamentos e apropriações do Design no
território da Arte:
os Campana a partir de Duchamp**

Maryclea Carmona Maués Neves

Belém

2011

Ac. 202.724
EX. 700793

Instituto de Pós-Graduação em Artes

Instituto de Ciências da Arte

Universidade Federal do Pará

Deslocamentos e apropriações do Design no território da Arte:
os Campana a partir de Duchamp

Maryclea Carmona Maués

N513

Neves, Maryclea Carmona Maués

Deslocamentos e apropriações do Design no território da Arte: os Campana a partir de Duchamp / Maryclea Carmona Maués Neves. Belém: Universidade Federal do Pará, 2011.

117 f.

Orientador: Professor Doutor José Afonso Medeiros Souza e co-orientador: Professor Doutor Luizan Pinheiro da Costa
Dissertação (mestrado) – UFPA – Instituto de Ciências da Arte / UFPA - Programa de Pós-Graduação em Artes, 2011
Referências bibliográficas: f. 112.

1. Design, Arte e Ciência. 2. Irmãos Campana. 3. Campana a partir de Duchamp. I. Neves, Maryclea Carmona Maués. II. Universidade Federal do Pará, Instituto de Ciências da Arte / UFPA. III. Título.

CDD-745.44981

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes do Instituto de Ciências da Arte da Universidade Federal do Pará, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Artes, sob a orientação do Professor Doutor José Afonso Medeiros Souza e co-orientação do Professor Doutor Luizan Pinheiro da Costa.

Resumo

Esta dissertação tem como objeto de estudo os processos de apropriação e deslocamento de objetos de design no território da arte, presentes em trabalhos de Fernando e Humberto Campana tendo como perspectiva o mesmo tipo de procedimento verificado na obra de Marcel Duchamp.

Palavras-chave: Campana; arte e design; deslocamento; apropriação.

Abstract

This thesis aims to study the processes of appropriation and displacement of design objects in the territory of art found in works of Fernando and Humberto Campana from the perspective of the same type of procedure found in the work of Marcel Duchamp.

Keywords: Campana, art and design, displacement, appropriation.

Agradecimentos

À família pelo provimento e apoio, em especial à Juliana pela grande ajuda com o texto;

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Artes do Instituto de Ciências da Arte da Universidade Federal do Pará, em especial ao meu orientador Professor Doutor José Afonso Medeiros Souza e ao meu co-orientador Professor Doutor Luizan Pinheiro da Costa, pela abertura de portas para o conhecimento e pelo estímulo;

Ao grupo de estudo, em especial à Isis Molinari, pela grande generosidade, e à Idanise Hamoy, por me indicar caminhos, incentivar e compartilhar seus conhecimentos e afeto.

Ao SEBRAE, na pessoa de João de Deus Amaral Junior, pela flexibilidade em meu horário de trabalho, o que me permitiu freqüentar as atividades do mestrado.

Aos Josés, Carolina, Cléa, Iraci e Amélie.

O objeto tem um papel dramático; é um ator com papel principal, no sentido de que inutiliza a expectativa de uma simples funcionalidade. E é por isso que ele me interessa. (Baudrillard, 2007, p. 12)

Sumário

Introdução	12
Capítulo I – Design, Arte e Ciência	20
1.1 A atividade	21
1.2 Um pouco de História	26
1.3 O objeto	40
1.4 O processo de criação	43
1.5 A Profissão	47
Capítulo II – Irmãos Campana	49
Capítulo III – Campana a partir de Duchamp	80
3.1 Duchamp	81
3.2 Duchamp e os Campana	83
3.3 Apropriações e Deslocamentos	104
Conclusão	110
Bibliografia	113

Introdução

Os irmãos Fernando e Humberto Campana são, atualmente, os *designers* brasileiros com maior destaque no cenário mundial. Alguns de seus trabalhos fazem parte da coleção de museus de grande reconhecimento, como o *Museum of Modern Art* de Nova York, Museu de Arte Moderna de São Paulo, *Museum of Decorative Arts* de Montreal, *Associazione* Jacqueline Vodoz e Bruno Danese de Milão e o *Vitra Design Museum* da Alemanha. Eles são, muitas vezes, classificados pelo público e pelos profissionais do *design* como artistas e não, *designers*, já que suas obras flertam abertamente com questões que também são próprias da arte contemporânea.

Os irmãos Campana deslocaram, do uso cotidiano, bichinhos de pelúcia e com eles construíram uma cadeira. Criaram uma mesa inflável e, desta vez, foram os curadores que promoveram um deslocamento; colocaram esse objeto de design no acervo de um museu de arte. De forma similar, Marcel Duchamp, personalidade de grande significância para a arte moderna e contemporânea, deslocava objetos de design (como uma roda de bicicleta e uma pá costumeiramente utilizada para remover neve) de seu uso cotidiano para uso contemplativo. Ele ainda deslocou um mictório para dentro de um espaço expositivo dedicado a objetos de arte — todos, exemplos bem conhecidos. Tais deslocamentos/apropriações levam os objetos a assumirem nova carga simbólica, nova categoria, e criam problemas de caráter teórico/conceitual, tanto no campo da arte quanto no do design.

O despertar do interesse pelo fenômeno da apropriação e deslocamento de objetos de design no território da Arte, presente no trabalho dos irmãos Campana e tendo como base o trabalho de Marcel Duchamp, aconteceu na visita a uma exposição ocorrida no Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM) no ano de 2008, intitulada *Marcel Duchamp: uma obra que não é uma obra "de arte"*. Naquele momento, constatou-se que esse mesmo espaço, que ora recebia trabalhos de Duchamp criados a partir de deslocamentos de objetos industrializados, recebera, oito anos

antes, uma exposição de objetos industrializados criados por dois brasileiros: Fernando e Humberto Campana.

As questões levantadas por Duchamp e sua obra, algumas das quais citadas na exposição, podem ser aplicadas ao design no museu de arte. Se é o continente que concede o peso artístico a uma obra, ou se a musealização institucionaliza a obra, então o design já poderia ser batizado, em alguns casos, como arte. No entanto, a questão não é tão simples, como se pode imaginar à primeira vista. Apesar de os *ready-mades* serem objetos de design que Marcel Duchamp deslocou de seu lugar habitual para um salão de arte também como um ato de crítica à arte "retiniana", não está convencionalizado que atos semelhantes, ao serem repetidos, venham a causar efeito equivalente. Os *ready-mades* de Duchamp são mais uma denúncia, uma crítica aos olhares pasteurizados sobre o significado da arte. O que está em questão aqui são o ato e o significado, sem que se desconsidere a forma emissora. Significado este que pode vir a ser alcançado com a forma, não importando se esta foi manufaturada, industrializada e se teve ou não uma utilidade prática.

Outra questão de Duchamp que se aproxima deste estudo é o ato criador e sua ligação com o público. O artista somente veria sua criação convertida em obra de arte quando do veredicto do espectador. Então, levando em consideração que não são poucos os que afirmam que o trabalho dos irmãos Campana são obras de arte, não será errado chamar a exposição de 2000 de uma exposição de design e arte. É preciso atentar, porém, que admitindo a condição de atribuir à figura do espectador a competência de decidir o que é arte, corre-se o risco de entronizar aquilo que é do gosto influenciado pelos meios de comunicação de massa ou aquilo que atende aos interesses do sistema capitalista, diminuindo o espaço para a arte plena de significados que torna visível o invisível, ou o até então incomunicável, capaz de alcançar e transformar o homem com suas sensações, percepções e cognições.

A análise do texto dos próprios irmãos Campana, *Cartas a um jovem designer: do manual à indústria, a transfusão dos irmãos Campana* (2009), deixa clara a grande influência da arte em seus trabalhos de design. Induz a considerar que, neste caso, o design como campo de conhecimento (do mesmo modo que a arquitetura), não se encontra em paralelo à arte e, sim, abriga em seu *corpus* elementos processuais e teóricos tanto da ciência quanto da arte. Logo, pode ser levantada a hipótese de que a razão do grande sucesso dos designers seria, dentre outros fatores, atribuída ao seu contato com a arte e com o artesanato.

No entanto, verifica-se que essas questões são bem mais complexas, na medida em que a obra dos Campana trafega por zonas de fricção entre a ciência, o design, a arte e o artesanato.

Ao proceder a uma revisão da história do Design, desde o seu surgimento com a Revolução Industrial, pode-se observar que não se trata de um problema novo e nem por isso já superado. Aparentemente, existem fluxos e refluxos ao longo da história, quanto ao caráter artístico/estético dos objetos de design por parte de estudiosos tanto da arte quanto do design. O fato é que o objeto de design deveria transitar (segundo alguns teóricos) entre categorias bem demarcadas.

No livro *Notas para uma história do design*, de Pedro Luiz Pereira de Souza, é feito um percurso desde as origens do design moderno, considerando-o como "a atividade praticada visando o projeto de produtos industriais ou produtos que utilizem processos decorrentes do desenvolvimento tecnológico pós Revolução Industrial" (Souza, 2001, p. 9). O autor estabelece, a partir do final do século XIX, um paralelo entre o desenvolvimento da arquitetura e a interface entre arte e técnica ou indústria, concluindo que o "design moderno seria o caminho, ou o recurso, encontrado por arquitetos ou artistas para superar os problemas advindos de uma suposta industrialização brutal" (Souza, 2001, p. 10). Esse "encontrado por arquitetos ou artistas" já deixa uma margem de dúvida quanto ao campo de atuação do *designer*. Tais afirmações, aliadas ao argumento alimentado

por interesses burgueses e capitalistas de que a indústria seria o único caminho para o progresso, colaboraram para o surgimento da persistente idéia de que o bom design é apenas aquele plenamente adequado às funções práticas de fabricação e uso, em oposição às funções simbólicas e estéticas atribuídas ao campo da arte.

Dessa maneira, objetos de design, desde a origem de sua definição conceitual, seriam essencialmente objetos criados para o cotidiano, posicionamento que cria um problema para compreender como e para que objetos de design, criados dentro daquilo que é considerado design moderno — neste caso, a obra dos irmãos Campana —, são deslocados para dentro de museus de arte assumindo nova categoria.

Na questão particular do deslocamento para dentro de museus, ou, mais especificamente, da *musealização* da arte, há que se levar em consideração que cabe ao museu selecionar e deslocar algo de real importância para a arte, e que os critérios para esta escolha estão vinculados ao sistema da arte, o qual, segundo Cauquelin (2005), sofreu, nas últimas duas décadas, significativa alteração, gerando a falta de entendimento das novas bases para os julgamentos no seu interior.

Assim, sem uma teoria plenamente firmada que sirva para a análise do objeto nos dias atuais, no estudo aqui apresentado optou-se por lançar mão da interpretação daquilo que o artista Marcel Duchamp escreveu e o que alguns teóricos a ele atribuíram. Duchamp ainda é considerado um marco teórico para a arte atual e foi quem, de forma mais significativa e inaugural, lançou mão de deslocamentos/apropriações de objetos industrializados para o território da arte.

Além da utilização do trabalho de Duchamp para análise do objeto da pesquisa, procurou-se reconhecer os discursos de autoridades e profissionais da arte sobre as exposições de design dentro de espaços da arte. Ainda no ano de 1934, foi organizada por Philip Johnson uma exposição de design no Museu da Arte Moderna de Nova York (MoMA) e, desde então, muitas outras vem sendo realizadas, inclusive no Brasil. O que

mudou na cultura museológica que estimule visitar exposições de objetos que podem estar expostos na loja de calçados do *shopping center* mais próximo ao museu, é uma pergunta, no mínimo, interessante.

Em museus, são encontrados trabalhos de muitos artistas que se apropriaram de objetos de design na construção de suas obras de arte. Não é destas exposições que se fala aqui e, sim, daquelas que mostram objetos de design do cotidiano, que encantam com suas formas harmônicas e inovadoras, que utilizam materiais criados a partir das mais recentes tecnologias, mas que, talvez, levem o espectador a pensar apenas o quanto ele terá que desembolsar para ter uma obra dessas para uso pessoal. Tal investigação não é, aqui, aprofundada.

A questão principal neste espaço é, tomando como base o trabalho dos irmãos Campana, entender como o objeto de design, deslocado no espaço, pode assumir novo significado e nova categoria e, assim, suscitar questões e discutir idéias que apontem, nesse caso, provavelmente, para a dissolução de fronteiras, fenômeno típico da contemporaneidade em várias áreas do conhecimento.

A primeira das hipóteses levantadas para responder a esta fundamental questão está ligada ao próprio Marcel Duchamp, que inaugurou, com seus *ready-mades*, o fenômeno da apropriação e do deslocamento do objeto de design numa atitude que, aparentemente, poderia ter sido o deslocamento de qualquer outro elemento, uma vez que a busca era por algo indiferente e não exatamente algo industrializado. O fato é que ele abriu o caminho para que outros artistas tomassem essa liberdade, facilitando o ir e vir dos objetos de design dentro do território da arte.

A segunda hipótese é a de que o Design, como campo de conhecimento, apesar de conservar relativa autonomia, é impregnado pela ciência e pela arte em iguais proporções. Pela ciência, nos aspectos projetuais e tecnológicos; pela arte, não há como negar a dimensão estética e simbólica dos objetos. A questão é tão clara que não deveria haver necessidade de reafirmá-la. No entanto, ainda hoje alguns discursos

adotados nas escolas de design tentam negar a necessidade da arte na construção de objetos. Bruno Munari, autor ainda utilizado em cursos de design em Belém, afirma que "Os objetos criados pelos designers não têm quaisquer outros significados para além dos que são inerentes às funções a que devem corresponder. São o que são e não o suporte de uma mensagem" (Munari, 2001, p. 36), como se o projetista de um objeto tivesse o total controle sobre a recepção do objeto enquanto signo. Coube, então, ao processo investigativo verificar, dentro da teoria e no fenômeno em análise, o que existe de concreto, em termos de conclusões (mesmo que temporárias) e o que há de mais coerente com a realidade observável e interpretável.

A terceira hipótese diz respeito ao próprio trabalho dos irmãos Campana, e é uma suposição em aberto. O trabalho dos Campana são objetos de design dentro da definição já citada, mas também assumem a função de obras de arte dentro de teorias amplamente aceitas: não apenas pela de Marcel Duchamp. Trata-se de um objeto de pesquisa complexo e talvez seja isso que transforme seus autores em personalidades tão amplamente conhecidas nacional e internacionalmente.

De certa forma sintetizando, este trabalho tem como objeto os processos de deslocamento dos objetos de design dos irmãos Campana, referenciando-se nos procedimentos estético/artísticos de Marcel Duchamp.

Como metodologia, foi utilizada a pesquisa qualitativa com análise de conteúdo e foram consultadas fontes relativas à teoria de Marcel Duchamp, bibliografia sobre teoria e história do design, teoria da arte e estética constantes em livros, periódicos, catálogos, arquivos de universidades, relatos e mídia eletrônica e impressa. Há que se esclarecer, ainda, que a pesquisa limita-se ao cenário da cultura brasileira em suas interseções com a cultura européia e norte-americana.

No primeiro capítulo é apresentado o design dentro do recorte eleito, de forma a subsidiar as reflexões aqui expostas sucintamente. Dessa

maneira, discutem-se alguns aspectos históricos, bem como características da atividade, do objeto, do processo de criação e da profissão de designer.

No segundo capítulo, os irmãos Campana são enfocados por um breve histórico de suas formações e comentários acerca de suas obras, inclusive em termos de recepção crítica.

O terceiro capítulo, enfim, é uma tentativa de explorar aproximações possíveis nos processos de deslocamento de funções e apropriações de objetos, traçando um paralelo entre Duchamp e os irmãos Campana.

Por derradeiro, algumas considerações de caráter conclusivo, que mostram alcançada a finalidade pretendida.

Capítulo I – Design: Arte e Ciência

1.1 A atividade

A palavra *design* foi importada da língua inglesa e, em sua raiz etimológica, significa “intenção, propósito, arranjo de elementos ou detalhes num dado padrão artístico” (Houaiss, 2001, p. 995). A expressão é de origem latina [*desingnāre*] com o sentido de “marcar, indicar”, e chegou à língua inglesa pelo francês [*désigner*] que significa “designar, desenhar”. Segundo o dicionário Collins, modernamente traduz-se, em língua portuguesa, pelos substantivos desenho, esboço; plano, projeto; desenho, padrão; propósito e intenção; e pelo verbo projetar.

Considerando uma tradução menos literal, a professora Lucy Niemeyer assinala que a palavra *design*

significa projeto, configuração, se distinguindo da palavra *drawing* – desenho, representação de formas por meio de linhas e sombras. Estas definições estão presentes também no idioma espanhol: *diseño* para atividade projetual e *dibujo* para realização manual. A palavra *design* foi assimilada

internacionalmente, sendo de uso corrente em Portugal. (Niemeyer, 2007, p. 26)

Como se pode observar, a palavra em questão, além de guardar certo sentido presente em suas origens (as palavras tem história) atualmente é adotada para o idioma português não apenas no Brasil, mas também em Portugal, provavelmente porque, em língua portuguesa a palavra "desenho" não expressa a diferenciação entre *design* e *drawing* ou então *diseño* e *dibujo*. Sua especificidade a diferencia da mera representação gráfica e diz respeito à representação intelectual e, mais especificamente, ao projeto como idealização de algo que se queria produzir.

Como todo vocábulo de qualquer língua, o termo *design* está sujeito a diversas interpretações. Entretanto, considera-se aqui apenas aquela em que design "é uma atividade praticada visando o projeto de produtos industriais ou produtos que utilizem processos decorrentes do desenvolvimento tecnológico pós Revolução Industrial" (Souza, 2001: p. 9), em oposição à concepção mais ampliada, aceita por muitos, de que design seria tudo aquilo que o homem projeta e cria, o que englobaria a arte, a tecnologia e praticamente toda a esfera cultural produzida pelo ser humano. Tal generalização ocorreria, de acordo com Gomes Filho (2006. p. 15), devido ao fracionamento da área do conhecimento em grande número de especialidades, tais como design gráfico, de embalagem, de interiores, de mobiliário, de produto etc.

Esta ampla divisão gera uma associação do termo *design* com o termo *projeto*, enquanto criação e planejamento nos mais diversos segmentos que geram soluções para as necessidades práticas do ser humano, ou seja, todo o universo cultural. Assim, na falta de um termo específico que sintetize o ato criador e projetual, a palavra *design* vem sendo adotada no Brasil.

Considerando-se que a cultura, no sentido antropológico, é dinâmica e que não se pode esperar que a linguagem humana, que é fruto desta, seja congelada no que diz respeito ao uso de qualquer termo, não é intenção

afirmar aqui que o uso do termo *design* não seja adequado em outras situações. Mas se faz necessário esclarecer que, por motivos metodológicos na abordagem do objeto de estudo e para que sejam viabilizadas algumas das reflexões sobre o tema, será utilizado o conceito descrito por Pedro Luiz Pereira de Souza, já citado anteriormente.

Tal conceito não pode ser determinado como totalmente conflitante com a visão mais ampliada do design, e pode, sim, ser uma parte dela, uma vez que o projeto pautado na tecnologia industrial e nos processos dela decorrentes também pode ser enquadrado como uma modalidade das produções humanas presente nas recentes formas de conceituar o design.

Assim, partindo desse conceito de design mais próximo ao desenho industrial, pode-se afirmar que sua origem é diretamente ligada ao desenvolvimento de tecnologias surgidas a partir dos anos 1800, com o advento da *Revolução Industrial*. No entanto, a necessidade de que se delimitasse um campo de conhecimento específico para projetar os produtos industrializados não foi gerada apenas pelo progresso técnico industrial, mas também por questões ideológicas.

Surgiu, no final do século XVIII, a idéia de progresso, decorrente das Revoluções Americana e Francesa e inerente à própria *Revolução Industrial*, que enfatizaram a possibilidade "de se ter mais e melhor riquezas para todos" (Souza, 2001: p. 22). Foi essa forma de pensamento que esteve presente no surgimento da indústria e do design, e não à toa, ambos no seio da cultura inglesa do período.

Assim, o design, desde sua gênese, não se resume em desenvolver soluções técnicas para a indústria, mas também cria produtos destinados ao incremento do consumo e ao compartilhamento de seus benefícios entre o maior número possível de pessoas.

Estas questões inerentes aos objetivos diretos e transversais do design mudaram ao longo do tempo e serão abordadas mais à frente. Nos dias atuais, há que se apontar o esforço por parte dos profissionais da área

para a adoção de um conceito unificado. O *International Council of Societies of Industrial Design* (ICSID), fundado em 29 de junho de 1957 com o objetivo de proteger os interesses da prática dos designers e para garantir a padronização global do design, vem buscando definir o termo de uma forma unificada. Após a adoção de conceitos ligeiramente diferentes, o ICSID chegou à seguinte definição, disponível atualmente em sua página na internet:

Design é uma atividade criativa cuja finalidade é estabelecer as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas em ciclos de vida. Portanto, design é o fator central da humanização inovadora de tecnologias e o fator crucial de intercâmbio cultural e econômico¹.

Nesse conceito e apesar de a Associação em questão trazer em sua própria denominação a referência à indústria, a descrição não afirma que devem ser considerados como *design* apenas os objetos vindos deste setor produtivo. Por outro lado, a conceituação do *design* nos termos do ICSID é tão ampla e irrestrita que pode ser aplicada a qualquer processo ou produto pertinente à cultura humana.

No Brasil, o termo vem sendo usado de maneira vulgar para tudo o que envolve uma ênfase no aspecto formal. Observando-se peças publicitárias e mesmo publicações periódicas disponíveis em revistarias, pode-se ver a palavra *design* associada a atividades que pouco envolvem questões conceituais relacionadas à indústria ou à tecnologia, como decoração de bolos e cabeleireiros, chamados *cake design* e *hair designer* respectivamente. Não se está afirmando que o trabalho de um decorador de bolos não possa vir a lançar mão de uma atividade de projeto criativo que defina características de produtos ou serviços em seu ciclo de vida, mas sim que a utilização do termo pode estar sendo feita como uma tentativa de sofisticação, por meio da adoção de uma palavra importada, com significado associado à inovação na forma.

¹ Disponível em <http://www.icsid.org/about/articles31.htm>. Visitado em 27/12/2010.

Algo muito semelhante ocorre com a palavra *arte*, que é utilizada de maneira diversificada, na maioria das vezes inadequada (conforme os teóricos da área), tanto no Brasil como no exterior. "Arte" é utilizada não só no sentido estrito operado pelos teóricos dessa área de conhecimento, como também, para o senso comum, como sinônimo de "excelência técnica ou criativa" e "estripulia, travessura". Já com o termo "ciência", a situação é diferente: a utilização se dá de maneira mais restrita e mais próxima do seu significado para a língua culta. Lucy Niemeyer descreve a situação brasileira e confirma o que pode ser observado em uma simples busca na internet.

A palavra design permaneceu sem uma denotação específica no Brasil, não particularizando a profissão ou o seu conceito. No momento há o emprego do termo *design* em áreas nas quais não há um trabalho conceitual ou de projeto. A conotação mais presente da palavra é um trabalho formal, epidérmico e voltado para o projeto de produto para consumo conspícuo. (Niemeyer, 2007: p. 26)

Assim, nos dias atuais, o Design, como campo de conhecimento, é definido com precisão pelos profissionais da área, mas sujeito a apropriações diversas de forma recorrente. Para melhor compreender este estágio atual e seus desdobramentos, como a proximidade com a arte, faz-se necessário apresentar um breve histórico do nascimento do design como atividade.

1.2 Um pouco de História

Toda historiografia é feita a partir de recortes e escolhas. Aqui, foram escolhidos os fatos considerados importantes para o entendimento do tema abordado, sem negar a importância dos demais fatos relevantes para a história do design.

O design, se considerada a definição dada e como área de estudo específica, surge a partir do nascimento da indústria, especificamente, na produção de bens de consumo, o que, antes, era de responsabilidade dos artesãos.

O artesanato é aquela atividade em que o produtor tem sob seu controle todas as etapas da produção. Com a Revolução Tecnológica da segunda metade do século XVIII, a produção artesanal foi, em sua grande maioria, sendo substituída pelo sistema de fábrica, devido, em um primeiro momento, à consolidação do intermediário que comprava a matéria prima e vendia a produção, e, posteriormente, à mecanização.

A primeira estratégia utilizada por este intermediário, representado pelo capitalista, foi a reunião dos artesãos em um mesmo espaço. Com o controle dos meios de produção e a divisão social do trabalho, ele (o capitalista) foi se apoderando do conhecimento do processo produtivo como um todo, ao passo que os trabalhadores passavam a se especializar em pequenas partes, perdendo a visão do todo.

Além da restrição no conhecimento da cadeia produtiva, os operários ainda tiveram sua participação no sistema fabril reduzida pelo desenvolvimento de máquinas que surgiram com o progresso tecnológico. Assim, a mão-de-obra humana foi sendo, em muitos casos, preterida, em função da tecnologia e do lucro.

Segundo Lucy Niemeyer, o sistema de fábrica trouxe "implicações relacionadas à hierarquia, disciplina e controle de processo de trabalho, ao mesmo tempo em que desenvolveu uma produção de saberes técnicos totalmente alheios àquele que participava da força de trabalho". (Niemeyer, 2007: p. 30) Esse sistema gerou, inicialmente, certa queda na qualidade dos produtos, pois, naquele momento, os detentores do poder de decisão quanto à produção eram especialistas em gerar lucro que, aos poucos, foram se afirmando com a aquisição de tecnologia e alienando os antigos artesãos de seu conhecimento, limitando-os à execução de tarefas pré-determinadas e exaustivamente repetitivas.

Em reação à má qualidade inicial destes produtos industriais, surgiu na Inglaterra em meados do século XIX o movimento *Arts and Crafts*, que teve como principais figura e característica, respectivamente, o artista William Morris (1834-1896) e a revalorização das artes e ofícios. Apesar de se opor ao desenvolvimento tecnológico, o movimento teve significativa importância para o ensino do design, inclusive no Brasil com as Escolas de Artes e Ofícios. Um exemplo é a associação da manufatura ao produto de qualidade e o posicionamento de Morris quanto à ligação entre a arte, a moral e a política, as quais ele afirmava serem indissociáveis, além da

defesa intransigente de que quem produz deve ter o controle de todos os passos do processo.

No final do século XIX, surgiu na Europa outro movimento, o *Art Nouveau*, nascido a partir do *Arts and Crafts*, que levou o objeto de design europeu a receber mais ênfase em suas formas, utilizando como tema elementos inspirados na natureza, e a admitir influência, em sua gênese, da arte japonesa e chinesa. Sua principal personalidade foi Henry Van de Velde (1863-1957), que teve grande influência posterior no ensino do design.

A partir do início do século XX, após a Revolução Industrial iniciada na Inglaterra, a história do design é contada com ênfase nos acontecimentos que tiveram como cenário a Alemanha.

Após a unificação pelo primeiro-ministro da Prússia — o chanceler Otto Von Bismarck (1815-1898), a Alemanha iniciou sua mudança de Estado/Exército para Estado/Empresa, uma vez que até 1870 ainda se encontrava em condições políticas incompatíveis com o conceito de modernidade da época. Seu desenvolvimento foi pautado em reformas visando à estruturação industrial, incluindo a melhoria da educação e interferências nos setores produtivos. Foi nesse cenário, que surgiu, em 1907, o *Deutscher Werkbund* – Associação de Artes e Ofícios DWB, uma associação de designers, artistas, arquitetos e artesãos, destinada a compatibilizar as atividades de seus membros com a indústria de massa, sob a interferência do Estado.

O fenômeno do projeto *Werkbund* (em 1907) e o surgimento da Bauhaus (em 1919) e da escola de Ulm (em 1951) configuram-se como motivos para que muitos historiadores considerassem a Alemanha como a protagonista dessa fase na história do *design*.

A questão *Werkbund* ficou mais conhecida através da radical polêmica entre dois de seus membros: Hermann Muthesius e Henry Van de Velde. Em 1907, Muthesius pronunciou um discurso na Escola Técnica de Comércio de Berlim pregando novas concepções formais para os produtos industriais alemães. Propôs formas simples e racionais, a padronização e a *estandardização* (tipificação) como

parâmetros de projeto para os designers. Muitos vêm no *Werkbund* a raiz da razão e do progresso no design. Esses mesmos identificam em Van de Velde, que se opôs a Muthesius, a permanência do individualismo, a raiz de um tipo de pensamento descomprometido com o grande público, defensor de prerrogativas artísticas dentro do design moderno. (Souza, 2001, p.17 e 18)

Há que se observar que Muthesius (1861-1927) esteve na Inglaterra de 1896 a 1903, tendo tido contato com o *Arts and Crafts*, com seu engajamento moral e político, além de ter encontrado na arquitetura daquele país um novo e melhor conceito para o design de seu tempo. "Nesses prédios, Muthesius via a base de uma estética simples, inspirada na cultura local, e, a seu ver, adequada à era da máquina" (Niemeyer, 2007, p.38).

As questões de simplificação, padronização e massificação industrial, contra a individualização, são representativas de conflitos entre visões opostas que até hoje são temas de discussão entre designers e que tiveram grande destaque na historiografia do design.

A Bauhaus e a Escola de Ulm, com seus professores e teóricos, contribuíram para a construção daquilo que se entende hoje por design moderno. Nessas escolas também se enfrentava a questão da "necessidade de um conceito estético e formal para produção industrial" (Souza, 2001: p. 26).

O momento seguinte da história refere-se ao percurso da mais conhecida escola de design de que se tem notícia em nossos dias: a alemã Bauhaus.

A Bauhaus Estatal de Weimar surgiu em 1919, com a junção da Academia de Arte com a Escola de Artes e Ofícios. No entanto, a origem de suas idéias vem do século XIX. "A Bauhaus pertence à tradição daqueles persistentes esforços que, desde a revolução industrial e, portanto desde o Romantismo, tinham por objetivo reconstruir a unidade da esfera artística e cultural destruída pela industrialização" (Wick, 1989: p. 14). Contraditoriamente, a escola foi cenário de disputas que incluíam justamente o oposto.

Desde o seu nascimento, a Bauhaus foi marcada pelas fortes personalidades de seus dirigentes e professores, que, em muitos momentos, contradiziam seus companheiros e até mesmo a si próprios, como foi o caso de seu fundador Walter Gropius (1883-1969), que, em 1910, mantinha uma posição de conciliação entre a indústria e a arte e, em 1919, escreveu, no manifesto de fundação da Bauhaus, um enaltecimento do artesanato medieval em detrimento da produção industrial pautada nos avanços tecnológicos. Este posicionamento de Gropius é associado a questões conjunturais do momento histórico, e não à essência do seu pensamento. "Os acontecimentos da guerra e os transtornos dos primeiros tempos do pós-guerra abalaram profundamente as convicções de Gropius quanto à máquina, e quanto à doutrina progressista a ela ligada" (Wick, 1989, p. 34). Esse desencanto com a máquina, oriundo dos efeitos nefastos da 1ª Grande Guerra, era constante entre intelectuais do período e a visão de Gropius não era exceção.

No período de 1919 a 1923, conhecida como fase de fundação, a Bauhaus foi marcada pela oposição de pensamento entre Gropius e o professor Johannes Itten (1887-1967). Enquanto Itten se voltava para a criação livre, afiliando-se à autonomia da arte, Gropius se mantinha firme a favor do comprometimento da criação com a sociedade. Em 1923, Itten deixa a Bauhaus quando esta passou a exibir traços do construtivismo e do expressionismo decorrente, em parte, das influências dele próprio; e Gropius volta ao seu posicionamento de antes da guerra, defendendo a união entre arte e técnica.

Após esse período, a história da Bauhaus continuou seguindo em direção ao funcionalismo e aos interesses industriais, apesar de alguns protestos. Um deles ocorreu em 1926, quando Georg Muche (1895-1986) manifestou-se energicamente contra a progressiva "industrialização da Bauhaus e acabou por desligar-se dela em 1927" (Wick, 1989, p.45). Nesse ano, a escola já havia mudado para a cidade industrial de Dessau.

Essa mudança ocorrera dois anos antes, em 1925, quando, por falta de apoio político e pela redução insustentável dos recursos a ela destinados, seus mestres decretaram a sua dissolução. No entanto, logo em seguida, foi transferida graças ao então prefeito de Dessau, Fritz Hesse (1881-1973).

Em 1928, Walter Gropius foi substituído pelo arquiteto Hannes Meyer (1889-1954), que se manteve no cargo até 1930. "Sob a direção de Meyer a Bauhaus abandonou definitivamente a idéia de uma escola de arte" (Wick, 1989, p.57), e passou a ser um local de produção tecnológica. Mas, apesar do direcionamento que se afastava da ideologia inicial da escola e dos problemas imobilizadores por ele gerados, os mestres da Bauhaus ainda mantiveram atividades voltadas para a arte até a substituição pelo também arquiteto Ludwig Mies van der Rohe (1886-1969), que manteve a linha de Meyer em parte, pois voltou a dar maior atenção ao caráter acadêmico da instituição.

Em 1932, a Bauhaus precisou mudar novamente de cidade, desta vez para Berlim-Steglitz, quando o partido que havia proporcionado sua ida para Dessau saiu do poder. Lá permaneceu como instituto privado, somente até o ano seguinte quando foi provocada sua dissolução pelos nacional-socialistas. Alguns de seus membros deixaram o país, transferindo-se para os Estados Unidos.

Uma escola não é composta somente por suas instalações físicas, suas relações contratuais ou por sua personalidade institucional. Ela é feita sobretudo pelo conhecimento que promove e por seus mestres e aprendizes. Estes elementos, na Bauhaus, continuaram em diferentes locais. Cinco anos mais tarde, em 1938, já acontecia, em Nova York, uma exposição da Bauhaus no *Museum of Modern Art*. – *MoMA N.Y.* Mas há que se ressaltar que esta exposição não foi representativa de todas as conflitantes idéias que dominaram a escola durante sua história, restringindo-se ao período Gropius (de 1919 a 1928) e àquilo que se convencionou chamar de estilo *Bauhaus*, ou seja, a arte e a técnica como uma "nova unidade", que surgiu com a reforma promovida por Gropius em

1923, ano em que seu oponente intelectual Itten foi substituído por Lázlo Moholy-Nagy (1895-1946).

A influência da Bauhaus nos Estados Unidos nas primeiras décadas dos 1900 colaborou para o surgimento do conceito de *good design*, que, segundo Pedro Luiz Pereira de Souza, é "a idéia de que certos objetos produzidos pela indústria, por sua particular qualidade formal, deveriam ser considerados como exemplo" (SOUZA, 2001: p.53). Outro conceito, com grande ênfase nos aspectos formais, foi o *gute Form*, surgido na Suíça, o qual se diferenciou do *good design* por estabelecer critérios exemplares não apenas para os produtos, mas particularmente para o projeto destes.

A grande guerra de 1939 a 1945 impulsionou o desenvolvimento tecnológico da indústria americana. Após o seu final, com o retorno dos designers às suas atividades, foi desenvolvido um novo conceito de design, que Souza sugere ser a "*racionalidade americana* que, em diversos exemplos, conseguiu reunir as idéias de boa forma às de qualidade de produção, de uso e de distribuição quantitativa, necessárias a uma sociedade de consumo de massa" (Souza, 2001, p.59).

Enquanto isso, na Alemanha derrotada, foi iniciada uma reforma para reerguer o país com o apoio dos Estados Unidos que, com interesses políticos e mercadológicos, lançaram o chamado Plano Marshall, criado para apoiar a reconstrução da Europa. Com o auxílio do plano e a ajuda da Fundação Irmãos Scholl, Max Bill (1908-1994), um ex-aluno da Bauhaus que pretendia retomar os princípios de sua escola, fundou, em 1953, a escola de Ulm, permanecendo na direção da mesma até 1956. Bill "privilegiava a questão formal do projeto em detrimento de questões de uso, de produção e de mercado" (Niemeyer, 2007, p.46). Seu sucessor foi Tomás Maldonado (1922), que questionava os preceitos da Bauhaus, por não considerá-los pertinentes ao seu tempo, devido aos avanços tecnológicos e às necessidades emergentes. Ele pregava a interdisciplinaridade do ensino e a padronização da produção.

Apesar do empenho de Maldonado, a escola de Ulm passou a *apresentar conflitos ideológicos que a enfraqueceram politicamente levando à sua extinção em 1968*. Esses conflitos diziam respeito ao propósito do design: seu papel social seria o de promover acesso aos bens ao maior número de indivíduos ou o de servir aos interesses da indústria voltada para o sistema econômico.

Na década de 1950, designers brasileiros como Geraldo de Barros (1923-1998) e Alexandre Wollner (1928), tiveram acesso à escola de Ulm e, na década de 60, o próprio Max Bill sugeriu nomes, que foram acatados, de ex-alunos para atuação como professores na primeira escola de graduação de design em nível superior da América Latina, a Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI), fundada em 1963 na cidade do Rio de Janeiro, Brasil.

Maldonado também teve sua parcela de influência direta no nascimento do design industrial brasileiro. Ele participou ativamente na elaboração do currículo para um curso de design idealizado por Bill para o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM-RJ), mas que acabou sendo utilizado na concepção da ESDI. Fez também palestras, em 1959, e até um curso de design gráfico em 1962, ambos no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro.

Para melhor compreender o pensamento que colaborou na concepção da ESDI, a primeira e mais influente escola de Design do Brasil, é indispensável conhecer a argumentação de Maldonato:

O designer está destinado a se integrar na realidade da qual creio haver mostrado a complexidade e as nuances. Deverá operar nos pontos nevrálgicos de nossa civilização industrial. No lugar, precisamente, onde se tomam as decisões mais importantes para a nossa vida cotidiana, onde se chocam, por consequência, os interesses mais opostos e, frequentemente, inconciliáveis. Em tais condições, de que dependerá o sucesso do seu trabalho? Das aptidões inventivas, é claro, mas também da finura e da precisão de seus métodos de raciocínio e trabalho, da extensão dos seus conhecimentos científicos e técnicos, assim como sua

capacidade de interpretar os processos mais secretos e mais sutis de nossa cultura (apud Niemeyer, 2007: p. 48)

Quando a industrialização dava seus primeiros passos na Europa, o Brasil ainda era colônia portuguesa e sofria regulamentações que, atendendo a interesses econômicos da coroa portuguesa, não permitiam o desejável desenvolvimento industrial.

Após a independência, em 1822, a situação pouco melhorou até o final do século XIX, quando o desenvolvimento da manufatura sofreu algum incremento, graças ao capital vindo da produção de café. Foi somente na década de 1930, no século XX, que a indústria brasileira apresentou crescimento significativo, o qual, mesmo assim, não garantiu uma efetiva industrialização. A situação ainda foi prejudicada pelo acordo com os Estados Unidos, no período após a Segunda Guerra, que levou o Brasil a importar produtos de consumo e, segundo Niemeyer (2007, p. 53), fez com que a indústria nacional brasileira ficasse acomodada sem desenvolver seu potencial.

Nesse período, na cidade de São Paulo, surgem, em 1947, o Museu de Arte de São Paulo (MASP) e, em 1948, o Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM/SP), dois museus que viriam a seguir a tendência americana e européia da época de se abrirem para a nova arte contemporânea do seu tempo, incluindo atividades educativas e sociais. Logo, estas instituições passaram a ser locais onde o design tornou-se objeto de discussões, atividades educativas e exposições.

“Por iniciativa de Bardi e sob a coordenação de Lina Bo Bardi, foi inaugurado, em 1951, o Instituto de Arte Contemporânea – IAC, do MASP, que foi a semente do ensino do design, de nível superior no Brasil” (Niemeyer, 2007, p. 66) e, em seus três anos de existência, teve, como professores, profissionais de grande projeção, a exemplo de Lasar Segall (1891-1957) e Max Bill e, como alunos, dentre outros, os ilustres Alexandre Wollner e Mauricio Nogueira Lima (1930-1999). Seus cursos, segundo

Niemeyer (2007, p. 66), provocaram o debate sobre as interfaces e analogias entre os conceitos de indústria, design, arte e artesanato.

Na década de 1950, o Brasil aderiu definitivamente ao Modernismo, ficando evidente a busca pelo novo e pelo racionalismo, além da afirmação da identidade cultural. Juscelino Kubitschek (1902-1976), então Presidente, priorizou a indústria, tendo em vista o desenvolvimento do país. Foi criada a nova capital, Brasília, que, com seu conjunto arquitetônico, é apontada como a própria expressão do espírito modernista do momento brasileiro em que foi construída. Há que se observar, no entanto, que o desenvolvimento do setor industrial e, conseqüentemente, do design da época, esbarrava na inflação e na falta de um mercado consumidor interno amadurecido.

Em 1962, o Design é incluído no curso da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU/ USP), trazendo a atividade de designer para o âmbito da atividade profissional do arquiteto. O exemplo não foi seguido por outras instituições e gerou conflitos entre aqueles que defendiam a exclusividade para o desempenho da profissão. O curso da FAU, sob a direção de João Batista Vilanova Artigas (1915-1985), foi encaminhado para o atendimento das questões humanas, sócio-ambientais e culturais brasileiras.

Em 1963, foi instituída, no Rio de Janeiro, a Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI), que foi

(...) responsável pelo primeiro curso de graduação em nível superior em toda a América Latina. Como esta iniciativa da ESDI, no âmbito do ensino oficial de design, outros cursos de graduação foram despontando em diversas localidades brasileiras, como aconteceu em Belo Horizonte, com a Universidade Mineira de Arte – UMA, que em 1957 instituiu um curso técnico de desenho industrial, que se tornou curso superior reconhecido pelo Ministério da Educação e Cultura – MEC, em 1968. Nesse ano a UMA já havia sido renomeada, desde 1963 passara a se chamar Escola Superior de Artes Plásticas – ESAP da Fundação Mineira de Arte – FUMA (que se tornou Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais – ED-UEMG, 1997). Em São Paulo surgiu a Fundação Armando Álvares Penteado – FAAP, que em 1967 instituiu seu curso de desenho industrial. (Moraes, 2006, p. 27 e 28)

Assim, a década de 1960 no Brasil foi um marco para a profissionalização do Design e mais uma vez podem ser observadas algumas relações deste desenho industrial nascente com a arte.

Dijon de Moraes (2006, p. 30) chama atenção, ainda, para as significativas influências externas a que o Brasil submete-se desde o início da institucionalização do desenho industrial no país. A industrialização brasileira aconteceu com décadas de atraso em relação à Europa e à América do Norte e as influências que alguns países destes continentes exerceram sobre o design brasileiro são evidentes, sendo que as soluções buscadas na construção de uma síntese entre o global e o local vêm se configurando como um desafio para os designers brasileiros desde aquela época até os dias atuais.

A década de 1960, no Brasil, foi marcada pelo golpe militar de 1964 e por uma onda de industrialização, provocada pela instalação de empresas multinacionais, que buscavam produção de baixo custo destinada à exportação, e pelo potencial para o surgimento de um novo mercado consumidor brasileiro, o que, de fato, aconteceu.

“Segundo diversos estudiosos do processo de industrialização no Brasil, o crescimento industrial brasileiro acontece de maneira mais acentuada no período que se estende do início do ano de 1968 até o final de 1973” (Moraes, 2006, p. 86 e 87). Esse momento ficou conhecido como o “milagre econômico” brasileiro e, apesar dos grandes benefícios proporcionados ao país, foi determinante para certo atraso no desenvolvimento do design nacional, uma vez que as multinacionais restringiram o crescimento das indústrias brasileiras no que tange ao mercado externo e o baixo nível de exigência dos consumidores internos, causado pela prioridade por custos baixos e que, em consequência, gerou a acomodação do design aplicado.

Durante os anos 1970, tornou-se tendência no design brasileiro a que ficou conhecida como teoria da tecnologia alternativa ou apropriada, que buscava uma forma melhor adaptada aos recursos locais para se fazer

design. Presente nos estudos de diversos teóricos do design de outros países, essa tendência continha "algumas questões polêmicas como a utópica exclusão da indústria (convencional) no processo de desenvolvimento tecnológico e no design dos países de Terceiro Mundo" (Moraes, 2006, p. 117). Os resultados das tentativas de aplicação de tal teoria fracassaram e ela ficou marcada apenas como protesto à dominação dos modelos importados.

Segundo Dijon Moraes,

os códigos visuais e estéticos intrínsecos aos produtos confeccionados através da aplicação da tecnologia apropriada não são por si mesmos capazes de eliminar ou neutralizar os fortes símbolos da pobreza existente (...) se estabelecem como não sendo nem artesanato nem cultura popular, muito distantes ainda dos valores simbólicos que nos comunicam um sentido de modernidade e de desenvolvimento tecnológico. (Moraes, 2006, p.123)

Nos anos 1980, o Brasil permaneceu com o campo do design nacional precariamente desenvolvido. As grandes empresas estrangeiras estabelecidas no país continuaram a trazer seus projetos de fora enquanto as empresas nacionais, em sua maioria de pequeno porte, pouco se interessavam por investir em design.

Para reverter esse quadro, o governo brasileiro criou laboratórios associados de design: um em Florianópolis, no Estado de Santa Catarina; um em São Carlos, no Estado de São Paulo; e outro em Campina Grande, no Estado da Paraíba. "Como se pode supor, a estratégia inicial era a difusão e o estímulo da prática de design, de maneira abrangente e sistêmica, nas regiões meridional, central e setentrional do país" (Moraes, 2006, p.132). Mas o empenho foi de pouco proveito, uma vez que, por falta de interesse das próprias pequenas empresas, os laboratórios encerraram suas atividades. O último a parar foi o de Santa Catarina, o que aconteceu em 1997.

Enquanto isso, nos anos 1970 e 1980, na Itália, o design ultrapassa a condição moderna racionalista, pautada no funcionalismo. Dijon de Moraes

(2006, p. 156) destaca o designer Achille Castiglioni (1918-2002) como um dos primeiros a romper com a tradição modernista e a dar maior ênfase às *funções subjetivas*. Destaca, ainda, a exposição ocorrida no MoMA de Nova York, em 1972, chamada *Italy: the New Domestic Landscape*, onde já pode ser observado esse novo modo de fazer design na Itália, mais coerente com as mudanças culturais que se operavam na época. Tais mudanças, que não vinham mais ao encontro do modernismo então vigente, foram chamadas por alguns de "segunda modernidade" e trouxeram características que já faziam parte da realidade cultural brasileira, como por exemplo, a experimentação e o multiculturalismo, o qual, segundo Moraes (2006, p. 169 e 170), nem sempre conduziu a bons resultados, como no caso da suposta baixa auto-estima do design nacional gerada pela ausência de uma identidade unificadora e pelo pouco reconhecimento da indústria brasileira da necessidade de aplicação do design na produção.

As empresas brasileiras, em sua prática de constante mimese do exterior, não tomaram como desafio decodificar os valores culturais locais e inseri-los, através da atividade do design, na produção de massa dos nossos artefatos industriais. Este fato contribuiu para alargar ainda mais a distância entre estes últimos e os diversos aspectos da identidade cultural brasileira. (Moraes, 2005, p.176)

Nos anos 1990, o fenômeno da globalização, os avanços da economia e da indústria nacionais, a circulação das informações em nível mundial e a disputa pela preferência dos mercados consumidores, entre outros fatores, garantiram postos de trabalho na área industrial para os designers. Assim, o design brasileiro passa a construir seu lugar dentro e fora do país, com uma identidade pautada no pluralismo e na realidade cultural brasileira, ainda com referências racionalistas, mas não mais marcada pela precariedade, e, sim, pela inventividade.

Nesse período, surgem, no cenário do design brasileiro, os irmãos Campana como grande destaque dentro e fora do país e como genuínos representantes dessa identidade plural. Conforme declaração da dupla, eles desenvolvem seus trabalhos por meio de pesquisa de materiais e objetos característicos do ambiente em que moram e, a partir daí, dão continuidade

em seu processo criativo. O resultado é um conjunto de produtos fortemente vinculados ao seu território de origem, com linguagem perfeitamente enquadrada nos padrões brasileiro, europeu e americano, haja vista a grande aceitação pela indústria, pela crítica e pelos museus que expõem e adquirem suas obras.

Assim, nos dias atuais, o design brasileiro é produto da sua época, quando

começa a não se submeter mais a fórmulas pré-estabelecidas, tornando-se, assim, mais livre, expressivo e espontâneo, assimilando os vários aspectos de sua diversidade multicultural, assemelhando-se à própria cara do país, assumindo sua identidade plural (Moraes, 2005, p.261)

Mas essa nova fase ainda apresenta inúmeros desafios, uma vez que, fora dos grandes centros industriais, o profissional do design ainda encontra muitas dificuldades no mercado de trabalho, provavelmente geradas pela falta de visão do empresário, que não consegue vislumbrar o retorno que a atividade do design tem capacidade de gerar na produção de objetos.

1.3 O objeto

Roupas, luminárias, cadeiras, cartazes, livros, carros e mais uma infinidade de objetos ao redor, são artigos pensados por designers ou por indivíduos capacitados para tal e que, apesar de sua diversidade, tem em comum formas particulares de interação com o ser humano.

Segundo o designer João Gomes Filho, o objeto de design é "todo e qualquer ambiente, produto de uso, produtos sistêmicos e sistemas de informações que mantém com o Homem uma efetiva relação de utilização no nível intelectual, físico ou sensorial." (2006, p. 12).

Em tal definição, pode ser observada uma expansão do significado da palavra, uma vez que, à primeira vista, o termo "objeto" poderia levar a conceber apenas o objeto físico, no seu conceito material. Para além dessa percepção, a definição aponta para outras modalidades de objetos de design e as funções existentes nas relações por eles mediadas.

Assim, o objeto de design se define pelo caráter funcional. Essas funções podem ser, conforme o autor anteriormente citado, de ordem prática, estética e simbólica. A função prática corresponde ao atendimento das necessidades físicas; a estética, das de contemplação ligadas ao prazer pela beleza; ao passo que a função simbólica está diretamente ligada às características culturais e subjetivas do usuário e ao significado atribuído através do consumo.

A função simbólica do objeto na sociedade contemporânea vem sendo colocada em primeiro plano por estudiosos não apenas do Design, mas também da Arte e da Filosofia, na tentativa de clarificar estas relações entre o homem e a quantidade de objetos de consumo gerados a cada minuto na sociedade ocidental, na qual não se encontram justificadas, tendo em vista o atendimento apenas das funções práticas e estéticas.

Jean Baudrillard, em *O Sistema dos Objetos* (2008, p. 14), sugere que os objetos, em suas funções práticas, passam continuamente para o enfoque simbólico dentro de um sistema cultural. Afirma, ainda, que eles são continentes de significado e que o próprio adjetivo "funcional" não está ligado apenas à função prática e, sim, à sua capacidade de fazer parte do jogo de relações. Desta assertiva, deduz-se que o objeto somente é funcional quando consegue interagir dentro de um determinado sistema, contando com a capacidade de significar, a qual só é possível através das relações, que, por sua vez, são marcadas pela dinâmica do consumo e que não se resume à função prática do objeto.

O consumo se realiza dentro da mediação assumida entre o objeto e seu usuário. O ato de consumir pode ser considerado um novo processo criativo, quando o sujeito cria novos objetos ou estabelece conexões, desdobramentos e significados vinculados à experiência associada ao objeto com que interage. Ou seja, consumir é "uma atividade de manipulação sistemática de símbolos" (Baudrillard, 2008: p. 206).

Há que se observar, no entanto, que o objeto é sujeito passivo e ativo na manipulação de seus usuários. Passivo, quando a ele são atribuídos

significados extraídos do potencial apresentado por sua forma, utilidade e contexto. E ativo, quando é igualmente manipulador e leva seus consumidores a desejarem seu consumo.

Sua carga simbólica é, na maioria das vezes, indutora do consumo. E a imagem positiva do design, relacionada à suposta vocação social de levar benefícios ao maior número possível de pessoas, fica prejudicada, distorcida para uma imagem de sedutor das massas, que impulsiona os indivíduos a acumularem objetos em excesso, indo na contramão dos preceitos de sustentabilidade do planeta.

Independentemente do papel assumido pelos objetos de design, eles são encontrados em todos os lugares nos dias atuais. É impossível ignorá-los ou apreendê-los em toda a sua complexidade. Mas é possível estudá-los em algumas de suas particularidades, procurando, com isso, aprofundar o autoconhecimento, as relações dentro da sociedade de consumo, a linguagem que se compartilha, os valores por cada um adquiridos ou a cada um impostos, dentre tantas outras questões que estão em constante mudança na dinâmica da cultura.

1.4 O processo de criação

Como mencionado anteriormente, o design existe para atender ao ser humano através de suas funções prática, estética e simbólica, mas, para que ele consiga exercê-las, precisa trazer em sua forma as respostas certas para cada necessidade ou demanda humana.

Para isso, os designers precisam utilizar métodos que variam de profissional para profissional, mas, em condições normais, devem observar preceitos de comprovada eficácia através de estudos. Devem ser consideradas adequações quanto à ergonomia, técnicas de fabricação, tecnologia, materiais, padrões culturais, estilos, normalização, operacionalidade e mais todas aquelas específicas de cada projeto.

Elementos como ponto, linha, plano, volume, cor, textura, transparência, enquadramento e padronagem são apenas alguns dos muitos manipulados pelos designers em seus processos criativos, obedecendo aos critérios definidos pelos requisitos para o atendimento das necessidades.

Quanto à composição desses elementos, uma das teorias utilizadas apóia-se nos estudos da Escola de Psicologia Experimental Gestalt dos anos finais do século XIX e início do XX em Viena e Frankfurt, na busca da pregnância da forma, no sentido da clareza, unidade e equilíbrio, como tendências inerentes ao homem ou, no termo vulgar, da "boa forma".

A teoria da Gestalt, extraída de uma rigorosa experimentação, vai sugerir uma resposta ao porquê de umas formas agradarem mais e outras não. Esta maneira de abordar o assunto vem opor-se ao subjetivismo, pois a psicologia da forma se apóia na fisiologia do sistema nervoso, quando procura explicar a relação sujeito-objeto no campo da percepção. (Gomes Filho, 2001, p. 18)

Essa tendência para racionalizar a maneira como se percebe as formas é baseada em princípios facilmente verificáveis em experiências visuais. Não é difícil perceber que ao observar, por exemplo, uma ilustração, tem-se a percepção do todo, com as devidas relações entre as partes, e dificilmente se consegue perceber a forma individualizada das partes, sem a influência das demais. A reação humana padrão, identificada pelos psicólogos da Gestalt, frente a uma forma como essa, seria tentar encontrar uma lógica para a disposição dos elementos constituintes, ou seja, organizá-los. Essa predisposição do cérebro obedece a princípios, dentre os quais vale citar a segregação, a unificação, o fechamento e a boa continuação. A segregação é a força que age em função da desigualdade, ao passo que a unificação, da semelhança. O fechamento é a tendência a ligar elementos que permitam o preenchimento de intervalos; e a boa continuação é a tendência percebida nas estruturas lineares de se prolongarem no mesmo sentido e movimento.

Além de todos esses predicados inerentes ao ser humano, o processo de criação em design, nos dias atuais, ainda é favorecido pelos grandes avanços da tecnologia, que em muito facilitam seu desenvolvimento com soluções gráficas, interação e acesso instantâneo a informações. Programas como Photoshop, InDesign, QuarkXpress, Illustrator, Corel Draw são exemplos de poderosas ferramentas utilizadas na composição de projetos e produtos de design. O acesso rápido a informações via internet, apesar de

serem, em sua maioria, superficiais, colabora para a determinação de especificidades do objeto em gestação.

O conhecimento das ferramentas técnicas e psicológicas, das leis da Gestalt, assim como de outros estudos para entender racionalmente a linguagem visual, é vital para o processo criativo em design. No entanto, é a aplicabilidade desses conceitos, aliada à criatividade, que constitui o principal fator para o bom desempenho na área. A inventividade para a solução dos problemas apresentados depende de fatores imponderáveis e não é passível de ser adquirida através da leitura de um manual. Porém, existem técnicas que estimulam a criatividade, como o *brainstorming* ou Método de Osborn que foi pensado para ser utilizado por um grupo de cinco a dez integrantes. Suas fases, descritas por Gomes Filho (2006, p. 234 a 236), são:

Orientação – Consiste na determinação da natureza do problema. Sendo que o termo problema significa qualquer tipo de coisa ou de situação a ser resolvida no sentido de criação, inovação ou aperfeiçoamento para o qual se procura uma solução. É o primeiro passo do processo criativo. É a busca da informação por meio de pesquisa sistemática sobre o problema a ser resolvido.

Inspiração – Este é o primeiro sinal que surge na mente para uma descoberta criativa. Significa passar algum tempo pensando no problema e ter persistência para desenvolver a solução.

Preparação – Consiste na reunião dos dados relativos ao problema. Processo em que a mente fica mergulhada em diversas idéias, trabalhando com associações, combinações, expansões etc., até de idéias já existentes. Envolve raciocínio consciente e concentrado. Obviamente, é necessário contar com informações acerca do problema para que seja possível desencadear soluções criativas.

Análise – Permite examinar melhor a orientação e a preparação, para saber se elas estão completas. Determina as causas e os efeitos do problema e verifica se vale a pena prosseguir.

Idealização – Consiste na fase criativa, propriamente dita, quando são geradas alternativas para a solução do problema.

Incubação – É a fase da internalização das idéias. Quando elas estão disponíveis e descansando na mente, todos os elementos essenciais à solução do problema estão prontos para que uma descoberta criativa possa vir à tona. Envolve a assimilação e o processamento das informações no interior da mente. Deve-se ficar tranqüilo e relaxado, não pensar no problema. É quando o inconsciente trabalha convertendo as informações coletadas em novos conceitos em busca da solução do problema.

Iluminação – É quando ocorre o *insight*, o estalo criativo, ou seja, a solução para o problema. É a inspiração criativa que vem do inconsciente durante o período de incubação. Para otimizar esse instante é necessário manter uma atitude positiva em relação às idéias, deixando-as fluir. Não se deve rejeitar ou discriminar idéias cedo demais. Quando elas começam a surgir, é preciso registrá-las rapidamente, mesmo que pareçam banais ou absurdas. Muitas idéias perdem-se por se confiar apenas na memória.

Síntese – Consiste em analisar as idéias, juntando as soluções parciais em uma solução completa para o problema.

Verificação – Consiste em julgar as idéias, fazendo-se uma seleção delas com o uso dos critérios definidos na primeira fase de orientação. É a fase de validação das idéias, sua prova de viabilidade. Ou seja, se de fato resolvem o problema. Se são práticas sob um ponto de vista de aplicação, se são possíveis de serem implementadas.

O resultado dessa técnica é bastante eficaz, mas depende, logicamente, dos integrantes da equipe, de seu repertório cultural, de sua capacidade de se abrir para novas possibilidades, de seu desapego a antigas verdades e da disposição para encontrar a melhor e mais interessante resposta para o problema a ser enfrentado.

A criatividade, por mais que estimulada e guiada por fases delimitadas experimental e cientificamente, ainda não pode ser encontrada em todos os profissionais que recebem o diploma de designer, assunto tratado a seguir.

1.5 A Profissão

Designer é aquele profissional que tem conhecimento teórico e prático na elaboração de projetos de design e exerce seu trabalho na área, podendo vir a ser um bom profissional dependendo de seu empenho e oportunidade para se desenvolver. A Professora Suzana Schi Padovano (in Leal, 2002, p. 208) prefere “associar talento a habilidade adquirida com esforço, suor e lágrimas e não a uma genialidade misteriosa e indecifrável”. Assim, não está errado dizer que o bom designer forma-se na teoria, na prática e na busca pessoal pelo desenvolvimento profissional pleno.

Alguns dos designers atualmente mais conhecidos no Brasil tiveram sua formação acadêmica em cursos diversos, fato este que poderia ser atribuído ao relativo pouco tempo de existência dos cursos de Design no país, mesmo que o surgimento das primeiras escolas já se aproxime dos 50 anos. A exemplo dos arquitetos Sérgio Rodrigues (1927), Carlos Alcantarino (1958), Camila Fix (1969), Flávia Pagotti Silva (1988), Marcelo Rosenbaum

(1968) e Fernando Campana (1961), o Licenciado em Artes Jum Nakao (1966) e o graduado em Comunicação André Cruz (1967).

Entre os graduados em Design ou Desenho industrial, destacam-se Guto Índio da Costa (1969), Fernanda Sarmiento (1961) e Edison Barone (1967).

O trabalho dos designers, tanto dentro como fora do Brasil, assume uma categoria muito bem definida. No entanto existe uma dupla de designers brasileira que foge aos enquadramentos: os irmãos Campana. Seus produtos que, em muitos casos, fogem do padrão estabelecido, em algumas situações são reconhecidos como design, e, em outras, como verdadeiras obras de arte, razão pela qual são deslocados para dentro de museus e galerias. A respeito desses profissionais e de seus trabalhos é o próximo capítulo deste estudo.

Capítulo II – Irmãos Campana

Biblioteca
MUSEU DE SÃO PAULO

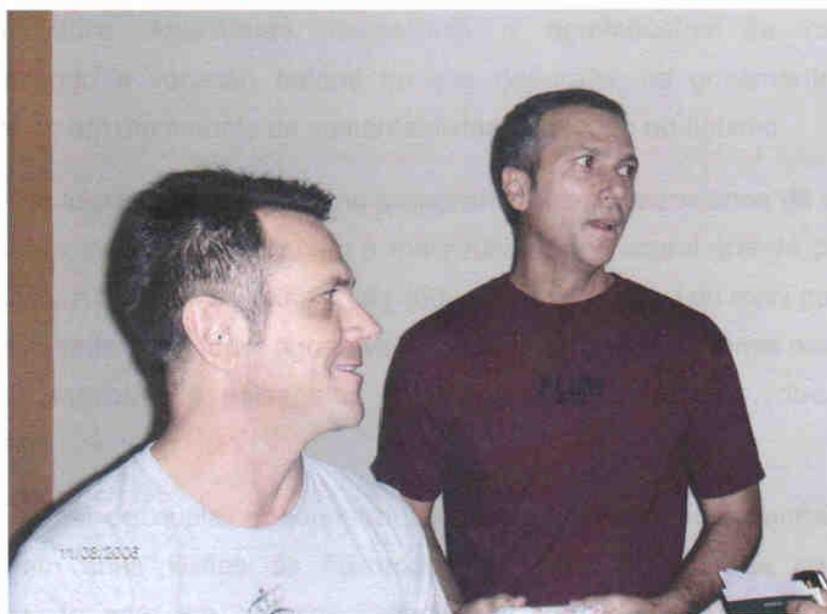


Figura 1: Fernando e Humberto Campana
Fonte: Acervo pessoal

Fernando (1961) e Humberto (1953) Campana são irmãos e designers, com formação acadêmica, respectivamente, em Arquitetura e Direito. Ambos declaram que seus caminhos estão ligados às suas origens (Campana: 2009, p. 7), as quais, conforme a descrição dos mesmos, foram marcadas por suas experiências e por forte influência dos ambientes em que viveram.

Ambos nasceram no estado de São Paulo: Humberto, em Rio Claro e Fernando, em Brotas. Nesta última cidade, localizada a 250 km da capital e que conta com aproximadamente 20.000 habitantes, viveram suas infâncias marcadas pelo contato direto com a natureza e pelo ambiente tipicamente rural.

Brotas é uma cidade surgida em meados do século XIX, cujo pico desenvolvimentista ocorreu graças ao ciclo cafeeiro paulista da década de 1920, quando recebeu significativa quantidade de imigrantes italianos que viriam a marcar presença no cenário local.

Desde o seu início, a cidade teve como principal atividade econômica a agricultura. Atualmente, destaca-se a agroindústria da cana e, aproveitando a vocação natural de sua geografia, os governantes vem investindo em um modelo de sustentabilidade baseado no turismo.

No local onde os Campana passaram seus primeiros anos de vida, as plantações dividem espaço com a mata nativa, que ocupa grande parte do município. A localização e a altitude (600m acima do nível do mar) garantem o clima com temperaturas agradáveis ao longo do ano e as várias nascentes de rio completam a paisagem, juntamente com corredeiras, ribeirões e represas.

O pai da dupla, engenheiro agrônomo, se fazia acompanhar pelos filhos em suas visitas às fazendas, momentos que talvez os tenha impregnado com um apreço ao local, ao território em que se vivem, característica essa bem traduzida pelo trabalho da dupla. Enquanto o pai apontava para a terra, a mãe apontava para o céu. Professora, ensinou aos

filhos a sensibilidade e o inconformismo, e colaborou para a construção do estilo livre característico de seus processos criativos.

A vida imersa nesta cultura local foi marcada também por contatos com o que se pode chamar de "global". Os designers tiveram, desde cedo, acesso a revistas e jornais da capital do Estado e costumavam ir ao cinema, além dos freqüentes deslocamentos com viagens à cidade de São Paulo, onde se fixaram na fase adulta.

Em 1977, Humberto, que havia se graduado em Direito em São Paulo, abandonou a carreira de advogado e viajou para uma região agrícola do Estado da Bahia com o intuito de trabalhar na Cooperativa de Cacau de Itabuna. Lá, entrou em contato com o artesanato e, quando voltou para a cidade de São Paulo, fez do ofício sua profissão, construindo com as próprias mãos e vendendo, ele mesmo, artefatos em fibras naturais.

Ao chegar a São Paulo, Humberto estudou escultura e joalheria na Fundação Armando Álvares Penteado, onde estabeleceu contato com diversos materiais, como o metal que viria a ser largamente utilizado em seus primeiros trabalhos em design.

Fernando formou-se pela Faculdade de Arquitetura de Belas Artes de São Paulo, área de conhecimento que, assim como o design, equilibra-se entre a ciência e a arte. Em seus últimos anos de graduação, teve a oportunidade de participar da formação de monitores da Bienal de Artes de São Paulo de 1983 e estudou história da arte por um ano. Após a exposição, Fernando juntou-se a Humberto na produção e venda de produtos artesanais, atividade que este já vinha desempenhando. Foi quando iniciaram suas experiências criativas, desafiando os materiais e imprimindo em suas criações significados, referências, identidades e humor capazes de agradar a brasileiros, americanos e europeus.

Pode-se inferir que o trabalho de design dos irmãos Campana teve suas raízes na cultura local e em seus contatos com a arte, cresceu no artesanato e se afirmou com o design. No entanto, esse trabalho apresenta-

se como um paradoxo, pois, embora seja design, muitas vezes é levado a ser contemplado dentro de museus destinados a receber obras de arte.

Se aplicada a teoria do design adotada por autores como Bruno Munari (2001, p. 33) afirmando que: "em termos artísticos o designer não tem uma visão pessoal do mundo", grande parte dos trabalhos dos Campana não poderia ser chamada de design, uma vez que refletem totalmente suas visões de mundo. Seus processos de criação e elaboração de projeto também diferem dos métodos recomendados pelos livros e manuais da área.

Por outro lado, o campo da Arte, apesar da apropriação recorrente de objetos de design como obras de arte, não reconhece de forma ampla e consensual que exemplares de objetos utilitários e reprodutíveis em série sejam considerados como arte, a não ser em situações específicas em que são passíveis de transfiguração² pela ação de artistas.

A importância do trabalho dos Campana para o Brasil vem, em parte, do reconhecimento institucional evidente no grande número de exposições, do valor econômico de seus produtos e da repercussão nos meios de comunicação. Mas também, e, sobretudo, do reconhecimento do público, representado pelos consumidores que compram seus produtos, visitam suas exposições e comentam suas criações.

Seus trabalhos são impregnados de brasilidade — seja o que for que isso signifique —, representada pela adaptabilidade do jeito criativo e alegre do brasileiro, características atribuídas ao Brasil como país tropical, conhecido no exterior especialmente pelo futebol e pelo carnaval, com toda a bagagem que estas manifestações culturais carregam e representam.

A dupla declara que seu "jeito de projetar vem da atitude de querer ver nosso cotidiano, o lugar onde a gente mora, por onde a gente passa

² "Transfiguração do lugar comum", conforme apresentado por Arthur Danto como a mudança de categoria de objetos banais para objetos de arte que, como tal, faz "o que toda obra de arte sempre fez: exteriorizar uma maneira de ver o mundo, expressar o interior de um período cultural, oferecendo-se como espelho para flagrar a consciência dos nossos reis" (Danto, 2005, p. 297).

todos os dias, com olhos curiosos, capazes de enxergar realmente o que ocorre em nossa volta" (Campana, 2009, p. 85). Essa intencionalidade e potencialidade do entorno é transformada em objeto e reconhecida tanto pelo público quanto pela crítica.

Muitos são os casos de publicações em jornais, revistas e catálogos que destacam as criações dos Campana como designers marcadamente brasileiros. Importantes autores como Adélia Borges, Daniela D'Ambrosio e Tadeu Chiarelli são exemplos de profissionais que dedicaram textos ao jeito de fazer design da dupla.

Maria Helena Estrada, jornalista, crítica de design e diretora da revista Arc Design escreveu, em 2003, no livro *Campanas*:

Um novo projeto, livre e leve como nossa cultura, descompromissado de qualquer peso do passado, instintivo e alegre, como é próprio aos países jovens.

A primeira síntese feliz desses ideais está na obra dos irmãos Campana. Um projeto que não parte de conceitos teóricos, mas de um natural espírito de observação, muito pessoal, subjetivo. (...)

Ao longo desses doze anos de atividade, o primeiro impacto na obra de Fernando e Humberto nos atinge pela simplicidade, pela quase obviedade dos materiais escolhidos. Folhas de policarbonato e chapas de acrílico obedecem a dobraduras e moldagens, muitas vezes manuais. Corda, palha de piaçava, mangueiras plásticas, bambu, se entrelaçam ou explodem em formas exuberantes, como nas cadeiras Janette e Anêmona.

Esse constante entrelaçar, de aparência aleatória, como um jogo infantil, tornou-se marca registrada dos irmãos, que com fios os mais diversos, do algodão ao alumínio, criam texturas inusitadas. E talvez seja essa memória, a nostalgia de um viver mais próximo às raízes das coisas, que nos fascina ao primeiro olhar. Fernando e Humberto andam pela cidade, são atraídos por vendedores de rua e por lojinhas de bric – a – brac, tiram do cotidiano popular a inspiração para suas criações, percorrem o mundo e retornam para o campo, para Brotas, a cidade onde cresceram. Esse ir e vir constante traz como resultado uma obra de matriz brasileira e expressão universal. (Estrada in Campana, 2003, p.34)

A primeira exposição elaborada para receber as obras dos irmãos aconteceu em 1989, na galeria A Arquitetura da Luz – Nucleon 8, em São Paulo. Organizada por Adriana Adam e Maria Helena Estrada, a coleção apresentada, chamada *Dês-Confortáveis*, foi uma crítica ao modo como o Brasil fazia design seguindo modelos importados da Europa.



Figura. 2: Poltrona *Flama*
Fonte: Campana, 2003, p. 129



Figura 3: Cadeira *Hate*
Fonte: Campana, 2003, p. 125

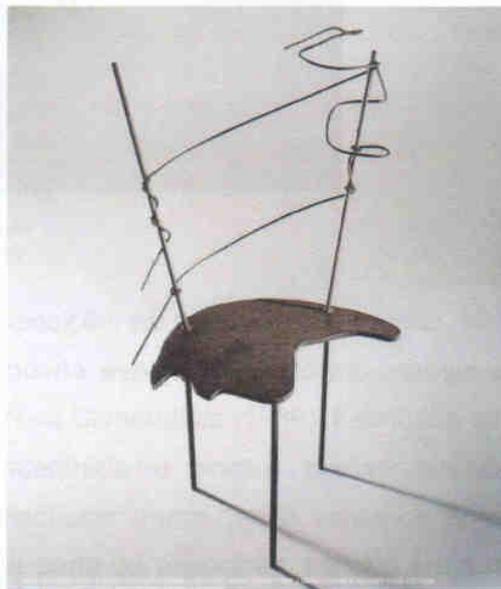


Figura 4: Cadeira *Liana*
Fonte: Campana, 2003, p. 128

Os designers artistas, não conformados com a preferência nacional por produtos padronizados e enquadrados no ideal vigente nos mercados italiano e finlandês daquele momento, protestaram apresentando um mobiliário que foi de encontro ao padrão daqueles que preenchiam as vitrines das lojas brasileiras. Utilizaram o ferro, pouca adequação antropométrica, acabamentos rústicos e funcionalidade francamente questionável.

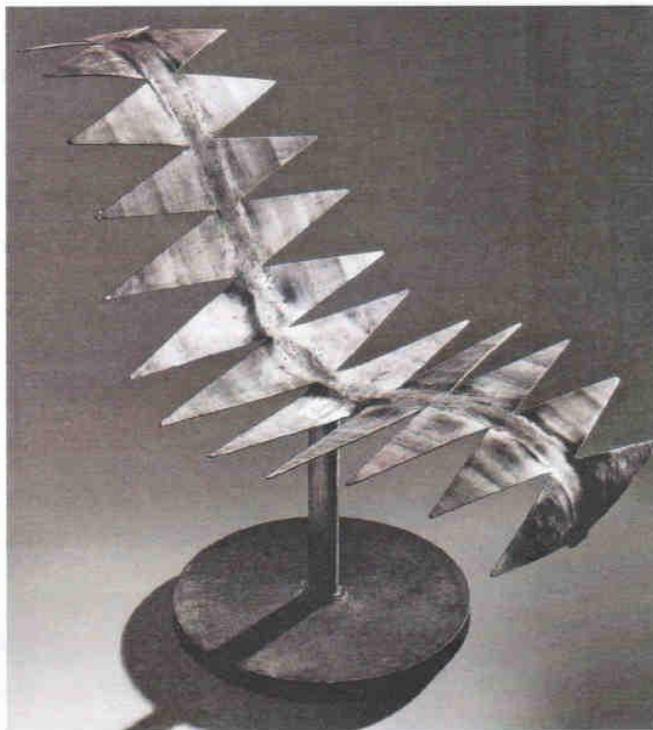


Figura 5: Poltrona *Samambaia*
Fonte: Campana, 2003, p. 133

Os objetos apresentados na exposição, na sua maioria cadeiras, não se prestavam às funções que se poderia esperar delas como mobília e objeto utilitário. Como exemplo, a poltrona *Samambaia* (1989). Fabricada em ferro, não apresenta ergonomia adequada e possui bordas laterais pontiagudas, com possibilidade de machucar quem queira sentar-se nela. Mas, por outro lado, como escultura e parte da exposição, contém em sua forma a idéia proposta – em qualquer outro ambiente doméstico ela ainda seria mais uma escultura do que uma poltrona.

A exposição obteve grande repercussão na cidade e é considerada um marco inicial da carreira dos Campana como designers fora do padrão vigente, com um trabalho que pressupõe o fazer artístico e tem o poder de comunicar sua essência.

Há que se observar, no entanto, que esse trabalho inaugural, apesar de ser uma crítica ao design, aproximou-se mais do território da arte do que do design propriamente dito, levando em consideração a identidade de escultura que os objetos assumiram com sua tridimensionalidade, inutilidade prática e apelo estético.

Foi esse apelo estético que, nesse mesmo ano de 1989, levou Pietro Maria Bardi (1900-1999) a incluir a cadeira *Newman* (1989), de autoria da dupla, na mostra "Em torno da Escultura no Brasil", acontecida em São Paulo no Banco Sudameris do Brasil. A exposição, que foi acompanhada de um catálogo, colocou o trabalho dos Campana junto a obras dos principais artistas escultores brasileiros como Nelson Leirner, Francisco Brennand, Bruno Giorgi e Nuno Ramos. Dessa maneira, desde o início da produção dos Campana, a recepção dos objetos criados pela dupla desloca-se entre os mundos da arte e do design

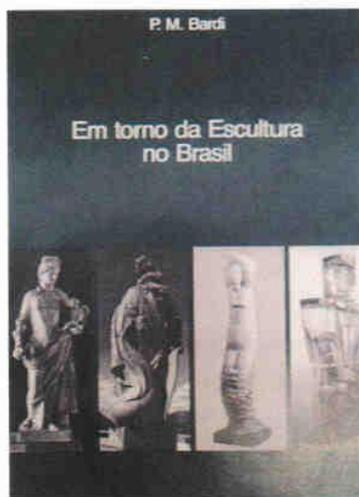


Figura. 6: Capa do Livro *Em Torno da Escultura no Brasil*
Fonte: Bardi, 1989, p. capa



Figura 7: Cadeira *Newman* e *Sem Título*
Fonte: Bardi, 1989, p. 98

Em 1990, os Campana fizeram outra exposição na mesma galeria Nucleon 8, de São Paulo, mas, desta vez, não mais criticavam o design, e, sim, mostravam um pouco de sua forma peculiar de fazer design. A coleção de objetos foi chamada de *Orgânicos* e era composta de produtos que misturavam materiais diferentes, como: frio e quente, industrializado e artesanal, madeira e metal etc., a exemplo da fruteira *Costela* (1990) e do armário *Casulo* (1989).

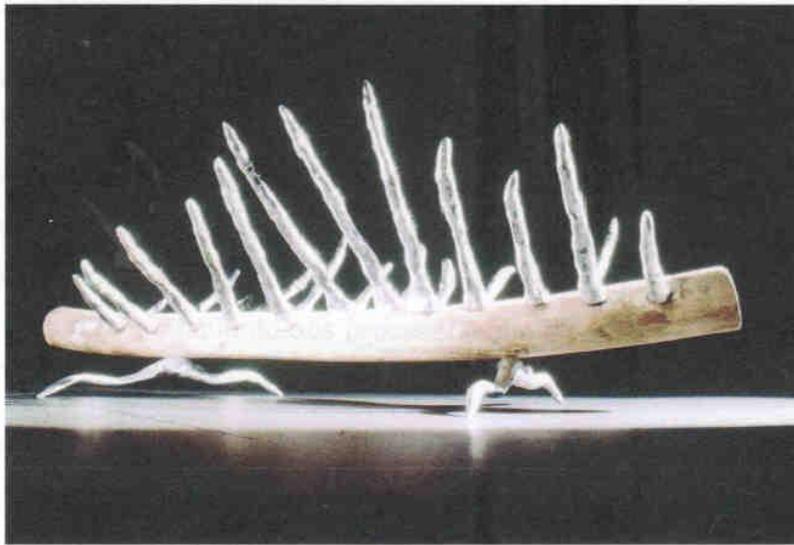


Figura. 8: Fruteira *Costela*
Fonte: Campana, 2010, p. 249



Figura. 9: Armário *Casulo*
Fonte: Campana, 2003, p. 144

Onze anos após a primeira exposição "Dês-confortáveis", entre 31 de março e 7 de maio de 2000, os irmãos Campana expuseram no Museu de Arte Moderna de São Paulo – MAM SP, sob a presidência de Milu Villela, que declarou, no catálogo da exposição, estar atendendo ao objetivo estabelecido de abrir o museu para expressões que não sejam exclusivas ao campo das artes. Ou seja, não se tratava de uma apresentação de design como se fosse arte, apesar do título da exposição contradizer, em certa medida, essa percepção, já que aponta para uma zona interdependente.

A exposição — a primeira de design contemporâneo do MAM SP — chamou-se "Entre o Design e a Arte Irmãos Campana" e aconteceu em paralelo a outra, denominada "Entre a Arte e Design Acervo do MAM". Com a curadoria de Tadeu Chiarelli e projeto expográfico de Ricardo Resende, o evento foi apontado, em seu catálogo, como resultado preliminar ao questionamento do museu quanto aos processos que envolvem sua relação com o design.

O curador apresentou obras selecionadas do acervo do MAM; aquelas em que seus criadores lançaram mão da apropriação ou deslocamento de objetos do cotidiano. Há que se observar que essa prática de deslocamento só ocorreu de forma mais significativa no Brasil a partir dos anos 1960, quase 50 anos após a criação do primeiro *ready-made*, de Marcel Duchamp.

Dentre as obras apresentadas na exposição "Entre a Arte e Design Acervo do MAM", o curador destaca no catálogo: *Lute* (1967), de Carlos Zilio; *Sem título* (1996), de Farnese de Andrade e *Imensa* (1982), de Cildo Meireles.



Figura 10: *Lute* de Carlos Zilio
Fonte: MAM, 2000



Figura 11: *Sem titulo* de Farnese de Andrade
Fonte: MAM, 2000

Tanto "Lute" quanto "Sem Titulo" contém em sua composição objetos de uso cotidiano que podem ser facilmente comprados em lojas e dizem respeito à cultura brasileira. A primeira obra é ligada ao período da ditadura militar dos anos 1960 e a segunda utiliza como signo um objeto de uso tradicional no interior brasileiro, um pilão de madeira cuja função é processar grãos.

Foram esses objetos de arte, assim como os demais selecionados para a exposição, que levaram o curador ao encontro dos trabalhos dos brasileiros Fernando e Humberto Campana, apresentados como objetos de design potencialmente capazes de diálogo com o território da arte, o qual já vinha sendo habitado por objetos de design graças a artistas que nele encontraram o que procuravam para atender ao sentido de seus atos criadores.

Na exposição "Entre o Design e a Arte Irmãos Campana", foram apresentados diversos produtos, dentre os quais a cadeira *Vermelha* (1993), que se trata de uma cadeira de formas arredondadas, com os pés tubulares, cujos acento e encosto são forrados com cordas de algodão entrelaçadas de forma aparentemente desordenada – e, ao mesmo tempo, parecendo que não tem absolutamente nada fora do lugar. É um objeto atraente ao toque e ao olhar e faz parte do acervo de museus, de design e de arte, espalhados pelo mundo



Figura 12: Cadeira Vermelha
Fonte: Campana, 2003, p. 175



Figura. 13: Cadeira Vermelha
Fonte: Campana, 2003, p. 177

Outra surpreendente criação dos Campana presente na exposição foi a mesa *Tatoo* (1999), cujo tampo é composto por ralos de plástico. A intencionalidade dos designers é singela, no entanto, os desdobramentos possíveis deste trabalho são bem mais sofisticados e significantes para quem percebe o objeto.

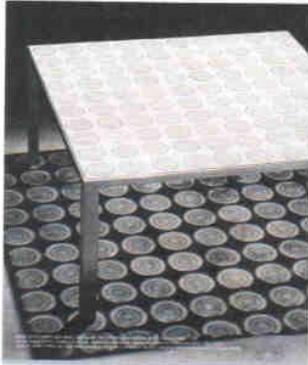


Figura. 14: Mesa *Tatoo*
Fonte: Campana, 2003, p. 284

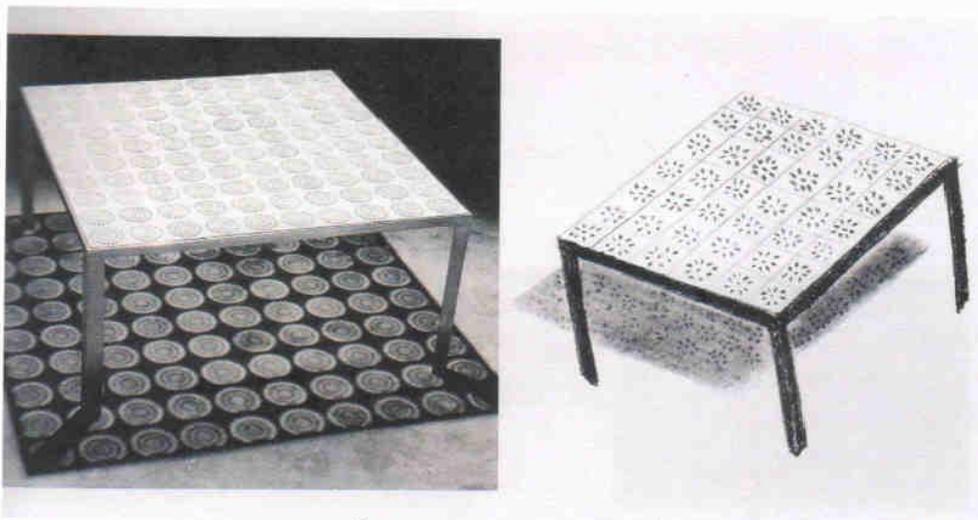


Figura 15: Mesa *Tatoo*
Fonte: Campana, 2003, p. 285

A criação da *Tatoo* partiu da investigação de usos do material plástico injetado, quando foi percebido pela dupla o potencial de um produto já industrializado, que era o ralo, o qual "adquire outra leitura na mesa *Tatoo*, como se fosse 'decodificado'. Quando vários ralos são colocados lado a lado, assumem a dimensão de um mosaico, que filtra a luz, projetando um 'tapete virtual'". (Campana: 2003, p. 287)

Nas palavras do curador Tadeu Chiarelli,

[...] a mesa *tatoo* de 1999. Extremamente rigorosa do ponto de vista estrutural, a peça é também, e antes de mais nada, uma encantadora referência às antigas mesas brasileiras, com a toalha de crochê, agora impregnada na própria estrutura do objeto.

Forte elegância formal, aliada a referências alheias ao universo tradicional do design internacional, é o que o observador encontra na mesa "*tatoo*", e o que espera encontrar nas futuras produções da dupla: objetos possíveis, mas sem perder o afeto jamais. (Chiarelli in MAM, 2000, p. 49)

Além desta experiência, os irmãos Campana têm participado de outras exposições individuais em museus dentro e fora do Brasil³.

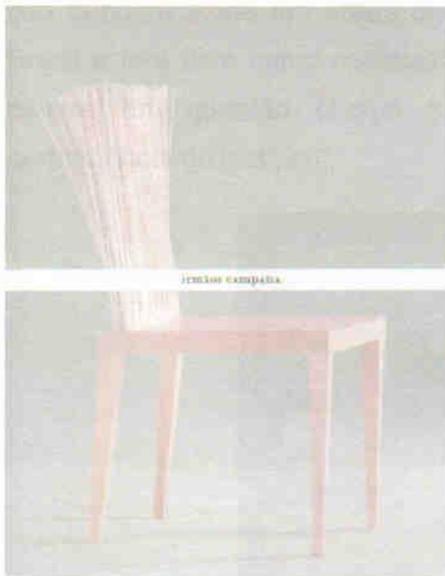


Figura 16: Capa catálogo
Fonte: MAC/GO: 2001, p. Capa

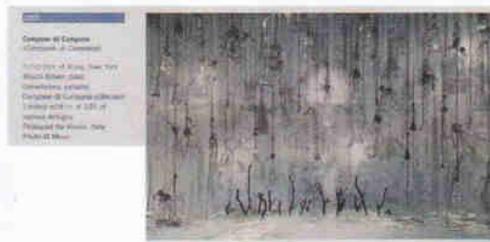


Figura. 17: *Campane di Campana*
Fonte: Campana, 2010, p. 276

³ "Inventividade", no Museu de Arte Contemporânea de Goiânia, em 2001; "*Never letting the poetry scape no Telaviv Museum of Art – TAMA*", na cidade de Telaviv, em Israel, em 2002; "*Sushi*", no Centro Cultural Banco do Brasil de Brasília, em 2003; "*Zest for life*", no Design Museum de Londres, em 2004; "*Campane di Campana*", na galeria Moss de Nova York, em 2005; "*Garrafa de Versailles*", no Centro de Arte Contemporânea de Maréchalerie, em 2009 e "*Glass Experiences*", no *Weddesdon Manor*, em 2010.

Nesse mesmo MAM SP onde expuseram em 2000, os designers voltaram a participar de outra exposição no ano de 2009, com o título "Jardim de Infância, os irmãos Campana visitam o MAM", na sala Paulo Figueiredo, mas, desta vez, como curadores de obras que fazem parte do acervo do museu em questão.

Eles já haviam tido uma experiência curatorial semelhante no ano anterior em outro museu, o *Cooper-Hewitt National Museum*, em Nova York, mas a dimensão fora muito menor do que tiveram a oportunidade de desenvolver nesta, no Brasil.

No mesmo período, o MAM SP apresentou, na Grande Sala, em paralelo à exposição curada pelos designers, a exposição de outro artista que também atuou em áreas diversas e ficou notoriamente conhecido no Brasil e fora dele como paisagista. Tratava-se de Roberto Burle Marx e a mostra em questão chamou-se "Roberto Burle Marx 100 anos: a permanência do instável".

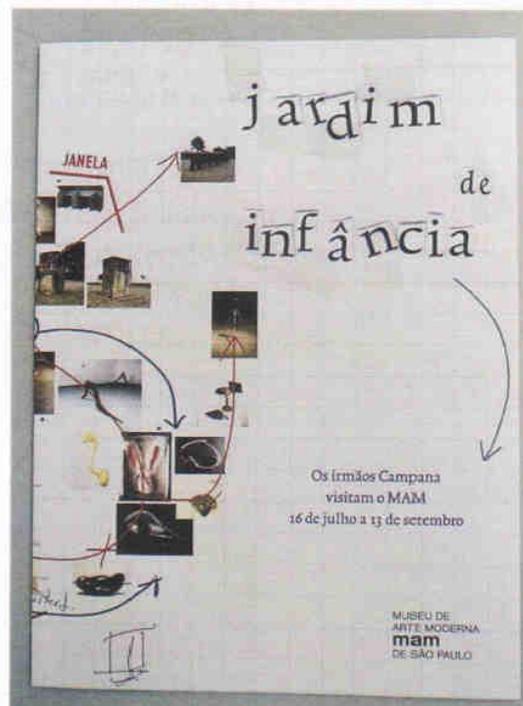


Figura 18: Capa folder
Fonte: MAM/SP, 2009, p. Capa

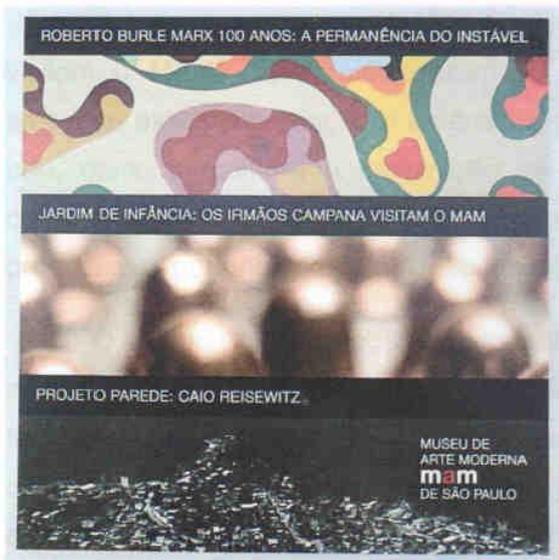


Figura 19: Convite
 Fonte: MAM, 2009, frente

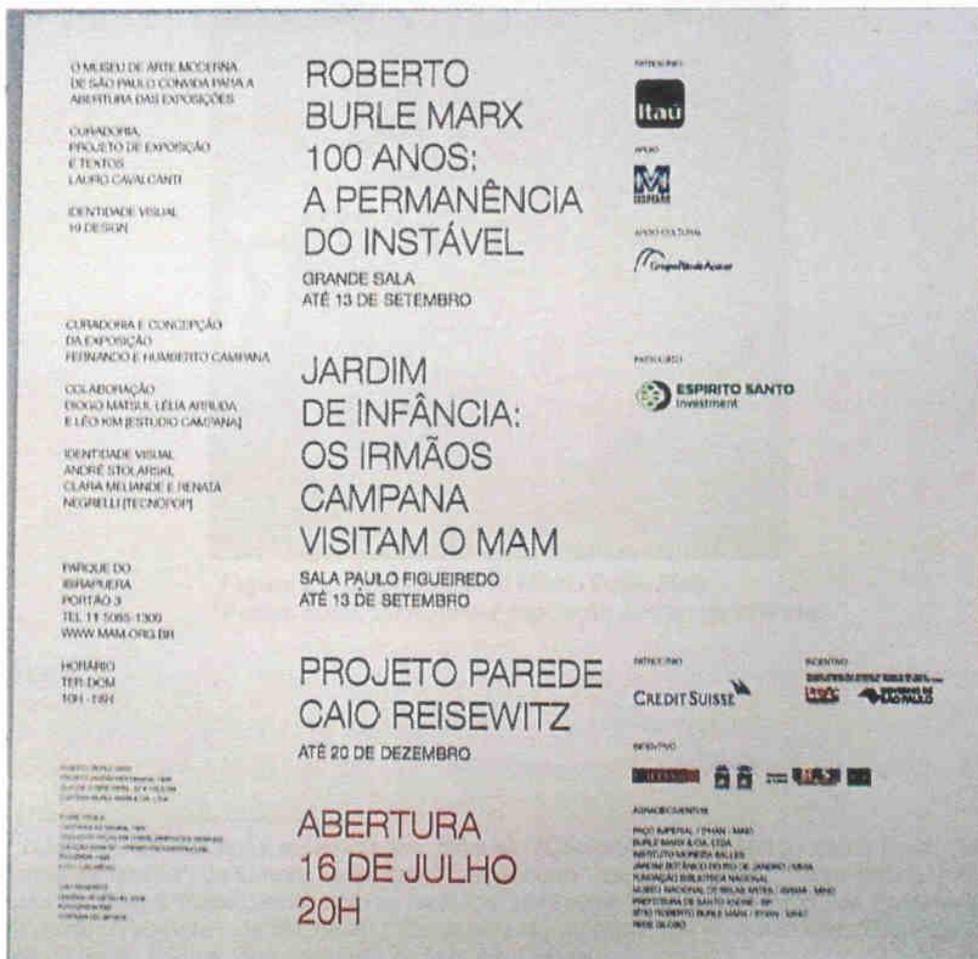


Figura 20: Convite
 Fonte: MAM, 2009, verso

Na mostra denominada "Jardim de Infância, os irmãos Campana visitam o MAM", eles selecionaram 60 peças⁴, mudaram as cores do ambiente expositivo para azul e deram pistas de como a dupla olha para a arte, como demonstra a declaração de Fernando Campana (2009): "O condicionamento de nosso olhar é para o objeto, vê-lo como uma função ou projeto, mas por um lado da emoção também, como é nosso trabalho"⁵.

O critério para a seleção dos trabalhos teve como norte as conexões com as peças design que puderam ser destacadas do acervo, mas houve também a revelação do olhar dos curadores, carregado de subjetividade, onde a afetividade, a emoção e o humor falaram mais alto do que a razão que se poderia esperar de profissionais do design.

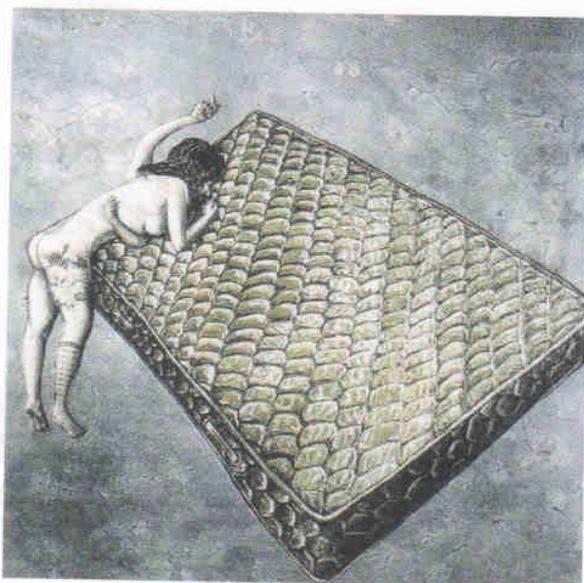


Figura 21: *Confortáveis* de Marco Paulo Rolla
Fonte: MAM, 2009, folder exposição Jardim de Infância

⁴ Dentre os 60 trabalhos apresentados, estavam "Confortáveis", de Marco Paulo Rolla; "Em forma de família", de Lenora de Barros; "Campânulas", de Eliane Prolik; "Sem Título", que é uma cadeira, e "Rabo", ambas obras de Edgar de Souza; "Armário de índio", de Farnese de Andrade; "Principia", de Vik Muniz; "Devaneios do repouso", de Nina Moraes; "Pic Nic", de Marco Paulo Rolla e "Transtatal", de Marcelo Cidade.

⁵ Jornal "O Estado de São Paulo", edição digital



Figura 22: *Em forma de família* de Lenora de Barros
 Fonte: MAM, 2009, folder exposição Jardim de Infância



Figura 23: *Campânulas* de Eliane Prolik
 Fonte: MAM, 2009

O processo de curadoria tem muito em comum com o próprio trabalho dos designers. Quando se apropriam e deslocam objetos ou materiais, que passam a integrar suas obras mantendo em parte suas identidades originais, os irmãos Campana estão fazendo sua particular seleção e apresentando como um conjunto coerente, da mesma forma que curadores procedem com os conjuntos de obras que fazem parte de cada exposição que efetivam.

Outro acontecimento recorrente, além dos inúmeros prêmios que os irmãos conquistam em cada ano, é a participação em coletivas e a aquisição de produtos para integrar o acervo de museus. Sem adentrar nos motivos

que levam a esta prática de incluir elementos de design em acervos de museus de arte, o deslocamento dos trabalhos dos irmãos Campana para estes espaços institucionalizados apresenta-se como sintoma de características difusas. Por enquanto basta destacar que a prática não é nova. A partir do momento em que as vanguardas históricas começaram a assimilar objetos do cotidiano e que o design observou um desenvolvimento vertiginoso no século XX — a Bauhaus é tema recorrente em muitos compêndios de história da arte —, museus do mundo inteiro passaram a incluir produções excepcionais do design em seus acervos. Há inclusive museus que já nasceram com essa política curatorial. O *Museu d'Orsay*, em Paris, com seu acervo de móveis e objetos *Art Nouveau* e *Art Deco* é um bom exemplo.

Mas o importante aqui é destacar o que torna a produção dos Campana digna desses deslocamentos para dentro de museus e instituições como o Museu de Arte Brasileira da Fundação Armando Álvares Penteado, em São Paulo; o *Museum of Modern Art – MoMA N.Y.*; a *Don Edelman Foundation*, na Suíça; a *Associazione Jacqueline Vodoz e Bruno Danese*, em Milão, na Itália; e o *Vitra Design Museum*, na Alemanha.

A mesa "Inflável", criada em 1995 e feita a partir de duas formas de pizza intercaladas por um cilindro de plástico transparente sustentado pelo ar que contém, faz parte da coleção do *MoMA*, de Nova York; do *Museum of Decorative Arts*, de Montreal; do Museu de Arte Moderna de São Paulo e da *Don Edelman Foundation*, na Suíça.

O objeto, de acordo com Tadeu Chiarelli (2000)⁶, reflete a cultura material paulistana e foi selecionada para capa da publicação de Mel Byars "*50 Tables, Innovations in Design and Materials*".

⁶ A mesa "inflável", de 1995, parece ser o exemplo extremo dessa capacidade da dupla e, ao mesmo tempo, uma homenagem bem-humorada a São Paulo, cidade que os *designers* escolheram viver e trabalhar: a forma de pizza acoplada ao tambor plástico usado para conservação de latas de cerveja parece uma das melhores definições da cultura cotidiana do habitante da cidade (pizza com cerveja = paulistano típico) (MAM SP, 2000, p. 48)



Figura 24: Capa Byars
Fonte: Byars, 1997, p. Capa

Alguns textos críticos sobre as obras dos Campana destacam a inovação na utilização de materiais banais de forma surpreendente, no humor, na forte vinculação com a identidade brasileira e todos apresentam desdobramentos, atribuem significados e estabelecem juízos de valor. Ou seja, analisam o objeto de design como se fosse uma obra de arte sem lhe negar a natureza de objeto utilitário e industrializado.

Paola Antonelli, curadora sênior do Departamento de Arquitetura e Design do *MoMA* de Nova York, é um excelente exemplo de visão de design que utiliza alguns critérios ligados à arte. Reconhecida como uma das 100 pessoas mais poderosas no mundo das artes pela revista inglesa *Art Review*, ela menciona o trabalho dos Campana em suas conferências disponíveis na internet e escreveu no livro "*Campanas*" (2003) que,

Como o trabalho dos irmãos Campana é capaz de exemplificar, arte e design podem caminhar juntos em sua natureza experimental. Seus trabalhos nos mostram que os melhores objetos contemporâneos são aqueles cujas presenças exprimem história e contemporaneidade; aqueles que exalam humores da cultura material que os gerou, mas que ao mesmo tempo falam a linguagem global; aqueles que carregam uma memória e uma compreensão do futuro; aqueles que parecem grandes filmes, no sentido que nos oferecem uma sensação de pertencimento – no mundo, nesses tempos emocionantes de possibilidades técnicas e culturais – ao mesmo tempo em que conseguem nos levar para lugares que nunca visitamos antes. Os melhores

objetos contemporâneos são aqueles que expressam sua consciência, ao mostrar razões pelas quais foram criados e o processo que levou à sua criação. De certa maneira, o trabalho de Fernando e Humberto mostra que o problema da distinção entre arte e design está ainda a anos-luz de sua solução, se é que ela precisa ser encontrada. (Antonelli apud Campana, 2003: p.67)

Antonelli destaca, talvez sem perceber, alguns pontos cruciais para se entender o porquê de certos objetos de design merecerem fazer parte do acervo de museus de arte: 1) a natureza experimental do objeto, presente tanto na arte quanto no design, que o torna paradigmático; 2) as relações (ou tensões) entre história e contemporaneidade, entre memória e vislumbre do futuro; 3) as relações (ou tensões) entre o local e o global, numa perspectiva multicultural; 4) a geração, no espectador, da sensação de pertencimento a uma época; e 5) a revelação, no objeto, do próprio processo de criação. Esses pontos destacados por Antonelli, em larga medida também podem ser aplicados à produção artística contemporânea.

É importante assinalar a linguagem global atribuída como outra questão relevante presente no trabalho dos irmãos Campana. Pode-se, no entanto, considerar não uma suposta decodificação universal, o que seria uma utopia, mas sim, uma linguagem percebida e valorizada por grande número de indivíduos do mundo ocidental oportunizados com a singular capacidade para decodificar os signos presentes em seus produtos.

Tal capacidade pode ser associada à aquisição de repertório cultural, por meio, dentre outros, do contato com culturas diversas, seja pela vivência direta, pelo contato virtual ou pelo conhecimento teórico — experiências cada vez mais comuns nos dias atuais, em que o acesso a informações é facilitado pela internet e os deslocamentos físicos pela acessibilidade aos meios de transporte.

O fenômeno de aceitação das criações dos Campanas fora do Brasil por consumidores de alto poder aquisitivo evidencia-se consolidado nas contratações de seus serviços por empresas tradicionais no mercado

internacional, o que, praticamente, não encontra paralelo entre os designers brasileiros.

A marca Lacoste, que tem como um de seus principais produtos o vestuário, e é conhecida pelo estilo esportivo clássico e também pelos altos preços, convidou a dupla para criar uma edição especial de camisas pólo no ano de 2009, da mesma forma como já havia feito, em outros anos, com outras personalidades, como os designers Tom Dixon e Michael Young.

Os Campana criaram diversos modelos de camisas pólo, tendo como inspiração sua cadeira Jacaré, ou seja, usaram de uma inteligente estratégia de autopromoção e ainda atribuíram outros sentidos a cada peça.

2002

Alligator chair
(Poltrona Jacaré)

Stuffed toys, canvas, stainless steel

85 x 100 x 140 cm

33.5 x 39.4 x 55.1 inches

Banquete collection

Limited edition of 35

Photo © Luis Calazans



Figura 25: Poltrona Jacaré

Fonte: Campana, 2010, p. 266

O modelo chamado *edição limitada*, nas versões masculina e feminina, tem como referência, respectivamente, as ilhas Anavilhanas, que ficam ao norte do arquipélago do Marajó, e as Lianas, que são trepadeiras de florestas tropicais. Já a chamada *edição super limitada* teve como referência o artesanato do norte do Brasil.



Figura 26: Edição especial
Fonte: Campana, 2010, p. 297

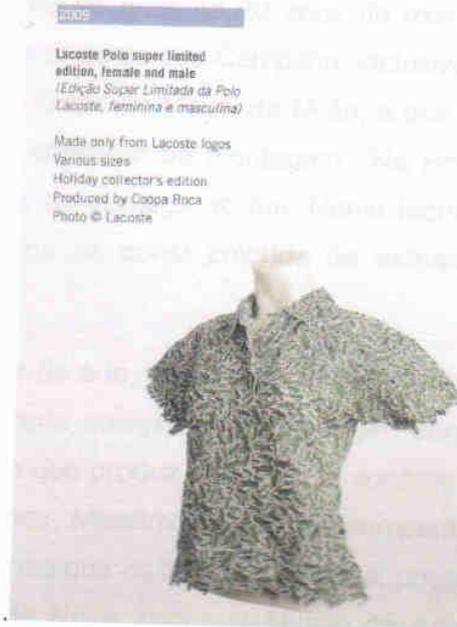


Figura 27: Edição super limitada
Fonte: Campana, 2010, p. 297



Figura 28: Edição limitada Liana e Anavilhanas
Fonte: Campana, 2010, p. 297

A empresa italiana Edra, produtora há mais de 20 anos de móveis sofisticados e conceituais, fabrica alguns projetos dos Campana, inclusive a cadeira Vermelha, lançada em 1998, no Salão do Móvel de Milão, e que se tornou um sucesso com seu processo artesanal de montagem. "Na Edra, apenas um operário constrói o produto, do começo ao fim. Numa técnica toda especial, ele enrola os 450 metros de corda colorida na estrutura metálica" (Campana, 2009, p. 43 e 44).

Na Edra, existe a figura do diretor de arte, que é responsável, dentre outras atribuições, pelo conceito que cada coleção de móveis tem como tema. Ou seja, trata-se de uma indústria que produz não apenas conforto e funcionalidade, mas especialmente signos. Massimo Morozzi desempenha atualmente essa função e, da mesma forma que os irmãos Campana, possui trabalhos em museus como o *MoMA* de Nova York e o Museu de Artes Decorativas de Paris.

No entanto, a dupla também cria para um público mais vasto, como é o caso dos projetos para sandálias de plástico fabricadas pela empresa Grendene. O modelo *Melissa + Campanas* fez tanto sucesso que foram criadas até imitações mais baratas no mercado. Assim, pode-se concluir que o trabalho dos Campana, dentro do Brasil, atinge não apenas a população dita culta, mas também a classe média brasileira e, se forem consideradas as imitações, até mesmo as classes chamadas populares.

2008
Melissa + Campana shoes
 (Sapatilha Melissa + Campana)

PVC with up to 30% recycled materials
 Various sizes
 Melissa + Campana collection
 Unlimited edition
 Inspired by the Corallo chair
 Designed by Estudio Campana
 Produced by Melissa, Brazil
 Photo © Melissa



Figura. 29: *Melissa + Campana*
Fonte: Campana, 2010, p. 288

2005

Melissa Zig Zag – bag and sandals
(Melissa Zig Zag – Bolsa e sapatilha)

PVC
 Dimensions variable
 Melissa + Campana collection
 Unlimited edition
 Produced by Grendene, Brazil
 Photo © Grendene



2005

Melissa Zig Zag – tennis shoe
(Melissa Zig Zag – Tennis)

PVC
 Dimensions variable
 Melissa + Campana collection
 Unlimited edition
 Produced by Grendene, Brazil
 Photo © Grendene



4

Figura 30: *Melissa Zig Zag*
Fonte: Campana, 2010, p. 274

Coerentes com o entorno popular que os irmãos Campana vivenciaram na infância e na adolescência, a cultura das classes populares tradicionais serve de inspiração e é parte integrante de alguns de seus trabalhos, como também objeto de apropriação e deslocamento para o design, como é o caso da poltrona "Multidão".



Figura. 31: Poltrona *Multidão*
Fonte: Campana, 2010, p. 180

Com a junção de grande número de bonecas criadas por mulheres de vida simples da cidade que tem o sugestivo nome de Esperança, no estado da Paraíba, a dupla construiu o objeto signo. A cadeira em questão apresenta-se como trabalho com forte referência local, que valoriza a identidade brasileira e agrega valor aos produtos artesanais feitos de forma tradicional.

Todo o processo manual, o caráter lúdico, a inocência e a simplicidade presentes e evidentes nas bonecas são emprestadas e continuam visíveis no novo objeto criado pelos designers, enquanto a junção de um grande número de unidades dos brinquedos antropomorfos, arranjados de forma aparentemente aleatória, inspiram a proximidade

natural entre pessoas, além de configurarem um convite inequívoco ao conforto.

Suas criadoras falam com orgulho da segunda geração de seus trabalhos. Já os representantes de instituições engajadas com as causas sociais de produtores de artesanato, declaram que a cadeira é um símbolo das raízes brasileiras em comunhão com a criatividade contemporânea que se volta para o próprio país e produz arte.

Todo o trabalho da dupla a que se tem acesso nos dias atuais transparece um extremo cuidado com a imagem. Seus produtos não são comunicados como um artefato bem projetado para atender às necessidades práticas do ser humano. Não são objetos que, sendo uma cadeira, atenderiam à necessidade de repousar, ou, um sapato, de proteger os pés; mas, sim, materializações eficientes de conceitos cuidadosamente selecionados.

Seus famosos produtos deixam transparecer suas referências e, muitas vezes, o objetivo da escolha e adoção de uma determinada forma. São de leitura facilitada por suas propriedades, que ora apresentam-se como referência icônica⁷, ora como indicial⁸ e ora como simbólica⁹, e, quando assumem as características da última são, na maioria das vezes, referentes à sensação de pertencimento da cultura brasileira.

Em 1999, ao serem questionados quais seriam suas preferências entre os designers, citaram a arquiteta Lina Bo Bardi (1914-1992) no Brasil e Ferruccio Lavianni (1960) no exterior, além dos clássicos Van der Rohe e Shiro Kuramata (1934-1991). Suas escolhas refletem o gosto pela simplicidade e economia nos detalhes, característica própria da

⁷ Referências Icônicas – Nesta categoria de referência, tem-se por base o aspecto de semelhança, seja por imagem, por estrutura / organização, seja por metáfora. (Niemeyer, 2009. p. 58)

⁸ Referências Indiciais – Na referência indicial, está subjacente uma determinação de causalidade. Ou seja, o algo se faz presente por vestígios, mais ou menos contundentes de sua existência. (Niemeyer 2009. p. 59)

⁹ Referências Simbólicas – Símbolos são, de início, estabelecidos culturalmente e, então, difundidos, podendo, então, passar a ser aplicados. (Niemeyer 2009. p. 61)

modernidade, o que contrasta com suas criações do início de carreira, ricas em detalhes, mas nem por isso complexas na aparência.

Os irmãos contam que, ao serem convidados, em 1995, para uma mesa redonda com outros designers em Milão, na Itália, observaram que, em oposição aos demais trabalhos apresentados, o deles "era o oposto, pedia mais para o excesso, o barroco." (Campana, 2009: p. 38) — e não são poucos os autores que apontam o barroco como uma das características da cultura brasileira, mesmo na contemporaneidade.

O site que possuem na internet é como se fosse uma apresentação sofisticada de seus principais trabalhos — não parece ser um site de designers divulgando seus serviços buscando contratação pela indústria ou mesmo promovendo uma mostra de artefatos que impulsionasse suas vendas. Parece realmente uma exposição do trabalho de artistas.

Existe uma ligação entre a imagem da dupla e as causas ambientais, a qual é cultivada por declarações à imprensa, pela escolha dos materiais utilizados em seus produtos e pelo engajamento em si. Por exemplo, quase não se vê a utilização de madeira em seus projetos; o trabalho desenvolvido para a Lacoste estava engajado a uma cooperativa de artesanato na favela da Rocinha, no Rio de Janeiro, e a Melissa + Campana comunica, em suas peças publicitárias, que o plástico usado nas sandálias é reciclável, com forte apelo ecológico.

O conjunto do trabalho dos Campana é um produto muito bem elaborado e bem cuidado. De forma espontânea, leve, divertida, comprometida e responsável, ele se espalha por diversas áreas, como o design, a cenografia, a arquitetura, o ensino e a curadoria — e o que estes fazeres tem em comum é a conexão com a arte. Os objetos de design criados pelos Campana são, em sua maioria, fora dos padrões e não podem ser tratados sem distinção, uma vez que não são iguais à maioria dos objetos de design utilizados cotidianamente.

Sem negar a dimensão estética de todo e qualquer objeto, seja ele manufaturado, industrializado, criado de forma intencional ou acidental, a maioria das criações dos designers Fernando e Humberto vão além do ideal da "boa forma" e teimam em destacar-se em meio à gigantesca quantidade de produtos gerados a cada momento no mundo capitalista, tão afeito ao consumo e ao lucro em larga escala.

Como se pode observar, o fenômeno "design dos irmãos Campana" foge da classificação exclusiva de objeto de design ou de objeto de arte. Não é uma coisa, nem outra, em absoluto.

Essa diferença apresenta-se como afirmação da identidade de seus criadores, que, apesar do forte vínculo com o local, poderia ser considerada fragmentada e dividida, como designers e como artistas ou, como prefere Antonelli em citação anterior, como criadores.

Stuart Hall sugere que o sujeito, na modernidade tardia, não mais pode afiliar sua identidade a um padrão unificado. "(...) Como nosso mundo pós-moderno, nós somos também 'pós' relativamente a qualquer concepção essencialista ou fixa de identidade" (Hall, 2006, p. 10). Talvez por esse motivo, o local e o global, a arte e o design se configurem, na contemporaneidade, como facetas de personalidades pluriformes.

O mesmo autor escreve que o mundo está vivendo, em alguns aspectos, uma homogeneização cultural em função do processo de globalização, mas que, no sentido oposto, ocorre a revalorização de culturas locais; na verdade, a valorização de **novas** culturas locais, uma vez que o local encontra-se aberto para o global e, conseqüentemente, em constante transformação.

O global, por sua vez, volta-se para o local pelo gosto pela diferença ou, mais precisamente, pela novidade e pelo exótico (ou étnico), o que pode ser aplicado ao bem sucedido trabalho dos irmãos Campana.

Isso pode ser verificado nas palavras da dupla que sintetizam sua história, suas escolhas e, talvez, a razão do seu sucesso,

O mundo caminha para a fusão; desenvolveu-se enfim a consciência de que não adianta estarmos separados. E no Brasil temos essa longa tradição da mestiçagem, a japonesa loira de olhos verdes andando pelas ruas como um símbolo de nossa capacidade de tudo unir, e pacificamente. É tudo isso que procuramos traduzir em nosso trabalho, fiéis a nós próprios e a nosso país, eternos caipiras sem vergonha de nos mostrar como somos. (Campana, 2009, p.149).

Capítulo III – CAMPANA A PARTIR DE DUCHAMP

3.1 Duchamp

Pode soar pretensioso apresentar aqui a biografia de Marcel Duchamp (1887-1968), uma vez que a mesma já foi escrita por grandes autoridades da história da arte. Mas é indispensável reforçar um breve relato da vida desse artista, pela inegável importância de sua contribuição para as artes moderna e contemporânea.

Nascido no final do século XIX, Duchamp iniciou sua carreira dentro do cenário da arte moderna. Seu quadro *Nu descendo uma escada n.º 2*, de 1912, o qual mostra o deslocamento descendente de um corpo, foi responsável pelo início de uma sucessão de grandes atos inovadores que chocaram e revolucionaram a arte de seu tempo.

No caso dessa obra, que obteve grande repercussão nos Estados Unidos da América, no *Armory Show* de 1913, Duchamp marcou o início de seu percurso de crítica à arte que ele batizou de "retiniana", pautada apenas na visualidade. Giulio Carlo Argan (1992, p. 438) afirma que o quadro

colocou em crise o cubismo analítico da mesma forma que o quadro *Senhoritas de Avignon* (1907), de Pablo Picasso (1881-1973) colocou em crise os *fauves*, e por isso atribui a mesma importância aos dois trabalhos.

Assim como na arte moderna, Duchamp continua a exercer influência no movimento conhecido como arte contemporânea. Segundo Anne Cauquelin (2005), existe ruptura entre a arte moderna e a contemporânea, sendo a primeira pertencente ao regime de consumo, e a segunda, pertencente ao da comunicação.

Segundo a mesma autora, Duchamp foi o enunciador de práticas pertencentes ao segundo modelo de arte apresentado, e ainda

tem de interessante o fato de sua influência sobre a arte contemporânea crescer à medida que passam os anos. De um lado, o número de trabalhos que lhe são dedicados, é cada vez mais importante; de outro ele é a referência, explícita ou não, de numerosos artistas atuais. Por que? Porque esse artista – que declarava não sê-lo – parece expressar o modelo de comportamento singular que corresponde às expectativas contemporâneas (Cauquelin, 2005, p. 89)

3.2 Duchamp e os Campana

Sem terem citado publicamente Duchamp como referência em suas carreiras, a história dos irmãos Campana apresenta alguns aspectos que parecem sofrer influências da herança do artista. O próprio cenário contemporâneo da arte e do design em que os irmãos atuam não pode ser pensado sem o entendimento de algumas questões levantadas por Marcel Duchamp, logo, as conexões existem e são passíveis de interpretações diversas.

O humor e o jogo de palavras são constantes em suas obras. Duchamp abusou dos trocadilhos, como no caso da obra "L.H.O.O.Q.", quando, em 1919, desenhou bigodes e cavanhaque numa imagem da Mona Lisa, o maior ícone da história da arte, exibida em um cartão que comprara. No título, "As letras em si não fazem sentido, mas quando lidas em voz alta em francês soam como *elle a chaud au cul* [ela tem fogo no cu] (Tomkins, 2004. p. 245).

Mas ele também usava títulos aparentemente ingênuos que apenas descreviam a obra, como o caso da *Roda de bicicleta*, *Porta-garrafas* e *Caixa-valise*. É desta forma que os irmãos Campana batizam a maioria de suas obras. Com certo humor, denominam cadeiras com nomes como *Nervos*, *Favela*, *Sushi* ou simplesmente *Vermelha*.

O nome que deram ao livro que publicaram com suas obras e textos críticos a elas relacionados, foi chamado de *Campana brothers: complete works (so far)* [Irmãos Campana: obras completas (tão longe)], o que faz lembrar o título da exposição que Richard Hamilton organizou, no ano de 1966, na Galeria *Tate*, em Londres, com 185 obras de Marcel Duchamp chamada *The Almost Complete Works of Marcel Duchamp* [As obras quase completas de Marcel Duchamp].

A primeira característica comum entre Duchamp e os Campana é a própria multiplicidade de faces e de atividades em que atuam. Eles são múltiplos. Existem vários Duchamp — o artista, “o fornecedor de artigos de consumo, o inventor de ilusões de óptica, o aficionado do erotismo, o curador/designer de exposição, o anotador, o fabricante de reproduções, o tipógrafo, o entusiasta da transparência, o mestre da demora etc.” (Filipovic, 2008, p. 82) —, da mesma forma que existem diversos irmãos Campana — os designers, os artistas, os cenógrafos, os arquitetos, os curadores, os escritores, os professores etc.

Essa variedade de atividades, na maioria das vezes perpassa pelo território da arte, o que pode ser um sintoma da simbiose entre vida e arte, quando as fronteiras são de difícil delimitação. Ou mesmo a fragmentação característica da pós-modernidade ou da modernidade tardia já vista no capítulo 2. Ou, ainda, um sintoma da personalidade multifacetada do ser humano na contemporaneidade, tal como exposto por Stuart Hall em citação anterior ¹⁰. Tais explicações contrastam com a tendência à especialização

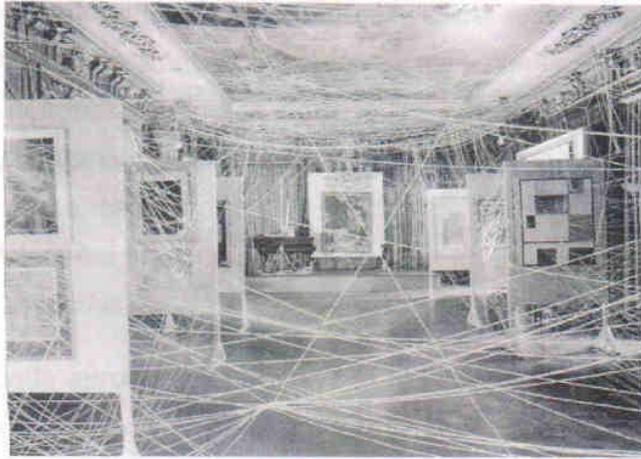
¹⁰ “Como nosso mundo pós-moderno, nós somos também ‘pós’ relativamente a qualquer concepção essencialista ou fixa de identidade.” (HALL, 2006, p. 10).

contemporânea que aproxima Duchamp e Campana e os afasta da maioria de artistas e designers modernos, e mesmo de alguns contemporâneos.

Dentre as atividades comuns aos três, destaco a cenografia ou ambientação. Marcel Duchamp foi responsável pela cenografia da exposição *First Papers of Surrealism*, organizada por André Breton (1896-1966) em Nova York (1942). Duchamp idealizou e, com a ajuda de outros artistas, teceu uma teia utilizando 1.500m dos 25.000m adquiridos de barbante entrelaçando elementos como lustres, pilares e móveis, formando um emaranhado que dificultava a mobilidade e a visão que os visitantes poderiam ter das obras expostas.

Tanto o título da exposição, que quer dizer *Primeiros Documentos do Surrealismo*, quanto o elemento cenográfico do barbante com seu efeito bloqueador da aproximação e de obstáculo para a visão das obras, tinham um significado. O título da exposição fazia referência aos documentos que os estrangeiros eram obrigados a adquirir para serem aceitos nos Estados Unidos, que eram tão difíceis e demorados quanto a aceitação do surrealismo naquele lugar e época. A cenografia instalada por Duchamp, com sua teia de barbante representava de forma lúdica e caótica a dificuldade do espectador de aproximar-se e ver a nova arte que estava sendo mostrada naquele momento, além de ser uma referência explícita ao emaranhado burocrático, na arte e no governo.

No ano de 2002, os irmãos Campana foram contratados pela empresa *Forum* para fazer a ambientação de um desfile de modas durante um evento que se repete todos os anos, a *São Paulo Fashion Week*. Os designers atenderam a seus clientes elaborando um cenário com referências à urbanidade e ao movimento. Utilizando fios de PVC de cores diversas, trançados de modo a formar linhas diagonais suportadas em grandes estruturas metálicas retangulares formando teias semelhantes àquelas criadas por Duchamp e seus amigos, os designers criaram painéis que foram alocados na passarela, proporcionando grande impacto visual e impressão de modernidade.



49. Fotografia: John D. Schiff
Exposição *First Papers of Surrealism*
1942

Figura. 32: Exposição *First Papers of Surrealism*
Fonte: Filipovic (org), 2008, p. 88

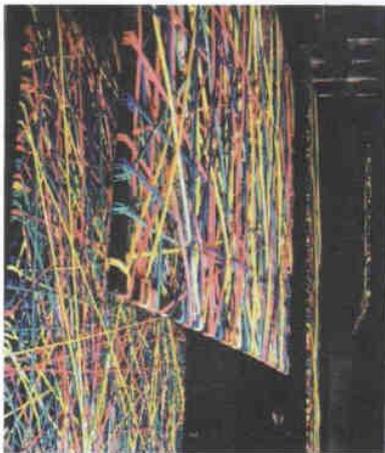


Figura. 33: Desfile Fórum SPFW
Fonte: Campana, 2003, p. 361



Figura. 34: Desfile Fórum SPFW
Fonte: Campana, 2003, p. 362

Estes não foram os únicos trabalhos de ambientação feitos por Duchamp e pelos Campana, porém todos os mais conhecidos apresentaram em comum o desdobramento dos significados; não foram e não são simples decoração ou ornamento, aproximam-se do conceito de instalação quando despertam a percepção de que se está contido em algo maior, repleto de signos que afetam e aguçam a percepção, despertando afetos ou desafetos, simpatias ou antipatias.

A segunda aproximação observada nas práticas de Marcel Duchamp e Fernando e Humberto Campana é a forma diferenciada como lidam com o ato de projetar, que é a parte do processo criativo que antecede a materialização da obra — o que, por sua vez, é a execução ou implementação do projeto. Entenda-se por "projeto", segundo o *Project Management Institute* (PMI), um "esforço temporário empreendido para criar um produto, serviço ou resultado exclusivo". Em áreas como o design ou a arquitetura, o termo projeto é aplicado como o documento resultante da atividade projetual.

O processo de criação é próprio de cada artista e nem sempre ocorre de forma antecipada ao de execução. Segundo Luigi Pareyson, a arte "é um tal fazer, que enquanto faz, inventa o por fazer e o modo de fazer. A arte é uma atividade na qual execução e invenção procedem *pari passu*" (Pareyson, 1997, p. 26). Ou seja, na arte nem sempre é usual o ato de projetar.

No caso do design, atividade do designer, que, segundo Bruno Munari é um "projetista dotado de sentido estético" (1978, p. 21), tenta-se estabelecer um método sempre baseado em requisitos definidos em pesquisas sobre as necessidades a serem atendidas, o gosto e hábito dos consumidores, e as tendências de mercado. Após essa especificação, são levadas em consideração variáveis como materiais, técnicas de fabricação e ergonomia.

Tanto Duchamp quanto os Campana subvertem essas maneiras de se fazer arte e de se fazer design. Duchamp não executa simplesmente suas

obras de arte, ele as pensa antes. Os Campana não projetam seus produtos de maneira racional e ordenada como o design assim o recomenda. Ambos projetam do seu próprio jeito tendo em comum a própria diferença de seus supostamente iguais.

Duchamp mudou a maneira de se fazer arte, colocando em prática o que Leonardo da Vinci (1452-1519) já afirmava no Renascimento, de que arte "é coisa mental". Ele pensava, projetava suas obras e não necessariamente as produzia. Com isso afastava-se dos artistas que o antecederam.

Com a pergunta "Pode alguém fazer obras que não sejam de arte?", Marcel Duchamp coloca em iguais condições todas as criações humanas, inclusive trabalhos de designers como os irmãos Campana, e deixa toda a diferença qualitativa por conta da percepção e do pensamento do espectador que venha a entrar em contato com os resultados.

Essa forma de encarar a obra de arte coincide com o que Cauquelin (2005) chama de *arte atual*, que seria "o conjunto de práticas executadas nesse domínio, presentemente, sem preocupação com a distinção de tendências ou com declarações de pertencimentos, de rótulos" (Cauquelin, 2005, p. 129).

Fernando e Humberto Campana desenvolvem seus projetos em dupla, com o apoio de uma equipe especializada. Seu método de criação, declarado nos primeiros anos de atuação, partia do teste das possibilidades e limites dos materiais utilizados, tendo como inspiração ou referência suas experiências com os ambientes pelos quais transitavam, sejam as ruas da cidade de São Paulo ou a região de Brotas, cidade onde viveram, com tudo o que estes lugares representam através de seus habitantes, formas e dinâmica cultural. "O raciocínio de projeto é o mesmo do favelado que constrói com o que tem à mão, trazendo da matéria-prima mais banal, esquecida, uma nova função, sem precisar esconder a origem" (Campana, 2009, p. 88)

Tal afirmação pode ser visualizada em trabalhos como as cadeiras *Multidão* (2002), *Favela* (1991) e *Califórnia* (2002). Fica bastante evidente que os componentes, arranjados de modo peculiar, são os principais elementos do objeto.



Figura 35: Cadeira *Favela*
Fonte: Campana, 2003, p. 139

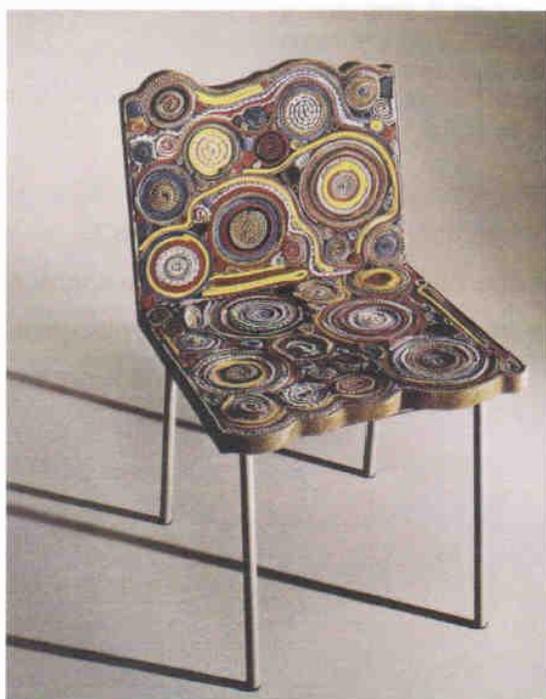


Figura 36: Cadeira *Califórnia*
Fonte: Campana, 2003, p. 366

Da mesma forma que Duchamp concebeu e projetou algumas de suas obras de forma experimental, incorporando o acaso, como no caso da obra "*3 stoppages padrão*" (1913-1914)¹¹, que mais tarde foi utilizada na composição de *O Grande Vidro* (1915-1923), assim também os designers Fernando e Humberto o fizeram em trabalhos de início de carreira, incluindo o imprevisto, que vai de encontro à aplicação dos métodos racionais aceitos para projetar, como no caso das *Dês Confortáveis*, que têm a oxidação aleatória provocada pelo tempo como parte assumida de sua composição.

A terceira questão duchampiana aplicável aos irmãos Campana é a apropriação de objetos. Duchamp a iniciou em 1913. Por prazer e diversão apropriou-se de um banco de cozinha e de uma roda de bicicleta usando-os para criar uma nova obra, sem a intenção de expô-la. No ano seguinte, em 1914, comprou uma peça usada como porta garrafas em

um grande armazém de utensílios domésticos no centro de Paris, e levou-a para o seu estúdio, não tinha a intenção de usá-la como porta-garrafas. "Comprei isso como uma escultura já feita", explicou dois anos mais tarde numa carta a sua irmã Suzanne. "Tinha a idéia de escrever qualquer coisa em cima dele, uma frase que não fizesse um sentido normal", mas ele nunca se decidiu a fazê-lo. O porta-garrafas ficou num canto, empoeirado, A idéia de *readymade* ainda não havia nascido. (Tomkins, 2004, p.156 e 157)

Com esta declaração, fica evidente que Duchamp realmente se apropriava dos objetos, abstraindo sua função original, mas não os usava como simples componentes em suas composições, eles eram a própria composição.

¹¹ Feito com 3 linhas de costura brancas medindo um metro cada, caídas aleatoriamente da altura de 1 metro sobre uma tela e coladas com pingos de verniz despejados e mantidos no lugar em que caíssem.



Figura 37: *Roda de bicicleta*
 Fonte: Filipovic (org), 2008, p. 155

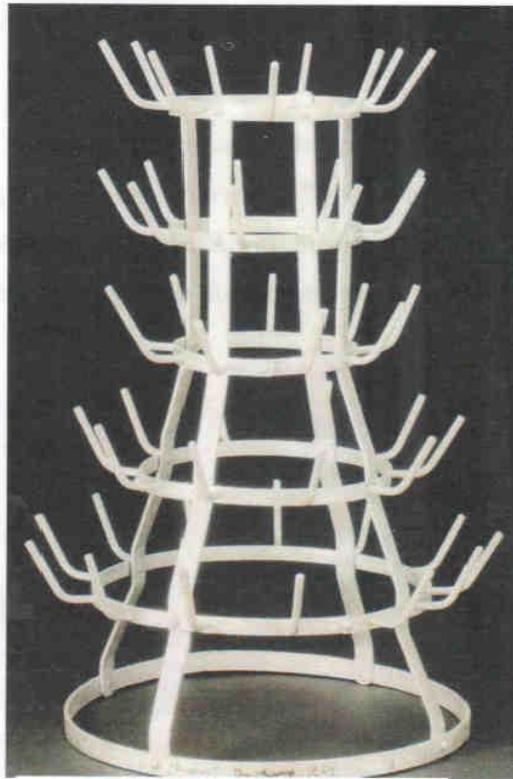


Figura 38: *Porta-garrafas*
 Fonte: Filipovic (org), 2008, p. 161

Da mesma forma usada na composição de *Roda de bicicleta* (1913/1964 [réplica]), os Campana criaram duas cadeiras — a *Banquete* (2002) e a *Jacaré* (2002), apropriando-se de inúmeros bichos de pelúcia, organizando-os em outro objeto, sem que aqueles que dele fazem parte desapareçam por completo.

Para construção desses objetos, os bichinhos foram apropriados, deixaram sua função de brinquedos, deram origem a uma obra nova, mas não foram incorporados no novo objeto a ponto de não serem reconhecidos em sua totalidade.

Foi no ano de 2004, que os irmãos Campana criaram a cadeira *Banquete*, feita com ferro e cachorros, leões, jacarés e outros diversos bichos de pelúcia; e a cadeira *Jacaré*, similar a anterior, mas composta por vários jacarés, que foi inspirada na forma como estes animais ficam uns

sobre os outros em meio à lama. Ambas trazem apelos ambientalistas de preservação da fauna.

Há uma única diferença nesses processos de apropriação de Duchamp e dos Campana, no que se refere à recepção das obras aqui citadas. Enquanto os objetos de Duchamp reiteram sua inutilidade, os objetos dos Campana ainda guardam algo de funcional, pois ainda são cadeiras.

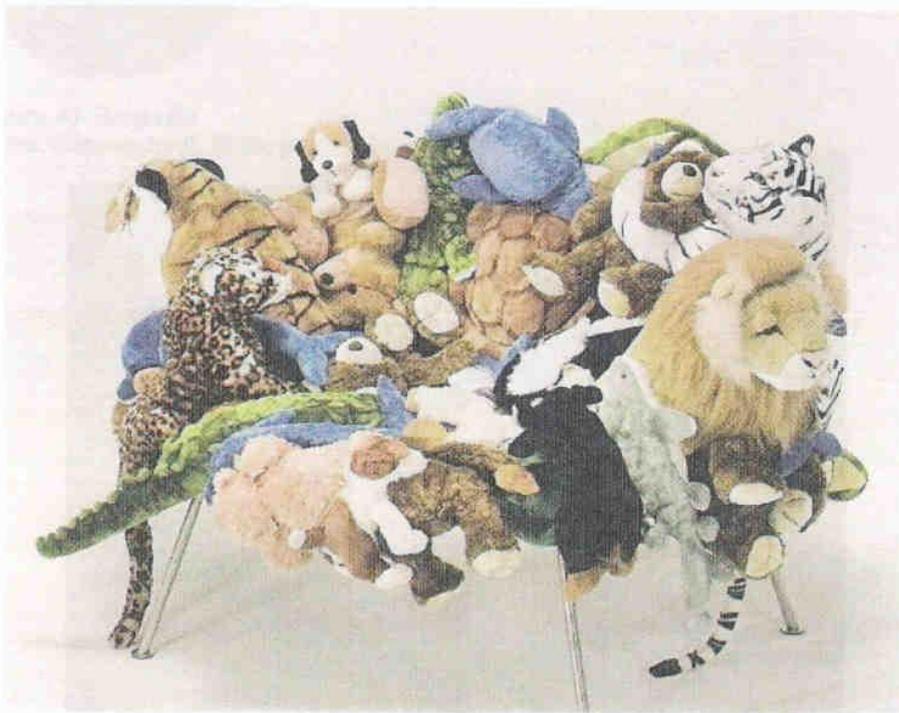


Figura. 39: Cadeira *Banquete*
Fonte: Campana, 2010, p. 266

A apropriação também acontece com o uso apenas do formato do objeto, como foi o caso do ralo, apropriado por Duchamp quando criou uma obra a partir de um molde em chumbo do chuveiro de seu banheiro. O objeto servia para estancar a água que pingava. Duchamp chamou o objeto criado de "medalha esculpida" deu o título de *Boca-ralo* (1964/1967) e reproduziu 100 cópias em bronze, 100 em aço inoxidável e 100 em prata.

Os Campana também reproduziram em metal a forma de um ralo. Quando convocados para desenvolver uma coleção de jóias para a empresa

H Stern, foram buscar referências em seus trabalhos já consagrados e lançaram mão da idéia usada na mesa *Tatoo*, e criaram os anéis e a pulseira *Mosaico* (2001), peças compostas por tesselas em ouro, no formato de ralos quadrados.



Figura 40: *Boca-ralo*

Fonte: Filipovic (org), 2008, p. 254

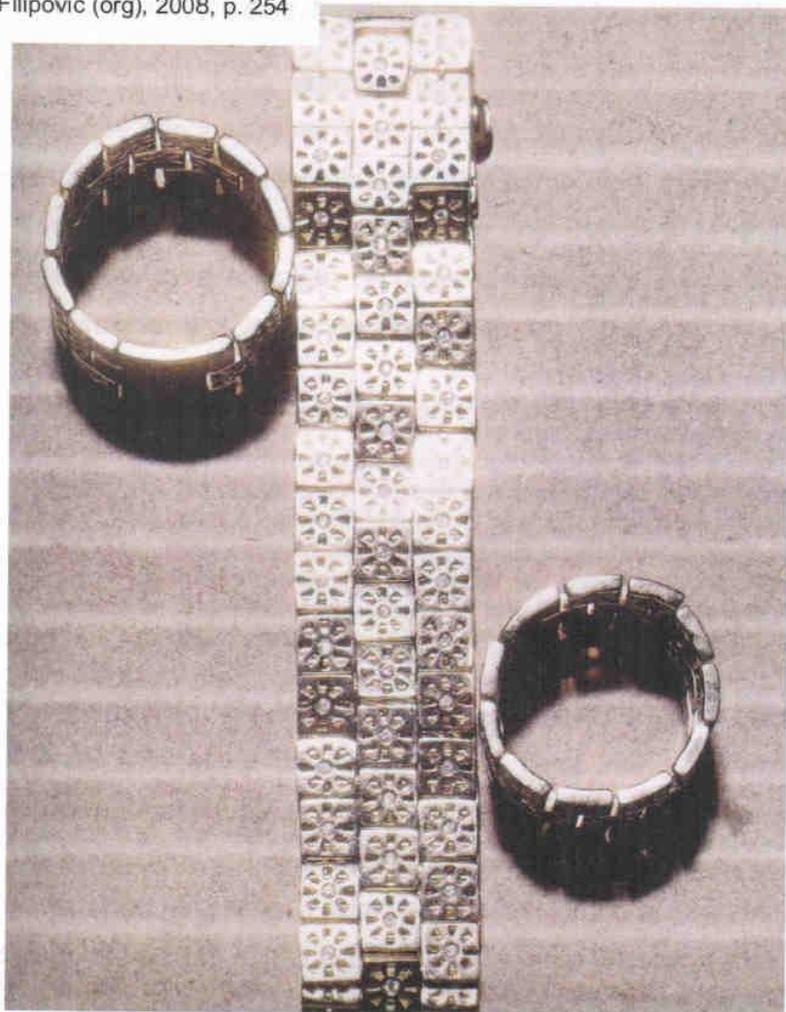


Figura. 41: *Coleção Mosaico*

Fonte: Campana, 2003, p. 393

Outra questão que aproxima e ao mesmo tempo afasta o trabalho do artista francês do trabalho dos designers brasileiros é o deslocamento que atribui novos significados. Marcel Duchamp produziu o efeito de forma intencional com a criação do *ready-made*, enquanto os Campana assistem ao deslocamento e transfiguração de seus trabalhos por curadores.

O *ready-made* "não é uma obra, mas um gesto que só um artista pode realizar e não um artista qualquer, mas precisamente Marcel Duchamp" (Paz, 2007, p. 26). Ele foi criado como uma forma de provar exatamente que a obra de arte está contida no ato criador e foi usado pelo artista primordialmente como uma forma de protestar contra a arte que chamava de *retiniana*, ou seja, baseada nas impressões puramente visuais.

Trata-se do ato de se apropriar, pela escolha de um objeto indiferente visualmente, que não inspire nem repulsa, nem afeto ou mesmo admiração, e acrescentar uma nova denominação (Duchamp costumava dizer que o título é elemento constituinte da obra), ou o que chamava de retificação, e deslocá-lo de seu local e função de origem, trazendo-o para o território da arte e, ao mesmo tempo, questionando este lugar.

As próprias declarações de Duchamp sobre *ready-mades* atravessam o nevoeiro que encobre os comentários alheios. O *readymade* foi o antídoto proposto por ele para a arte retiniana, pois "sempre era a idéia que chegava na frente e não o exemplo visual". O que era arte? Era a pergunta que os *ready-mades* faziam. E sugeriam, de modo muito perturbador, que ela podia ser qualquer coisa – um *ready-made*, de fato, era "uma forma de negar a possibilidade de definir arte". (Tomkins, 2004, p.181).

O primeiro *ready-made* de Marcel Duchamp foi a *Roda de Bicicleta*, de 1913, mas este ainda não trazia o ato completo, uma vez que foi elaborado por pura diversão. O mais conhecido até hoje é a *Fonte* de 1917, quando Duchamp comprou um mictório, assinou em sua base o pseudônimo *R. Mutt* — fazendo referência a personagens de história em quadrinhos e ao nome *Richard* associado a uma pessoa "rica" — deu-lhe o nome de *Fonte*, e enviou, sem identificar-se como autor, para ser exposto no Salão da *Society*

for *Independent Artists* de Nova York, da qual ele mesmo fazia parte da diretoria.

O Salão se dizia livre e proclamava que qualquer pessoa teria acesso para expor, desde que pagasse a importância de seis dólares. No entanto, não cumpriu este compromisso com a peça em questão, e a *Fonte* não foi exposta, causando mal estar e o protesto de Duchamp, que renunciou ao seu cargo de diretor. A experiência não obteve o êxito pretendido naquele momento, entretanto revolucionou o mundo da arte abrindo os olhos para a arte como signo que pode ser gerada a partir de um simples deslocamento, ou seja, de um ato criativo ou reconfigurador.

Calvin Tomkins (2004, p. 208-9), em seu livro *Duchamp: uma biografia* reproduz o texto publicado na revista *The Blind Man*, editada por Duchamp, Beatrice Wood (1893-1998) e Henri-Pierre Roché (1879-1959):

O CASO RICHARD MUTT

Dizem que qualquer artista que pagasse seis dólares podia expor.

Richard Mutt enviou uma fonte. Sem discussão, essa peça desapareceu e nunca foi exposta.

Quais as bases para a recusa da fonte de Mutt?

1. Alguns alegaram que ela era imoral, vulgar.
2. Outros que era um plágio, uma mera louça sanitária.

Bem, a fonte de Mutt não é imoral, isso é absurdo, ela é tão imoral quanto uma banheira. É um acessório que se vê todos os dias nas lojas de aparelhos sanitários.

Se Mutt fez ou não com suas próprias mãos a fonte, isso não tem importância. Ele ESCOLHEU-A. Ele pegou um objeto comum do dia-a-dia, situou-o de modo que seu significado utilitário desaparecesse sob um título e um ponto de vista novos – criou um novo pensamento para o objeto.

Quanto a ser uma louça sanitária, isso é uma tolice. As únicas obras de arte que a América já produziu são seus aparelhos sanitários e suas pontes.

O texto atribuído a Duchamp esclarece a base do *ready-made*, argumentando contra a recusa da *Fonte* no Salão. Diz que não há diferença se o objeto foi feito ou não pelo artista, e que o importante é a atribuição de significado, que neste caso seria conseguida através do título e da mudança de ponto de vista. Além do mais, Duchamp reitera que esse tipo de operação cria um "novo pensamento para o objeto". E é exatamente isso que os Campana fazem, ou seja, obrigam a considerar o objeto sob outras perspectivas e conceituações.

No caso dos Campana, também se observa o deslocamento de seus produtos para dentro de museus, não apenas museus de Design, mas também museus de Arte, o que vem sendo uma prática recorrente nos dias atuais. Em museus de Arte Moderna, como o de Nova York, existe uma profissional curadora dedicada para Design e Arquitetura.

Há que se observar, no entanto, que o deslocamento que acontece com o design, e em particular com objetos de Fernando e Humberto, não acontece no mesmo contexto e motivações dos *ready-mades*; o que liga os fatos é, sobretudo, o fenômeno do deslocamento como desencadeador de mudanças de categoria mediante a mudança da musealização e conseqüente imposição de uma outra percepção do objeto exposto.

Uma das diferenças entre os objetos de design em questão e um *ready-made* dentro de um museu é sua origem. Enquanto o segundo é resultado do ato de um artista, que toma para si o processo criativo pela sua escolha seguida de pequenas interferências, os primeiros são resultantes da ação de um agente, o curador, que não se posiciona como autor e conserva, pelo menos em parte, o significado dos objetos deslocados.

Duchamp escolheu seus objetos transformando-os em *ready-made*; os objetos de Fernando e Humberto são transformados em *ready-made*

contemporâneos como consequência de uma ação curatorial, embora sustentada por aproximações pertinentes.

O que torna as obras dos irmãos Campana dignas de serem escolhidas em um universo tão diversificado de objetos de design? Existem, atualmente, objetos com soluções inovadoras no atendimento das necessidades práticas dos seres humanos, como camas hospitalares, próteses ortopédicas, e até mesmo cadeiras com perfeita ergonomia, feitas com materiais resistentes, de fácil transporte e fabricação otimizada. Existem igualmente objetos com formas harmônicas, em cores e texturas cuidadosamente escolhidas por especialistas para agradar o consumidor e poucos deles ganham espaço expositivo em um museu, seja ele de design, de arte ou até mesmo de história.

O que parece explicar a potencialidade dos trabalhos dos Campana para serem deslocados pelo sistema do Design e da Arte é o seu caráter de signo que vai ao encontro do pensamento da pessoa que os escolhe; no caso das exposições em museus, é o curador.

A curadora do *MoMA* de Nova York, Paola Antonelli, foi uma das primeiras a escolher deslocar o design da dupla. Em 1998, convidou os irmãos Campana para fazer uma exposição chamada *Project 66*, na qual pretendia mostrar designers de diferentes culturas, mas com linguagens próximas, demonstrando uma suposta universalidade e peculiaridade da linguagem do design contemporâneo. O outro designer que dividiu a mostra com os Campana foi Ingo Maurer, famoso designer alemão conhecido por suas surpreendentes luminárias e que, assim como os irmãos Campana, circula entre os territórios da arte e do design com grande desenvoltura, trabalhando com frequência com instalações e cenografias.

Assim como Duchamp escolheu o mictório e tentou expô-lo em um salão de artes com o objetivo de mudar a forma de se ver a arte, assim também Paola Antonelli escolheu o trabalho dos Campana e de Maurer para mudar a forma de se ver o design. Ambos deslocaram objetos de design de seu uso prático para o uso contemplativo e simbólico.

Em se tratando de deslocamento no espaço com mudança de significado, Duchamp não escolheu somente a *Fonte* (1917), escolheu também o *Porta-garrafas* (1914), o *Armadilha* (1917) — que era um cabide de casacos fixado no chão, dentre outros. Assim também os objetos dos Campana não foram escolhidos somente por Paola Antonelli, mas também por outros curadores como Tadeu Chiarelli para o MAM-SP, em 2000, e o alemão Mathias Schwartz-Claus para o Instituto Holandês de Arquitetura, em 2009.

Mais um aspecto do trabalho de Duchamp coincidente com o de design dos Campana é comum a todo trabalho em design. Trata-se da reprodutibilidade.

Que os objetos de design, inclusive os dos Campana, devem ser reprodutíveis é óbvio, mas as obras de arte, durante alguns períodos da história das artes plásticas, não o deveriam sob pena de perderem seu valor, sua aura. Mas, neste caso, importa destacar que não é a reprodução que pode abalar a autenticidade da obra, e sim a cópia, a falsificação. Embora as técnicas de reprodução de gravuras e a utilização de moldes na escultura fossem utilizadas na história da arte, a questão da reprodutibilidade, até o início do século XX, ainda não era vista de maneira positiva.

O valor de unicidade da arte "autêntica", segundo Walter Benjamin (1936), até então esteve baseado no ritual, e a partir das técnicas modernas de reprodução adveio a "emancipação da obra de arte da existência parasitária que lhe era imposta por sua função ritual" e a decadência da aura, que segundo o mesmo autor

Resulta de duas circunstâncias, ambas em correlação com o crescente papel desempenhado pelas massas na vida presente. Encontramos hoje, nas massas, duas tendências de igual força: elas exigem por um lado, que as coisas se lhes tornem, espacial e humanamente "mais próximas, e tendem por outro, a acolher as reproduções, a depreciar aquilo que só é dado uma vez. A cada dia que passa, mais se impõe a necessidade de apoderar-se do objeto do modo mais próximo possível em sua imagem, ainda mais em sua cópia, em sua reprodução (Benjamin in Lima (org.), 2000, p.227 e 228).

Poucos anos antes de Walter Benjamin escrever este texto, Marcel Duchamp, que já fazia obras de arte a partir de objetos produzidos em escalas industriais, e não hesitava em repor suas obras extraviadas, iniciou um trabalho de arte em que a reprodução fez parte do processo. Primeiro, foi a *Caixa Verde* ou *La Mariée mise à nu par ses Celibataires, même* [*The Green Box*] (1934), que, em sua versão *standard*, continha réplicas fiéis de seus estudos para sua obra conhecida com o *Grande Vidro* ou *La Mariée mise à nu par ses Celibataires, même* (1915-23), e em sua versão de luxo, incluía uma cópia colorida dos Nove moldes málicos e uma obra original. Depois foi criada a *Boîte-en-valise* ou *Caixa-valise* (1935-41), que seria um

"museu portátil", de acordo com suas palavras, que contém em torno de 69 reproduções exatas de suas obras, com suas respectivas identificações, projeto a que Duchamp se dedica até 1941, supervisionando cuidadosamente a cor e todos os detalhes das reproduções, entre as quais *O grande vidro*, os *Neuf moules mâlic* e *Glissière...*, reproduzidas em folhas transparentes, e três *readymade* em miniatura. (Petruschansky, 2008, p. 59)

A *Caixa Verde* deveria acompanhar o *Grande Vidro*, como se fosse um livro para ser consultado durante sua fruição, para, segundo Duchamp, remover o sentido retiniano. Enquanto a *Caixa-valise* seria a sua obra, até então, compactada em um único recipiente e disponível a qualquer hora e em qualquer lugar. Mas, além destas funções, o que se destaca aqui é o seu caráter de obra de arte reprodutível, que neste aspecto não difere das criações dos Campana que podem ser reproduzidas com o seu consentimento.

Outra questão a ser levantada é a do ato criador em Duchamp. A intenção aqui não será a de negar todos os importantes personagens que integram o sistema da arte, como os curadores, críticos, *marchands*, galeristas, instituições etc., em todos os graus de influência mútua, mas apenas dar atenção a um desses integrantes, que poderia ser identificado como a razão de ser da produção artística na qual se fecha o circuito do consumo: o produto.

Em abril de 1957, na cidade de *Houston*, estado do Texas nos EUA, Marcel Duchamp apresentou suas idéias sobre o ato criador à Convenção da Federação Americana de Artes.

Consideremos dois importantes fatores, os dois pólos da criação artística: de um lado o artista, do outro, o público que mais tarde se transforma na posteridade.

(...)

Milhões de artistas criam; somente alguns poucos milhares são discutidos ou aceitos pelo público e muito menos ainda são os consagrados pela posteridade.

Em última análise, o artista pode proclamar de todos os telhados que é um gênio; terá que esperar pelo veredicto do público para que a sua declaração assuma um valor social e para que, finalmente, a posteridade o inclua entre as figuras primordiais da História da Arte.

(...)

(...) o papel do público é o de determinar qual o peso da obra de arte na balança estética.

Resumindo, o ato criador não é executado pelo artista sozinho; o público estabelece o contato entre a obra de arte e o mundo exterior, decifrando e interpretando suas qualidades intrínsecas e, desta forma, acrescenta sua contribuição ao ato criador. Isto se torna ainda mais óbvio quando a posteridade dá o seu veredicto final e, às vezes, reabilita artistas esquecidos. (Duchamp in Battcock: 1986: p. 71 a 74)

Com este texto, Duchamp assume que somente o público definiria se uma obra de arte é boa, má ou indiferente, independente de qualquer força de influência que possa sofrer para que formule seu pensamento. Além do mais, credita ao público e à posteridade a conclusão e pertinência da significação do ato criador gerado pelo artista. Mas também faz a ressalva, em entrevista a Pierre Cabanne, que não acredita em julgamento real e absoluto para obras de arte (Cabanne, 2008).

Duchamp é um típico exemplo do texto que escreveu. Seus trabalhos não foram reconhecidos em seu país no início de sua carreira. No entanto,



Figura. 43: Reportagem jornal Valor Econômico
Fonte: Valor Econômico 2009

No que se refere à crítica especializada, já se encontra pelo menos um posicionamento a favor da categorização dos trabalhos dos Campana como obras de arte. Tadeu Chiarelli, curador da exposição dos Campana no MAM-SP, no ano de 2000, chamada *Entre o design e a arte irmãos Campana entre a arte e o design acervo do MAM*, escreveu no catálogo:

Os objetos criados pelos Campana resistem à banalização, mesmo quando passíveis de serem usados. Seja pela forma, pelo material, ou pelo estímulo à nossa memória histórica ou afetiva, eles se recusam a serem sugados para a vala comum dos objetos cotidianos, permanecendo plenos e íntegros, como obras de arte que são. (Chiarelli in MAM, 2000, p. 43)

Assim, o mesmo tipo de comoção e ambivalência provocado pela obra de Duchamp — é ou não é arte? — perpassa a obra de Humberto e Fernando Campana.

A apropriação de partes de objetos do cotidiano para integrar seus objetos de arte foi feita de forma mais significativa e inaugural por artistas como Pablo Picasso com suas *assemblages*. Entretanto, Marcel Duchamp tornou-se o mais conhecido dentre os pioneiros a tomar a liberdade de se

apropriar do objeto como um todo, deslocá-lo e atribuir novos sentidos, conforme mencionado anteriormente.

Também já foi enfatizado que os irmãos Campana, de forma igualmente inovadora, escolheram e apropriaram-se de objetos inteiros, como ralos ou bichos de pelúcia, e construíram outros objetos incorporando os atributos físicos e de significado dos objetos por eles escolhidos, que foram deslocados por curadores para exposições e passaram a fazer parte de acervos de museus de design e de arte.

Apesar de as situações apresentadas serem diferentes, os fenômenos da apropriação e do deslocamento de objetos de uso cotidiano para o uso contemplativo, inerente à arte, aparecem nos dois casos e causam estranhamento por sua aproximação e afastamento, evidenciando pontos de contato entre design e arte representados por objetos materializados.

3.3 Apropriações e Deslocamentos

Enquanto um artigo está em uma loja e um trabalho de arte se encontra em uma galeria, ambos podem ser objetos de desejo de qualquer pessoa. Porém, no momento em que um indivíduo que os deseja comprá-los e deslocá-los para sua casa, tais produtos mudam de categoria e passam a fazer parte da vida desse sujeito, não sendo mais exclusivamente objeto de desejo, mas sim objeto de seu afeto, desafeto ou indiferença com o passar do tempo, além de constituir-se, paulatinamente, como peça que compõe o intrincado mosaico da memória do indivíduo.

Note-se que o deslocamento em questão é a mudança do local do objeto, não a simples mudança de posição, ou a simples alteração de localização dentro de um mesmo espaço. Ele passa a existir quando o objeto é retirado do lugar no qual se encontrava anteriormente.

Esse deslocamento altera não apenas a localização do objeto físico no espaço através do tempo; ele muda igualmente o ponto de vista de quem o observa. E esse ponto de vista pode mudar tudo.

Modificam-se também os significados resultantes da interação com o novo ambiente. Uma lâmpada vermelha pode ter muitos significados dependendo do local onde esteja, como, por exemplo, no altar de uma igreja católica ou na fachada de uma casa ou loja.

Já a apropriação, ou seja, tomar algo para si, deriva da noção de propriedade de algo, já pronto, que antes era de uso comum ou exclusivo de outro indivíduo ou grupo de pessoas. Hoje pode ocorrer através de troca, doação ou compra, quando se estabelece um contrato de mudança de pertencimento; ou de forma unilateral quando ocorre que uma parte tome algo sem que haja quaisquer consentimentos.

Apropriação, aqui, também pode ser equivalente ao consumo dentro do conceito de pós-produção de Nicolas Bourriaud, quando ocorre a atribuição de significados através do uso. "Ao utilizar sua televisão, seus livros, seus discos, o usuário da cultura emprega toda uma retórica de práticas e 'artimanhas' semelhante a uma enunciação, uma linguagem muda possível de classificar em seus códigos e figuras" (Bourriaud, 2009, p. 21). Ou seja, o uso é um processo criativo/significativo e é único.

Assim, os processos de apropriação de objetos de design feitos por Marcel Duchamp e por Fernando e Humberto Campana podem já ser, por si só, considerados atos que geram novos signos dentro da categoria de objetos de design perfeitamente manipuláveis por seus re-criadores ou intérpretes.

Até aqui é aceitável a idéia de concordar com a aproximação dos processos de criação dentro da arte de Duchamp e do design dos Campana, mas, no momento em que estes objetos passam a ser deslocados para espaços destinados a obras de arte, como museus, não se pode chegar a respostas tão simplificadoras.

O deslocamento dos trabalhos de Duchamp para espaços expositivos, promovido por ele mesmo, fez parte do próprio ato criador, conforme já observado. Quanto às exposições contemporâneas realizadas com seus trabalhos, pode-se comentar que são de caráter histórico e mantêm vivas as questões por ele levantadas.

No caso do trabalho dos Campana, é preciso observar com mais cautela o que acontece em um museu de arte contemporânea quando da exposição e aquisição de suas obras de design.

O museu de arte contemporânea tradicional, que ainda funciona como um dos agentes que constroem a história da arte e favorecem o estudo e o acesso à memória da arte atual, segundo Hans Belting, utiliza critérios inadequados para seleção de seu acervo. "Hoje a arte de museu é simplesmente tudo, já que tudo se encontra no museu. Os museus aceitam com gratidão e submissão as coleções particulares mais impróprias, cuja utilização é ditada exclusivamente pelo doador" (Belting, 2006, p. 138). Belting, com essa informação, posiciona-se contra o "vale-tudo" das ações curatoriais verificadas em vários museus de arte contemporânea.

A crítica também se refere a não contextualização daquilo que expõe e por trazer, indevidamente para si (o museu) a autoridade de ditar a história. Douglas Crimp afirma que "Ele arranca os objetos de seus contextos históricos originais não como um ato de celebração política, mas com o objetivo de criar a ilusão do conhecimento universal" (Crimp, 2005, p. 181).

No entanto, o que se observa é que o museu também vem tentando adaptar-se à instabilidade da arte contemporânea — pois toda arte contemporânea, de qualquer tempo e lugar, expressa a instabilidade do presente ainda não consagrado pela história —, com todas as suas variáveis e apresenta-se como significativo agente promotor da acessibilidade à produção artística. É o espaço vazio com potencialidade para conter e é a cultura, representada pelos curadores que faz as escolhas que serão, ou não, reiteradas pela posteridade.

E o que leva os curadores a optar por uma exposição de design dentro de um museu de arte pode ser encarado conforme mencionado no catálogo da *Entre o Design e Arte: Irmãos Campana*, no qual o curador afirma que a escolha por aquela exposição faz parte da política do museu de se abrir para outras manifestações artísticas. O que, certamente, diz respeito ao embotamento e à dissolução de fronteiras verificadas no âmbito da arte contemporânea.

Cabe, no entanto, ir mais além e questionar o motivo desta política. Investigar na prática o porquê desta abertura, deste museu em particular, e por que a escolha do design colocando-o ao lado da fotografia, do vídeo e da arquitetura. Mas estas são questões para um futuro aprofundamento de pesquisa.

Considerando possíveis respostas, é possível contextualizar o fato em um mundo contemporâneo onde as manifestações artísticas encontram-se disseminadas em todos os espaços e onde o curador volta-se para o que é novo nesse cenário, selecionando presumivelmente o que melhor pode representar a cultura atual, na tentativa de trazer um número significativo de visitantes ao museu.

Nesse sentido de proliferação estética, Jean Baudrillard diz que a arte desapareceu "como pacto simbólico, pelo qual ela se distingue da pura e simples produção de valores estéticos, que conhecemos sob o nome de cultura: proliferação de signos ao infinito, reciclagem das formas passadas e atuais". (Baudrillard, 1990, p. 21)

Caso essa assertiva esteja correta, corre-se o grande risco da banalização ou a mutação dos espaços expositivos de arte em instrumento de promoção de interesses diversos que sirvam como mera propaganda política, mercadológica ou ideológica.

Mas resta considerar como alternativa a aproximação do design com a arte, o que, como observado nos casos de Duchamp e dos Campana, criam situações em que as áreas confundem-se e as fronteiras tornam-se

esgarçadas. Quando a apropriação e o deslocamento de algo — que por si só já contém esse potencial — cria não só um novo objeto, mas apresenta-se também como um paradoxo, no qual o útil e o inútil, a contemplação e a função tornam-se indissociáveis. As definições canônicas asseveram que o útil e o funcional pertencem ao campo do design, enquanto a contemplação e a inutilidade são próprias da arte. Os processos de apropriação de artistas e designers e o deslocamento promovido, sobretudo por curadores, colocam em xeque esses cânones retóricos e conceituais.

As obras de design, como as dos Campana e as selecionadas por Duchamp, deslocadas para dentro de museus carregam todo o seu potencial utilitário mas ainda assim passam por um processo de transfiguração ou de conversão semiótica, mudam de categoria e passam a evidenciar características que não despertariam a atenção caso fossem vistas em seu local de origem, ou seja nos espaços do cotidiano. Passam a ter como dominância, o seu caráter simbólico e estético e não mais o prático ou utilitário.

Arthur Danto, sem deixar de advertir que a questão não é simples e não deve se restringir ao enunciado, afirma que “assim como qualquer coisa pode expressar qualquer coisa, desde que se conheçam as convenções pertinentes e os fatores que explicam seu status como expressão, qualquer coisa pode ser uma obra de arte” (Danto, 2005, p. 113).

O mesmo teórico afirma que, apesar de qualquer coisa poder ser arte, e que tudo pode ser visto com distanciamento estético, diz também que para que algo possa ser considerado como arte, existe a necessidade de conscientizar o fruidor de que ele está frente a uma obra de arte, responsabilidade que um museu de arte é capaz de assumir quando promove uma exposição.

Na opinião de Danto, para que uma pessoa possa reagir esteticamente às propriedades provocativas de uma obra de arte quando comparada a um outro objeto idêntico que não o seja, “é preciso antes saber que o objeto em questão é uma obra de arte, de modo que para reagir de

modo diferenciado a essa diferença de identidade é preciso que já tenha sido feita a distinção entre o que é arte e o que não é" (Danto, 2005, p. 151). Na contemporaneidade, o museu de arte talvez seja a principal peça na engrenagem do sistema da arte, sobretudo no que diz respeito à definição do que é ou não arte.

Assim, conforme Danto e Duchamp, pode-se inferir que o trabalho dos Campana, quando expostos dentro de um museu de arte e quando um curador diz, no catálogo, que se trata de obras de arte, as obras expostas são, nesta ocasião, obras de arte. Mas há que se observar que esta categorização não estabelece o padrão da qualidade.

Conclusão

Os resultados obtidos com o uso do modelo de regressão logística confirmam a hipótese de que a presença de um sistema de gestão de qualidade influencia positivamente a adoção de práticas sustentáveis. Além disso, a adoção de práticas sustentáveis também é influenciada por fatores como o tamanho da empresa, o setor de atuação e o nível de escolaridade dos gestores. Portanto, a implementação de um sistema de gestão de qualidade pode ser considerada uma estratégia eficaz para promover a sustentabilidade nas organizações. No entanto, é importante considerar que a adoção de práticas sustentáveis também pode ser influenciada por outros fatores, como a cultura organizacional e a pressão dos stakeholders. Portanto, é necessário adotar uma abordagem integrada para promover a sustentabilidade nas organizações.

Agradecemos aos participantes do estudo por sua contribuição para a pesquisa. Este trabalho foi financiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) através do projeto de pesquisa nº 301301/2018-0.

Os autores declaram não haver conflitos de interesse.

Este trabalho é uma tradução de um artigo publicado em português no periódico *Revista de Administração*, volume 55, número 1, páginas 105-115, em 2020.

Este trabalho é uma tradução de um artigo publicado em português no periódico *Revista de Administração*, volume 55, número 1, páginas 105-115, em 2020.

Este trabalho é uma tradução de um artigo publicado em português no periódico *Revista de Administração*, volume 55, número 1, páginas 105-115, em 2020.

Este trabalho é uma tradução de um artigo publicado em português no periódico *Revista de Administração*, volume 55, número 1, páginas 105-115, em 2020.

Este trabalho é uma tradução de um artigo publicado em português no periódico *Revista de Administração*, volume 55, número 1, páginas 105-115, em 2020.

Este trabalho é uma tradução de um artigo publicado em português no periódico *Revista de Administração*, volume 55, número 1, páginas 105-115, em 2020.

Este trabalho é uma tradução de um artigo publicado em português no periódico *Revista de Administração*, volume 55, número 1, páginas 105-115, em 2020.

Este trabalho é uma tradução de um artigo publicado em português no periódico *Revista de Administração*, volume 55, número 1, páginas 105-115, em 2020.

Este trabalho é uma tradução de um artigo publicado em português no periódico *Revista de Administração*, volume 55, número 1, páginas 105-115, em 2020.

Este trabalho é uma tradução de um artigo publicado em português no periódico *Revista de Administração*, volume 55, número 1, páginas 105-115, em 2020.

Este trabalho é uma tradução de um artigo publicado em português no periódico *Revista de Administração*, volume 55, número 1, páginas 105-115, em 2020.

Este trabalho é uma tradução de um artigo publicado em português no periódico *Revista de Administração*, volume 55, número 1, páginas 105-115, em 2020.

Este trabalho é uma tradução de um artigo publicado em português no periódico *Revista de Administração*, volume 55, número 1, páginas 105-115, em 2020.

Que fique absolutamente descartada qualquer impressão deste estudo ter sido elaborado com o propósito de discutir se o trabalho dos Campana são obras de arte ou não. Longe de tal hipótese, o objetivo foi simplesmente de apresentar o fenômeno com suas singularidades e buscar respostas, mesmo que provisórias, para o caso particular da apropriação e do deslocamento presente potencialmente em seus trabalhos, apontando caminhos para entender como e por que acontecem, tomando por referência o fenômeno Marcel Duchamp.

Da cultura popular e de massa, tanto Marcel Duchamp quanto Humberto e Fernando Campana, resgataram objetos cotidianos do mar de banalidade que os envolvia. Em outras palavras, deram novos e inusitados significados a objetos que, de outra forma, talvez não merecessem a atenção de um olhar puramente contemplativo – a “transfiguração do lugar comum”, conforme *insight* de Arthur Danto (2005)

Do significado como objetos do cotidiano ao significado como objetos estéticos expostos em museus de arte, Duchamp e os Campana potencializam um jogo de linguagem que é próprio da arte contemporânea, na qual o que importa não é tanto a origem do objeto ou processo, mas sua assimilação e destino de paradigma da razão criadora, seja de artista, seja de designer.

O contexto e a atitude no caso de Duchamp, e a pregnância da forma aliada à carga simbólica no caso dos Campana, é que revelam essa potencialidade de tornarem-se paradigmas do ato criador e que, em última instância, é o que importa no campo da arte.

Se curadores ditam ou expressam tendências conceituais, isso pouco importa, pois, como se pode inferir das declarações de Duchamp e de tantos outros, eles (e suas idéias) também terão que passar pelo escrutínio da posteridade.

Entre deslocamentos e apropriações de artistas e designers, este trabalho configura-se também como deslocamento e apropriação, na

tentativa de assimilar algumas zonas de fricção entre arte e design no universo caleidoscópico da cultura contemporânea.

O que importou nesta pesquisa foi a verificação de proximidades e a revelação de confluências — no caso, entre certos procedimentos comuns a Duchamp e aos Campana e os modos de recepção de suas obras no sistema da arte.

Felizmente, este estudo, com seu tempo e seu contexto, obrigam ao vislumbre de novos e futuros deslocamentos e apropriações dentro desse mesmo tema.

Bibliografia

ARGAN, Giulio Carlo. **Arte moderna**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

ARTE&DESIGN. "Irmãos Campana viram curadores de exposição". In: **DESTAK Jornal – SP Diversão&Arte**. Disponível em: <http://www.destakjornal.com.br/readContent.aspx?id=17,41682> . Acesso em: 08 jan.2011

BARDI, Pietro Maria. **Em torno da escultura no Brasil**. São Paulo: Bco Sudameris, 1989.

BAUDRILLARD, Jean. **A transparência do mal: Ensaio sobre os fenômenos extremos**. Campinas: Papyrus, 1990.

_____. **Senhas**. Rio de Janeiro: DIFEL, 2007.

_____. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2008

BAYARS, Mel. **50 Tables: innovation in design and materials**. Hove, England: Rotovision, 1997.

BELTING, Hans. **O fim da história da arte: uma revisão dez anos depois**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

BENJAMIN, Walter. "A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica". In LIMA, Luiz Costa (org.) **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

BOURRIAUD, Nicolas. **Estética relacional**. São Paulo: Martins, 2009

_____. **Pós-produção: como a arte reprograma o mundo contemporâneo**. São Paulo: Martins, 2009.

CABANNE, Pierre. **Marcel Duchamp: engenheiro do tempo perdido**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

CAMPANA, Humberto; CAMPANA, Fernando. **Campanas**. São Paulo: Bookmark, 2003.

_____. **Cartas a um jovem designer: do manual à indústria, a transfusão dos Campana**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

CAUQUELIN, Anne. **Arte contemporânea: uma introdução**. São Paulo: Martins, 2005.

CHIARELLI, Tadeu. "Do objeto impossível à possibilidade do objeto". In: Museu de Arte Moderna de São Paulo. **Entre o design e a arte: irmãos Campana entre a arte e o design: acervo do MAM** (catálogo). São Paulo, 2000.

CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. São Paulo: Cortez, 2009.

CRIMP, Douglas. **Sobre as ruínas do museu**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

D'AMBROSIO, Daniela. "Estes irmãos só fazem arte". In: **VALOR On Line**. Disponível em: <http://www.valoronline.com.br/impreso/cultura/111/125186/estes-irmaos-so-fazem-arte>. Acesso em: 08 jan.2011.

DANTO, Arthur C. **A transfiguração do lugar comum: uma filosofia da arte**. São Paulo: Cosac Naify, 2005

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **O que é a filosofia?** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

DUCHAMP, Marcel. "O ato criador". In BATTOCK, Gregory (org.). **A nova arte**. São Paulo: Perspectiva, 1986.

FILIPOVIC, Elena (org.) **Marcel Duchamp: uma obra que não é uma "obra de arte"**. São Paulo: Museu de Arte Moderna, MAM-SP, 2008.

FISCHER, Ernst. **A necessidade da arte**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1976.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. São Paulo: Escrituras Editora, 2000.

_____. **Design do objeto: bases conceituais**. São Paulo: Escrituras Editora, 2006.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006

HARPERCOLLINS Publishers. **Dicionário Collins: inglês-português, português-inglês**. São Paulo: Martins Fontes, 2004

HOUAISS, Antonio e VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

LEAL, Joice Joppert. **Um olhar sobre o design brasileiro**. São Paulo: Objeto Brasil; Instituto Unimep; Imprensa Oficial do Estado, 2002.

LOUEIRO, João de Jesus Paes. **A conversão semiótica na arte e na cultura**. Belém: EDUFPA, 2007.

LUPTON, Ellen; PHILIPIS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

McCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MINK, Janis. **Duchamp**. Singapore: Taschen/Paisagem, 2006.

MORAES, Dijon de. **Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem**. São Paulo: Edgar Blücher, 2006.

MUNARI, Bruno. **A arte como ofício**. Lisboa: Editorial Presença, 1978.

_____. **Artista e designer**. Lisboa: Edições 70, 2001.

MUSEU DE ARTE MODERNA DE SÃO PAULO. **Entre o design e a arte irmãos Campana entre a arte e o design acervo do MAM (catálogo)**. São Paulo, 2000.

NIEMEYER, Lucy. **Design no Brasil: origens e instalação**. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

_____. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

PAREYSON, Luigi. **Os problemas da estética**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

PAZ, Octavio. **Marcel Duchamp, ou, o castelo da pureza**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

PETRUSCHANKY, Hugo. "Marcel Duchamp (1887-1968) vida e obra". In FILIPOVIC, Elena. **Marcel Duchamp: uma obra que não é uma "obra de arte"**. São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo, MAM-SP, 2008. P. 24 – 77

PEVSNER, Nikolaus. **Origens da arquitetura moderna e do design**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BROTAS. Disponível em: <http://www.brotas.sp.gov.br> . Acesso em: 27 dez.2010.

SOUZA, Pedro Luiz Pereira de. **Notas para uma história do design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.

TOMKINS, Calvin. **Duchamp: uma biografia**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

WICK, Rainer. **Pedagogia da Bauhaus**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

WOLLHEI, Richard, 1923. **A arte e seus objetos**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

ZAMBONI, Silvio. **A pesquisa em arte: um paralelo entre arte e ciência**. Campinas, SP: Autores Associados, 2006.