

## ARTE OU DESIGN? METODOLOGIA E IDEOLOGIA NA OBRA DOS IRMÃOS CAMPANA

PINHEIRO, Olympio José  
Prof. Dr. do Programa de Pós-graduação de Design da UNESP/Bauru

EGUCHI, Haroldo Coltri  
Bacharel em Design de Produto pela UNESP/Bauru

Resumo: Esta pesquisa busca identificar os pontos que tornam o trabalho dos Campanas tão relevante no contexto histórico da contemporaneidade. Contrastando sua obra com a produção anterior do Design Moderno percebemos uma tentativa criativa de distanciamento e crítica. Ao reinterpretar os temas populares de massa e da erudição e fundir diversas culturas, tornam-se únicos e um exemplo notável do que um país multicultural pode fornecer.

Palavras-chave: pós-industrialismo, design contemporâneo, história do design.

*Abstract: This research tried to identify some aspects that make Campana's work relevant at the historical context of contemporarity. Contrasting their objects with the earlier production of Modern Design we see a creative attempt of distance and critic. When reinterpreting folk themes and fuse many cultures they become unique and a notable example of what a multicultural country can give.*

*Key-words: postindustrialism, contemporary design, design history.*

### Definindo termos ou Em torno dos conceitos

Iniciemos com o questionamento: o que faz com que a obra destes dois designers seja reconhecida como tão original e, ao mesmo tempo, tão cativante? Qual será a *ideologia* e a *metodologia*, se assim podemos falar, por trás de seus trabalhos?

Por *ideologia* poderíamos entender o

(...) pensamento teórico que crê desenvolver-se abstratamente sobre os seus próprios dados, mas que é, na realidade, a expressão de fatos sociais, particularmente de fatos econômicos, de que aquele que a constrói não tem consciência, ou, pelo menos, não percebe que determinam o seu pensamento. Muito usual neste sentido no marxismo. (LALANDE, 1999, p. 508)

Na verdade, o termo ideologia é anterior ao marxismo, surge

na época da ditadura de Napoleão. Os revolucionários continuavam mais ou menos fiéis ao racionalismo e os que detestavam a Revolução geralmente não aceitavam o racionalismo do século XVIII. No entanto, no período ditatorial napoleônico, eram os

‘ideólogos’ que dominavam; caracterizavam-se por serem antimetafísicos, antiteológicos e antimonarquistas. (MENDONÇA, 1985, p. 53).

Em uma acepção mais recente: “(...) Uma ideologia é um sistema de noções que toma a forma de princípios morais-leis, concepções-presentes nas práticas habituais como ‘senso comum’, as instituições jurídicas, etc., ou de uma maneira teórica como discursos éticos, teológicos e filosóficos.” (ESCOBAR *apud* MENDONÇA, 1985, p. 57)

Já por *metodologia* compreendemos o estudo *a posteriori* dos métodos, ou seja, o “(...) programa que regula antecipadamente uma seqüência de operações a executar e que assinala certos erros a evitar, com vista a atingir um resultado determinado.” (LALANDE, 1999, p. 679)

À primeira vista metodologia e ideologia podem parecer duas categorias totalmente desconexas, no entanto, toda metodologia pressupõe uma ideologia que é responsável pela coerência entre trabalhos distintos quer de um mesmo autor, quer de autores diferentes. Em outras palavras, não é possível fixar-se em determinada metodologia sem a crença (ideologia) de que o processo utilizado seja, no mínimo, aceitável.

### **A ruptura com o ideal modernista do *design***

Por trás do Modernismo, ou das Vanguardas Históricas, existe uma ideologia conhecida como “Projeto Moderno” que visava à construção de um mundo melhor baseado na libertação do homem de suas prisões, sobretudo das prisões intelectuais. Este projeto das “luzes”, advindo do Iluminismo, indicava uma racionalização do mundo, uma valorização da ciência em oposição à religião, ou do uso racional do ornamento – no sentido de racionado, em oposição a exagero.

Enquanto alguns autores podem se referir ao pós-modernismo como periodicidade vinculada aos fins das ideologias, período no qual se encontra a obra dos irmãos Campana, outros vêem como um movimento fundamentado na ideologia da tolerância (DORFLES, 1989). No primeiro caso trata-se de uma

ruptura com a ideologia modernista após o reconhecimento de suas falhas. Ou ainda, miscigenando ambas as opiniões: a ideologia do fim das ideologias.

Os irmãos Campana não precisam necessariamente ter a consciência de toda esta teia ideológica onde estão inseridos, mas este pensamento está presente no conceito marxista de ideologia. Supondo ou não o conhecimento desta rede teórica e conceitual, sua grande inovação pode ser explicada tanto pela enorme sensibilidade da dupla de criadores, quanto pela ação revolucionária (não sem certo caráter reacionário) contra o *design* que era produzido no Brasil antes de sua exposição *Desconfortáveis*.

Sua metodologia pode ser antevista por um passeio pela cidade de São Paulo, lugar onde, ao mesmo tempo em que o caos e a beleza são fonte de inspiração, procuram por hipotéticos materiais para sua nova produção. São materiais geralmente considerados inferiores, como cordas, mangueiras, EVAs (Etil Vinil Acetato), entre muitos outros bastante usados no artesanato, ou para produtos que o modernismo teria chamado de *kitsch*<sup>1</sup>.

A partir daí o trabalho, em oficina dá-se em torno do material, da exploração de suas potencialidades<sup>2</sup>, e em um processo a que identificaríamos como de bricolagem. No entanto, segundo os próprios Campana, em entrevista ao Design Museum, *“This is a thin and dangerous line that can transform design into something kitsch or folksy. It has to have a balance in order to avoid all traps and vices.”*

Por “bricolagem” aqui se entende o “trabalho ou conjunto de trabalhos manuais feitos em casa, na escola etc., como distração ou por economia” – HOUAISS (2001). Bricolagem tem origem no termo francês *bricolage* (trabalho intermitente) que deriva de *bricoler* (movimento de ir e vir). O termo é aqui aplicado para designar o trabalho de pequenas oficinas, mais por passatempo que por obrigação, onde *se fundem os diversos elementos ao alcance da mão para criar um novo produto*. (Cf. LEVI-STRAUSS; PINHEIRO, 1991, p: 271).

No caso dos Campana é a retomada de um projeto pré-industrial utilizando-se de matéria-prima industrial. Neste sentido, há um questionamento da cultura industrial, ao tratá-la de forma artesanal, integrando-as. Da perspectiva das artes visuais, poderíamos analisar esta forma de produção como um retorno inovador à *collage* Cubista, uma releitura dos *ready-made* de Duchamp, ou ainda a incorporação do acaso Dada. (ARCHER, 2001; RUHRBERG, 2005)

O projeto, assim como o *design*, tem uma história. Mas o *design* moderno, sobretudo ulmiano, tratou de esquecê-la. Talvez isto se deva ao fato do artesanato ter sido considerado por muito tempo como uma “Arte Menor” e, conseqüentemente, sua associação ao *design* científico, ideal de Ulm, tenha se tornado indesejável. Abafadas por décadas, estas outras formas de projetar, como a do *bricoleur*, do marceneiro, do pintor, do zen oriental<sup>3</sup>, entre outras, voltam a ganhar espaço. Talvez este seja o motivo do trabalho dos irmãos Campana, apesar de se servir de uma semântica essencialmente brasileira, falar uma linguagem universal.

### **O design pós-industrial**

O termo “Sociedade Pós-Industrial” denuncia que não seria mais a Indústria quem dita as normas na sociedade, ou sequer seria a principal fonte de riquezas (DE MASI, 2000). Neste sentido poderíamos aproximá-lo da *Condição Pós-Moderna* de Lyotard (2006). Em ambas as discussões sobre a sociedade atual, ou do futuro, é o conhecimento que ocupa o lugar de destaque. Já não é tão importante a produção da mercadoria, mas são segredo de estado: a tecnologia necessária para sua produção, os centros de pesquisas nas mais diversas áreas do conhecimento, ou mesmo a cultura enquanto patrimônio<sup>4</sup>.

O design pós industrial, ou pós-industrialismo, é definido como “El planteamiento posmoderno del diseño en el que los objetos diseñados se producen al margen de la corriente industrial” (FIELL, 2006, p. 148). Diz respeito a obra de designers que, após décadas de submissão ao paradigma industrial da era Ford – aproximadamente entre 1910 e 1960 – reagiram, a partir dos anos 80, criando objetos únicos, ou em pequenas séries, de difícil reprodução. Isto permite uma liberdade maior de projeto, uma vez que

dependem muito pouco da facilidade de fabricação ou das questões mercadológicas.

Nas palavras de Bhaskaran:

postindustrialism represented a significant shift for the design industry from an industrial to a service-based economy, producing goods for predetermined sectors of individuals in batch production as designers began creating products in limited editions or as unique one-off pieces. No longer restricted by the confines of industrial process, designers approached their work in a completely new way, reveling in their newfound creative freedom. (BHASKARAN, 2005, p. 210)

Está inserida neste contexto parte da obra de Ron Arad, Tom Dixon e dos Irmãos Campana, entre outros. Aqui o que importa não é tanto a fabricação, mas principalmente a criação. Enquanto Fernando admite pensar mais no “*design*”, em como sua obra pode ser produzida e utilizada, Humberto está preocupado simplesmente em criar, ou seja, nada interessa a não ser dar vida à idéia (EGAS, 2005).

Além do criar descompromissado de Humberto, também observamos a incorporação do erro. Esta forma de produção, baseada na aceitação e incorporação do erro, do acaso e do imprevisto já é ponto comumente aceite em diversas formas de arte. Desde o início do século XX vemos os dadaístas e posteriormente os surrealistas e outros se utilizarem deste método. Após as duas guerras mundiais, com a descrença nos ideais modernistas por parte dos agentes de cultura, esta incorporação do acaso, herança dos *ready-made* de Duchamp, intensifica-se, como podemos observar no *dripping* de Jackson Pollock ou em algumas músicas de John Cage, como em 4'33". Infelizmente, o *design* se manteve décadas atrasado com relação ao pensamento artístico contemporâneo. Atrás este que se tenta recuperar nos dias de hoje por alguns *designers* contemporâneos, entre os quais se apontam os Campana.

Atualmente, talvez uma das únicas diferenças entre o *designer* contemporâneo que seguiria esta forma de produção e o artista plástico, seria a de que enquanto o artista passaria a brincar com lâminas de metal, troncos de

madeira, pedaços de um piso velho, com uma função estética predominante, o *designer* se preocupa em criar uma escultura utilizável<sup>5</sup> de alguma forma e que tenha a possibilidade de uma produção em série. Embora não possamos esquecer a fotografia, o cinema e as obras nas Artes Plásticas, enquanto objetos múltiplos da década de 60 e 70, que também incorporam a produção em série. O que não quer dizer que o distingue *design* contemporâneo seria se pautar pela utilidade. Uma cadeira desconfortável, a inutilidade do útil, ainda assim carrega a utilidade cadeira que a diferencia de uma escultura propriamente dita, a utilidade do inútil. Não importa se a cadeira realmente será usada, ela ainda manterá a essência que a faz cadeira.

Cabe aqui questionar se estas reflexões não constituem apenas modismos, frutos verdes do tempo, ou se representam ideologias muito significativas e compartilhadas por um número de pessoas nos círculos eruditos da teoria e da crítica do *design*. A tolerância ao erro, a admiração do artista pelos seus erros, é um passo significativo não só rumo ao mundo que se tenta construir, como também à metodologia de trabalho do *designer*. Enquanto a modernidade tentava se basear na igualdade social, na racionalização e na ciência, a pós-modernidade tem como carro guia a defesa das minorias, a aceitação do erro, a diversidade, a tolerância e a solidariedade de uma maneira geral.

Muito significativo, neste contexto, é a oficina ministrada pelos Campana no Museu Brasileiro da Escultura, que desembocariam numa exposição dos participantes intitulada *No Tech*. As instruções dadas eram de retrabalhar a matéria encontrada, recontextualizando-a em um fazer com as mãos (BRANDÃO, 2003). É principalmente neste ponto metodológico dos Campana, que as fronteiras entre *design* e arte parecem dissolver-se.

### **Um novo nacionalismo para o século XXI**

Ouçamos os Campana:

Queríamos ser alemães no começo, fazer coisas perfeitas e ficávamos loucos porque o alumínio entortava. Um dia, baixamos a guarda: nós não nascemos na Escandinávia

nem no Japão, nós nascemos no Brasil e vamos fazer uma coleção de cadeiras chamada *Desconfortáveis*. Foi nossa libertação!<sup>6</sup> (EGAS, 2005, p. 4).

Nesta passagem nos parece muito nítida a incorporação do erro ao projeto, conforme foi discutido anteriormente. Além disto, marca um contraste entre *design* alemão e *design* brasileiro. O *design* alemão a que se referem é justamente o *design* inserido na tradição funcionalista: Bauhaus – HfG – ESDI<sup>7</sup>, que gerou frutos na Escandinávia, região atualmente famosa por seu *design* moderno.

Todavia não parece haver na obra dos Campana aquela intenção nacionalista do final do século XIX (pan-germanismo, pan-eslavismo, unificação italiana, fim à exploração mercantilista das colônias) e início do século XX (duas Grandes Guerras Mundiais). Observamos seu nacionalismo diferente, mais descompromissado. Nele parece existir mais o conceito de respeito à cultura popular, de massas e erudita, enquanto expressões de seu tempo igualmente válidas, do que seu uso para estimular um *pan-brasilianismo*, uma unificação do “povo brasileiro”. Muito menos se observa um ultra-nacionalismo a exemplo de movimentos de extrema direita como o Integralismo, cuja saudação, através do vocábulo tupi Anauê, significava algo como: você é meu irmão. O nacionalismo a que nos referimos se caracterizava

(...) pela glorificação da nação, da honra e grandeza nacionais face a outros povos, isto é, proclamava a desigualdade nacional e o direito ao domínio. O nacionalismo funcionou, portanto, como uma arma na competição mundial. Mas, como se tratava de um sentimento profundamente arraigado na consciência coletiva, era um poderoso instrumento na mobilização das populações para a luta. (FALCON e MOURA *apud* MENDONÇA, 1985, p. 150)

O novo nacionalismo descompromissado, com respeito às culturas nacionais – no plural por serem um sem número de culturas –, parece atuar como a grande força motriz do trabalho dos Campana. Trabalhando com essa pluralidade de culturas que encontramos no Brasil, aliada às culturas de massa e erudita (cabe aqui lembrar o intenso interesse de Humberto Campana por escultura) Fernando e Humberto conseguem produzir um novo novo-velho-novo. Ou

seja, não são *bricoleurs* somente quando põem a mão na massa, também o são no campo das idéias. Realizam uma montagem de culturas heterogêneas através do exercício do *design*.

É o que talvez se possa deduzir nas peças produzidas que remetem a outras nacionalidades, como a série *Sushi*. O que não a torna alheia à realidade brasileira, já que o sushi é, atualmente, uma comida japonesa internacionalizada e, além disto, São Paulo é a maior colônia japonesa do mundo. Entretanto, estes designers seguem dizendo (ao Design Museum): “Brazil is our great fountain of inspiration. Everything inspires us – from the people and how they organize their lives, to the geographical, racial and cultural variety of our environment. This fusion is truly what we consider modernity.” Cabe aqui destacar que onde eles vêem *modernity* a crítica observa *Post-modernity*.

Boa parte da inspiração para o trabalho vem de elementos brasileiros. Sejam eles materiais populares, a caótica São Paulo ou a interiorana e nostálgica Brotas, cidade da sua infância. Parecem fornecer a resposta ao desafio proposto por Dijon de Moraes:

O verdadeiro desafio na resolução do teorema design brasileiro é aquele de transformar o excesso de informação cultural, oriunda da forte miscigenação das raças, em um modelo em equilíbrio. Isto é, o desafio de conferir harmonia estética e estésica aos bens de uma cultura material provenientes de uma cultura múltipla. (DE MORAES, 2006, p. 256)

Ou como mais adiante reflete sobre o design e a globalização:

É interessante perceber que, hoje, outros países, com diferentes percursos formativos, por exemplo, aqueles de culturas homogêneas, procuram os seus modos de se adaptarem a este novo cenário mundial. A Itália, que há muito tempo desponta como grande protagonista mundial no âmbito do design, faz uso, hoje, de uma espécie de livre circulação de designers de proveniências distintas, buscando por este meio a inserção de novas referências estéticas e culturais na sua produção industrial. Isto é, os novos protagonistas que despontaram de forma marcante dos anos noventa em diante no cenário do design italiano são mesmo, na sua maioria, provenientes de

outros países. Estes designers trouxeram, para dentro das empresas italianas, novas energias e uma multiculturalidade que um país como a Itália e os demais países europeus sozinhos não lhe podem conferir. Não por acaso, os últimos designers de reconhecimento e sucesso junto às indústrias italianas são provenientes de um leque de países como França, Inglaterra, Israel, Japão, Egito, Alemanha, Brasil, Holanda, USA, dentre vários outros. (DE MORAES, 2006, p. 259-60)

Esta visão apresentada por Dijon de Moraes, que observa o Brasil como modelo de hibridação de culturas, por ter sido berço de uma globalização precoce, foi herdada de seu orientador no doutorado, o designer Andréa Branzi que, além de defender que os olhos do mundo estão voltados ao Brasil, ainda acrescenta sobre nosso país:

In Brazil's case the situation is still more complicated and interesting, for it touches on a number of aspects of great importance, not just locally but for Europe as well. In fact this country comes close to being the living example of a European utopia, a society without racial barriers and in which it is no longer possible for there to be any kind of cultural orthodoxy, and where any links with the humanistic tradition have totally vanished. Unlike Argentina, as close-knit as one might expect a country of Europeans in exile to be, Brazil presents the convincing image of a total hybridization between Amerinds, whites from all over the world and African negroes. This blend of races and cultures has produced a creative mix of high potential. Brazil is the home of great writers such as Guimaraes Rosa, musicians such as Milton Nascimento and architects such as Oscar Niemeyer. Yet it still has difficulty producing great designers. The reason is probably that Brazil has always produced great and mythic literature, great dance music, and great figurative architecture. In other words Brazil has produced an extraordinary culture-of-the-superfluous, exported and consumed all over the world. Design, regard as culture-of-the-essential, represents an alien category in this setting. Design as a unity of languages is not very feasible in a country in which cultural and religious (not to mention racial) eclecticism and syncretism are so widespread. (BRANZI, 1988, p. 64-5)

É perceptível que a visão que Branzi nos apresenta do Brasil é um pouco romantizada. Ao tratar do tema da discriminação, fala como se estivesse extinta de nosso país há tempos, sendo que isto nunca ocorreu. No entanto, o modelo brasileiro parece ser mais eficiente, em termos de convívio multi-étnico, do que o encontrado em outros países. Dos grandes países multiculturais do mundo como os Estados Unidos da América, ou o Brasil, o Brasil é talvez o que

convive em harmonia mais satisfatória. No caso dos Estados Unidos temos uma grande discriminação aos imigrantes e negros. Em outros países como a Suíça, não há sequer um idioma único – pois falam quatro linguas – no qual os cidadãos possam se entender. (BRANZI, 1988; DE MORAES, 2006)

Este novo nacionalismo, no qual os Campana estão inseridos, não é aquele nacionalismo utilizado como bandeira para a dominação, aquela supervalorização da nação como uma nação superior. Ao contrário disto, é a valorização da diversidade e seu uso como matéria prima da inspiração para produzir. Nenhum *designer* brasileiro precisa utilizar-se de elementos da cultura brasileira para ser um grande *designer*, mas, se assim o desejar, encontrará um terreno extremamente fértil para ser explorado.

### **Do design à arte ou da arte ao design?**

O DVD *Irmãos Campana: do design à arte* sugere, desde o título, uma separação entre design e arte. Conforme foi discutido, não percebemos toda a diferença entre *design* e artesanato defendida em Ulm, mas sim uma continuidade: o *design* como integrante das artes aplicadas. Na passagem abaixo, de Abraham Moles, observamos esta diferença entre *design* e arte:

(...) O *designer* não pretende ser um “grande artista”, não porque o supermercado não possa pagá-lo, mas pelo fato de que o grande artista está à frente de sua época, sendo percebido apenas por um micromeio, enquanto a massa do público está atrasada em relação a ele. Nestas condições, o *designer* se situará axiomáticamente ao nível do *ótimo de aceitação psicológica*. (MOLES, 2001, p. 164-6)

Entretanto, mais do que indicar uma diferença significativa entre *design* e arte, Moles nos apresenta uma diferença entre Cultura de Massas e Cultura Erudita. Além destas duas, a divisão clássica nos indica uma terceira: a Cultura Popular, no passado conhecida como *folk*. Para melhor percebermos o modo como estes três tipos de cultura foram classificados, observemos:

A arte *folk* vinha de baixo. Era uma expressão espontânea e autóctone do povo, modelada por ele, em boa parte sem o benefício da *cultura erudita*, para adaptar a suas próprias necessidades. A *cultura de massa* é imposta de cima. É fabricada por técnicos empregados por homens de negócios, e seu público é o consumidor passivo,

cuja participação limita-se a comprar e não comprar (...). A arte *folk* era uma instituição do próprio povo, seu pequeno jardim particular separado do grande parque formal dos mestres da *cultura erudita* por um muro. Entretanto, a *cultura de massa* demoliu o muro, integrando o público a uma forma aviltada de *cultura erudita* e tornando-se dessa maneira, um instrumento de dominação política. (MACDONALD *apud* STRINARI, 1999)

Hoje não são mais perceptíveis as fronteiras de maneira nítida. A própria obra dos Irmãos Campana parece caminhar entre estes três territórios. Estruturas de alumínio, peças de plástico inflável, ou o simples fato de utilizarem material pré-fabricado como mangueiras, ralos e EVAs, consistem em uma referência à Cultura de Massas. Ao passo que incorporam elementos como o modo de fazer do artesão, referências à infância como cordas e bonecas de pano, que são típicas de uma Cultura Popular. Ao incorporarem o acaso e tratarem as formas tendo por objetivo mais o ato de criação do que o uso aproximam-se da Cultura Erudita.

Chega a ser estranho dizer que determinada característica pertence a uma cultura e não a outra. Isto foi feito usando a classificação tradicional, mas esta diferença nos parece mais ilusória do que real. Tudo é cultura<sup>8</sup>. Uma cultura que diz respeito e faz sentido para eles e, por isto, utilizam-na. Assim, eles não iriam do *design* à arte, ou da arte ao *design*. Mas usam todo o espectro a cultura na qual estão inseridos como matéria prima para fazer um *design* que também é arte. De modo que não se pode dizer que a Cultura de Massas não tenha sua importância no seu processo criativo. Pelo contrário, se não fossem os materiais pré-fabricados que utilizam, ficaria difícil imaginar como seria sua obra.

### **Considerações Finais, ou sem fim**

O homem renascentista criou toda uma expectativa que viria a desaguar no Projeto Moderno, que seria instaurado a partir da Revolução Francesa. Entre outros eventos importantes associados a estes destacaríamos a Revolução Industrial e a Constituição Americana. Este projeto teria atingido seu apogeu no início do século XX. No entanto, este mesmo século veria seu clímax e queda de maneira catastrófica com as duas Grandes Guerras.

No entanto, mesmo após o declínio do Projeto Moderno – em maiúscula em sinal de respeito, já que se trata de um dos maiores projetos que a humanidade já construiu – o *design*, nascido nestes termos como *design* moderno, parece ter persistido em manter-se inalterado. Além dos teóricos do *design* deste período negarem o fim da modernidade e das vanguardas, ainda menosprezaram toda a produção tida como retaguarda, surgida neste período, a exemplo do *styling* e do *kitsch*.

Somente nos anos 70 – apesar de mais intensamente nos 80 – que a situação muda de rumo e é da Itália, que foi berço do Futurismo, que parte a reação. A partir daí todas as artes expressionistas, desconstrutivas, dionisiacas, barrocas ou designadas por outros adjetivos, passam a ter seu respeito reconsiderado por parte dos *designers* de produto.

É neste contexto que se situa a obra dos Campana e é nela que a reintegração das artes dionisiacas com o *design* atinge seu auge. Além disto, a forma inovadora como tratam temas populares, parte de uma própria discussão do que é o popular. Não dizem respeito somente à cultura indígena ou ao folclore caipira, mas, sobretudo do Brasil das cidades, das massas, este Brasil onde se concentra a maioria da população. Fica difícil não lembrarmos – ao ver certa peça dos *designers* em causa – da cadeira que a vovó tinha na varanda, ou da beleza do cotidiano que aprendemos a considerar comum e sem graça com o passar do tempo.

Todos estes fatores reunidos contribuem para todo o prestígio que Fernando e Humberto Campana conseguiram nos últimos anos. Prestígio mais do que merecido, pois, em nossa opinião, são pouquíssimos os designers que inovaram de forma tão singularmente original, ao incorporarem os conceitos paradoxais da pós-modernidade. Conseguiram, deste modo, em seu falar regional, atingir uma linguagem universal. Lograram ocupar o espaço que medeia o *Design* e a Arte. *Design* ou Arte? Ou *Design/Arte*?

<sup>1</sup> Cf. MOLES, 2001; GREENBERG, 1979.

<sup>2</sup> Caberia fazer aqui uma comparação com a metodologia pedagógica de Johannes Itten na primeira fase da Bauhaus de Weimar.

<sup>3</sup> A arte dos artistas abstratos da década de 60, influenciados pela caligrafia oriental, já havia renunciado esta concepção. (ARCHER, 2001; RUHRBERG, 2005)

<sup>4</sup> Vide os esforços realizados na cidade de São Paulo de revitalização do “Centro Velho” transformando-o em um centro cultural. Como a reforma da Estação Julio Prestes, transformando-a na Sala São Paulo, palco da Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo (OSESP); a reforma da Estação da Luz e construção do Museu da Língua Portuguesa; reforma da Praça da Luz, etc.

<sup>5</sup> Confrontar, na obra dos Campana, a *Escultura Grelha* com a série *Desconfortáveis*.

<sup>6</sup> Fernando Campana em texto extraído do livreto do DVD *Irmãos Campana: do design à arte* do projeto Arte na Escola. (EGAS, 2005)

<sup>7</sup> HfG: Hochschule für Gestaltung; ESDI: Escola Superior de Desenho Industrial.

<sup>8</sup> Para a antropologia, cultura se opõe à natureza. Vide KROEBER & KLUCKHOHN (1952).

## Bibliografia

ARCHER, M. *Arte Contemporânea; Uma História Concisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

BHASKARAN, L. *Designs of the times; using key movements and styles for contemporary design*. Mies: Rotovision, 2005.

BOSONI, G. *il Modo Italiano; Italian Design and Avant-garde in the 20th Century*. Torino: Skira Editore S.p.A., 2006.

BRANDÃO, I. et alii. *Campanas*. São Paulo: Bookmark, 2003.

BRANZI, A. *Learning from Milan; Design and the Second Modernity*. Cambridge: MIT Press Edition, 1988.

BÜRDEK, B. E. *História, teoria e prática do design de produtos*. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

BYARS, M. *The Design Encyclopedia*. New York: The Museum of Modern Art, 2004.

COLLINS, M. et alii. *The Post-modern object*. London: Academy Group, 1987. Coleção Art & Design.

DE FUSCO, R. *Historia del diseño*. Barcelona: Santa & Cole, 2005.

DE MASI, D. *A Economia do Ócio*. Rio de Janeiro: Sextante, 2001.

—. 2003. *Criatividade e grupos criativos*. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

—. 2000. *O ócio criativo*. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

DE MORAES, D. *Análise do Design Brasileiro; entre mímese e mestiçagem*. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

DENIS, R. C. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

DORFLES, G. *Elogio da Desarmonia*. Lisboa: Edições 70, 1989.

- . *Introdução ao Desenho Industrial*. Lisboa: Edições 70, 1990.
- DORMER, P. *Design since 1945*. London: Thames & Hudson, 1993.
- ECO, U. *Obra aberta; forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas*. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- EGAS, O. *Irmãos Campana: do design à arte*. Instituto Arte na Escola, 2005. 1 DVD.
- Fernando + Humberto Campana / Design Museum Touring Exhibition. *Design Museum*. [HTTP://www.designmuseum.org/design/fernando-humberto-campana](http://www.designmuseum.org/design/fernando-humberto-campana). Acesso em 31 de março de 2009.
- Fernando and Humberto Campana*. <http://www.campanas.com.br>
- EGUCHI, H.; PINHEIRO, O. Design versus artesanato; identidades e contrastes. In: 8º P&D DESIGN, 2008. São Paulo. *Anais do Oitavo Congresso Brasileiro de Pesquisa & Desenvolvimento em Design*. São Paulo: AEND-BR, 2008. p. 1673-1679.
- FIELD, C. & P. *1000 Chairs*. Köln: Taschen, 2005.
- . *Design do século XXI*. Köln: Taschen, 2002.
- . *Design Handbook*. Köln: Taschen, 2006.
- . *El diseño industrial de la A a la Z*. Köln: Taschen, 2001.
- GREENBERG, C. *Arte y cultura; Ensaio Críticos*. Barcelona: Gustavo Gili, 1979.
- GUIDOT, R. *Histoire du design de 1940 à nos jours*. Paris: Éditions Hazan, 2004.
- HOUAISS, A. *Dicionário Eletrônico da Língua Portuguesa*. [1 CD-ROM]. Rio de Janeiro, RJ, Brasil : Editora Objetiva, 2001.
- HUTCHEON, L. *Poéticas do pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Imago, 2002.
- Irmão Campana. *ART-BONOBO*. <http://www.art-bonobo.com/artes/irmaoscampana/welcome.html>. Acesso em: 17 de março de 2008.
- KROEBER, A. L. & KLUCKHOHN, D. *Culture; a critical review of concepts and definitions*. New York: Vintage Books, 1952.
- LALANDE, A. *Vocabulário Técnico e Crítico da Filosofia*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- LEON, E. *Design Brasileiro: quem fez, quem faz; Brazilian Design: who did, who does*. Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2005.
- LLOVET, J. *Ideologia y metodologia del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 1979.
- LYOTARD, J. *A Condição Pós-moderna*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2006.

MENDONÇA, N. D. *O uso dos conceitos; uma tentativa de interdisciplinaridade*. Petrópolis: Vozes, 1985.

MOLES, A. *O Kitsch*. São Paulo: Perspectiva, 2001.

PEVSNER, N. *Os Pioneiros do Desenho Moderno*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

PINHEIRO, O. *História em Cacos; Memorial do Azulejo Colonial no Brasil*. São Paulo: FFLCH - USP, 1991. vol. I.

PORTOGHESI, P. *Depois da Arquitetura Moderna*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

Project 66| Biographies Campana/Ingo Maurer. *MoMA.org*.  
<http://www.moma.org/exhibitions/1998/projects66/bio.html>. Acesso em: 17 de março de 2008.

RUHRBERG, K. et alii. *Arte do Século XX*. Köln: Taschen, 2005.

SANTANA, P. A. et alii. *O Design no Brasil; móveis + objetos + iluminação*. São Paulo: Editora Abril, 2003.

SELLE, G. *Ideología y Utopía del Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 1975.

STRINATI, D. *Cultura Popular: uma introdução*. São Paulo: Hedra, 1999.

Agradecemos à FAPESP pelo aporte financeiro em termos de pesquisa.

**Olympio José Pinheiro:** doutor em Sociologia da Arte, pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, da Universidade de São Paulo. Pós-Doutorado pela *École des Hautes Études en Sciences Sociales - Centre de Histoire et Théorie de L'Art*, Paris. Artista plástico, *designer*, crítico, e teórico da arte, *design* e novas tecnologias. Professor do programa de Pós-graduação em *Design* da FAAC/UNESP. Associado fundador da ANPAP. E-mail: holihn@uol.com.br

**Haroldo Coltri Eguchi:** graduado em Desenho Industrial – Projeto do Produto pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP. Bolsista de Iniciação Científica da FAPESP. Prêmios em conjunto com o orientador de Artigo Completo e Menção Honrosa em Resumo de Iniciação Científica no 8º P&D Design. Aluno especial do programa de Pós-graduação em *Design* da FAAC/UNESP. E-mail: hceguchi@gmail.com