

Para citar este artigo (ABNT):

CRESTO, L.; QUELUZ, M. O design-arte dos irmãos Campana. In: *Cultura Visual*, n. 12, outubro/2009, Salvador: EDUFBA, p. 27-43.

O design-arte dos irmãos Campana

The design-art of the Campana brothers

Lindsay Jemima Cresto & Marilda Lopes Pinheiro Queluz

Resumo

Este artigo propõe uma reflexão sobre o papel do design na concepção de produtos que fazem parte do cotidiano, como o mobiliário, mas considerando os artefatos a partir do caráter simbólico, subjetivo ou comunicativo e não apenas a função prática. Este trabalho é uma breve análise dos móveis criados pelos designers Fernando e Humberto Campana que, atualmente, são os designers brasileiros de maior destaque na mídia internacional. Suas propostas vão do artesanato à indústria, passando por conceitos como reuso, ready made, estabelecendo diálogos com a arte, o design pós-moderno e a tecnologia. O design dos irmãos Campana pode ser caracterizado como híbrido e múltiplo, questionando classificações tradicionais do design moderno, como função, uso, necessidade e seriação. Numa aproximação com o design italiano dos anos 1960 e 1970, os Campana rearticulam a linguagem do design brasileiro, transitando entre o local e o global, a tradição e a invenção.

Palavras-chave

Arte, design e cultura; Pós-moderno; Mobiliário; Irmãos Campana.

Abstract

This article proposes a reflection on the role of design in the design of products that are part of everyday life, such as furniture, but considering the artifacts from the symbolic character, subjective or communicative function and not only the practice. This paper is a brief analysis of the furniture created by designers Fernando and Humberto Campana that, currently, are the Brazilian designer of the most prominent international media. Their proposals range from craft to industry, through concepts like reuse, ready made, establishing dialogues with the art, the post-modern design and technology. The design of the Campana brothers can be characterized as hybrid and multiple, challenging traditional classifications of modern design and function, use, need and seriation. A rapprochement with the Italian design of the 1960s and 1970, the Campana rearticulate the design language of Brazil, traveling between the local and global, tradition and invention.

Keywords

Art, design and culture; post-modern; furniture; Campana brothers.

1. Introdução

O início do trabalho dos irmãos Campana foi durante a década de 1980, quando Humberto, formado em Direito, não se identificava com a profissão e passou a se interessar por trabalhos manuais e escultura. Fernando, arquiteto, percebeu o interesse do irmão e passou a contribuir com idéias e conhecimentos sobre processos de design (MOMA, 1998).

A dupla confeccionava pequenos objetos, esculturas e artigos trançados com fibras naturais. No início dos anos 2000, tornaram-se os designers brasileiros mais conhecidos no exterior, com prêmios e exposições, além de ministrarem cursos e palestras em vários países.

Os irmãos Fernando e Humberto destacaram-se pela utilização de materiais inusitados, como sarrafos de madeira, usados nas embalagens de frutas e verduras comercializadas em feiras e no Ceasa, mangueiras de PVC, bichos de pelúcias, plástico bolha usado para embalagem, fôrmas de pizza, bonecas de pano, velcro, retalhos de tecidos, entre outros. A configuração dos artefatos se evidencia pela ressignificação dos materiais, propostos em novos contextos, novos usos, misturando os valores simbólicos e culturais intrínsecos na materialidade dos artefatos.

2. O design múltiplo dos irmãos Campana

A primeira exposição, intitulada “Desconfortáveis”, aconteceu em 1989, em São Paulo. Apresentou sofás e cadeiras confeccionados em chapas de ferro e cobre, sem acabamento aparente ou revestimento, causando, num primeiro momento, surpresa e estranhamento, devido à frieza do material e à rigidez das formas, que reiteravam o título da exposição. As peças possuíam uma gestualidade singular, indicando a rapidez tanto do traço como da confecção, com auxílio do trabalho de um serralheiro. O processo de criação e fabricação dessas primeiras peças fez surgir, entre críticos e profissionais ligados ao design, uma questão: o trabalho dos irmãos estaria mais perto da arte ou do design? Como classificar? Com essas primeiras peças, os irmãos Campana davam início a uma intervenção característica de seu trabalho: os deslocamentos de significados dos objetos. Esses deslocamentos converteram-se em procedimentos freqüentes no trabalho dos designers, transformando as relações das pessoas em relação aos seus produtos. E, mais ainda, questionando as expectativas dos indivíduos com um móvel, como o conforto, a beleza e a funcionalidade, dentro de um dado padrão convencional, geralmente baseado no conceito modernista e funcionalista de design.

As peças demonstravam o descaso, ou a ironia com alguns conceitos como o conforto, a funcionalidade, a necessidade, o uso, os padrões estéticos. Esses aspectos estavam em segundo plano, não somente porque não havia preocupação comercial, como atestaram críticos e jornalistas na época (ESTRADA, 2003), mas porque os móveis da série “Desconfortáveis” eram objetos-esculturas que desafiavam a visão e o tato, a própria atividade de sentar. A ambi-

güidade destes artefatos retomou a antiga discussão pós-revolução industrial sobre as fronteiras entre arte e design.

Os aspectos subjetivos e a personificação de sentimentos podem ser relacionados com os elementos da arte surrealista, assim como as sensações que as peças despertavam por meio da utilização de associações inesperadas e fantásticas. Para o Surrealismo, a arte consistia em um processo de transcrição de mensagens e imagens do inconsciente; a arte surrealista não era representação, e sim a própria comunicação, localizada em uma supra-realidade. O impulso criativo vinha da liberdade de instintos, do contato com o universo onírico. Desse processo, surgiam associações improváveis e incomuns, que geralmente empregavam símbolos para reunir fatos isolados entre si. Os artistas transformavam objetos utilitários em símbolos e símbolos em objetos utilitários, por meios de associações baseadas em uma poética da ambigüidade. Os chamados objetos de “funcionamento simbólico” eram resultantes de experiências simbólicas com objetos comuns ou utilitários. Salvador Dalí criou montagens nos anos 1920, buscando a combinação de elementos de objetividade e subjetividade, do consciente e subconsciente, criando um jogo nessas combinações. A anti-razionalidade opunha-se aos preceitos racionais e industriais e ao funcionalismo que definia os conceitos na arquitetura e no design.

As peças da exposição “Desconfortáveis”, como as cadeiras “Jean Genett”, “Newman”, “Hate”, “Flama”, “Flintstone”, estimulavam os sentidos por meio de formas, materiais, sugestão de texturas, sensações tácteis e pelas intertextualidades provocadas pela escolha dos nomes. Nomear é uma forma de conferir uma personalidade ao artefato cotidiano, dotando-o de qualidades humanas. Os autores, ao mesmo tempo em que ironizam esta associação, brincando com as imagens do inconsciente, insinuam uma reflexão sobre a relação que os indivíduos estabelecem com os artefatos e com o entorno.

A cadeira Jean Genett (Figura 1), com finas hastes verticais paralelas umas às outras, apresenta um aspecto de frieza e de vazio, ampliado pelo contraste do jogo de luz e sombra e dos volumes. A luz atravessa suas hastes, criando

sombras que lembram grades de prisões. Jean Genett (1910-1986), o personagem que empresta o nome à cadeira, foi poeta, escritor e dramaturgo francês. Filho de uma prostituta, foi entregue a uma família adotiva, da qual fugiu e viveu vários anos em reformatórios e prisões. Criou uma mitologia pessoal marcada por controvérsias, escândalos e roubos. Seus primeiros romances, “Nossa Senhora das Flores” e “O milagre da Rosa”, chamaram a atenção de Jean Cocteau, mas foi através da influência de Jean Paul Sartre que ficou famoso. Publicou suas memórias no livro “Diário de um ladrão”, no qual ele narra aventuras, viagens pela Europa, paixões, sofrimentos e prisões.



Figura 1. A cadeira “Jean Genett”: finas hastes verticais e a sombra ao fundo reforçam a associação entre o móvel e o personagem que o inspirou. Ao lado, o sofá “Flintstone”, com formas geométricas e irregulares que fazem referência à “idade da pedra” (Fonte: CAMPANA, 2003).

Ao optar pelo aspecto “natural” das chapas de ferro e cobre, os irmãos Campana resgatam os valores simbólicos e culturais da matéria-prima e convidam o espectador a criar novas associações entre as formas e a matéria. Assim, o móvel como escultura; o mobiliário como objeto artístico também se insere no cotidiano dos objetos utilitários, em cumplicidade com a imaginação dos espectadores/usuários supostos na enunciação.

3. Desvios, deslocamentos, descontextualizações e ressignificações

Outra proposta recorrente na obra dos designers é a refuncionalização de produtos, deslocados de sua origem e transformados em novos produtos, com novos usos, estabelecendo uma nova linguagem. Neste sentido, pode-se dizer que os designers adotam “procedimentos de descontextualização familiares para nós e que deslocam o sentido de um campo a outro, brincando com nosso saber e nossas expectativas” (JOLY, 1996, p.63).

Esta prática faz lembrar os princípios da arte dadaísta de Marcel Duchamp, por exemplo. A arte dadaísta representava a contestação de todos os valores, inclusive da própria arte. Duchamp destacou a idéia do artista como um sujeito, apto a conferir o status de obra de arte, de acordo com uma interpretação individual. Com isto, ele deslocou o foco da obra para o artista, colocando na pauta de discussão da arte o tema da autoria e da construção do conceito de arte.

Duchamp criou várias obras como *ready made*, que consistia na escolha um objeto comum ou sem valor, utilizado em um novo contexto e conferindo-lhe o status de obra de arte. Seu primeiro *ready made*, intitulado “A Fonte” (1917), consistia em um urinol apresentado invertido e com a inscrição Mutt, usada como pseudônimo. Duchamp fazia uma crítica radical ao sistema da arte. Desta forma, criticava os critérios usados na classificação e valorização da arte, assim como os espaços destinados às exposições de obras, como os museus. Os artistas dadaístas usavam materiais e técnicas industriais, empregados de um modo não habitual e renunciavam às técnicas artísticas de representação tradicionais. Cardoso (2008, p.197) destaca o papel dos artistas dadaístas na democratização da produção artística:

o questionamento radical do fazer artístico empreendido por artistas como Marcel Duchamp ou Man Ray, cujos trabalhos subverteram noções antigas sobre o que constituiria uma obra de arte, introduzindo o acaso, o achado e a apropriação como ações criadoras. O resultado dessa feliz coincidência foi uma abertura para formas de expressão múltiplas e uma nova valorização de linguagens e mídias antes menosprezadas, como desenho, gravura e fotografia, assim como a produção de artefatos utilitários e industriais, suas decorrências e reaproveitamento.

Esta “democratização” está presente no olhar de Fernando e Humberto Campana sobre o objeto industrial. A apropriação que eles fazem dialoga com as ações dadaístas, contribuindo para a revalorização de produtos comerciais e industriais, desprezados como materiais “menores” no design de produtos. A mesa “Inflável” (1996), feita com duas fôrmas de pizza de alumínio, transfor-

madras em tampo de mesa e fechamento na parte inferior, é um exemplo da reinterpretação da prática do *ready made*. As fôrmas de pizza são deslocadas



Figura 2. Mesa Inflável (1996), comercializada pelo MOMA de Nova York; a cadeira Bolhas (1995) (Fonte: CAMPANA, 2003).

de seu contexto de uso e convertem-se em móvel. Os novos usos e significados são reelaborados a cada olhar do espectador ou usuário. Os significados mexem com as expectativas em relação ao que se espera de um móvel. Em alguns casos, as propostas inovadoras dificultam a compreensão do uso, como aconteceu com a cadeira “Bolhas” (1995). Feita com plástico bolha, próprio para embalagens, por pouco não foi desmontada pelos trabalhadores que montavam uma exposição, que tentaram desembalar a cadeira. A descontextualização, neste caso, resulta em um produto indefinido, que se confunde com a embalagem.

4. A associação com a “natureza”

Outra característica marcante no design dos irmãos Campana que está presente na poltrona “Anêmona”, nos móveis da linha “Leatherworks”, na linha “Historia Naturalis”, nos móveis “Transplastic” e na poltrona “Aguapé” é o que se poderia chamar de metáfora natural. O conceito foi formulado na década de 1980 por Uri Friedländer, que acreditava que “havia um cansaço sobre a Boa Forma” (BÜRDEK, 2005, p.335). Inserido nas discussões sobre o racionalismo e sobre o excesso de preocupação formal do Estilo Internacional, o conceito de metáfora natural relaciona-se com aspectos comunicativos ou subjetivos dos produtos. Para Friedländer, as metáforas teriam três origens: a metáfora histórica, que lembra objetos antigos; a metáfora técnica, que incluía aspectos da ciência e tecnologia e a metáfora natural, na qual as formas, movimentos ou acontecimentos da natureza se manifestam. (BÜRDEK, 2005). O estudo de Friedländer está ligado aos estudos da relação entre indivíduos e objetos, com base em uma perspectiva Semiótica.

Nos móveis dos irmãos Campana, citados anteriormente, pode-se identificar aspectos da metáfora natural. A aproximação da poltrona Anêmona com a natureza acontece por meio de elementos formais. O tema se insinua no uso das mangueiras de PVC, dispostas como tentáculos; nas formas orgânicas que sugerem idéia de movimento dos tentáculos; das cores transparentes que fazem a ligação com o tema aquático. A anêmona é “traduzida” na poltrona, imprimindo ao móvel algumas funções simbólicas relacionadas à natureza. Esta metáfora natural estimula a percepção do simbólico do móvel; instiga sensações e experiências com o tema, fortalecendo os processos de interação entre usuário e produto, transformando a relação entre artefatos e indivíduos numa experiência significativa. Ao mesmo tempo, as aproximações entre o material sintético e a forma da anêmona provocam novos deslocamentos, entre o artificial e o natural.

A série “Leatherworks” (trabalhos com couro, de 2007) é composta por cadeiras e poltronas feitas com pedaços de couro de texturas variadas, produzidos com corte a laser. Disponíveis nas cores branca, preta e nos tons naturais, os móveis desta linha despertam certo desconforto à primeira vista. O aspecto das peles sobrepostas, colocadas como se tivessem sido jogadas em camadas, remete à idéia de peles (arrancadas ou retiradas) de um animal. A metáfora, neste caso, refere-se à forma com que o couro é obtido e trabalhado. Cria-se uma relação metonímica entre a pele e o animal. Esta interpretação é sugerida pelo próprio nome escolhido, que no idioma inglês pode significar trabalhos com couro e pode significar ainda açoitar o couro, o que reforça uma certa crueldade insinuada. (MICHAELIS, 1980). A sobreposição cria um efeito caótico e improvisado, que contribui para o sentimento inicial de desconforto e estranhamento. Segundo Mario Perniola, “Leatherworks” é uma “estética do gosto versus desgosto”, representada “com sensibilidade, antes disso, hipersensibilidade, reação quase mórbida no confronto de qualquer coisa que toca o estômago primeiro do que o cérebro.” (EDRA.COM). As camadas de couro texturizado e recortado de forma irregular resgatam a ligação com a natureza, com o animal, com uma matéria viva, ao mesmo tempo em que mostram a tecnologia de ponta da precisão do corte a laser.

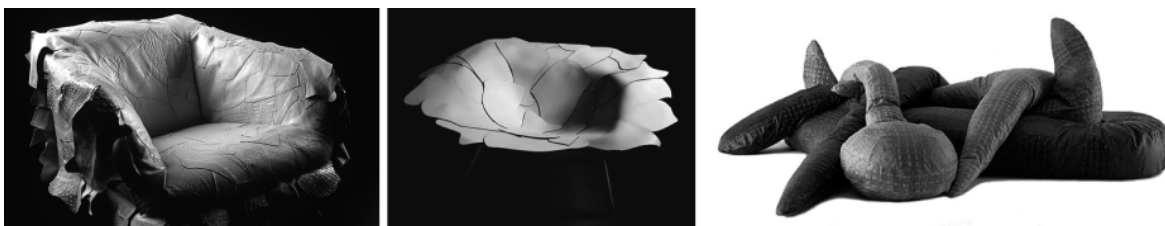


Figura 3. Poltrona Leatherworks (2007) e Aguapé (2008) e Kaiman Jacaré, da série Historia Naturalis (2006) (Fonte: <http://www.edra.com>).

O processo de corte a laser é aplicado também à poltrona Aguapé (2008), que utiliza o material em finas camadas lisas. O desenho do móvel permite uma associação com uma coroa de pétalas, devido ao formato do couro. A referência às pétalas é encontrada novamente nas quatro cores disponíveis: natural, branco, rosa e verde. Por meio do couro, aplicado com um processo similar, mas com resultados diferentes, os dois móveis possuem uma ligação com a natureza, por meio da metáfora.

A linha Historia Naturalis realiza uma metáfora semelhante à Aguapé, embora use materiais diferentes. A inspiração nos animais está presente em cada detalhe dos estofados: o tecido, as formas, as cores, a disposição. Fernando Campana revelou que a série começou com um *briefing* com a Edra, pesquisando tecidos que pudessem transmitir as características que eles buscavam, até perceberem que as peças haviam se transformado em “criaturas, não eram mais móveis” (CASA CLAUDIA, 2006). Os tecidos funcionam como a capa ou embalagem para adaptar as formas dos estofados e torná-los mais maleáveis. Estes móveis remetem a um espaço natural quando transmitem sensações de movimento eminente, como se o jacaré Kaiman pudesse se mexer.

Na criação destas peças, é forte o apelo para a diferenciação dos espaços através de uma associação simbólica com elementos naturais. No lançamento dos móveis em Milão (2006), os designers falaram sobre o design como recurso de modificação dos espaços internos, como argumentou Humberto Campana: "A violência nas cidades faz com que as pessoas fiquem mais tempo dentro de espaços fechados (...) estes espaços têm que conter fantasia, poesia". (CASA CLAUDIA, 2006). Os designers reforçam a ideia de cansaço das formas tradicionais e da importância em pensar no design de móveis nos espaços atuais, pois nos centros urbanos passa-se cada vez mais tempo no interior dos edifícios. Este hábito remete à ideia do *cocooning*, na qual muitas pessoas

fogem para dentro de sua própria casa e acumulam lá seus objetos de forma simbólica. O próprio apartamento, a própria casa ou mesmo o próprio quarto das crianças ou dos jovens passam a ser locais que servem à simbolização da identidade social [...] (BÜRDEK, 2005, p.327).

Os irmãos Fernando e Humberto Campana trabalham nas fronteiras da arte e do design, dialogando simultaneamente com os conceitos de ready made, refuncionalização e deslocamentos de significados dos artefatos. Esses procedimentos questionam a metodologia e o fazer design de acordo com os princípios modernistas no design, aproximando-se das propostas do antidesign italiano e do design pós-moderno. Os irmãos trabalham com a valorização de aspectos simbólicos e da comunicação nos artefatos que desenvolvem. Metáforas, citações e deslocamentos contribuem com a percepção de que o trabalho dos irmãos Campana insinua-se com múltiplas possibilidades de classificação, sem estabelecer limites fixos ou categorias fechadas.

5. O contexto do design pop e do design pós-moderno

O design pós-moderno tem suas origens nos anos 1960, com as discussões sobre consumo, belas-artes e arte comercial, provocadas pela arte e pelo design pop. A formação dos grupos de antidesign, nos anos posteriores, estava ligada às rupturas no campo da arte e do design, partilhando das transformações sociais, políticas e econômicas que se desenvolveram neste período. A influência da contracultura e dos movimentos sociais, como os protestos estudantis em 1968, na Europa, os movimentos feministas, os protestos contra a Guerra do Vietnã nos EUA, a Guerra Fria e a corrida espacial foram fatos que marcaram o período e contribuíram a formar uma atitude crítica frente à sociedade industrial e ao design.

Os anos do pós-guerra foram significativos para o desenvolvimento de uma sociedade de consumo, sobretudo nos EUA. A Segunda Guerra Mundial foi um importante período de "teste" (MORAES, 1999) para a produção industrial e para o uso de novas tecnologias. Pesquisas com materiais e suas possibilidades de aplicação foram também desenvolvidas durante a guerra e contribuíram para a utilização de materiais de uso militar que passaram a fazer parte de produtos industriais inseridos no cotidiano. Exemplos de aplicação militar foram os plásticos que, pela capacidade de modelagem e facilidade de produção,

logo foram incorporados aos produtos do cotidiano. A variedade de formatos, cores e acabamentos obtidos tornou o plástico um dos materiais mais utilizados pela indústria do pós-guerra e, ainda hoje encontra grande quantidade de aplicações, nos mais diversos setores e usos. (MORAES, 1999). Nestes anos de 1950 e 1960, o plástico motivou e entusiasmou a indústria e os designers pela capacidade de adequação aos mais variados formatos, materializando idéias e projetos. Funcionou como substituição aos materiais frágeis e caros, como o cristal e o vidro, e materiais mais tradicionais no mobiliário, como a madeira.

Outra inovação desenvolvida durante o período de guerras foram os recursos que transformaram a sociedade mecanizada e industrial em uma sociedade eletrônica e tecnológica, assinalando a multiplicação de aparelhos eletrônicos. Este processo teve início com as descobertas e aplicações dos transistores, da energia nuclear e da tecnologia espacial. (MORAES, 1999). Estas novas tecnologias passaram a ser aplicadas cada vez mais nos eletrodomésticos e aparelhos de uso cotidiano, tais como a televisão, os aparelhos de som e os primeiros computadores; e contribuíram para a miniaturização dos anos 1990 aplicada aos telefones celulares.

O contexto da década de 1960, na qual se desenvolveu a arte pop, caracterizou-se pela consolidação do consumo de massa na sociedade. Os jovens urbanos, provenientes da classe média desejavam “mudança e variedade em vez de permanência e uniformidade”. (TAMBINI, 1997, p. 22). Era neste clima de euforia e transitoriedade que a sociedade passou a adotar comportamentos ligados ao consumo, divulgados através dos novos meios de comunicação em massa, como o cinema e a televisão. Neste novo cenário, a sensação de liberdade traduzia-se na era do descartável, na qual os indivíduos buscavam a sua realização consumindo: desde imagens dos ídolos do rock e das celebridades, passando por símbolos, bandeiras, produtos industriais, músicas, até ideologias.

6. Pop art e pop design

Na linguagem pop era freqüente a apropriação de símbolos, como bandeiras (principalmente a americana e a inglesa), que invadiam os espaços e os objetos cotidianos. Ídolos do rock e do cinema eram exibidos em estampas de vestidos, bolsas, camisetas e nas capas de discos. A arte e o design pop inseriam-se num cenário político marcado pela Guerra Fria entre EUA e a URSS, representada nos filmes do espião James Bond, sempre munido de utensílios tecnológicos contra espionagem. A conquista do espaço, com a chegada do homem à Lua, também inspirava as criações dos artistas e designers e mexia com a imaginação da sociedade sobre um futuro na era espacial.

O termo arte pop foi usado pela primeira vez em 1954, por Lawrence Alloway, um crítico britânico que procurava uma classificação para a arte popular. Alguns anos depois, estendeu esta denominação às obras de artistas que empregavam imagens populares em seus trabalhos. (LUCIE-SMITH, 2000). O desenvolvimento da arte pop está relacionado a um grupo de artistas e críticos

britânicos, ligados ao Instituto de Arte Contemporânea de Londres. O *Independent Group* formou-se com a preocupação em discutir a inserção dos meios de comunicação e do consumo na sociedade. A primeira obra dentro de uma linguagem pop foi uma colagem do britânico Richard Hamilton, chamada “O que exatamente torna os lares de hoje tão diferentes, tão atraentes?”. A colagem foi apresentada na exposição “Isto é amanhã”, na Inglaterra, em 1965. Hamilton usou várias imagens que simbolizavam a sociedade da época, como a televisão, o cinema, alimentos industrializados e corpos esculturais seminus (um apelo à sexualidade em consequência da maior liberdade). Richard Hamilton definiu a arte pop como “popular, transitória, prescindível, barata, produzida em massa, jovem, espirituosa, sensual, deslumbrante e “Big Business”.” (GARNER, 2008, p. 55) Estas colagens e reproduções de revistas e anúncios eram recursos muito usados pelos artistas pop.

Nos EUA, a influência foi logo percebida no trabalho de jovens artistas, que buscavam uma nova linguagem artística que pudesse estabelecer uma identificação com a cultura americana, porém com uma ruptura com movimentos artísticos passados. (LUCIE-SMITH, 2000). Os artistas americanos adotaram as colagens e as técnicas gráficas comerciais usadas no design. Foi no trabalho de Andy Warhol, um dos expoentes do pop americano, que a idéia da arte comercial e discussão do consumo ganhou maior destaque.

Andy Warhol adotou objetos comuns e do cotidiano em seus trabalhos, como as garrafas de Coca-Cola e as embalagens de sopas Campbell. Estas escolhas do artista demonstram como sua obra estava centrada em torno da mercantilização, como nos exemplos citados, que “ênfatisam o fetichismo das mercadorias” (JAMESON, 2007, p.35). Warhol escolheu como tema várias personalidades famosas da época e celebridades do cinema. Retratou-os em suas telas com processos de repetição da imagem, com alterações sutis, que poderiam ser observadas somente após um distanciamento da personalidade, concentrando-se nas imagens. Warhol apropriou-se das imagens da mídia, de personalidades consideradas ideais de beleza, perfeição e sucesso, deixando entrever o vaziosa sociedade, as fragilidades e os problemas do cotidiano. (SANTOS, 2007, p.181).

A arte pop estava consciente da modificação dos valores que ocorria na sociedade de seu tempo, a partir do consumo, implicando refletir sobre a questão da obsolescência, que não era uma excentricidade; era uma declaração de que daí em diante nenhuma arte seria durável. E ao decretarem a obsolescência em suas obras, “os artistas pop ergueram um espelho onde a própria sociedade se vê refletida” (LUCIE-SMITH, 2000, p. 169).

O design pop criava uma nova linguagem e estética, tanto no campo gráfico como de produto, caminhando na direção oposta ao modernismo e à racionalidade do Estilo Internacional, contrariando os ideais da “forma segue a função” ou do “menos é mais”. O design pop usou um repertório a partir da arte ingê-

nua e popular, encontradas nas feiras e parques de diversão, e das imagens da mídia impressa, do cinema e da televisão.

Neste sentido, as embalagens de produtos poderiam converter-se em estampas ou obras de arte; figuras femininas, manequins, poderiam converter-se em esculturas funcionais, transitando entre a obra de arte e o mobiliário, como os trabalhos polêmicos de Allen Jones. Do mesmo modo, a linguagem gráfica e reticulada das revistas e jornais poderia ser transposta para telas e outras obras de arte, como na obra de Roy Lichtenstein, trazendo o universo popular das histórias em quadrinhos e dos anúncios para a discussão da arte. Richard Hamilton trouxe os aparelhos da empresa alemã Braun para suas obras, apropriando-se de forma irônica dos ícones do racionalismo moderno. (GARNER, 2008).

A linguagem pop “gerava energia nas trocas entre a arte “Nobre” e a arte “Simples”. Os artistas comerciais e de belas-artes alimentavam-se mutuamente e muitos designers usaram deliberadamente este rico filão misto em busca de cores, motivos e, acima de tudo, atitude” (GARNER, 2008, p.55).

O mobiliário pop usava os materiais plásticos como recurso para explorar novas formas, curvas e configurações que antes não eram possíveis. Alguns móveis transformaram-se em símbolos das inovações deste período, como a cadeira “Sacco”, de Gatti, Paolini e Teodoro, que era literalmente um saco feito de poliestireno; ou a poltrona inflável de Lomazzi, De Pas & d’Urbino (TAMBINI, 1997). A cadeira “Panton”, criação do dinamarquês Verner Panton, é outro exemplo de como a linguagem pop alterava a percepção sobre as peças de mobiliário como itens comuns do cotidiano. Era uma peça inteira sem emendas, feita de plástico vermelho brilhante e empilhável. Verner Panton também criou interiores extravagantes e de inspiração psicodélica, que misturavam cores contrastantes (vermelho, amarelo e roxo), aplicadas na mobília, nas paredes, no chão ou no teto. Os designers pop criavam peças isoladas, sistemas para moradias que estavam voltadas para o futuro, cenários para os filmes de ficção científica, etc. Ofereciam experiências lúdicas, com ironia e humor, por meio de formas inusitadas e surpreendentes. O móvel deixa de ser pensado como



Figura 4. Poltrona Sacco (1968); cadeira Panton, de Verner Panton (1969); Living Block (1969), ambiente de Joe Colombo, apresentado na Exposição Visiona I para a Bayer. (Fonte:<http://www.kunsthhausgraz.steiermark.at/.../sacco.jpg>; <http://www.geocities.com/cadeiras122/todoss53.jpg>; http://www.modculture.typepad.com/.../05/zanotta_blow.jpg; http://www.designmuseum.org/.../item/3906/-1/46_9Lg.jpg).

produto funcional, recebendo elementos que possibilitam uma interação com os usuários a partir das sensações e da subjetividade que são estimuladas por cores vibrantes, formas orgânicas e materiais sintéticos e variados.

O design pop sonhava com o futuro e buscava expressar a estética e o estilo de uma era espacial, que contagiou o imaginário da sociedade nos anos 1960. O filme *2001: Uma odisséia no espaço* (1968), de Stanley Kubrick, reflete a idéia presente na imaginação da população, de moradias e estações espaciais. Os interiores de exposições das décadas de 1960 e 1970 referenciavam a idéia do espaço, da lua, geralmente com o uso de formas curvas e cores brancas ou prata. A iluminação era outro recurso que reforçava as características destes ambientes inspirados pelas novas tecnologias e pelo sonho de viagens espaciais.

O design italiano, neste período, assumia uma posição de liderança no cenário internacional. Os designers na Itália já haviam se distanciado das restrições do modernismo e “assumiam o espírito lúdico da época e começaram a brincar com os novos temas” (TAMBINI, 1997, p. 23), como nas propostas do mobiliário pop de Joe Colombo. Os designers italianos reuniram-se em grupos para discutirem iniciativas para o design que estivessem em sintonia com o ideal do final dos anos 1960 e início dos 1970. O ideário modernista já não dava conta das contradições sociais do capitalismo pós-industrial, das diferenças culturais e individuais, das assimetrias nas relações de poder mundiais. Neste contexto, surgia um movimento radicalmente crítico em relação ao design racional e suas práticas funcionalistas. Surgia na Itália o chamado radical design ou antidesign, que, por meio das questões propostas pelos diversos grupos formados, transformou-se em precursor do que viria a ser conhecido como o design pós-moderno.

7. Antidesign e radical design italiano

O radical design italiano desenvolveu-se como uma crítica ao conceito do bom design, “encarnava a contracultura do final dos anos 60 e pretendia destruir a hegemonia da linguagem visual do movimento moderno” (FIELL, 2006, p. 156). Desenvolveram propostas mais teóricas, no campo do design conceitual e realizaram projeções utópicas para a arquitetura e o design. O radical design aproxima-se das vanguardas de antidesign quando alguns grupos se fundem e os designers trabalham juntos.

As propostas do design radical e do antidesign eram semelhantes, pois eram críticas em relação aos princípios modernistas. Atacavam a noção de bom gosto, a boa forma alemã, a validade do racionalismo no design e o papel da tecnologia avançada como elementos para se pensar o consumo na sociedade. (FIELL, 2006). Grupos como o *Archizoom Associati*, *Global Tools*, *Studio Alchimia* e *Memphis* criaram propostas para o design e para a arquitetura que variavam das críticas diretas às rupturas com a industrialização, passando por citações irônicas e releituras do design moderno.

O *Archizoom Associati* foi fundado por Andréa Branzi, Paolo Deganello, Gilberto Corretti e Massimo Morozzi¹ em 1966, em Florença. Seus integrantes elaboraram projeções utópicas na arquitetura, como *No-Stop City* (1970), com a finalidade de mostrar como os princípios do racionalismo, se levados ao extremo, tornar-se-iam anti-rationais. Os integrantes do *Archizoom* desenvolveram peças de mobiliário antidesign, que influenciaram outros grupos pelo teor das propostas. Criticavam e ironizavam o *good design*, geralmente realizando releituras de clássicos, como os móveis da Bauhaus. O sofá “Safári” é descrito por Andréa Branzi, seu criador, como “uma bela peça que você simplesmente não merece”. (TAMBINI, 1997). A cadeira “Mies” é uma releitura bem-humorada dos móveis criados pelo arquiteto Mies van der Rohe, que dirigiu a Bauhaus em seus últimos anos.

¹ Massimo Morozzi é diretor da empresa italiana Edra, que produz os móveis dos irmãos Campana, entre outros designers.

Os vários grupos de antidesign da época reuniram-se na redação da revista “Casabella”, em 1973, com o objetivo de fundar uma escola de contra-arquitetura e design. Em 1974, foi criada a *Global Tools* (Ferramentas Globais), que tinha



Figura 5. Móveis da Archizoom: o estofado Safari Poltronova (1968) e a cadeira Mies (1968). (Fonte: <http://www.geocities.com/cadeiras122/todoss53.jpg>).

como princípios a exploração de técnicas simples e não-industriais na criação de projetos, assim como a valorização das habilidades criativas individuais. A idéia era formar profissionais que tivessem conhecimento sobre as técnicas e materiais naturais e pudessem aplicá-los de modo abrangente. Entre seus membros estava o designer italiano Gaetano Pesce, autor do sofá “Tramonto a New York” (1980) e da série de móveis “Up”. As revistas “Casabella” e “Rassegna” deveriam publicar os resultados obtidos pelo grupo, mas a escola teve curta duração e foi fechada no ano seguinte. (FIELL, 2006; BÜRDEK, 2006).



Figura 6. Sofá Tramonto a New York (1980) e poltrona Donna, da série UP (1969) (Fonte: <http://www.viatraveldesign.com/journal/archives/donna.jpg>).

O Studio Alchimia, criado por Alessandro Guerriero em 1976, em Milão, surgiu com o conceito de galeria de exposições; rapidamente se tornou o local de exposição de trabalhos experimentais, que não estavam criativamente limitados pela produção industrial. (FIELL, 2005; BÜRDEK, 2006). A criação do Studio Alchimia está relacionada com as experiências feitas pelo designer Alessandro Mendini, na década de 1970. Mendini trabalhou com produtos do cotidiano, inverteu algumas noções do bom gosto e do kitsch, pois retirou do seu contexto comum os produtos para transformá-los em objetos da alta cultura: estas experiências ficaram conhecidas como design banal. Ele defendia “a concepção de que o planejamento do banal pode ser visto como um pensamento revolucionário no design”. (BÜRDEK, 2006, p. 136). Mendini trabalhava com a idéia do re-design, utilizando tanto os clássicos do design, aos quais ele aplicava decorações que os descaracterizavam, como os objetos simples e banais, transformados em algo de valor.



Figura 7. Cadeira Wassily, de Marcel Breuer, com intervenções de Mendini. (década de 1980) e uma exposição do Studio Alchimia, com a cadeira Proust, de Alessandro Mendini (1978) (Fonte: http://www2.wright20.com:8080/auctions/37_wright/full/individual_lots/_images/109.jpg; <http://www.alchimiamilano.it/pages/alc215.htm>).

Em 1981, Mendini criou a série “Móvil Infinito”, que possibilita a utilização criativa dos móveis: a posição dos elementos decorativos poderia ser alterada e reorganizada pelo/a usuário/a. Esta série também tinha a proposta do design com múltipla autoria, pois cada peça ou parte era criada por um profissional.

As críticas do antidesign fortaleceram-se e resultaram na criação do grupo Memphis, em 1981. Em dezembro deste ano, Ettore Sottsass reuniu vários designers em seu apartamento em Milão, entre eles Bárbara Radice, Michelle De Lucchi, Marco Zanini, Aldo Cibic, Matteo

Thun e Martine Bedin. O grupo foi reunido com o propósito de criar uma coleção de móveis, objetos e produtos inteiramente novos, que seriam produzidos por pequenas empresas de Milão. Os produtos desenvolvidos eram inspirados em estilos do passado: do art nouveau ao kitsch, passando por elementos da pop arte e da op art dos anos 1960.

A primeira exposição foi realizada em Milão em 1981 e contava com 31 peças de mobiliário, 3 relógios, 10 luminárias, 11 objetos de cerâmica e recebeu cerca de 2500 visitantes. (BÜRDEK, 2006). Contava com projetos de designers e arquitetos que, além do grupo inicial, incluía ainda Nathalie du Pasquier, George Sowden, Hans Hollein, Shiro Kuramata, Peter Shire, Javier Mariscal, Massaroni Umeda e Michael Graves. Os produtos expostos despertaram curiosidade e logo se tornaram sensação pelo aspecto bem-humorado e pelas referências e apropriações. Laminados de madeira foram feitos sob encomenda em cores fortes e vibrantes para serem aplicados no mobiliário. Os designers

utilizaram as cores primárias misturadas aos padrões que lembravam a op art, numa rejeição aos padrões do de neutralidade, racionalismo e funcionalismo do Estilo Internacional e da Escola de Ulm. O mobiliário combinava cores, formas e padrões improváveis de serem aplicados ao mesmo tempo, o que resultou numa série irônica e divertida. Os móveis eram fabricados artesanalmente pelas pequenas empresas de Milão, que produziam as peças em pequenas quantidades.

A fama de Memphis chegou às revistas de moda, como a “Vogue”, que destacava o design como a nova arte da época (BÜRDEK, 2006). O estilista Karl Lagerfeld mobiliou seu apartamento em Monte Carlo no estilo Memphis. Filmes como a comédia “Por favor matem minha mulher” (1986), utilizaram o mobiliário Memphis como reforço da sátira e do *nonsense*. A popularidade fez com que Memphis fosse chamado de O Novo Estilo Internacional.

O caráter internacional de Memphis ajudou a popularizá-lo e a inserir os preceitos do design pós-moderno. O grupo Memphis é considerado o precursor do pós-modernismo; adotou uma linguagem plural, que renegava o modernismo e o funcionalismo, assim como a modulação, a produção industrial em série, como princípios do design. Os integrantes do Memphis procuravam “um design que se apropriasse de estímulos de diversos contextos culturais, os valorizasse esteticamente e os transformasse em objetos. Uma nova sensualidade era procurada e que com sua popularidade pudesse estar presente em todos os continentes”. (BÜRDEK, 2006, p. 139).

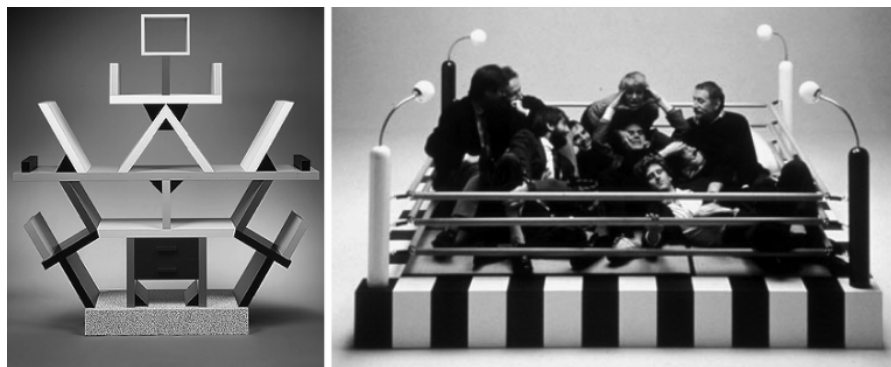


Figura 8. A estante Carlton (1981), de Ettore Sottsass e a cama-ringue de Massaroni Umeda com os designers do Memphis (1981) (Fonte: <http://www.bswords.files.wordpress.com/2008/01/ettore-sottsass-carlton.jpg>; <http://www.nautilus.fis.uc.pt/cec/designintro/images/memphis81.jpg>).

O grupo Memphis fez convergir os questionamentos que aconteciam desde a década de 1960, e exerceu grande influência na criação de uma nova linguagem no design, que não estava presa aos cânones do modernismo. Esta nova linguagem contribuiu para o que BÜRDEK (2006, p. 139) chamou de “superação da idade da heresia no design”. O design não estava mais vinculado a apenas um modelo, mas abria-se para linguagens plurais e internacionais.

As propostas do antidesign resgatavam o artesanato, a expressão criativa, a discussão dos aspectos comunicativos do design e o papel dos produtos frente

ao consumo. Ettore Sottsass acreditava que “se havia razão para desenhar objetos, seria apenas para obter uma espécie de ação terapêutica, entregando aos objetos a função de estimular a percepção das nossas próprias aventuras”. (GARNER, 2008, p. 151). Assim, o grupo Memphis e os grupos de antidesign “relançaram a própria idéia de design, propondo uma qualidade de gesto muito mais pessoal, uma celebração do espírito e da imaginação humana” a partir do revivalismo dos ofícios do artesanato. (GARNER, 2008, p. 153)

Os irmãos Fernando e Humberto Campana desenvolvem uma linguagem que se aproxima a dos designers pós-modernos italianos, quando ironizam, ao mesmo tempo em que referenciam alguns princípios modernistas em suas criações. A proximidade com Alessandro Mendini e com o design banal está presente em muitos artefatos desenvolvidos pelos irmãos Campana. A idéia da alquimia pode ser observada na experimentação e na valorização de materiais simples e banais que os designers brasileiros fazem, como as fôrmas de pizza da mesa Inflável, ou das cordas de algodão usadas na cadeira Vermelha.

O pluralismo presente na obra dos Campana também aproxima o design que desenvolvem com o defendido pelos pós-moderno. Essa aproximação é percebida, inclusive, pela rápida aceitação que os designers brasileiros alcançaram na Itália. Eles inspiram-se no artesanato, e, mesmo aquelas peças produzidas industrialmente, partem de uma manufatura, seja pela concepção, seja pela fabricação dos protótipos. É relevante recordar que a participação de Fernando e Humberto Campana no Salão Internacional do Móvel de Milão iniciou em 1998, quando apresentaram a cadeira Vermelha. Para que a empresa italiana Edra produzisse o móvel, foi necessário gravar um vídeo com o processo de confecção artesanal.

O design na Itália desenvolveu-se baseado no artesanato, como um aliado da produção, valorizando os conhecimentos que poderiam ser empregados na fabricação industrial. O conhecimento das técnicas e procedimentos artesanais possibilitou o estabelecimento de uma postura no design: baseada no artesanato, sem a dependência (em muitos casos) da indústria para a fabricação dos projetos. Isto contribuiu no exercício da criatividade individual, mais livre dos princípios de um modelo baseado na racionalidade e no design em busca de um padrão universal. Isto também possibilita que as empresas busquem diferenciações no design de seus produtos, ao observarem novas configurações que extrapolam os processos tradicionais de criação e fabricação.

No Brasil, ainda persistem as concepções deterministas que depositam na industrialização e na grande seriação, as únicas possibilidades do design, desvalorizando as técnicas artesanais que poderiam ser aproveitadas, inclusive em processos de produção mistos. O conceito de design tem base no projeto modernista, com a utopia de formas e produtos universais, que seriam mais éticos se priorizassem aspectos funcionais de modo racional.

O caráter pós-moderno do trabalho dos irmãos Campana estimula a reflexão sobre o viés internacional e a discussão do regional e do nacional. Os designers usam elementos locais, ligados aos temas nacionais (como a cadeira Favela), em uma perspectiva pós-moderna, que contribui para transformar estes elementos em novos significados. Desenvolvem móveis classificados como um design de luxo, nobre, porém fazem isto a partir do banal e do simples, do que é considerado pobre e/ou comum. Os irmãos Campana são pós-modernos no sentido em que adotam múltiplas referências, a pluralidade, a heterogeneidade, o trânsito entre as fronteiras da arte e do design, do artesanato e do industrializado, da unidade e da seriação.

8. Considerações finais

Os móveis dos irmãos Campana propõem a reflexão das interações que o design realiza com os indivíduos na sociedade, as mediações entre os artefatos e as pessoas, rearticulando significados e comportamentos. Para além da utilidade, o mobiliário dos Campana possibilita novas leituras do mundo, das experiências urbanas, como experiências estéticas, ressaltando os aspectos simbólicos e culturais com os quais trabalham.

O design possui um papel importante na criação de produtos que se inserem no cotidiano das sociedades, dialogando com os hábitos e valores dos indivíduos. O design dos Campana multiplica as referências, provocando deslocamentos na percepção dos conceitos e dos materiais. Estimula a discussão sobre o papel da tecnologia e das suas implicações no design e na sociedade. Desta forma, eles questionam os valores tradicionais do design moderno, tanto no aspecto conceitual quanto no aspecto tecnológico. Essa relação é intermediada pelos diálogos com a arte, com a ironia pós-moderna, com a possibilidade que o design tem de projetar e comunicar idéias por meio dos artefatos.

Referências

CAMPANA, Fernando; CAMPANA, Humberto. CAMPANAS. São Paulo: Bookmark, 2003.

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

CAMPANAS. Site oficial dos irmãos Campana. Disponível em: <<http://www.campanas.com.br>> Acesso em: 10 mai. 2007.

CARDOSO, Rafael. A arte brasileira em 25 quadros [1790-1930]. Rio de Janeiro: Record, 2008.

EDRA. Fernando & Humberto Campana. Disponível em: <<http://www.edra.com/designer.php>> Acesso em: 23 ago. 2008.

EDRA. Edra nel mondo. Disponível em: <<http://www.edra.com/museum.php>> Acesso em: 23 ago. 2008.

HESKETT, John. Desenho Industrial. 2. ed. São Paulo: Editora José Olympio, 1980.

HESKETT, John. Design. São Paulo: Editora Ática, 2002.

GARNER, Philippe. Sixties Design. Lisboa: Taschen, 2008

JAMESON, Fredric. Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio. 2. ed. São Paulo: Ática, 1997.

JOLY, Martine. Introdução à análise de imagem. Campinas: Papyrus, 1996.

LUCIE-SMITH, Edward. Arte pop, 1966. In: STANGOS, Nikos. Conceitos da arte moderna. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000. p. 160-169.

MOMA. The Museum of Modern Art. Projects 66: Campana/Ingo Maurer. November 27, 1998 – January 19, 1999. New York, 1998. Disponível em: <<http://www.moma.org/exhibitions/1998/projects66/index.html>> Acesso em: 20 jun. 2007

SANTOS, Marines Ribeiro dos. Design e cultura: os artefatos com mediadores de valores e práticas sociais. In: QUELUZ, M.L.P. (org.) Design e Cultura. Curitiba: Sol, 2005.

_____. Mulheres como objeto: ambigüidades nas representações do feminino na arte “POP” de Allen Jones. In: Caderno Espaço Feminino. Volume 17. no.1. Uberlândia: EDUFU, 2007.

TAMBINI, Michael. O design do século. São Paulo: Ática, 1997.

Sobre as autoras

Lindsay Jemima Cresto, Designer de produto com formação em desenho Industrial pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), especialista em Design de Mobiliário pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) e mestre em Tecnologia pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Professora de História da Arte e do Design do Senac-PR. Professora do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial (DADIN) da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) entre 2006-2008.
E.mail: lincresto@hotmail.com

Marilda Lopes Pinheiro Queluz, É professora do Programa de Pós-Graduação em Tecnologia (PPGTE) e do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial (DADIN) da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Mestre em História Social (UFPR), Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP). É organizadora do livro Design e Cultura.
E.mail: pqueluz@gmail.com