



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS.
INSTITUTO DE ARTES

CLÁUDIO LIMA FERREIRA

**A obra de design brasileiro dos Irmãos Campana sob o
olhar das Relações Complexas**

Tese apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Artes do
Instituto de Artes da Universidade
Estadual de Campinas – UNICAMP
para defesa ao Doutorado sob
orientação do Prof. Dr. Haroldo Gallo.

CAMPINAS – SÃO PAULO

Junho – 2011

III

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA
BIBLIOTECA DO INSTITUTO DE ARTES DA UNICAMP

F413o Ferreira, Cláudio Lima.
A obra de design brasileiro dos Irmãos Campana sob o olhar das Relações Complexas. / Cláudio Lima Ferreira. – Campinas, SP: [s.n.], 2011.

Orientador: Haroldo Gallo
Tese(doutorado) - Universidade Estadual de Campinas,
Instituto de Artes.

1. Irmãos Campana. 2. Interdisciplinaridade. 3. Mobiliário.
4. Artes Visuais. 5. Arquitetura. I. Gallo, Haroldo.
II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Artes.
III. Título.

Título em inglês: The Brazilian design work of the Campana brothers from the perspective of Complex Relations.

Área de Concentração: Artes Visuais.

Palavras-chave em inglês (Keywords):

Campana brothers

Interdisciplinarity

Furniture

Visual Arts

Architecture

Titulação: Doutor em Artes.

Banca examinadora:

Dr. Haroldo Gallo

Dr. Wilson Flório

Dra. Silvia Aparecida Mikami Gonçalves Pina

Dr. Jofre Silva

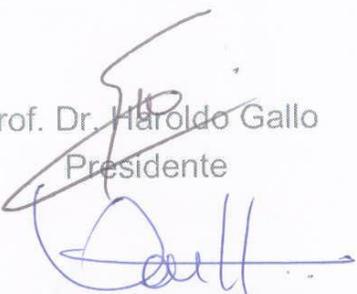
Dra. Maria Clara Amado Martins

Data da defesa: 09-06-2011

Programa de Pós-Graduação: Artes.

Instituto de Artes
Comissão de Pós-Graduação

Defesa de Tese de Doutorado em Artes, apresentada pelo Doutorando Claudio Lima Ferreira - RA 983461 como parte dos requisitos para a obtenção do título de Doutor, perante a Banca Examinadora:



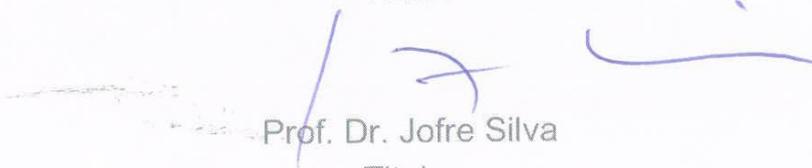
Prof. Dr. Haroldo Gallo
Presidente



Prof. Dr. Wilson Florio
Titular



Profa. Dra. Silvia Aparecida Mikami Gonçalves Pina
Titular



Prof. Dr. Jofre Silva
Titular



Profa. Dra. Maria Clara Amado Martins
Titular

Dedico esta pesquisa aos meus pais,
João Ferreira e Maria das Dores Lima Ferreira

AGRADECIMENTOS

Prof. Dr. Haroldo Gallo (orientador)

Prof. Dr. Wilson Flório

Prof.^a Dra. Anna Paula S. Gouveia

Prof.^a Dra. Maria Cecília Loschiavo dos Santos

Pelas contribuições das disciplinas cursadas

Dra. Silvia Ap. Mikami Gonçalves Pina

Dr. Jofre Silva

Dra. Ana Maria R. de Góes Monteiro

Dra. Raquel Zuanon

Dra. Maria Clara Amado Martins

Membros da Banca Final

Funcionários do IA – UNICAMP

Secretaria, Laboratório de Informática, Oficina e Biblioteca

Professores e Colegas do IA - UNICAMP

A todos que direta ou indiretamente contribuíram

para o desenvolvimento desta pesquisa.

AGRADECIMENTO ESPECIAL

Gostaria de agradecer ao meu orientador Haroldo Gallo por compreender a importância da transdisciplinaridade para o desenvolvimento da pesquisa e que soube, de forma paciente e equilibrada, cobrar resultados e preservar a minha liberdade de pesquisa. Essa orientação foi essencial para que obtivéssemos muitas dúvidas e incertezas sobre o tema; esse é um dos objetivos do Pensamento Complexo.

Aos meus amigos arquitetos Melissa Ramos da Silva Oliveira, Anderson Jardim de Araújo, Sandra Cristina Fernandes Martins, Leonardo Loyolla Coelho e Dilson Batista Ferreira meu agradecimento pelos bate-papos, pelas correções, e principalmente pelos questionamentos sobre o tema.

Gostaria de agradecer meus pais, irmãos e ao Edson Zanetti pelo apoio nesses momentos em que tinha que estar distante da família para ler e escrever... escrever e ler... ler e escrever...

“Esse reconhecimento da complexidade nos faz não eludir, mas elidir os problemas que ele coloca: dizer é complexo é confessar a dificuldade de descrever, de explicar, é exprimir sua confusão diante de um objeto que comporta traços diversos, excessos de multiplicidade e de indistinção interna.”

Morin (2000:90)

RESUMO

Esta tese de doutorado tem como objetivo principal analisar a obra de design brasileiro sob o olhar das Relações Complexas tendo como estudo de caso os Irmãos Campana. A pesquisa está dividida em três capítulos que possuem respectivamente como eixo teórico o Pensamento Simplificador, as Relações Complexas e o Pensamento Complexo. As conexões entre teoria e a prática projetual foram evidenciadas em cada capítulo da pesquisa a partir do confronto entre o Pensamento Simplificador, as Relações Complexas e o Pensamento Complexo. Essas conexões podem ser evidenciadas por experiências práticas encontradas nos processos projetuais do design contemporâneo, em especial nas obras dos irmãos Fernando e Humberto Campana. O Pensamento Simplificador está embasado na razão, no racionalismo e na racionalização, ou seja, uma simplificação do pensamento. O princípio da simplificação ainda é muito imperativo e isso se reflete no processo projetual do design. Utilizando o Pensamento Simplificador como base teórica, verifica-se que o design atual visa, em muitos casos, somente ao lucro e consolida-se sobre uma base frágil, pouco sólida, como uma ferramenta que produz inovação, beleza estética e/ou personalização para os objetos. Atualmente, observa-se que as bases desse pensamento científico clássico denominado como “simplificador” encontram-se abaladas pelo desenvolvimento de uma nova forma de pensar mais global, que não tem como objetivo criar uma ruptura com o pensamento anterior, mas sim mostrar uma forma de pensar em conjunto. Essa nova forma de pensar denomina-se Pensamento Complexo. O Pensamento Complexo tem como base o complexo. A palavra derivada do latim *complexus*, que significa “tecer em conjunto”. Esse pensamento contemporâneo está apto a reunir, a contextualizar, a globalizar e, ao mesmo tempo, reconhecer o singular, o individual e o concreto. Sob um olhar contemporâneo, verifica-se que o Pensamento Simplificador está superado e o Pensamento Complexo ainda em desenvolvimento. Por esse motivo, constitui-se e apresenta-se nesse trabalho uma terceira forma de análise sobre o processo projetual, denominada Relações Complexas. Essa forma de análise está inserida entre o Pensamento Simplificador e o Pensamento Complexo. Não é uma nova forma de pensar como o Pensamento Simplificador e o complexo, mas uma forma de compreender

esse espaço turbulento que se encontra entre esses dois pensamentos. As Relações Complexas evidenciam a transição e a conexão entre as duas formas de organização dos pensamentos anteriormente citados e contribuem para o entendimento do processo criativo na contemporaneidade.

Palavras-Chave: Irmãos Campana, Interdisciplinaridade, Mobiliário, Artes Visuais, Arquitetura.

ABSTRACT

This doctoral thesis seeks to analyze the Brazilian design work from the perspective of the Complex Relations, using the Campana brothers as case study. The research is divided into three chapters, the theoretical bases of which are respectively Simplifying Thinking, Complex Relations and Complex Thinking. The connections between theory and the practice of design were emphasized in each chapter of this essay by means of the comparison between Simplifying Thinking, Complex Relations and Complex Thinking, with practical experiences made evident by the design processes performed in the contemporary design, particularly in the work of the brothers Fernando and Humberto Campana. The Simplifying Thinking is based on reason, rationalism and rationalization, which means a simplification of the thought. The simplification principle is still imperative, which is reflected in the design process. By means of the Simplifying Thinking as a theoretical basis, it is established that current design is focused, in sundry cases, only on the profit and consolidates over a fragile, unsafe basis, as a tool which produces innovation, aesthetic beauty and / or customization of objects. Currently, one thing that can be noticed is that the bases of the classical scientific thinking referred to as "simplistic" are unstable because of the development of a new, more global, way of thinking that does not intend to rupture with the previous one, but to show a way to picture things as a whole. This new manner of thinking is called Complex Thinking and is based on the complex, derivative from the Latin word *complexus*, which means "weaving together". This contemporary thinking is able to gather, contextualize, globalize and, at the same time, recognize the unique, the individual and the concrete. It can be understood, from a contemporary perspective, that the Simplifying Thinking has been outranked and the Complex Thinking is yet being developed. Therefore, this paper constitutes and presents a third form of analysis over the process of design, called Complex Relations, which is stated between the Simplifying Thinking and Complex Thinking. This does not constitute a new way of thinking as Simplifying and Complex Thinking, but a way of understanding this turbulent space that lies between these two ways of thinking. The Complex Relations highlight the transition and the connection between both forms of organization of thoughts above-

mentioned and contribute to our understanding of the creative process in the contemporary scenario.

Keywords: Campana brothers, Interdisciplinarity, Furniture, Visual Arts, Architecture.

Lista de Fotos	
Foto 01: Propaganda clínica odontológica: “Dental Design”	43
Foto 02: Fachada do salão de cabeleireiro – “MG Hair Design” – São Paulo – SP	43
Foto 03: Fachada de salão de cabeleireiro no centro de Campinas – SP	44
Foto 04: Cadeira Zig-Zag	65
Foto 05: Sapatilha Campana	65
Foto 06: Bolsa Campana	65
Foto 07: Melissa high	66
Foto 08: Melissa high	66
Foto 09: Melissa high	66
Foto 10: Barracos da favela na Rocinha – Rio de Janeiro – RJ	81
Foto 11: Barracos da favela no Jd. Amarais – Campinas – SP.	82
Foto 12: Sofá Boa	83
Foto 13: Cadeira Favela	84
Foto 14: Cadeira Favela	84
Foto 15: Detalhe Cadeira Favela	85
Foto 16: Confeção Banco Sushi	90
Foto 17: Confeção Banco Sushi	91
Foto 18: Confeção Banco Sushi	91
Foto 19: Confeção Banco Sushi	91
Foto 20: Confeção Banco Sushi	92
Foto 21: Cadeira Favela	93
Foto 22: Cadeira Favela	93
Foto 23: Cadeira Favela	94
Foto 24: Prateleira Favela	95
Foto 25: Colar Slats	98
Foto 26: Brinco Slats	99
Foto 27: Sandália (Campana high) Dourada	99
Foto 28: Sandália (Campana high) Verde	100
Foto 29: Sapatilha (Campana low) Preta	100
Foto 30: Embalagens – Sandálias Campana	102
Foto 31: Embalagens – Sandálias Campana	102
Foto 32: Bass queimando a Cadeira Favela	109
Foto 33: Cadeira Favela – Queimada por Bass	109
Foto 34: Espaço de Entrada Ateliê Campana	135
Foto 35: Espaço de Entrada Ateliê Campana	135
Foto 36: Espaço de Entrada Ateliê Campana	135
Foto 37: Espaço de projeto e produção Ateliê Campana	136
Foto 38: Espaço de projeto e produção Ateliê Campana	136
Foto 39: Espaço de projeto e produção Ateliê Campana	136
Foto 40: Modelo Cadeira em Papelão – Ateliê Campana	137
Foto 41: Modelo Sandália Campana – Ateliê Campana	137
Foto 42: Espaço de projeto e produção Ateliê Campana	137
Foto 43: Espaço de projeto e produção Ateliê Campana	138
Foto 44: Espaço de projeto e produção Ateliê Campana	138
Foto 45: Espaço de projeto e produção Ateliê Campana	138

Foto 46: Espaço de projeto e produção Ateliê Campana	139
Foto 47: Espaço de funcionários e estagiários Ateliê Campana	139
Foto 48: Espaço circulação/livros de referência Ateliê Campana	140
Foto 49: Sala Fernando Campana Ateliê Campana	140
Foto 50: Sala Humberto Campana Ateliê Campana	140
Foto 51: Sala Humberto Campana Ateliê Campana	140
Foto 52: Cadeira Plástico bolha	144
Foto 53: Entorno Ateliê Campana	145
Foto 54: Entorno Ateliê Campana	145
Foto 55: Entorno Ateliê Campana	146
Foto 56: Entorno Ateliê Campana	146
Foto 57: Entorno Ateliê Campana	146
Foto 58: Entorno Ateliê Campana	147
Foto 59: Entorno Ateliê Campana	147
Foto 60: Entorno Ateliê Campana	148
Foto 61: Entorno Ateliê Campana	148
Foto 62: Entorno Ateliê Campana	148
Foto 63: Entorno Ateliê Campana	149
Foto 64: Mesa Tatroo, Irmãos Campana, 1993	161
Foto 65: Loja Camper – Berlin – Fernando & Humberto Campana	166
Foto 66: Lounge “HSBC Private Bank” – São Paulo	167
Foto 67: Camisa Lacoste by Campana	168

Lista Figuras	
Figura 01: Estruturação Conceitual da Pesquisa	25
Figura 02: Pensamento Simplificador no Design	41
Figura 03: Nutopia Teknowash Shampoo Station, 2008	67
Figura 04: Nutopia Teknowash Shampoo Station, 2008	67
Figura 05: Nutopia Teknowash Shampoo Station, 2008	67
Figura 06: Sofá Krysalis	67
Figura 07: Melissa Zaha Hadid amarela	68
Figura 08: Melissa Zaha Hadid lilás	68
Figura 09: Resumo do processo de criação – Melissa – Zaha Hadid	69
Figura 10: Nuragic & Contemporary Art Museum, Cagliari, Italy, 2002	69
Figura 11: Nuragic & Contemporary Art Museum, Cagliari, Italy, 2002	69
Figura 12: Propaganda impressa da Sandália Campana	101
Figura 13: Parceria Lacoste – Campana	167

SUMÁRIO

❖ Folha de rosto.....	III
❖ Ficha catalográfica.....	IV
❖ Folha de aprovação.....	V
❖ Dedicatória.....	VII
❖ Agradecimento.....	IX
❖ Agradecimento especial.....	XI
❖ Epígrafe.....	XIII
❖ Resumo	XV
❖ Abstract	XVII
❖ Lista de Fotos/ Figuras	XIX
❖ Sumário.....	XXI
❖ Introdução	23
❖ Apresentação das partes e capítulos	31
❖ Capítulo I - Pensamento Simplificador: design, inovação e lucro	
1.1 – Design Contemporâneo: somente um instrumento para produzir inovação? –.....	39
1.1.1. - A estruturação e a banalização do termo design: um Pensamento Simplificador visando às estratégias capitalistas de lucro.	43
1.2 – Design simplificador: a imagem na economia global.	51
1.3 – Imagem: consumo e alienação na contemporaneidade.	56
1.4 – Design e Imagem: o Pensamento Simplificador e as Relações Complexas refletidas no processo projetual contemporâneo – global/local.....	62

❖ **Capítulo II - As Relações Complexas no processo projetual: o caso das favelas brasileiras.**

2.1 – Global e local: as apropriações e espetacularizações das singularidades brasileiras. –	79
2.2 – Problemáticas urbanas e design: a produção da imagem de produtos de design a partir da captura da forma irregular de construção dos barracos de favela.	84
2.3 – Cadeira Favela: a constante evolução da forma.	96
2.4 – Relações Complexas retratadas na (re)produção da marca Campana e na imagem assemelhada à Cadeira Favela em outros produtos de design.	105
2.5 – Ordem, desordem e incerteza: as críticas e os pensamentos contraditórios sobre as obras dos designers Irmãos Campana. –.....	113

❖ **Capítulo III - Processo projetual e Pensamento Complexo: o caso dos Irmãos Campana**

3.1 – Edgard Morin: introdução aos Pensamentos – Simplificador e Complexo.	124
3.2 – Da teoria à prática: o Pensamento Complexo e o processo projetual na vida dos Irmãos Campana.	144

❖ **Concluindo com incertezas192**

❖ **Referências Bibliográficas206**

Introdução

Nesta tese de doutorado, propõe-se analisar a obra¹ de design brasileiro sob o olhar das Relações Complexas, tendo como estudo de caso os Irmãos Campana.

Ao iniciar esta pesquisa, pensou-se que se poderia analisar as obras dos Irmãos Campana em apenas dois níveis de pensamentos teóricos: Pensamento Simplificador e Complexo. Entretanto, verificou-se que, em muitos casos, o estágio do processo projetual em que eles se encontram está em uma etapa intermediária a esses dois níveis, o qual se denominou nesta tese como “Relações Complexas”.

Essas Relações Complexas seriam as conexões ou os “caminhos testes” que teceriam conjuntamente o Pensamento Simplificador e complexo. Entender essas Relações Complexas faz com que o Pensamento Complexo aproxime-se de nossa realidade, tornando-se experiências que antecedem os processos projetuais transdisciplinares e totalizantes.

Esta tese possui três capítulos respectivamente analisando o Pensamento Simplificador, as Relações Complexas e o Pensamento Complexo com ênfase no design brasileiro.

¹ Para o desenvolvimento geral da pesquisa utilizou-se do conceito de obra de design para analisar a produção dos objetos dos Irmãos Campana. Este conceito está embasado nas experiências vividas dos designers que constitui repertório significativo para a construção de seus pensamentos e não apenas sobre o processo projetual envolvido na produção isoladamente de seus produtos. Entretanto é importante salientar que em alguns momentos da pesquisa utilizou-se o termo processo projetual pois trata-se especificamente de análises pontuais de projeto.

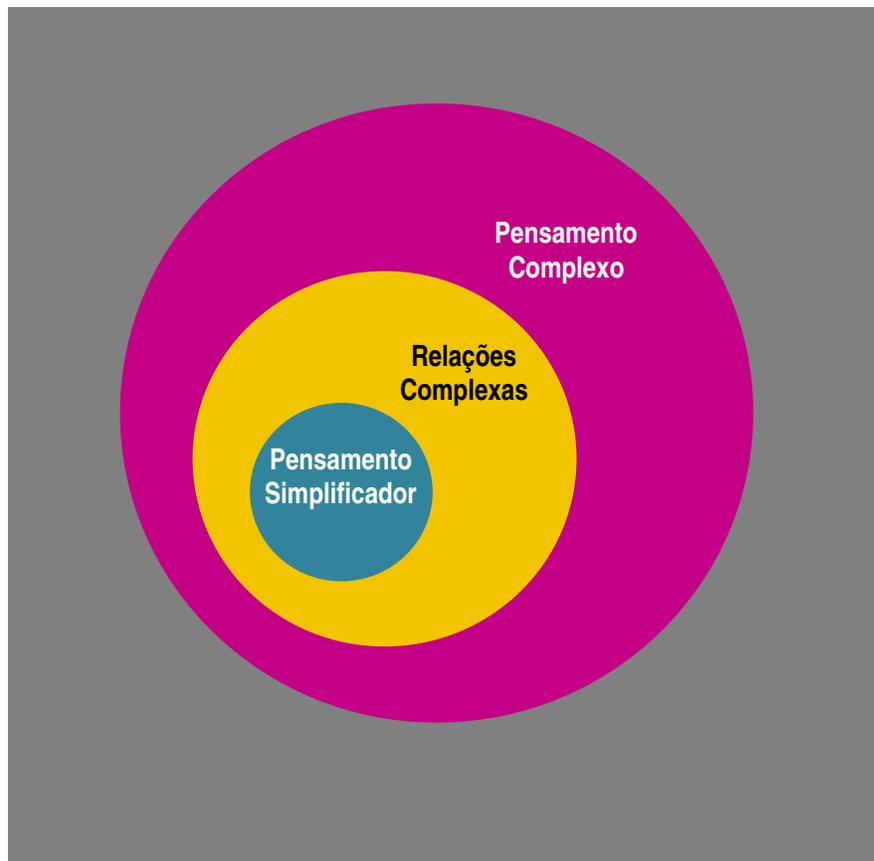


Figura 01: Estruturação conceitual da pesquisa

O primeiro capítulo analisa o Pensamento Simplificador com base nas atuais estratégias capitalistas de lucro evidenciando seus desdobramentos sobre questões que envolvem o processo projetual no design contemporâneo.

É importante compreender que o Pensamento Simplificador, também denominado na pesquisa como ciência clássica, é guiado especialmente pela razão, pelo racionalismo e pela racionalização. Ou seja, é guiado pela simplificação do pensamento, que desde então opera a crise da ordem, da separabilidade, da redução e da lógica.

Durante a maior parte da vida, o homem viveu num regime estruturado sobre um Pensamento Simplificador, onde se ensinava e se aprendia a separar, a segregar, a disjuntar e a fragmentar as coisas para estudá-las, analisá-las e compreendê-las. Um dos efeitos dessa

fragmentação foi a distribuição do ensino em disciplinas, o que proporcionou, posteriormente, a chamada hiperespecialização. É importante salientar que o ensino fragmentado não é a causa, e sim a consequência da hiperespecialização. O ensino sofre graves consequências com a chegada da hiperespecialização.

Neste capítulo, objetiva-se analisar criticamente o uso da imagem do design para valorizar produtos e/ou profissionais e, principalmente, criticar a banalização do termo design quando este se torna apenas um instrumento simplificador que visa ao lucro através da inovação.

Como hipótese principal: o princípio da simplificação ainda é muito imperativo sobre a área do design, isso quando analisado sobre a base das atuais estratégias capitalistas de lucro. O design atual visa, sobretudo, à imagem e ao lucro e constitui-se ou esconde-se apenas sob uma base frágil e pouco sólida de ferramenta que produz inovação, beleza estética e/ou personalização para os objetos. Isso ocorre porque os profissionais e as corporações sabem que as inovações, mesmo que pequenas, são importantes instrumentos para aumentar o valor simbólico do produto.

As reflexões sobre algumas indagações entre lucro e design e principalmente sobre a verdadeira importância do design para a sociedade constituíram importantes hipóteses complementares.

Como hipóteses complementares: atualmente o design é usado para qualquer área ou profissão que necessite mostrar ou vender uma imagem de perfeição ou diferencial estético, e a banalização do termo design reflete a simplificação da sua ação somente em forma e inovação.

O capítulo tem como objeto de estudo o design contemporâneo e como metodologia de análise, utilizou-se de pesquisa em letreiros presentes no contexto urbano, verificando como o termo design é apropriado em diferentes profissões. Realizou-se também uma pesquisa de mercado sobre produtos que são concebidos por profissionais que atuam na área de projeto, evidenciando as Relações Complexas a partir de trechos de aproximação entre o design, a arquitetura e a moda.

Como referência bibliográfica para as análises entre teoria e prática, utilizou-se de autores como Aloisio Magalhães e suas análises sobre o direcionamento do design

contemporâneo, David Harvey e as atuais estratégias capitalistas de lucro, Jorge Frascara e as relações entre imagem e forma, Milton Santos e o individualismo e a alienação dos consumidores e Rafael Cardoso Denis e o desenvolvimento do design contemporâneo. Esses teóricos proporcionaram profundas análises sobre as conexões existentes entre Pensamento Simplificador, estratégias capitalistas de lucro e consumo, inovação e perfeição estética refletidas no design contemporâneo.

O segundo capítulo desta tese tem como objeto de estudo os barracos de favelas brasileiros, e como principal objetivo, analisar a produção de imagem de produtos de design a partir da apropriação da forma irregular de construção dos barracos de favela.

Este capítulo evidencia a espetacularização de singularidades da precariedade brasileira a partir da evolução das estratégias capitalistas de lucro sobre a captura da precariedade do espaço urbano.

Para o desenvolvimento deste capítulo, constituiu-se como eixo de análise teórica as “Relações Complexas”. A constituição de um eixo de análise denominado de Relações Complexas fez-se necessário para a compreensão de trechos de aproximação entre as áreas de design, arquitetura e moda.

“Relações Complexas” é um eixo de análise transitório, entre o Pensamento Simplificador e o Complexo, e tem como objetivo evidenciar importantes questões discutidas pelo Pensamento Complexo, o qual está em desenvolvimento, porém, ainda distante de se consolidar. É importante salientar que o eixo de análise das Relações Complexas envolve algumas questões do Pensamento Complexo, entretanto, não é um pensamento, e sim relações e/ou conexões.

Este capítulo será concluído com o estudo de caso sobre as Relações Complexas refletidas no processo projetual dos designers brasileiros Fernando e Humberto Campana e, pontualmente, sobre os reflexos das Relações Complexas sobre o processo de projeto e desdobramento formal do objeto “Cadeira Favela” em outros produtos de design.

Como principal hipótese: o processo projetual, a execução e a comercialização do objeto Cadeira Favela envolvem questões como totalidade, transdisciplinaridade, ordem,

desordem, incerteza e *demens*², ficando evidente no processo projetual dos designers uma tentativa, mesmo que involuntária, do desenvolvimento de questões que envolvem o Pensamento Complexo.

Durante o desenvolvimento deste capítulo, tendo como base estruturadora sua hipótese principal, verificou-se que o processo projetual dos designers no caso do objeto Cadeira Favela, envolve questões complexas, ainda distantes de um “Pensamento Complexo”, entretanto, muito próximas do que se denomina de eixo de análise de “Relações Complexas”.

Neste capítulo, utilizou-se como metodologia visita de campo e levantamento fotográfico para análise dos materiais usados na construção dos barracos de favela no Rio de Janeiro/RJ e em Campinas – SP; estudos mercadológico de produtos de design que se apropriaram da favela como conceito projetual; visitas a lojas de sapato, joalheria, mobiliário e utensílios domésticos para averiguar produtos lançados que se apropriaram de forma assemelhada à Cadeira Favela e, para finalizar, visita ao ateliê dos designers na cidade de São Paulo – SP.

Como referências bibliográficas, utiliza-se, além de Edgar Morin e seus estudos sobre a complexidade, Ouriques e Cancline, que analisam o turismo e o exotismo, e a cultura popular como mercadoria, Cecília Almeida Salles e seus estudos sobre crítica genética, e os livros e periódicos sobre os designers Fernando e Humberto Campana.

O terceiro capítulo desta tese tem como objeto de estudo os designers brasileiros Irmãos Campana e como principal objetivo, analisar as conexões existentes ou não entre os sete saberes apontados no Pensamento Complexo por Edgar Morin e o processo projetual de Fernando e Humberto Campana. Como hipótese principal: a compreensão da estrutura do Pensamento Complexo pelos designers Irmãos Campana para o desenvolvimento do processo projetual de suas obras.

² Verificando que todos os seres humanos são duplos, pois tem um pouco de sapientalidade (razão) e também um pouco de demencialidade (loucura). Deve-se romper, portanto, com essa separação entre conhecimento científico e conhecimento artístico. A arte está na ciência, assim como a ciência está na arte

As conexões entre o Pensamento Complexo e o processo projetual artístico são riquíssimas, e podem contribuir para o desenvolvimento de futuros estudos sobre hiperespecialização, transdisciplinaridade e até mesmo sobre o *Sapiens Demens*.

É importante compreender que não se pode analisar o processo projetual, em especial sobre o design, apenas como um ramo do saber do conhecimento ou uma disciplina; ele envolve-se na denominada transdisciplinaridade. Transdisciplinaridade não significa apenas disciplinas que colaboram entre si em determinados projetos com conhecimentos em comum, mas significa, também, que há um modo de pensar organizador, que pode atravessar as disciplinas e proporcionar uma unidade.

Como metodologia neste capítulo, utiliza-se de comparações teóricas e práticas entre os sete saberes elaborados por Morin e a vida e as obras dos Campana.

A estruturação geral desta tese de doutoramento, independente de cada capítulo, utiliza de importantes estudiosos que, direta ou indiretamente, permearam todo o trabalho. Além da base teórica sobre o Pensamento Complexo de Edgar Morin, as importantes análises do sociólogo David Harvey auxiliaram na estruturação da pesquisa, principalmente nas questões que envolviam o capitalismo atual, assim como o designer Aloísio Magalhães, um dos principais incentivadores e crítico do design no Brasil, e que, no ano de 1977, proferiu uma importante palestra intitulada “O que o Desenho Industrial pode fazer pelo país? Por uma nova conceituação e uma ética do Desenho Industrial no Brasil”. Outra base teórica que contribuiu para a análise do Pensamento Complexo evidenciando trechos de aproximações entre o design, a arquitetura e a moda foram realizadas pelo geógrafo Milton Santos, principalmente em suas análises sobre o individualismo e a alienação, que são fomentados pelo aumento desenfreado de consumo que guia a sociedade contemporânea.

É importante salientar que outros estudiosos desenvolveram importantes estudos sobre as possibilidades de novas formas de pensamento. Esses estudiosos, mesmo não citados diretamente no texto, foram imprescindíveis para o desenvolvimento deste.

O primeiro autor que teve grande contribuição foi James Gleick, com a Teoria do Caos, na qual analisa que o caos surgiu com a abordagem sobre a questão meteorológica, visando a tentativa de simplificar o tempo como as marés, a um simples conjunto de

fórmulas matemáticas. Entretanto verificou-se que os fatores determinantes são diversos, tomando uma forma aparentemente desordenada e imprevisível.

A desconexão entre as várias áreas do conhecimento apontam para a aceitação do Caos – a ciência demonstrou alguma resistência em deixar a crença de que o Mundo poderia ser facilmente simplificado e explicado e em aceitar a complexidade do real. O livro a Teoria do Caos apresenta as várias versões científicas do caos e coloca a importância da compreensão ou conhecimento prévio de alguns conceitos de matemática e física para a compreensão do todo.

Bruno Latour foi outro autor que teve grande importância para o desenvolvimento desta pesquisa, ao analisar em seus estudos três correntes de pensamentos: a dos modernos, que ainda acreditariam nas propostas da suposta modernidade, os antimodernos, que têm uma postura reacionária diante da modernidade, e os pós-modernos, que seriam os céticos que, recusando as duas posições anteriores, ficariam em dúvida a esse respeito. Dito isso, Latour questiona esses pensamentos discutindo se algum dia já fomos modernos.

Os estudos de Robert Venturi, no livro Complexidade e Contradição na Arquitetura, contribuíram com a estrutura da pesquisa. Venturi analisa a arquitetura com base na complexidade. Considera que a cultura contemporânea começa a aceitar a contradição e o diferente como importante condição para o desenvolvimento da totalidade. Venturi rejeita a simplicidade do modernismo e rebate a conhecida frase de Mies van der Rohe "menos é mais", dizendo o "menos é um furo"; o que deixa clara a sua linha de pensamento que questiona as soluções simples, colocando que essa simplificação não responde às necessidades de uma sociedade complexa.

Outro autor que contribuiu com os objetivos e as justificativas da pesquisa foi o físico Fritjof Capra, principalmente com as análises de seu livro A Teia da Vida – Uma Nova Compreensão dos Sistemas Vivos, no qual afirma que a natureza é de fato inteligente. Em muitos casos, seus estudos têm como base os avanços da ciência e da redescoberta das filosofias orientais. Capra também retoma as teses de O Ponto de Mutação para discutir as teorias sistêmicas, que procuram ver todas as coisas em conjunto e nunca isoladamente. Para ele, não só a física, mas todas as áreas específicas da ciência moderna desembocam hoje inevitavelmente na visão ecológica do mundo, assim como os rios encontram o

oceano. A visão ecológica é idêntica à visão mística. A concepção sistêmica da vida não vê as coisas como elementos isolados, mas como partes de padrões vibratórios integrados, conjuntos cheio de significados, cujas características mais importantes não estão em suas partes, mas na maneira como estas partes se relacionam.

Esta pesquisa visa efetivamente compreender e respeitar a diversidade e o equilíbrio a partir da importância do Pensamento Simplificador, do Pensamento Complexo e, sobretudo, das Relações Complexas para as áreas de criação do design, ou seja, do exercício da reflexão sobre o todo complexo, a partir dos novos (re)arranjos entre capitalismo, sociedade e processo projetual.

Através de uma hipótese³ ampla que envolve toda a pesquisa, pode-se afirmar que ainda que se constate diferença entre o Pensamento Simplificador e complexo, admite-se continuidade e relações dialéticas entre elas, ou seja, o simples não sumiu, ele está presente no complexo.

O Pensamento Simplificador que traz uma densa bagagem moderna relaciona-se diretamente com o Pensamento Complexo que possui uma estrutura pós-moderna em contínuo desenvolvimento. Não existe uma ruptura entre o Pensamento Simplificador moderno e o Pensamento Complexo pós-moderno, e sim uma intensificação e reestruturação de aspectos do moderno simplificador que complementa a estrutura do atual Pensamento Complexo pós-moderno.

Como se pode observar, a complexidade que envolve o design e seu processo projetual possui diversas ramificações e pode produzir inúmeras e contínuas reflexões e pesquisas sobre diversas áreas do conhecimento, como o design, a moda e a arquitetura. Esta pesquisa possui ineditismo ao analisar as obras dos designers brasileiros Irmãos Campana a partir das Relações Complexas enraizadas no processo projetual, tornando-se um relevante trabalho para profissionais da área de processo de criação ao colocar em evidência a importância de reflexões sobre uma totalidade que transborda os limites individualistas das profissões e das disciplinas.

³ Para o melhor desenvolvimento e entendimento da pesquisa constituiu-se uma hipótese para cada capítulo além da hipótese geral da tese.

O conhecimento e o respeito por uma forma de pensar estruturada, principalmente, pela incerteza, pelo *demens*, pela transdisciplinaridade, pela totalidade e pela diversidade pode estimular o desenvolvimento harmônico e sólido de um design contemporâneo.

Apresentação das Partes e Capítulos

Para a estruturação desta tese de doutoramento que visa analisar a obra de design brasileiro dos Irmãos Campana sob a ótica das Relações Complexas, foi necessário dividi-la em três capítulos, com um total de onze subcapítulos.

Capítulo I – Pensamento Simplificador: design, inovação e lucro.

São feitas considerações sobre o processo projetual do design contemporâneo embasado no Pensamento Simplificador que se relaciona diretamente com as atuais estratégias capitalistas de lucro. Analisa-se a atual produção do design e seu processo projetual, que é enfatizado de forma simplificadora como ferramenta que produz inovação, beleza estética ou personalização para os objetos.

Verifica-se em muitos casos, a partir de apontamentos sobre o processo projetual, que o design atual, de forma geral, visa, sobretudo, ao lucro e constitui-se ou esconde-se sob uma base pouco sólida de “ferramenta que produz inovação”. A palavra design, atualmente, é usada para qualquer coisa ou profissão que queira ou necessite mostrar ou vender uma imagem de “qualidade” ou diferencial estético. Isso ocorre porque as corporações sabem que as inovações, mesmo que pequenas, são importantes instrumentos para aumentar o valor simbólico do produto.

Nessa etapa da pesquisa, pretende-se compreender a lógica das estratégias capitalistas atuais sobre o processo projetual e a produção do design, que visa, de forma simplificadora, à busca do lucro, e também, à busca das rendas monopolistas sobre símbolos, imagem e/ou marcas.

Este capítulo da tese divide-se em subcapítulos e tem como principal objetivo evidenciar as limitações do Pensamento Simplificador perante a totalidade.

1.1. – Design Contemporâneo: somente um instrumento para produzir inovação?

A atual banalização do termo design apenas como ferramenta que produz inovação e diferencial estético é dinamizada e fortalecida com a atual “necessidade” de consumo de produtos diferenciados e personalizados. Sabe-se da importância do design para as estratégias capitalistas de lucro, entretanto, não se pode deixar que as estratégias capitalistas tornem-se um paradigma para os designers, visando proporem apenas mudanças na forma dos produtos, tornando-os mais visíveis para o consumo de massa.

Para essa análise, inicialmente se questiona: o design contemporâneo é somente um instrumento que deseja produzir inovação.

1.2. – Design simplificador: a imagem na economia global.

Analisa-se as várias facetas que o design possui para agregar valor aos produtos, podendo introduzir a imagem da simplicidade, assim como a imagem da ostentação, de acordo com seu interesse ou seu público consumidor. Os designers e empresas capitalistas sabem da importância da imagem e da forma para gerarem marco de distinção, capital simbólico e renda monopolista sobre seus produtos.

Entretanto, nas estratégias da economia global, o design é visto apenas como uma ferramenta que produz inovação, resumindo-se a “beleza estética”. Verifica-se que esta abordagem, visando apenas ao consumo e ao lucro, trata-se de uma visão simplificadora de imagem e design.

1.3. – Imagem: consumo e alienação na contemporaneidade.

Analisa-se a imagem a partir do consumo e da alienação na vida contemporânea.

Muitas das mudanças e reviravoltas ocorridas nas estratégias corporativas para controlar o mercado internacional dos produtos possuem, em sua raiz, não apenas a busca do lucro, mas também a busca das rendas monopolistas sobre símbolos, imagem e/ou marcas.

O sistema de produção para o mercado cria fenômenos históricos condicionados pelos seus próprios interesses específicos. Um deles é o sistema de consumo. A captura do homem na armadilha constituída pelos bens de mercado e pelos serviços de mercado aprisiona o indivíduo pelas coisas que ele cria e o conduz à alienação, que promove um

processo de fragmentação do conhecimento e, conseqüentemente, uma distorção da realidade humana.

1.4. – Design e Imagem: o Pensamento Simplificador e as Relações Complexas refletidas no processo projetual contemporâneo global/local.

Analisa-se neste subcapítulo as Relações Complexas contemporâneas que envolvem a arquitetura, a moda e o design, evidenciando a dificuldade de explicar ou esclarecer esse tecer em conjunto (complexus) que, no caso, envolve o capitalismo, a globalização, a virtualização, a cultura, a forma, a marca, a pós-modernidade, entre tantos outros fatores.

Mesmo nosso objeto de estudo sendo os Irmãos Campana, fez-se necessário neste subcapítulo usar como exemplo outros profissionais para evidenciar as Relações Complexas existentes no processo projetual.

Essa Relação Complexa pode ser identificada no caso da empresa brasileira de calçados Grendene, detentora da marca Melissa (calçados plásticos).

Convidando grandes nomes, nacionais e internacionais, para desenvolverem o design, e principalmente inserir suas marcas em seus produtos, a Grendene firmou parceiras com o designer egípcio Karim Rashid, com os Irmãos Campana e com os *stylists* britânicos J. Maskrey, Judy Blame e Vivienne Westwood, assim como com a arquiteta iraquiana Zaha Hadid.

Nesse sentido, “duvidar” e questionar ainda são um dos melhores caminhos para entender esse atual processo complexo global/local. Pode-se indagar, por exemplo: o que levou uma famosa arquiteta iraquiana como Zahra Hadid a produzir uma sandália de plástico para uma empresa de calçados brasileira? Quais são as estratégias dos designers Irmãos Campana ou Karim Rashid para envolver suas formas e marcas nos produtos Melissa?

Busca-se nesse capítulo entender as Relações Complexas e interdisciplinares contemporâneas que envolvem diferentes áreas profissionais, como a arquitetura, a moda e o design. Para esta análise, abordam-se alguns dos produtos da marca Melissa, observando atuais Relações Complexas e seus reflexos sobre o processo projetual dos calçados.

Capítulo II – As Relações Complexas no processo projetual: o caso das Favelas.

Busca-se, através do eixo de análise das Relações Complexas, estudar as conexões de algumas obras dos designers brasileiros Irmãos Campana, em especial a “Cadeira Favela”, com a precariedade urbana das favelas brasileiras, evidenciando a apropriação de peculiaridades do espaço urbano brasileiro usadas no processo projetual de objetos de design. Este capítulo divide-se em cinco subcapítulos:

2.1. – Global e local: as apropriações e espetacularizações das singularidades brasileiras.

Pretende-se compreender a apropriação e a venda das imagens singulares brasileiras para o consumo de produtos turístico e de design.

A imagem agregada aos produtos estimula a venda da peculiaridade e/ou precariedades de grupos sociais como sendo um produto exótico e excêntrico. Há uma procura, principalmente empresarial, pela apropriação de “locais” considerados exóticos e excêntricos para a produção de uma imagem “diferente”, que será agregada a um produto determinado. Essas Relações Complexas de apropriação e processo de criação sobre o precário refletidas no turismo e principalmente no design de objetos evidenciam a importância de compreender a totalidade para análises pontuais.

2.2. – Problemáticas urbanas e design: a produção da imagem de produtos de design a partir da captura da forma irregular de construção dos barracos de favela.

Para compreender o eixo de análise das Relações Complexas, que envolve a apropriação, a difusão, o consumo das imagens e, principalmente, seus efeitos, consequências e alterações sobre a sociedade, o espaço e o território, optou-se nessa etapa da pesquisa por analisar as estratégias de apropriação da forma irregular das construções dos barracos de favela como estímulo/influência para o processo projetual de produtos de design como a Cadeira Favela e o Sofá Boa, dos designers brasileiros Irmãos Campana.

2.3. – Cadeira Favela: a constante evolução da forma. Verifica-se que, mesmo com mais de 20 anos da criação do objeto Cadeira Favela e de mudanças de empresas que a produziram, a forma desordenada de construção dos barracos de favela, que deu origem à Cadeira Favela, foi alterada. A ideia criativa básica se manteve a mesma, entretanto, novas

formas surgiram, provavelmente pelo amadurecimento do projeto, pela forma de produção de cada indústria ou pela necessidade de produção em série.

Essa análise sobre a readequação da forma do objeto Cadeira Favela para a produção durante os anos confirma que o design não deve ser estagnado, mas sim ativo e aberto a readequações.

2.4. – Relações Complexas retratadas na (re)produção da marca Campana e na imagem assemelhada à Cadeira Favela em outros produtos de design.

Neste capítulo, analisa-se a reprodução da imagem da Cadeira-Favela e da marca Campana por diversas empresas, de diferentes setores, tais como o de joias, sapatos e embalagens/caixas, mostrando, assim, a dinâmica do capital sobre a apropriação, (re)produção, difusão, venda de uma imagem e principalmente sua influência sobre o processo projetual desses objetos.

A renda de monopólio sobre a patente da Cadeira Favela permitiu que a sua imagem fosse utilizada para a produção de outros produtos, gerando novas formas de lucro aos designers que venderam o “produto/imagem” e detêm a marca, evidenciando as Relações Complexas existente entre design, moda, arquitetura e economia.

2.5. – Ordem, desordem e incerteza: as críticas e os pensamentos contraditórios sobre as obras dos designers Irmãos Campana.

No desenvolvimento deste capítulo, fez-se necessário abordar as críticas contraditórias sobre as obras dos Irmãos Campana. Esses pensamentos contraditórios são essenciais para o constante desenvolvimento do design. No Pensamento Complexo, verifica-se que a palavra complexidade exprime confusão, incerteza para determinar, esclarecer e definir. A complexidade recusa deixar-se definir imediata e certamente de maneira simples e isso contribui para a compreensão de um todo complexo sobre as obras de Fernando e Humberto Campana.

Capítulo III – Processo projetual e Pensamento Complexo: o caso dos Irmãos Campana.

Neste capítulo, objetiva-se compreender o Pensamento Complexo analisado por Edgar Morin e suas possíveis influências sobre o processo projetual dos designers brasileiros Irmãos Campana.

3.1. – Edgard Morin: introdução aos Pensamentos – Simplificador e Complexo.

Faz-se uma introdução sobre a importância de entender o Pensamento Complexo para a vida contemporânea.

O Pensamento Complexo tem como base o complexo. A palavra complexo vem do latim *complexus*, que quer dizer “aquilo que é tecido em conjunto”.

Nos estudos realizados por Morin, observa-se que o conhecimento do Pensamento Complexo não se limita simplesmente às análises da ciência, mas também sobre a profundidade do conhecimento que existe nas artes, na literatura, na poesia, entre outras áreas do conhecimento.

Para analisar o Pensamento Complexo na contemporaneidade, devem-se compreender os três operadores da complexidade que são as bases estruturadoras desse pensamento.

Os operadores organizam-se a partir da lógica de juntar coisas que estavam separadas, fazer circular a causa e o efeito e o efeito sobre a causa e sobre a ideia de totalidade.

O Pensamento Complexo não tem como objetivo a ruptura de uma forma de pensar em outra e nem de criar metodologias, mas sim de criar métodos que ajudem no desenvolvimento e na complementação da forma de pensar.

Para concluir o capítulo, analisam-se os sete saberes necessários ao desenvolvimento do Pensamento Complexo, assim como seus desafios.

3.2. – Reflexões contemporâneas: o Pensamento Complexo e o processo projetual na vida dos Irmãos Campana.

O capítulo final tem como objetivo fazer uma reflexão entre as teorias e os conceitos do Pensamento Complexo de Edgar Morin e a vida e o processo projetual dos designers Irmãos Campana.

Com base nos sete saberes de Morin e nos desafios para o Pensamento Complexo, analisam-se os caminhos tomados por Fernando e Humberto Campana, evidenciando que o processo projetual destes não possui apenas Relações Complexas nos seus processos projetuais, mas que possuem também princípios de Pensamentos Complexos em suas vidas e nos seus processos projetuais.

Capítulo I
Pensamento Simplificador: design, inovação e lucro

A simplificação científica falhou na sua própria vitória: na sua pesquisa obsessiva da pedra angular elementar e da lei suprema do universo, reencontrou, nos seus últimos avanços e sem poder reabsorvê-la, a complexidade que ela tinha eliminado do seu princípio.

Morin, 2000:102

1.1 – Design Contemporâneo: somente um instrumento para produzir inovação?

Os primeiros ensaios sobre os estudos do design datam da década de 1920, mas pode-se dizer que a área só começou a atingir sua maturidade acadêmica nos últimos quarenta anos.

Não faltam, nos meios profissionais, definições para o design, e essa preocupação “definidora” tem ocasionado infindáveis debates. Denis (1999) analisa que a origem imediata da palavra está na língua inglesa, na qual o substantivo design se refere tanto à ideia de plano, desígnio, intenção, quanto à de configuração, arranjo e estrutura. A origem mais remota da palavra está no latim *designare*, verbo que abrange ambos os sentidos, o de designar e o de desenhar. Percebe-se que, do ponto de vista etimológico, o termo já contém nas suas origens uma ambiguidade, uma tensão dinâmica entre um aspecto abstrato de conceber/projetar/atribuir, e outro concreto de registrar/configurar/formar.

Löblich (2001) analisa que o design é uma ideia, um projeto ou um plano para a solução de um determinado problema. A confecção de croquis, amostras e modelos constituem o meio de tornar visualmente perceptível a solução de um problema. O conceito de design visa à concretização de uma ideia em forma de projetos ou modelos, mediante a construção e a configuração, resultando em um produto industrial passível de reprodução. Já Blaich (1989) afirma que design é a ponte que integra pesquisa, engenharia e marketing.

No Brasil, com a implementação do primeiro curso superior de design, por volta da década de 1950 (ESDI-UFRJ), adotou-se a expressão "Desenho Industrial" (definição distante da de artesanal), pois na época era proibido o uso de palavras estrangeiras para designar cursos em universidades nacionais. A disputa sobre uma nomenclatura para a profissão se estendeu por décadas. Atualmente, tanto a legislação do MEC para cursos superiores quanto várias associações profissionais usam o termo inglês.

O arquiteto Vilanova Artigas tentou resolver a questão propondo a palavra “desígnio” como sendo a tradução correta de design, pois, dessa forma, este apresentaria diferenças do simples "desenho". Apesar de ser desenho, o design possui algo mais, uma

intenção ou desígnio. No entanto, apesar das pesquisas realizadas pelo arquiteto, sua proposta não foi adotada.

Outra proposta, realizada pelo filólogo e dicionarista Houaiss, que também não foi aceita, era a expressão “projética”, ou seja, a área do saber relacionada ao projeto em si. Compreender o design como um campo de saber voltado ao projeto implica em retornar de novo no tempo e refletir sobre as possibilidades que a proposta apontava no início dos anos 1960.

Devido à abrangência do termo, atualmente é bastante difícil precisar quais atividades são ou não design ou qual seria o papel do designer para a sociedade e a cultura. Hoje, uma enorme variedade de profissões passa a ser chamada de design, diversas vezes de forma errônea. Entre as especializações do design, encontram-se: design de produto (design de automóveis, design de embalagens, design de móveis), design gráfico (design editorial, design de hipermídia, design de interação, webdesign, design de jogos), design de moda, design de ambientes (design de feiras e eventos, design de interiores, design de iluminação), entre outras.

Atualmente, o design é visto, em muitos casos, apenas como uma ferramenta simplificadora que produz inovação e beleza estética, dinamizado principalmente pelo sistema capitalista que visa, sobretudo, ao lucro das grandes corporações.

Verifica-se que o design consolidado num período de grande desenvolvimento industrial adquiriu estruturas embasadas, principalmente, sobre o Pensamento Simplificador que rege a sociedade e a economia há muito tempo. Essa estruturação sobre um Pensamento Simplificador visando ao lucro reflete na desaceleração do desenvolvimento do design e do designer como um todo na contemporaneidade.

Nesse capítulo serão feitas considerações sobre o design contemporâneo embasado no Pensamento Simplificador e que nesta pesquisa relacionou-se diretamente com as atuais estratégias capitalistas de lucro.

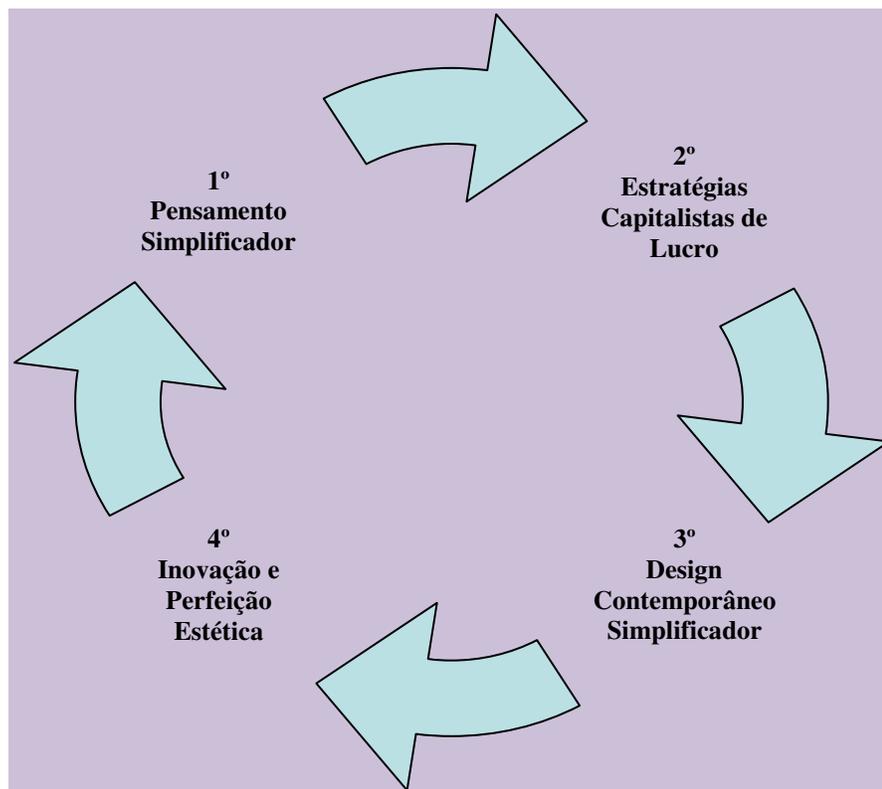


Figura 02: Pensamento Simplificador no design
Cláudio Lima Ferreira

Verifica-se que o princípio da simplificação estruturado pelas estratégias capitalistas de lucro ainda é muito imperativo, principalmente no campo do design.

Mas, afinal como é estruturado este princípio da simplificação?

A ciência clássica é guiada especialmente pela razão, pelo racionalismo e pela racionalização, ou seja, pela simplificação do pensamento. Isso ocorre desde a primeira revolução científica na física, a partir de 1900, e desde então opera a crise da ordem, da separabilidade, da redução, e da lógica.⁴

Nesse sentido, pode-se verificar que o paradigma da simplificação se caracteriza por:

- Princípio da generalidade;

⁴ O Pensamento Simplificador, assim como o Pensamento Complexo será abordado com maior profundidade no terceiro capítulo.

- Princípio da rejeição, da eventualidade, da desordem, do singular, do individual;
- Princípio da redução, do complexo ao simples; do molar ao elementar;
- Princípio da separação, entre os objetos e o seu ambiente e entre o sujeito e o objeto.

Esses princípios proporcionam uma enxurrada de “leis” reducionistas, como:

1. Princípio da universalidade (geral);
2. Eliminação da irreversibilidade temporal.
3. Redução do conhecimento em partes simples ou unidades simples que o constitui.
4. Redução do conhecimento das organizações aos princípios de ordem inerentes às organizações.
5. Causalidade linear superior e exterior aos objetos.
6. Soberania explicativa absoluta da ordem.
7. Isolamento/separação do objeto em relação ao ambiente.
8. Separação absoluta entre o objeto e o sujeito que o concebe.
9. Eliminação de toda problemática do sujeito no conhecimento científico.
10. Eliminação do ser e da existência por meio de quantificação e formalização.
11. A autonomia não é concebível.
12. Princípios de confiabilidade da lógica para estabelecer a verdade intrínseca das teorias.
13. Pensa-se inscrevendo as ideias claras e distintas num discurso monológico.

Estudar as conexões existentes entre o design e o Pensamento Simplificador com base de análise nas estratégias capitalistas de lucro é de suma importância para a compreensão do design na contemporaneidade.

1.1.1 A estruturação e a banalização do termo design: um Pensamento Simplificador visando às estratégias capitalistas de lucro.

A palavra design é pronunciada por todos os lados em muitos contextos diferentes. Ainda assim permanece, atualmente, um grave desconhecimento a respeito do que representa de fato essa palavra de origem inglesa, evidenciando certa confusão a respeito.

Esse desconhecimento pode ser verificado nas fotos 1, 2 e 3, nas quais verifica-se o uso da palavra design em diferentes campos profissionais como os de dentista e de cabeleireiro. Na foto 1, observa-se a placa de propaganda de uma cirurgiã-dentista destacando a frase “Dental Design – a arte em odontologia”. Com isso, indaga-se: o dentista é designer? O homem trata dos dentes ou faz design nos dentes? O dentista é um artista ou um técnico?



Foto 01 – Propaganda clínica odontológica: “Dental Design”
Foto: Cláudio Lima Ferreira, junho, 2006, Campinas – SP.

Já nas fotos 2 e 3, observa-se um caso muito semelhante, em que os cabeleireiros denominam-se Hair Designers. Com isso, novamente, indaga-se: o cabeleireiro também é designer? O homem corta os cabelos ou faz design nos cabelos?

No atual período global, a palavra design está sendo definida indevidamente como inovação, diferenciação e perfeição, produzindo, assim, significados que estão vulgarizando e banalizando o termo. O design está sendo simplificador e definindo-se pelas estratégias capitalistas apenas como “beleza estética” ou “instrumento de inovação” para produtos.

Com isso, questiona-se: o que se pode fazer para não deixar que o termo design banalize-se, tornando-se apenas uma imagem ou ferramenta que produz e vende um diferencial estético?

Nesse sentido, deve-se repensar o design, pois se o design tornar-se apenas uma ferramenta que produz inovação estética visando ao desenvolvimento da atual economia capitalista, ele corre o risco de sucumbir e não desenvolver seus diversos outros caminhos, banalizando, assim, o termo design apenas como diferencial estético de produtos.



Foto 02 – Fachada do salão de cabeleireiro “MG Hair Design” – São Paulo – SP
Foto: Cláudio Lima Ferreira – 16/10/2006



Foto 03 – Fachada de salão de cabeleireiro no centro de Campinas – SP
Foto: Cláudio Lima Ferreira – 27/07/09

Com uma visão crítica sobre o design, o designer brasileiro Aloísio Magalhães, um dos fundadores da ESDI – Escola Superior de Desenho Industrial – e um dos principais incentivadores e crítico do design no Brasil, proferiu, em 1977, uma palestra intitulada “O que o Desenho Industrial pode fazer pelo país? Por uma nova conceituação e uma ética do Desenho Industrial no Brasil.”

Magalhães proferiu a palestra abordando basicamente duas reflexões sobre o design, que estavam em ebulição no período:

1ª: A escolha do modelo abrangente que foi adotado, advindo da atividade em duas grandes áreas: a forma do produto e a comunicação visual.

2ª: A interdisciplinaridade.

Segundo Magalhães (1998:10):

Reporto-me à escolha do modelo abrangente que foi adotado, dividindo a atividade em duas grandes áreas de atuação: a que se refere à forma do produto e a que se refere à comunicação visual. Guiados

provavelmente mais por convergências ordenadas pela instituição do que pelo exercício racional de uma opção, essa escolha parece conter um paradoxo: pode a intuição induzir a um modelo voltado basicamente para a razão e o método? É provável que se tivéssemos exercido uma opção racional, teríamos preferido um modelo aparentemente mais próximo da natureza espontânea e intuitiva do nosso temperamento latino e tropical. Mas, na lógica das coisas, a intuição precede sempre a razão, o que vale dizer que o modelo adotado, aparentemente contraditório, provou ter sido o mais certo. Pois somente através dele nos foi possível introduzir os componentes da razão e do método necessário à formulação de uma dialética, com a nossa quase excessiva valoração dos elementos intuitivos.

Magalhães, já em 1977, colocava suas dúvidas, inquietações e anseios principalmente sobre a intuição, a razão e o método que assolava o design. O designer aborda o contraditório, a dialética, como uma importante forma de desenvolvimento. Quando fala que “o modelo adotado, aparentemente contraditório, provou ter sido o mais certo”, pode-se identificar uma grande preocupação do designer com as conexões complexas dos fatos e, principalmente, com o aceite do diferente.

Magalhães, na palestra, coloca muitas indagações e possíveis respostas e relata a importância da abrangente e ampla visão do conjunto, da mesma maneira como afirma Morin, em seus estudos sobre o *complexus* e a totalidade.

Magalhães (1998:10) relata:

O que de verdadeiro representou a adoção desse modelo, Desenho Industrial/Comunicação Visual na implantação do Desenho Industrial no Brasil? Em primeiro lugar, evitou a natural fragmentação da atividade em inúmeras e imediatas especializações, antes que se pudessem avaliar as necessidades e as peculiaridades do nosso contexto socioeconômico. Por outro lado, nos proporcionou a abrangente e ampla visão de conjunto, que só esse modelo oferece.

Magalhães enfatizou na palestra a sua preocupação com uma abrangente e ampla visão de conjunto, que mesmo “involuntariamente” evidenciava o desenvolvimento do Pensamento Complexo no design. O Pensamento Complexo vem do latim *complexus*, que é aquilo que é tecido em conjunto e está estreitamente ligado à questão da totalidade.

Magalhães (1998:11) coloca, também, uma grande preocupação com a questão do desenvolvimento socioeconômico:

É preciso atentarmos para o fato de que nessa segunda metade do século XX, os conceitos de desenvolvimento socioeconômico e as relações entre países de economia centralizadora e economia periférica necessitam ser revistos. Neste caso, nossa posição no domínio do Desenho Industrial pode oferecer, através da ótica abrangente que o modelo nos proporcionou, condições de reconceituar a própria natureza da atividade que nasceu voltada apenas para a solução de problemas emergentes da relação tecnologia/usuário em contextos altamente desenvolvidos, a bitola estreita da relação produto/usuário nas sociedades eminentemente de consumo.

Como se pode observar, as relações entre países de economia centralizadora e economia periférica necessitam ser revistas. Mesmo neste, sendo um texto que tem como base uma palestra proferida por Aloísio em 1977, ou seja, um texto com mais de 30 anos, pode-se observar a sua proximidade com a nossa realidade atual. Com isso, indaga-se:

Como está a relação entre o design das economias centralizadoras e o das economias periféricas?

No Brasil, existe uma produção ou apenas uma reprodução de design?

Até que ponto é verdadeiro afirmar que no Brasil exista apenas uma "tropicalização" de ideias (design) estrangeiras?

Como analisar a questão do design global e local?

Como está a ética no design? Estamos numa crise ética?

Nesse contexto de simplificação/complexidade e global/local, deve-se ter como base de análise alguns dos conceitos de Aloísio Magalhães, como, por exemplo, a questão da importância da cultura local.

Sobre o registro de componentes da cultura brasileira, verifica-se que Magalhães, entre outros pensamentos, tinha como principal objetivo a busca de um "Desenho Nacional", ou seja, a procura da valorização de componentes da cultura brasileira. Com essa preocupação, Magalhães criou em Brasília uma instituição dedicada ao registro de componentes da cultura brasileira, o Centro Nacional de Referência Cultural.

O segundo ponto da palestra abordado por Aloísio Magalhães foi com relação ao caráter interdisciplinar do Desenho Industrial:

Gostaria de enfatizar o caráter interdisciplinar do Desenho Industrial. Trata-se de uma atividade contemporânea e, como tal, nasceu da necessidade

de se estabelecer uma relação entre diferentes saberes. Nasceu, portanto naturalmente interdisciplinar. (Aloísio Magalhães, Arcos Volume 1, 1998 numero único, pg. 12).

Verifica-se, também, nas falas de Magalhães (1998:12), uma grande preocupação com a interdisciplinaridade que envolve o design, enfatizando que o design já nasceu interdisciplinar, pois envolve a complexidade de vários saberes.

Aos fatores econômicos privilegiados até bem pouco foram acrescentados os fatores sociais e já agora, a compreensão do todo cultural. O Desenho Industrial surge naturalmente como uma disciplina capaz de se responsabilizar por uma parte significativa deste processo. Porque não dispondo nem detendo um saber próprio, utiliza vários saberes; procura, sobretudo, compatibilizar de um lado aqueles saberes que se ocupam da racionalização e da medida exata – os que dizem respeito à ciência e à tecnologia – e de outro, daqueles que auscultam a vocação e a aspiração dos indivíduos – os que compõem o conjunto das ciências humanas.

Para Magalhães (1998:12), o homem anda sobre uma grande diversidade de saberes e situações disjuntas e questiona se não está nessa diversidade de saberes e de situações muito distanciadas uma reconciliação da atividade.

Sabe-se da importância do design para estratégias capitalistas, e não se deve ser contra esse desenvolvimento, no entanto, não se pode deixar que essas estratégias capitalistas se tornem um Pensamento Simplificador para os designers, visando apenas mudanças na forma dos produtos, tornando-os mais visíveis para o consumo de massa.

Todos conscientes de que o chamado processo de desenvolvimento de uma cultura não se mede somente pelo progresso e pelo enriquecimento econômico, mas por um conjunto mais amplo e sutil de valores. Isto quer dizer que só através da análise e de estudos interdisciplinares se poderá alcançar a compreensão do conjunto de fatores que serão capazes de configurar um crescimento verdadeiramente harmonioso.

Compreender a atual economia global embasada por um Pensamento Simplificador que visa, sobretudo, ao lucro é de suma importância para entender a questão da simplificação/complexidade, global/local, consumo, cultura local, entre tantos outros saberes, que são de grande importância para o desenvolvimento de um design transdisciplinar na contemporaneidade.

Para se aprofundar nos estudos sobre a importância do Pensamento Complexo para o design contemporâneo, deve-se, antes de tudo, analisar e compreender as estratégias capitalistas atuais que visam, de forma simplificadora, à busca do lucro, e também, à busca das rendas monopolistas sobre símbolos, imagem e/ou marcas.

Objetivando acima de tudo o lucro, as atuais empresas necessitam constituir novos desejos, novas necessidades de consumo, novos padrões de comportamento que possam levar a diferentes necessidades de consumo. A produção da imagem do diferente torna-se um grande aliado para a competitividade na atual economia global.

Nessas estratégias, o designer torna-se apenas uma ferramenta, que possui a função de desenvolver e criar novas estratégias formais para a necessidade de consumo de um determinado produto, assim como apropriar e criar imagens, evidenciando o poder simbólico do produto.

Para Edgar Morin⁵ (2000:40):

Estamos numa época de mudança de paradigma: os paradigmas são os princípios dos princípios, algumas noções mestras que controlam os espíritos, que comandam as teorias, sem que estejamos conscientes de nós mesmos. Creio estarmos numa época em que temos um velho paradigma, um velho princípio que nos obriga a disjuntar, a simplificar, a reduzir, a formalizar sem poder comunicar aquilo que está disjunto e sem poder conceber os conjuntos ou a complexidade do real. Estamos num período “entre dois mundos”; um que está prestes a morrer, mas que não morreu ainda, e outro que quer nascer, mas que não nasceu ainda.

Os designers, assim como as empresas, estão visando, de forma simplificadora, apenas ao lucro que é proporcionado pela imagem do diferente, do novo, do exótico e do singular.

A necessidade de sempre criar novos desejos de consumo, além do design, estão também apoiadas na publicidade e propaganda. Em geral, as campanhas publicitárias em massa trazem grandes apelos de valores culturais fantasiados, longe da realidade, assim, promovendo não só o produto, mas também o consumo do diferente e do personalizado.

⁵ As análises sobre o Pensamento Complexo de Edgar Morin serão analisadas com maior profundidade no terceiro capítulo.

Estruturar-se, com base somente num Pensamento Simplificador, que objetiva apenas o lucro e o consumo, como observa-se a seguir, pode causar um individualismo e uma alienação, conforme as análises feitas por Milton Santos, (1987).

Nos próximos subcapítulos, serão aprofundadas as análises sobre a imagem na atual economia global, evidenciando o Pensamento Simplificador que está inserido nas estratégias capitalistas de lucro.

1.2. – Design simplificador: a imagem na economia global

Vive-se atualmente um período que, por estar em estado de ebulição, evidencia novas e antigas discussões conceituais, principalmente sobre a relação entre economia, sociedade e espaço.

O modo de produção capitalista reestruturou-se por meio de um modelo de desenvolvimento denominado acumulação flexível, que se difundiu após a década de 1970. Na acumulação flexível, o próprio nome sugere a flexibilidade de economia, sociedade e espaço. Com a flexibilização da economia⁶, houve também uma drástica redução na questão de “tempo de giro”, que sempre foi sinônimo de lucratividade capitalista.

Harvey (1989) afirma que em condições recessivas e de aumento de competição, o sistema de produção flexível permitiu grande crescimento do ritmo da inovação do produto, ao lado da exploração de nichos de mercado altamente especializados e de pequena escala.

Pautado na lógica capitalista global, o consumo de signos ou aspectos simbólicos, juntamente com a produção, torna-se fonte importante de satisfação para os consumidores e principalmente de acúmulo de capital para os produtores, transformando, assim, imagens em mercadorias.

Sobreviver e enfrentar os desafios, lançados pelas mudanças no comportamento dos mercados e pela competitividade gerada pela economia globalizada, são tarefas que exigem a adoção de estratégias, principalmente, no âmbito empresarial.

Muitas das mudanças e reviravoltas ocorridas nas estratégias corporativas para controlar o mercado internacional dos produtos possuem, em sua raiz, não apenas a busca do lucro, mas também a busca das rendas monopolistas sobre símbolos, imagem e/ou marcas.

Na competitividade do “mercado global”, as imagens e marcas são apropriadas pelas empresas para a produção de marcos de distinção, capitais simbólicos e, principalmente, rendas monopolistas para objetos. Para que a renda monopolista se

⁶ Além de David Harvey, uma das principais referências teóricas desse trabalho, outros autores como Paul Singer e Alain Lipietz tiveram grande importância para as análises sobre o processo de transição do Fordismo para a Acumulação Flexível.

materialize, é necessário encontrar formas de conservarem únicas e particulares as mercadorias, mantendo a vantagem monopolista em uma economia mercantil.

Harvey (2001) analisa que a categoria renda monopolista é uma abstração advinda da linguagem da economia política, todavia, o termo possui uma abrangência muito maior que pode propiciar importantes reflexões entre a globalização capitalista, desenvolvimentos político-econômicos locais e os valores estéticos.

A renda dessa forma se manifesta pela propriedade de objetos, terras, lugares, símbolos ou “marcas” que proporcionam a exclusividade. A relação mercado competitivo e a renda monopolista diz respeito à capacidade que a imagem e a marca possuem sobre a reprodução do capital.

As estratégias capitalistas que estão inseridas nas empresas e nos poderes locais têm interesse não apenas em garantir a continuidade dos privilégios monopolistas da propriedade privada, mas, também, em garantir as rendas monopolistas sobre a “imagem” de mercadorias como sendo mercadorias únicas, incomparáveis e singulares.

A imagem/marca, assim como a forma e a estética de um produto, tornaram-se, nos dias de hoje, um dos principais componentes de conquista de mercados. A elevação de uma peça qualquer à condição de ícone e desejo de consumo ou até mesmo seu esquecimento nas prateleiras das lojas depende muito de sua imagem e forma/design.

As empresas, juntamente com a publicidade e propaganda em muitos casos, evidenciam a obsolescência programada de seus produtos para poderem prosseguir com a dinâmica capitalista através da criação e da inovação de produtos. As empresas utilizam-se da imagem e do design para suprirem a necessidade de uma inovação superficial dos produtos e projetá-los como produtos “novos”, indispensáveis a vida moderna.

Na economia global, além da imagem, a criação da necessidade de consumo através da obsolescência programada também é muito importante para a dinâmica capitalista, pois serve como uma forma de incentivar a produção e, evidentemente, o consumo. A alta rotatividade do capital através da obsolescência programada está unida ao "tempo de giro" do capital.

Segundo Antongiovanni (in Santos e Silveira, 2002:402):

Enquanto a fragmentação dos mercados de massa e o passo da obsolescência programada se aceleram, os produtores têm de estabelecer perceptíveis diferenças entre os produtos, dando uma incrível ênfase ao design, à embalagem e à publicidade.

A aceleração do tempo de giro na produção teria sido inútil sem a redução do tempo de giro do consumo. Além de trocar um produto por não estar mais desempenhando suas “funções”, criou-se também a necessidade de consumo do efêmero, ou seja, surgem sempre novas necessidades, como no caso dos carros, em que a tecnologia e a imagem a todo instante criam novos desejos de consumo por meio da imagem do diferente.

Ao analisar a lógica e a dinâmica capitalista, verifica-se que mesmo com tecnologia cada vez mais avançada para produzir produtos mais duráveis, as empresas inseridas na economia global produzem produtos mais frágeis. Aumenta a tecnologia, mas diminui o tempo de vida dos produtos para dinamizar o ciclo capitalista de produção-consumo-lucro.

Pela necessidade de sempre criar novos desejos de consumo, em geral, as campanhas publicitárias em massa trazem grande apelo de valores culturais fantasiados, longe da realidade. A publicidade e a propaganda promovem não só o produto, mas também o consumo do diferente.

O lucro não está sendo mais relacionado somente à exploração da mais valia absoluta ou relativa pela utilização de máquinas e equipamentos, mas também pela constituição de novos desejos, novas necessidades de consumo, novos padrões de comportamento que possam levar a diferentes necessidades de consumo. A produção da imagem do diferente torna-se um grande aliado para a economia global.

A crescente necessidade de consumir o diferente (e, em muitos casos, o supérfluo) como sendo necessário cria novas necessidades e desejos que estão engendrados em uma dinâmica capitalista que envolve muitos setores denominados de criação, os quais produzem produtos, necessidades e desejos. Antongiovanni relata que (in Santos e Silveira, 2002: 401):

As transformações no processo produtivo engendradas com o capitalismo industrial e as crescentes necessidades de expansão dos mercados fazem com que ao processo produtivo (produção, circulação,

distribuição e consumo) sejam incorporadas novas atividades racionalizantes que envolvem a concepção, o controle, a coordenação, a previsão, o marketing e a propaganda. Tais trabalhos estão envolvidos no setor dos chamados serviços superiores e tornaram-se, nas últimas décadas, autonomizados. Permitem, além do planejamento antecipado, a ampliação do consumo por meio da criação crescente de novas necessidades.

Frascara (1999:32) afirma que o mundo da cultura do automóvel é um dos mais ricos em estratégias retóricas e uso da fantasia do comprador potencial. O jogo de imagem produzido pela publicidade/propaganda e também pelo design hipnotiza os consumidores. As estratégias de induzir ao consumo dos automóveis, muitas vezes, são construídas assemelhadas à fantasia que alimenta o jogo infantil.

A aventura, o proibido, o perigo, o que leva a muita gente ao cinema também leva a certos automóveis. (...) Cada automóvel tem seu tema, e salvo algumas diferenças (um jipe é certamente diferente de um sedan), são estes temas míticos e não somente as diferenças físicas o que posiciona os automóveis no mercado.

As aplicações estratégicas do design e do marketing/propaganda repetem-se de acordo com as tendências determinadas pelo status conferido pelos objetos de consumo. Muitas empresas utilizam da imagem e da forma para valorizarem seus produtos, dinamizarem as suas vendas e colocarem seus produtos no mercado como símbolos do diferente, do exclusivo. Como se verifica no caso dos automóveis, a utilização das linguagens do design para aplicar mudanças e principalmente para atender à necessidade de personalização dos produtos é utilizada para sustentar os níveis de competitividade do mercado global.

Desenvolver e criar novas estratégias para a necessidade de consumo de um determinado produto envolve-se na apropriação e criação de imagens, evidenciando o poder simbólico do produto. Em muitos casos, o êxito do mercado concentra-se em aspectos de fantasia que se tornam símbolos do desejável. É preciso entender que, no mundo dos objetos, o crescimento comercial não é somente determinado pela prestação de serviço, mas, também, pelo valor que o objeto simboliza.

O início desse momento histórico do capitalismo (re)estruturou o sistema de necessidades dos indivíduos. Atualmente, muitos produtos são destinados a suprir os

desejos de consumidores fascinados pelos símbolos, muitas vezes, materializados através do uso da forma e da marca. Esses bens de consumo são comercializados com base numa diferenciação simbólica, que agrega valor ao produto.

A produção e o consumo, em muitos casos, passaram a ser realizados em função dos valores sógnicos, que agregam capital simbólico às mercadorias. Para promover estes desejos diferenciais, é necessário que as estratégias de mercado sempre criem surpresas, novidades e excentricidades para não deixar que o desejo de consumo de um determinado produto se transfira para outras formas de desejos e/ou produtos.

A procura por imagens e formas diferentes está atrelada à captura de signos e símbolos. O símbolo⁷ é definido como um objeto que representa outro de forma convencional, ou seja, é a representação ou emblema de um conceito, assim como os signos são elementos que designam ou indicam outro, através da forma de indícios, marcas e sinais indicativos. Entretanto, para esse trabalho incluem-se os signos e símbolos na forma da imagem, a qual se definiu como sendo a representação de objetos e figuras.

O design possui várias facetas para agregar valor aos produtos⁸, podendo introduzir a imagem da simplicidade, assim como a imagem da ostentação e exotismo de acordo com seu interesse ou seu público consumidor. Os designers e empresas capitalistas sabem da importância da imagem e da forma para gerarem marco de distinção, capital simbólico e renda monopolista sobre seus produtos.

A procura e o consumo descontrolado de imagens podem induzir ao individualismo e à alienação em uma sociedade contemporânea embasada num processo de fragmentação do conhecimento e de distorção da realidade humana. No próximo subcapítulo, serão analisadas as conexões entre a imagem, o consumo e a alienação na contemporaneidade.

⁷ Definições analisadas no Dicionário Básico de Filosofia – Hilton Japiassu e Danilo Marcordes, Jorge Zahar Editores – 1990 e, também, no Dicionário Larousse Cultural, Ed. Nova Cultura, 1999.

⁸ Esta questão fica evidente em alguns seguimentos do design, como o automotivo, no qual o desenho/projeto vem de fora e em muitos casos, o carro é também produzido fora. Isso evidencia a acentuação das relações globalizadas da economia. Essa abordagem nessa pesquisa é interessante como contraponto da “brasilidade” dos Campana, o que os torna exóticos como ocorreu anteriormente com as “bananas de Carmem Miranda”.

1.3. –Imagem: consumo e alienação na contemporaneidade

Como se observou no capítulo anterior, a imagem é um importante instrumento para o aumento do consumo, porém, esse aumento desenfreado de consumo que guia uma sociedade contemporânea, em muitos casos, também produz o individualismo e a alienação dos consumidores.

Para Milton Santos, (1987: 35):

A glorificação do consumo se acompanha da diminuição gradativa de outras sensibilidades, como a noção de individualidade que, aliás, constitui um dos alicerces da cidadania. Enquanto constrói e alimenta um individualismo feroz e sem fronteiras, o consumo contribui ao aniquilamento da personalidade, sem a qual o homem não se reconhece como distinto, a partir da igualdade entre todos.

O sistema de produção para o mercado cria fenômenos históricos condicionados pelos seus próprios interesses específicos. Um deles é o sistema de consumo. A captura do homem na armadilha constituída pelos bens de mercado e pelos serviços de mercado aprisiona o indivíduo pelas coisas que ele cria e o conduz à alienação que promove um processo de fragmentação do conhecimento e, conseqüentemente, uma distorção da realidade humana.

Agnes Heller (1982: 55) define a alienação como uma "cisão entre a essência do homem e a sua existência" (...) "resultado do desenvolvimento das potencialidades do homem em detrimento de sua essência". Conseqüência da contraposição do homem, de um lado, e da economia, da política, da técnica, da cultura etc., de outro lado, o processo de alienação cria um estado de ânimo de vacuidade emotiva, abatimento e de existencialismo carente de perspectivas.

Pode-se observar na questão da alienação uma proximidade muito grande com o Pensamento Simplificador, quando se verifica nos dois casos um processo de fragmentação do conhecimento, de uma distorção da realidade humana e, principalmente, quando coloca a conseqüência da contraposição do homem de um lado e da economia, da política, da técnica e da cultura, de outro. Assim indaga-se: a alienação promovida por esse consumo desenfreado poderia estar inserida ou sendo guiada por um Pensamento Simplificador?

Essa indagação poderia ser analisada sob a base de um Pensamento Complexo⁹. Na frase abaixo, do geógrafo Milton Santos (1987:39), observa-se uma compreensão de um todo complexo:

Numa sociedade em que a pobreza se alarga e aprofunda, a fabricação de novas necessidades agrava a vocação ao consumo, e esta só é parcialmente saciada para alguns, enquanto para os pobres não contemplados e para os novos pobres que se criam pelo mesmo processo econômico, a revolução das expectativas crescentes renova a alienação das esperanças: é a esperança dos inconscientes de sua condenação à pobreza. Como a criação de novos objetos oferece novas opções às classes médias, estas novamente aparecem como um exemplo a seguir, mas, na verdade, um exemplo impossível. É dessa forma que o consumo prossegue o seu trabalho ideológico, uma mitologia entranhada nas coisas, um ópio social mais eficaz que as religiões o foram no passado, já que se alimenta das práxis individuais e coletivas experimentadas no próprio processo de vida: o trabalho, a casa, a educação, o lazer.

A tentativa de tecer conjuntamente questões como a pobreza, as novas necessidades e o consumo, assim como as incertezas enfatizadas pelas impossibilidades de conquistas, confirma uma preocupação do geógrafo com o *complexus*¹⁰. O consumo, assim como suas causas e efeitos, não deve ser analisado em fragmentos, e sim na sua totalidade.

É importante observar que a vida em sociedade produz exigências de paradigmas sociais que levam ao consumo desenfreado e à alienação. Para se pertencer a determinado "grupo", deve-se estar vestido de acordo com as exigências criadas pelo grupo, e isso também acontece com o design, o qual em grande parte ocorre pelo status de possuir um determinado objeto que esteja em moda.

Milton Santos (1987:34) analisa o consumo como sendo o ópio do povo, ou seja, o crescimento sem limites do vício pelo consumo, e faz também uma comparação entre o vício da religião e o consumo.

Já o consumo instala sua fé por meio de objetos, aqueles que em nosso cotidiano nos cercam na rua, no lugar de trabalho, no lar e na escola, quer por sua presença imediata, quer pela promessa ou esperança de obtê-los. Numa sociedade tornada competitiva pelos valores que erigiu como dogmas, o consumo é verdadeiro ópio, cujos templos modernos são os

⁹ O Pensamento Complexo será analisado com maior profundidade na terceira parte desta tese.

¹⁰ *Complexus* – tecer conjuntamente

Shoppings Centers e os supermercados, aliás, construídos à feição das catedrais. O poder do consumo é contagiante, e sua capacidade de alienação é tão forte que a sua exclusão atribui às pessoas a condição de alienados. Daí a sua força e o seu papel perversamente motor na sociedade atual.

Como afirma Santos, o consumo instala sua fé por meio de objetos e as pessoas que não podem consumir, tornam-se excluídas e, principalmente, alienadas.

Assim indaga-se: como se pode pensar o design de forma simplificada/fragmentado/isolado, apenas como uma ferramenta que produz inovação, se ele está envolvido em uma totalidade?

Não se pode pensar o design sem pensar no consumo, no meio ambiente, na imagem, na atual competitividade, na capacidade de alienação sofrida por aqueles que não podem consumir, ou seja, o design deve ser pensado a partir de um Pensamento Complexo.

Como se verificará nas análises dos últimos capítulos desta pesquisa, na teoria do Pensamento Complexo existem três operadores da complexidade, os quais devem ser retomados incessantemente em nossos pensamentos¹¹.

O primeiro é o Operador Dialógico, que tem como função unir dois princípios ou noções distintas que aparentemente deveriam se confrontar, ou seja, deve-se exercitar o compreender, a partir de um pensamento que junte coisas que aparentemente estavam separadas.

O segundo é o Operador Recursivo, que indica que uma causa produz um efeito que, por sua vez, produz uma causa. Essa relação de causa, efeito e causa é facilmente identificável quando se analisa o design, a imagem, o consumo, a sociedade e o meio ambiente.

O terceiro é o Operador Hologramático, no qual se observa que não se consegue dissociar parte do todo, ou seja, a parte está no todo, da mesma forma que o todo está na parte, visando assim à ideia da totalidade.

Compreender e exercitar esses três operadores em nossos pensamentos é de suma importância para o desenvolvimento de uma visão totalitária sobre a nossa atual sociedade.

¹¹ Faz-se aqui necessário citar os estudos sobre o Pensamento Complexo para melhor compreensão da totalidade e fragmentação, entretanto os estudos de Morin serão analisados com maior profundidade no último capítulo.

Segundo Morin (2000 p. 93):

Em múltiplos domínios, portanto, a inteligência parcelada, compartimentada, mecânica, disjuntiva, reducionista destrói o complexo do mundo em fragmentos disjuntos, fraciona os problemas, separa aquilo que está junto, unidimensionaliza o multidimensional. É uma inteligência ao mesmo tempo míope, presbita, daltônica, zarolha; ela acaba frequentemente por tornar-se cega. Ela destrói na origem as possibilidades de compreensão e de reflexão, eliminando também todas as chances de um julgamento correto ou de uma visão a longo prazo. Assim, mais os problemas se tornam multidimensionais, mais existe a incapacidade de pensar sua multidimensionalidade; mais os problemas se tornam planetários, mais eles se tornam impensáveis; mais a crise aumenta, mais cresce a incapacidade de pensar a crise. Incapaz de visualizar o contexto e o complexo planetário, a inteligência cega torna-se inconsciente e irresponsável.

Esses operadores são imprescindíveis para as pesquisas em design, principalmente quando analisamos a produção e o consumo de imagens na atual sociedade globalizada.

É importante observar que atualmente a imagem é a mola propulsora da atual economia. Como afirma Frascara (1999:14):

No mundo dos objetos, o êxito comercial não está determinado pela prestação de serviço, e sim pelo valor que o objeto simboliza. Não que seja possível promover um produto pobre somente sobre a base de uma imagem social, porém, dado que muitos produtos de consumo são semelhantes em sua qualidade, o êxito de mercado se concentra em aspectos de fantasia, na maneira em que esses produtos se posicionam como símbolos do desejável, diferenciando-se uns dos outros não pelo que são, e sim pelo que evocam na gente, e pelas percepções que a gente tem do que são.

Os produtos se comercializam não sobre a base do que são ou do serviço que prestam, e sim sobre estruturas imateriais, intangíveis, místicas e desejáveis que são agregadas aos objetos através do processo de comercialização, ou seja, o poder da imaginação atua constantemente em nossa sociedade consumista.

A noção de totalidade constituída a partir dos três operadores em alguns momentos nos deixa com incertezas sobre os caminhos; porque tenta-se sempre focar a racionalização e tenta-se excluir e não incluir elementos para compreender o todo. Com certeza é muito mais fácil excluir, ou ter apenas um objeto de estudo, do que pensar na totalidade. No entanto, como nosso objetivo nesse trabalho é entender a complexidade que

envolve o processo projetual sobre o design na contemporaneidade, incluo aqui mais um item: a Publicidade e Propaganda.

Isso se faz necessário porque a atividade publicitária tem importante decisão sobre o consumidor. Como afirma Lígia Antongiovanni (Santos e Silveira, 2002:401):

As transformações no processo produtivo engendradas com o capitalismo industrial e as crescentes necessidades de expansão dos mercados fazem com que ao processo produtivo (produção, circulação, distribuição e consumo) sejam incorporadas novas atividades racionalizantes que envolvem a concepção, o controle, a coordenação, a previsão, o marketing e a propaganda. Tais trabalhos estão envolvidos no setor dos chamados serviços superiores e tornaram-se, nas últimas décadas, autonomizados. Permitem, além do planejamento antecipado, a ampliação do consumo por meio da criação crescente de novas necessidades.

A publicidade e propaganda tornou-se nos últimos anos, assim como o design, uma das mais importantes ferramentas que as empresas possuem para a competitividade no mercado mundial.

Muitos produtos aumentam significativamente suas vendas apenas com campanhas publicitárias que enfatizam valores culturais, promovendo assim o consumo e todo sistema cultural-econômico que o acompanha, como analisa Frascara (1999:91):

Toda campanha de comunicação em massa traz consigo um sistema de valores culturais que altera ou reforça os existentes em um grupo social. A promoção de um produto específico de consumo, além de promover o produto dado, promove o consumo, e todo o sistema cultural- econômico que o acompanha. (...) Cada campanha individual contribui à criação de um sistema de valores que gera um espectro de expectativas e de condutas no grupo social em questão.

Nessa atual sociedade global, a produção e o consumo de imagens se tornam essenciais para o desenvolvimento do sistema capitalista, todavia, essa abundancia de novas imagens, novos gostos e novos desejos manifestados pela velocidade das informações causam efeitos, como a fragmentação, ou seja, uma causa A causa um efeito B que causa uma causa C. Segundo Rafael Cardoso Denis (1999:212):

Do ponto de vista histórico, a sociedade moderna parece ser regida pelos ciclos da moda e pela busca de um estilo; e a preocupação com as

aparências como expressão da identidade é inegavelmente um fator cultural de primeira importância nos dias de hoje. Com a audiência sendo medida de minuto em minuto, cada quinze segundos têm o seu valor contabilizado. A fragmentação da era atual se manifesta claramente na velocidade com que a superabundância de informações disponíveis vai sendo continuamente acrescida de ainda mais informações, e todas vão sendo condenadas à insignificância simplesmente pelo espaço proporcional ínfimo que conseguem ocupar. (...) O final do século XX tem se definido, por excelência, pela saturação de imagens, pela poluição visual, pelo bombardeio da publicidade, pelo olhar como uma forma de consumir.

Analisando a complexidade que envolve a questão da imagem na contemporaneidade, deve-se compreender que, conforme afirma Edgar Morin¹² (1999:18):

É a reforma do pensamento que permitiria o pleno emprego da inteligência para responder a esses desafios e a ligação das duas culturas disjuntas. Trata-se de uma reforma, não programática, mas paradigmática, que concerne à nossa aptidão de organizar o conhecimento.

Não se deve passar todo tempo lendo, informando-se de todos os domínios, mas deve-se pensar sobre o conhecimento do conhecimento; isso nos levará a um Pensamento Complexo, distante de um Pensamento Simplificador e fragmentado.

¹² Edgar Morin. La tête bien fait. Repenser la reforme- reformer la pensée. Collection “L’Histoire Immediate”. Éditions du Seuil, Pariss, 1999, p.18.

1.4. – Design e imagem: o Pensamento Simplificador e as Relações Complexas refletidas no processo projetual contemporâneo – global/local

No capítulo anterior, verificou-se que a imagem é fator importantíssimo para o crescimento da atual economia global. A imagem tornou-se indispensável para o desenvolvimento de uma sociedade globalizada, principalmente quando envolve questões contemporâneas globais com suas identidades e culturas singulares.

Este capítulo tem o objetivo de introduzir as discussões das Relações Complexas que se evidenciam no processo projetual de alguns arquitetos, artistas e designers. A constituição de um eixo de análise denominado nesta pesquisa como “Relações Complexas” fez-se necessária para a compreensão da dinâmica do design atual.

O eixo de análise das Relações Complexas visa à transição entre o Pensamento Simplificador e o Complexo e tem como objetivo evidenciar importantes questões discutidas que envolvem as conexões entre arquitetura, urbanismo, arte, design e moda.

A troca de experiências entre as diferentes áreas profissionais é imprescindível para o desenvolvimento de uma sociedade considerada globalizada. Neste atual momento, em que a inovação é tão importante, as diferenças sócio-espaciais e culturais devem ser analisadas de forma detalhada, pois é através delas que a sociedade desenvolve-se.

Segundo Frascara (1999:83), Sharon Poggenpohl descreveu as limitações da aparente homogeneização do mundo em sua conferência apresentada na seção Educação do XVII Congresso de Icoграда no Uruguai:

Imaginem uma pirâmide que representa a população do planeta. Os mais educados, ricos e mais viajados cidadãos estão na cúspide da pirâmide. Estes indivíduos podem ser considerados parte de uma cultura internacional. O que se apresenta como desenho intercultural está realmente dirigido a esta elite. Um livro chamado *Cross-Cultural Design* serve como excelente demonstração do modelo da pirâmide. Nele se encontram trabalhos feitos para corporações multinacionais, hotéis de primeira classe, bancos e linhas aéreas, por exemplo. Desenho para clientes e audiências da cúspide da pirâmide." (Poggenpohl, p 19). Poggenpohl deixa claras as fronteiras da globalização. Quando o desenho de informação está exclusivamente a serviço da sociedade de consumo, faz sentido ver a elite internacional como

um mercado homogêneo, ignorando a geografia. As maneiras em que diferentes pessoas sentem o desejo de comprar e usar produtos de consumo varia de grupo em grupo, porém baseiam-se em motivações similares de conforto e comunicação social.

Pode-se verificar assim que a tão propalada homogeneização ocorre em uma parcela muito restrita de uma sociedade mais abastada, semelhante em qualquer parte do mundo, independente de estarem no Brasil, Estados Unidos ou Japão. Nessa conotação, faz sentido analisar o design visto apenas como uma ferramenta que produz inovação. A homogeneização ocorre em pequenos grupos que Poggenpohl coloca como indivíduos pertencentes a uma cultura internacional, que se identificam através de imagens, conforto e marcas. Isso ocorre principalmente pelas diretrizes empresariais que atuam especificamente para esse público, e que apontam a homogeneização como uma boa estratégia para eliminar custos de produção. De acordo com Jorge Frascara (1999:84):

Esta tendência não é casual: a homogeneização do mundo facilita a comercialização. A eliminação de diferenças culturais permite às corporações reduzirem os custos de produção (isto permite o crescimento das ganâncias, dados que os preços se baseiam hoje na disponibilidade dos usuários a pagar e não nos custos de produção). Este é o tema de firmas como Benetton “todos somos iguais: portanto, todos podemos usar a mesma roupa”. No entanto, acreditar que todos somos iguais não é sinal de uma sociedade avançada: o sinal de maturidade de uma sociedade é a aceitação das diferenças. A diferença cria informação, e mediante dialogo construtivo, promove crescimento e traz riqueza à vida.

Ao que tudo indica, globalizar significa homogeneizar, esta ideia de culturas iguais, ou, como diz o slogan, "todos somos iguais" não deve ser colocada como verdade absoluta, pois "não somos todos iguais" e “não queremos ser todos iguais”, além de ter a questão local, heterogênea, vernacular, a qual defende a um diálogo "sem efeitos exteriores", ou como diz o próprio vernacular, sem estrangeirismo.

Conforme analisa Frascara (1999 :84),

A história universal está marcada por intercâmbios entre culturas diferentes. As culturas sempre têm enriquecido umas às outras mediante o comércio, os intercâmbios, as guerras, as alianças, o meio ambiente e as migrações. Os grupos culturais têm sido sempre suficientemente pequenos como para poder encontrar novos grupos, com diferente cultura. Nunca

vimos um fenômeno como o que presenciamos hoje, onde os poderes comerciais estão tratando de homogeneizar o mundo, e no que a Organização Mundial de Comércio querem que as corporações possam cortejar os governos Nacionais cujas legislações obstaculize seus negócios. Deste um ponto de vista cultural, o desaparecimento da diversidade resultaria em uma perda para a humanidade. A diversidade é uma base necessária para que exista a informação. Informação é ‘diferença que faz diferença’, disse Gregory Bateson.

Uma sociedade sem diferença é uma sociedade sem informação. No entanto, pensando sobre o viés da complexidade deve-se considerar que só os iguais podem ser diferentes, porque, se não seriam desiguais. Assim pode-se compreender porque o homem quer ser diferentes. Como, por exemplo, muitos jovens querem ter um tênis NIKE para serem iguais a seus colegas, entretanto, querem o último modelo, ou o mais caro, isso para se tornarem diferentes, ou seja, se tornarem diferentes entre os iguais.

A homogeneização relatada por Poggenpohl coloca os indivíduos pertencentes a uma cultura internacional, evidenciando que mesmo distantes geograficamente, possuem hábitos de consumo muito próximos, entretanto é importante reafirmar que esses indivíduos citados pertencem a um pequeno grupo selecionado e elitizado. Ferrara (2002:68) acredita que:

Sem distâncias, enfraqueceram-se os princípios de centralidade e de periferia sobre os quais se assentavam as bases do território; sem distâncias, os indivíduos pertencem a sistemas internacionais de pensamento comunitário que repetem os mesmos hábitos diários de habitar, consumir, informar-se, vestir-se e, sobretudo, qualificar os espaços públicos e privados.

A virtualização da informação contribui para que grupos se homogeneizem na forma de consumir. Os desejos são criados e impostos a esses grupos que começam a consumir os mesmos produtos, ou as mesmas imagens.

Atualmente, cidades como Milão, na Itália, e Dubai, nos Emirados Árabes, tornaram-se roteiros de desejo de consumo turístico de grupos elitizados de todo o mundo, assim como os objetos de design dos brasileiros Irmãos Campana, do egípcio Karin Rashid e da arquitetura da iraquiana Zara Hadid.

Nesses casos, o consumo encontra-se em pequenos grupos homogêneos-virtualizados-elitizados espalhados pelo mundo, contudo, já se observa um tecer em

conjunto a partir do eixo de análise das Relações Complexas que indicam tentativas, mesmo que preliminares, de uma heterogeneidade que tenta transbordar sobre os muros desse grupo homogêneo.

Pode-se observar que arquitetos, designers e estilistas que já criaram para importantes marcas elitizadas começam a abrir o leque de suas criações para outros produtos e marcas mais “populares”.

Isso pode ser identificado no caso da empresa brasileira de calçados Grendene, detentora da marca Melissa (calçados plásticos). Convidando grandes nomes, nacionais e internacionais, para desenvolverem o design e principalmente inserir suas marcas em seus produtos, a Grendene firmou parceiras com o designer egípcio Karim Rashid, com os irmãos Campana e com os stylists britânicos J. Maskrey e Judy Blame, assim como a estilista britânica Vivienne Westwood e a arquiteta iraquiana Zaha Hadid.

Assim, a Grendene cria um marco de distinção ao seu produto que se transforma em um capital simbólico e produz uma renda de monopólio para a empresa.

Todavia, para o capitalismo, essas estratégias não são novidades; o diferente e o que interessa nesse momento, para nossa pesquisa, é entender a complexidade, ou melhor, as Relações Complexas que envolvem o luxo e a simplicidade, a arquitetura e a moda, o design e a arquitetura, a moda e o design no mundo contemporâneo.

Mesmo o estudo de caso dessa pesquisa sendo os Irmãos Campana, faz-se necessário apontar trechos de aproximações entre a arquitetura, a moda e o design para o entendimento do todo relacionado nas Relações Complexas.

Nesse sentido, “duvidar” e questionar é um dos melhores caminhos para entender esse atual processo contemporâneo global/local. Indagar sobre: o que levou uma famosa arquiteta iraquiana como Zaha Hadid a produzir uma sandália de plástico para uma empresa de calçados brasileira? Ou quais são as estratégias dos designers Irmãos Campana ou Karim Rashid para envolver suas formas e marcas nos produtos Melissa?

As Relações Complexas que envolvem moda, design e arquitetura podem ser evidenciados nas formas dos produtos desenvolvidos pelos designers brasileiros Irmãos

Campana¹³, que produziram modelos de calçados para a Melissa inspirados em alguns de seus produtos de design. Nesse caso específico, pode-se observar a reprodução da forma de mobiliários para os calçados, como, por exemplo, a cadeira Zig-Zag (Foto 04) originou sandálias, sapatilhas (Foto 05) e bolsas (Foto 06) com formas e cores muito semelhantes ao objeto original.



Foto 04: Cadeira Zig-Zag

Fonte: www.vemprabrotas.com.br 23/04/09



Foto 05: Sapatilha Campana

Fonte: <http://www.lojamelissa.com.br/> 23/04/2009

¹³ Os irmãos Humberto e Fernando Campana decidiram trabalhar juntos em 1983 com uma proposta peculiar de criar móveis e esculturas com materiais alternativos e imagens diferenciais. Muitas vezes utilizam de restos industriais e imagens singulares para a produção de seus produtos de design. Há peças dos designers nos acervos dos museus MOMA – Museu de Arte Moderna de Nova York (Estados Unidos), Vitra, em Berlim (Alemanha), Museu de Artes Decorativas, em Montreal (Canadá) e MAM (Museu de Arte Moderna) em São Paulo.



Foto 06: Bolsa Campana

Fonte: <http://www.lojamelissa.com.br/> 23/04/2009

Outro caso que, também, representa tentativas das Relações Complexas a partir da interação entre moda-design-arquitetura é a parceria da Melissa com o designer Karim Rashid, que vive em NY, onde administra inúmeros projetos de mobiliário, telefonia celular, moda, design e arquitetura. O sucesso do modelo Karim Rashid High – sapato com salto de gota que exalta as características curvas do designer com a flexibilidade do plástico realizado para a Melissa, atualmente vem reeditado em novas cores (Fotos 07,08 e 09)



Foto 07: Melissa high

Fonte: <http://www.lojamelissa.com.br/> - 23/04/2009



Foto 08: Melissa high
Fonte: www.melissa.com.br – 22/04/09



Foto 09: Melissa high
Fonte: <http://www.karimrashid.com/> 23/04/2009

É importante observar a semelhança da forma da sandália criada por Rashid com alguns de seus projetos de mobiliário como, por exemplo, o lavatório “Nutopia Teknowash Shampoo Station” (Figura 03, 04 e 05) e o sofá “Krysalis” (Figura 06)

Fica evidente a reprodução da forma do lavatório no salto da sandália. A sutileza das formas sinuosas é incorporada aos produtos de Rashid.



Figura 03: Nutopia Teknowash Shampoo Station, 2008
<http://www.karimrashid.com/23/04/2009>



Figura 04: Nutopia Teknowash Shampoo Station, 2008
<http://www.karimrashid.com/23/04/2009>



Figura 05: Nutopia Teknowash Shampoo Station, 2008
<http://www.karimrashid.com/23/04/2009>



Figura 06: Sofá Krysalis
<http://www.karimrashid.com/23/04/2009>

Já a parceria da Grendene com a arquiteta iraquiana Zaha Hadid foi assunto em revistas de vários países. O modelo, também de formas sinuosas e recortes assimétricos criado pela arquiteta conhecida por seus projetos arrojados, estabeleceu um diferencial ao produto (Figura 07 e 08).

Zaha Hadid foi a primeira mulher ganhadora do Prietzker, maior prêmio da arquitetura do mundo. Essa foi a primeira vez que ela desenvolveu um sapato, mas já havia feito uma parceria com Karl Lagerfeld, para a Chanel.

Conforme relata à revista Melissa, a “Melissa de Zaha Hadid” é o primeiro sapato que ela desenha e no qual pôde explorar noções de espaço com base no modernismo de Oscar Niemeyer. Além disso, trouxe uma surpreendente forma à sandália graças à maleabilidade do plástico e a tecnologia injetável. Zaha também escolheu as cores, em tons especiais de amarelo, verde, vermelho, roxo, entre outras. (Figura 09)



Figura 07: Melissa Zaha Hadid amarela <http://arqfeevale.files.wordpress.com/2008/06/zaha-melissa.jpg>



Figura 08: Melissa Zaha Hadid lilás
<http://arqfeevale.files.wordpress.com/2008/06/zaha-melissa.jpg>

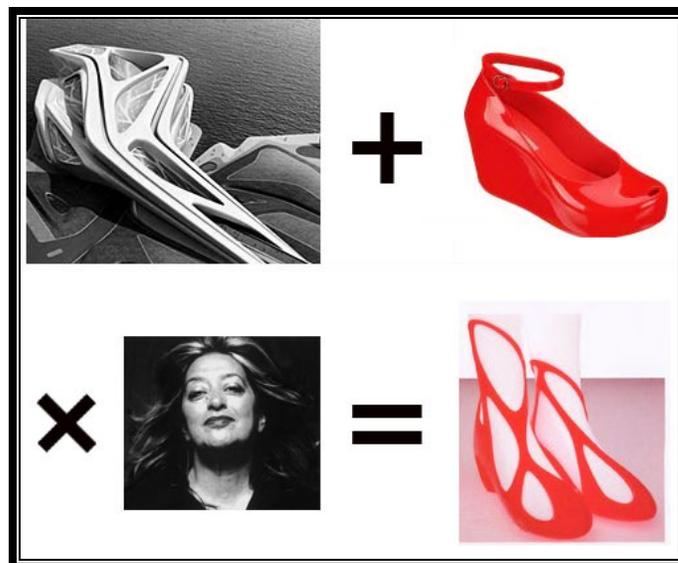


Figura 09: Resumo do processo de criação – Melissa Zaha Hadid
<http://arqfeevale.files.wordpress.com/2008/06/zaha-melissa.jpg>

A forma sinuosa e as aberturas da sandália são claramente identificadas nos projetos arquitetônicos de Zaha, como, por exemplo, o projeto realizado para Nuragic & Contemporary Art Museum, Cagliari na Italy (Figuras 10 e 11).



Figura 10: Nuragic & Contemporary Art Museum, Cagliari, Italy, 2002 www.worldarchitecturenews.com/ 23/04/09

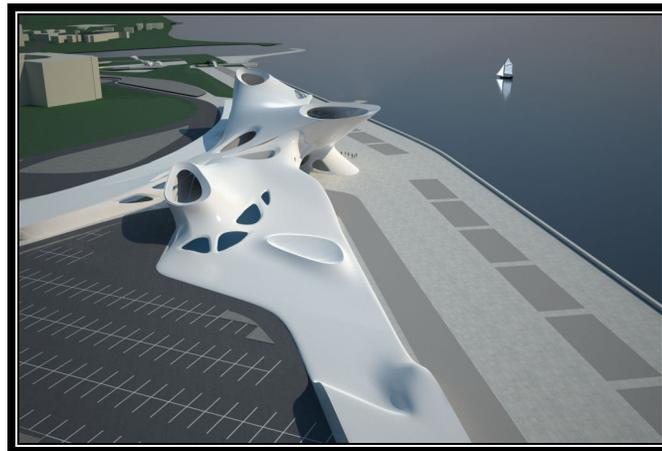


Figura 11: Nuragic & Contemporary Art Museum, Cagliari, Italy, 2002 www.worldarchitecturenews.com/ 23/04/09

Formas e marcas antes desejadas e consumidas apenas por uma elite mundial específica (global) agora podem ser desejadas e consumidas por uma população em massa no Brasil (local). É importante salientar que a esses produtos populares são inseridas imagens, formas e marcas que criam um capital simbólico, elevando, assim, seu preço.

As Relações Complexas que envolvem a arquitetura, o urbanismo, a moda e o design, como se observa no caso dos sapatos Melissa, evidencia a dificuldade de explicar ou esclarecer esse tecer em conjunto que, no caso, envolve o capitalismo, a globalização, a

virtualização, a cultura, a forma, a marca, a pós-modernidade, entre tantos outros fatores.

De acordo com Morin (2000:90):

Esse reconhecimento da complexidade nos faz não elucidar, mas elidir os problemas que ela coloca: dizer 'é complexo' é confessar a dificuldade de descrever, de explicar, é exprimir sua confusão diante de um objeto que comporta traços diversos, excesso de multiplicidade e de indistinção interna.

Nesse atual momento virtual/informacional, em que a globalização torna-se um dos carros-chefe, as Relações Complexas tornam-se necessárias para refletir sobre os diversos e possíveis caminhos que as estratégias capitalistas e as questões globais e locais nos impõe.

De acordo com Lucrecia Ferrara (2002:68):

Globaliza-se a imagem do mundo através da imagem virtual, o espaço já não se mede por distância ou proximidade, mas por uma contaminação cultural e informacional que gera um lugar virtual mais próximo do que qualquer vizinhança física. Essa contaminação produz uma comunidade de significados, valores e hábitos responsáveis por um padrão cultural, definidor do próprio sentido de globalização. Em outras palavras, globalizar significa pensar globalmente, esse é o fenômeno cultural do mundo contemporâneo; fenômeno anti-ideológico enquanto manipulação de uma classe ou poder. (...) "Se, a título de exemplificação, analisarmos a dicotomia universal/local, poderemos concretizar a força ideológica desse determinismo que opera com a acomodação de uma crença em características locais com as quais estamos exoticamente afeiçoados e, até, ideologicamente comprometidos. Nessa dicotomia, o local é entendido como algo particular, banido do que é universal, ou seja, fora de padrão. (...) Quando se fala em padrão, pensa-se sempre em um paradigma que deve atuar como denominador comum de múltiplas e diversas realidades, pensa-se em simetrias que operam com uma lógica de identidades, a partir de um centro que determina as características do que é periférico em relação àquelas do centro, entendido como parâmetro de qualidade.

Não se deve pensar separadamente o global e o local. Na contemporaneidade, a ideia de pensamento universal foi praticamente substituída pelas ideias de heterogeneidade e pluralismo.

Analisando as estruturas contemporâneas pós-modernas, pode-se observar uma grande conexão com a estrutura do Pensamento Complexo, principalmente pelo pluralismo, pela totalidade e pela tolerância à diversidade.

Para Denis (2002:209):

A marca registrada da pós-modernidade é o pluralismo, ou seja, a abertura para posturas novas e a tolerância para posições divergentes. Na época pós-moderna, já não existe mais a pretensão de encontrar uma única forma correta de fazer as coisas, uma única solução que resolva todos os problemas, uma única narrativa que amarre todas as pontas. Talvez pela primeira vez desde o início do processo de industrialização, a sociedade ocidental esteja se dispondo a conviver com a complexidade em vez de combatê-la, o que não deixa de ser (quase por ironia) um progresso.

No espaço global, não há lugar para o tempo descontínuo do local, mas é importante encontrar novas alternativas para a interação local/global. Deve-se redescobrir o local através do global, ou seja, apontar possibilidades de interação para que ambos participem de uma percepção colaborativa mais complexa.

Deve-se pensar nesse nosso atual momento global a partir da aceitação das diferenças, assim, possibilitando o desenvolvimento das reflexões sobre as contradições e, principalmente, compreendendo que nada se opõe, mas tudo se complementa em um universo dessemelhante e inconstante. Essas são as premissas para as bases das Relações Complexas, que respeitam até mesmo uma forma de pensar simplificadora.

De acordo com Harvey (1989:18):

Os editores da revista de arquitetura PRECIS 6 (1987, 7 -24) veem o pós-modernismo como legítima reação à "monotonia" da visão de mundo do modernismo universal. "Geralmente percebido como positivista, tecnocêntrico e racionalista, o modernismo universal tem sido identificado como a crença do progresso linear nas verdades absolutas, no planejamento racional de ordens sociais ideais e com a padronização do conhecimento e da produção." O pós-modernismo, em contraste, privilegia "a heterogeneidade e a diferença como forças libertadoras na redefinição do discurso cultural". A fragmentação, a indeterminação e a intensa desconfiança de todos os discursos universais ou (para usar um termo favorito) "totalizantes" são o marco do pensamento pós-moderno. (...) Segundo Eagleton, o pós-modernismo assinala a morte dessas "metanarrativas" cuja função terrorista secreta era fundamentar e legitimar a ilusão de uma história humana "universal". Estamos agora no processo de despertar do pesadelo da modernidade, com sua razão manipuladora e seu fetiche da totalidade, para o pluralismo retornado do pós-moderno, essa gama heterogênea de estilos de vida e jogos de linguagem que renunciou ao impulso nostálgico de totalizar e legitimar a si mesmo.

Nessas reflexões globais e pós-modernas, embasadas por Relações Complexas, é importante observar fatores como a rejeição às metanarrativas, que são interpretações teóricas de larga escala pretensamente de aplicação universal, muito utilizadas pelos modernistas. As metanarrativas são como um Pensamento Simplificador que evidencia um modelo universal e não possibilita a aceitação das particularidades, das diferenças, das singularidades.

Denis (2002:205) mostra que:

Conforme vem argumentando o arquiteto e historiador Kenneth Frampton, a única possibilidade remanescente de realizar propostas de valor universal no mundo fragmentado de hoje reside justamente na busca de um 'regionalismo crítico' que consiga conjugar o desejo persistente de modernização com a cultivação consciente de culturas locais. Para Frampton e outros analistas da pós-modernidade, o colapso definitivo de um único centro dos acontecimentos e a dispersão subsequente da narrativa histórica em múltiplos focos significam que os verdadeiros pontos dinâmicos de transformação do sistema mundial estão dispersos pela sua periferia (Thackara, 1988: 51- 66; ver tb. Diani, 1992). Com toda a verdade profunda dos grandes paradoxos filosóficos, pode-se dizer, portanto, que a solução para o design na periferia reside não em buscar se aproximar do que é percebido como centro, mas, antes, em se entregar de vez para o que ele tem de mais periférico. Colocado de maneira mais concreta, isso não está tão distante da posição preconizada pelos defensores do design social e da tecnologia intermediária, pois é nas periferias da periferia que residem os maiores desafios para o design.

Neste atual momento, deve-se analisar a Cultura Nacional, e a Identidade Nacional com um olhar não mais só local, mas, sim, global-local.

A Professora Dra. Maria Cecília Loschiavo dos Santos¹⁴, em sua pesquisa sobre moradores de rua, apresentou uma gravação em que um morador de rua declara:

Nós fazemos o espaço, nossa casa é na rua, com papelão, plástico, tecidos, velhos lençóis e qualquer coisa que escavamos no lixo. Nós criamos um lar aconchegante.

Pode-se observar essa frase de constituição da vida cotidiana, também, como uma análise pós-moderna ou sobre Relações Complexas, se o pluralismo for levado em conta,

¹⁴ Anotação de aula – Disciplina: O Design Posto em Questão, ministrado pela Profa. Maria Cecília Loschiavo dos Santos, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo – USP – Universidade de São Paulo, 2004

essa gama heterogênea de estilo de vida, em que o diferente também faz parte e deve ser analisado.

Entretanto, esse mesmo pensamento, com um olhar capitalista atual, pode ser analisado por outro enfoque, enfatizando, por exemplo, o produto de design "cadeira favela" dos irmãos Campana, em que uma dinâmica capitalista contemporânea usa da imagem da favela para produzir uma forma singular que se agrega a um objeto tornando-o único. Isso tem sido um elemento de apropriação da reprodução da vida, no qual a imagem da precariedade, dos excluídos, dos necessitados, dos moradores de rua, dos catadores de papel podem criar imagens e formas singulares e, conseqüentemente, trazer bons lucros às empresas.

Como se observa, as Relações Complexas que envolvem o design, a arquitetura, o urbanismo e a moda possuem diversas ramificações e podem produzir inúmeras reflexões e pesquisas. Todavia, para esta pesquisa de doutoramento, enfocou-se nos designers brasileiros Irmãos Campana como principal estudo de caso, analisando principalmente a apropriação da imagem singular das favelas brasileiras como base para o processo projetual de produtos de design, como se verifica na segunda parte dessa tese.

Capítulo II

As Relações Complexas no processo projetual: o caso das favelas brasileiras.

Em nossa visão, é muito importante estabelecer vínculos com a cultura brasileira; não é só pensar nos mecanismos produtivos e na industrialização, como pregam aqueles que se restringem aos ditames do modernismo da Bauhaus, e sim pensar o projeto de uma forma local absorver e transformar a cultura que nos é própria. Muitos criadores brasileiros pararam no modernismo, não evoluíram a partir daí, e essa é uma postura acomodada.”

(Campana, 2009:87)

2.1. Global e local: as apropriações e espetacularizações das singularidades brasileiras

A sociedade está sempre em processo de transformação. Surgem novos conflitos antes desconhecidos. Por isso, deve-se estar sempre atento às mudanças e, principalmente, às novas necessidades da sociedade.

É importante para compreender a produção e a dinâmica capitalista e seus efeitos, consequências, alterações sobre a sociedade e o espaço, analisar algumas formas de apropriação de singularidades¹⁵ colocando-as como “imagens de singular” de um lugar, utilizando da “espetacularização” de uma especificidade para a comercialização de diferentes produtos.

A imagem do considerado singular começa a ser um importante produto para comercialização e efetivamente traz grandes taxas de lucros para as empresas capitalistas. No capitalismo, uma das principais estratégias usadas para o retorno de lucro é a criação dessas imagens consideradas diferentes e únicas que podem tornar-se “produtos” de venda. A captura de alguns aspectos/especificidades culturais, locais, arquitetônicos, urbanísticos, artísticos, musicais do Brasil, em muitos casos, é transformada em imagens de singular e posteriormente inserida em produtos como um “capital simbólico” para dinamizar suas vendas.

As corporações e/ou designers, em muitos casos, se apropriam das “imagens das minorias”, como negros, índios, favelados, e as transformam em uma “imagem/produto de consumo”. As pessoas e/ou empresas que capturam as imagens das minorias, dos desiguais para venda, não estão preocupadas com os problemas sociais dessas comunidades nem com o ideário da igualdade de raças, de etnias, de gênero, mas sobre o “uso de suas imagens” como um produto considerado diferente e “exótico”.

¹⁵ O singular, além de ter como sinônimo o único, o particular, o individual, também tem alguns sinônimos pouco conhecidos como: que não é vulgar; especial, raro, extraordinário, distinto, notável, excêntrico, extravagante, esquisito, bizarro. Entretanto, para esta tese de doutoramento, abordamos o singular/singularidade, definindo-os como diferente e exótico.

A criação das imagens do considerado diferente, do extravagante, do excêntrico e do exótico para agregar valor aos produtos faz parte de uma das estratégias da economia global: imagem-consumo-lucro.

No Brasil, as especificidades dos índios, da Amazônia, do carnaval, das mulatas, das praias e das favelas são apropriadas e manipuladas pelo mercado, que as comercializam como um “olhar exótico”.

Vender a imagem de singular de um país, de uma cidade, de objetos ou até mesmo a imagem pessoal é de grande importância para a dinâmica capitalista, porém, deve-se refletir que os “produtos” não podem ser consumidos apenas por sua imagem, que em muitos casos são criadas e recriadas de acordo com a necessidade do mercado específico. Deve-se criticar e analisar de forma coerente quais os possíveis efeitos/causas a que estas imagens possam nos induzir ou que possam nos proporcionar.

O turismo é provavelmente uma das principais atividades econômicas que evidenciam o uso da imagem de singular como produto de consumo. Isso se deve em grande parte por ser uma atividade que tem como produto a imagem, a paisagem. O turismo se apropria da criação de “cenários” ou até a incentiva, transformando-os em mercadoria turística. O turismo, principalmente no Brasil, vem se estruturando sobretudo sobre as culturas, tradições e pela transformação do folclore e festas populares em mercadorias turísticas, tornando a cultura um espetáculo para o consumo.

Pesquisas como a de Helton Ricardo Ouriques, “A produção do turismo: fetichismo e dependência”, e a de Nestor Garcia Canclini, “As culturas populares no capitalismo”, são extremamente importantes para embasar a compreensão sobre a produção e o consumo da “imagem singular brasileira” na contemporaneidade.

Ouriques (2005:109) relata que:

Na área do turismo, observa-se que a questão da “imagem exótica” é uma das principais dinâmicas para a produção e venda dos produtos turísticos. (...) não é de se estranhar que, por exemplo, o vodu caribenho seja encenado para os turistas, nem que existam visitas programadas aos terreiros de candomblé, na Bahia... O “pitoresco” e o “exótico”, isto é, esses “rituais primitivos” transformados em mercadorias, também acabam reafirmando o estereótipo colonial: na periferia, “eles” ainda praticam rituais bárbaros.

O diferente, o “exótico” são palavras que estruturam toda a dinâmica capitalista sobre turismo. Tanto Ouriques como Canclini tratam em seus livros da produção e do consumo de algumas “imagens exóticas” do turismo que são, também, muito próximas das “imagens singulares” usadas na produção e no consumo da moda e do design.

A comercialização da imagem da cultura e do lugar há muito tempo tornou-se um importante produto da indústria do turismo. Em muitos casos, empresas de turismo vendem, por exemplo, a imagem do índio brasileiro, comercializando as expectativas sobre a imagem da tradição do diferente, do “exótico”, entretanto, essa imagem considerada exótica nem sempre é possível de ser reproduzida por um “cenário de espetáculo” e no momento de consumo causam decepção aos turistas quando observam que os índios não estão pintados nem vestidos tangas e cocares. Nesse caso, a imagem daquela “minoridade” não coincide mais com a realidade atual, mas o mercado (re)constrói essa imagem e a comercializa como uma imagem de singular.

Canclini (1983:11), nessa mesma linha de abordagem, afirma que a cultura popular está se tornando uma mercadoria do capitalismo global e que a cultura popular tradicional serve tanto para a reprodução do capital como para uma cultura hegemônica.

O que vê o turista: enfeites para comprar e decorar seu apartamento, cerimônias ‘selvagens’, evidências de que a sua sociedade é superior, símbolos de viagens exóticas a lugares remotos, portanto, do seu poder aquisitivo. A cultura é tratada de modo semelhante à natureza: um espetáculo. O passado se mistura com o presente, as pessoas significam o mesmo que as pedras: uma cerimônia do dia dos mortos e uma pirâmide maia são cenários a serem fotografados.

É necessário compreender que para o consumo de imagens de singular, o espetáculo e seu cenário são (re)criados, tornando-se importantes instrumentos para a produção de renda. A espetacularização da cultura/lugar constrói expectativas em seus consumidores e nesse contexto, o uso da paisagem, natural ou construída, como cenário para os espetáculos é essencial. Consumir o cenário de favelas, de praias paradisíacas, de requalificações urbanas (portos, áreas centrais), áreas de patrimônios, edifícios arquitetônicos, entre outros, são estratégicos para o consumo da imagem do diferente.

A manipulação da imagem pode distorcer a realidade de um local, sociedade ou cultura em favor da venda e do consumo de uma imagem que se tenta comercializar. A captura de algumas singularidades brasileiras pelo capitalismo chega a ser “aparentemente contraditórias”, porém, pode-se observar, nesse caso, importantes estratégias para elevar o consumo de seu produto específico. Como, por exemplo, a venda das imagens singulares brasileiras para o consumo turístico que promove a reconciliação do “belo” com o “feio” (salubre/insalubre), como a comercialização da paisagem dos cortiços, dos barracos de favela ou do Movimento dos Sem-Terra, que evidenciam as desigualdades sociais brasileiras e, principalmente, a precariedade das habitações espalhadas pelo país. Tudo isso já é apropriado e comercializado como pacotes turísticos ou até mesmo como objetos de design¹⁶.

As empresas capitalistas transformam o feio, o insalubre, a precariedade em imagens consideradas diferentes e exóticas e as tornam num espetáculo de consumo para sociedades específicas, como acontece nos morros brasileiros que se tornaram um produto de consumo, como afirma Ouriques (2005:127):

Os morros cariocas, que são apresentados pela imprensa como totalmente dominados por malfeitores, os casebres já não pedem mais socorro: fazem parte do cenário turístico e do roteiro dos turistas. A indústria do turismo transforma o feio em bonito, ‘vende’ a favela para o mundo e fornece cursos de inglês básico para as crianças carentes, que aprendem desde cedo a linguagem universal do dinheiro: os guias-mirins que conduzem estrangeiros por entre as vielas miseráveis do Rio de Janeiro já conhecem a cotação do dólar.

As estratégias capitalistas têm a capacidade de transformar culturas, paisagens e até mesmo danças populares em espetáculos turísticos. No Brasil, o carnaval é um grande exemplo dessa apropriação que se transforma em renda monopolista através da dominação estética da “mercadoria escolas de samba”¹⁷. O preço das fantasias, os ingressos, a comercialização da imagem através da mídia, a preparação da cidade para o carnaval trata-se de um cenário e de um espetáculo mercantil.

¹⁶ Como, por exemplo, a intitulada “Cadeira-Favela” e o “Sofá Boa” dos designers brasileiros Irmãos Campana que serão analisados no próximo capítulo.

¹⁷ Principalmente as escolas do Rio de Janeiro

Debater e compreender a produção e o consumo da imagem de singular no turismo facilita a compreensão e o desenvolvimento de análises para outras áreas que tratem do mesmo assunto. No turismo, o uso da imagem de singular transformada em espetáculo de consumo é mais facilmente diagnosticado devido ao uso contínuo da publicidade e propaganda. Quando se trata de captura e uso da imagem, a dinâmica capitalista de consumo é, em geral, a mesma para todos os produtos. O que muda são os objetos de estudo: turismo, design, arquitetura, urbanismo, paisagens naturais, sociedade, espaço, entre outros.

A imagem agregada aos produtos propõe a venda da peculiaridade e/ou precariedades de grupos sociais como sendo um produto exótico e excêntrico. Há uma procura, principalmente pelas empresas, pela apropriação de “locais” considerados exóticos e excêntricos para a produção de uma imagem “diferente” que será agregada a um produto determinado. Como na análise que será realizada no próximo capítulo, em que se evidencia a apropriação das formas irregulares dos barracos de favelas pelos designers brasileiros Irmãos Campana, que visam criar imagens diferentes e, conseqüentemente, aumentar a visibilidade e o consumo de seus produtos.

2.2. – Problemáticas urbanas e design: a produção da imagem de produtos de design a partir da captura da forma irregular de construção dos barracos de favela.

Este capítulo tem como principal objetivo analisar a apropriação da forma de construção dos barracos de favela no Brasil, a partir de análises sobre as Relações Complexas existentes entre a imagem, a problemática urbana e o design, evidenciando principalmente as atuais estratégias capitalistas que visam à captura de peculiaridades do espaço urbano para a criação de imagens de produtos de design.

Utilizando como base de análise apenas o Pensamento Simplificador embasado sobre as estratégias capitalistas de lucro, pode-se verificar que a criação de imagens, e principalmente de imagens do considerado “diferente, exótico e excêntrico”, consolida-se como um importante produto para comercialização e efetivamente traz grandes taxas de lucros para as empresas capitalistas. A captura de alguns aspectos/especificidades culturais, locais, arquitetônicos, urbanísticos, artísticos e musicais em muitos casos é transformada em imagens e, posteriormente, inserida em produtos como um “capital simbólico”.

Alguns designers utilizam da espetacularização de “especificidades” para a produção e comercialização de produtos diferentes, apropriando-se, até mesmo, das formas irregulares dos barracos de favelas e as “transformando” em imagens “diferentes e exóticas”.

Apesar das diversas contradições, muitas das imagens produzidas e vendidas de aspectos da favela evidenciam-na como um lugar diferente, exótico, excêntrico, local de diversas dinâmicas socioespaciais e culturais, e não somente como algo irregular e problemático, base do tráfico e da violência.

Em muitos casos, embasado sob um Pensamento Simplificador capitalista, os mais importantes e graves problemas das favelas são “deixados em segundo plano” quando as empresas apontam seus interesses e necessidades de apropriar e explorar sob diferentes aspectos a imagem considerada exótica do espaço da favela. Banalizando, assim, os reais

problemas das favelas em favor, apenas, da venda e do consumo de uma imagem exótica, a qual só trará benefício aos grandes empresários.

Essa banalização dos reais problemas das favelas é evidenciada muitas vezes nas imagens que são inseridas no turismo, na música e no design de móveis. No caso do turismo, explora-se uma fantasia de aventura, em um lugar “proibido”, para vivenciar desafios e o perigo num território dominado pelos traficantes. Na música, as letras do hip hop levam a realidade da vida nas favelas para outros grupos sociais. No design, em alguns casos, explora-se a precariedade e a irregularidade de construções e implantações dos barracos para a criação de produtos diferentes, que expressem a desorganização das formas.

Dessa maneira, as imagens dos espaços das favelas brasileiras são acrescidas aos produtos para dinamizar sua venda, colocando a imagem da favela como um produto exótico e excêntrico, “embrulhado” para o consumo de uma elite mundial. Entretanto, desenvolver uma análise apenas sobre um Pensamento Simplificador que visa às estratégias capitalistas de lucro fragiliza os estudos sobre a totalidade.

Para o aprofundamento das análises nesse capítulo, utiliza-se do eixo de análise das Relações Complexas tendo como foco as estratégias de apropriação da forma irregular das construções dos barracos de favelas brasileiras, envolvendo apropriação, difusão e consumo da imagem e, principalmente, seus efeitos e consequências sobre o processo projetual.

Deve-se pensar essa questão complexamente e não tirar conclusões isoladas e definitivas de forma simplificadora. Acredita-se que a preocupação com os problemas socioambientais, atualmente, são de responsabilidade de todos, entretanto não se deve cobrar que todos os artistas, designers, arquitetos, entre outros, pensem nisso durante o seu processo de criação. Isso poderia “castrar” o processo criativo. Esse é um momento de escolhas e isso é muito importante para o desenvolvimento da diversidade no design.

Para a compreensão da dinâmica sobre a produção e o consumo da imagem de singular dos barracos de favelas brasileiras, analisa-se a seguir as estratégias usadas pelos designers brasileiros Irmãos Campana e pela empresa italiana Edra para a (re)produção da imagem sobre a “Marca Campana” e da apropriação das formas de construção desordenadas dos barracos de favelas.

Para extrair as peculiaridades das favelas brasileiras para os seus processos projetuais, os designers inspiraram-se na precariedade e na irregularidade de construção e implantação dos barracos de favela para a criação de novos produtos, os quais incorporaram marco de distinção, capital simbólico e renda monopolista. A apropriação teve como base de análise a mistura de formas, elementos e características construtivas, bem como a sensação de desorganização que prevalece na leitura da paisagem dos barracos de favela.

Para a construção dos barracos, são utilizados diferentes tipos de materiais, tais como madeiras do tipo aglomerado, madeiras de resto de construção, alvenaria, telhas de barro, telhas de cimento amianto, entre outros. Atualmente, nas construções dos barracos de favela, o uso de madeiras e sucatas são substituídos por blocos de alvenaria, os quais são mais resistentes e duradouros. Nas Fotos 10 e 11, pode-se observar o “emaranhado” de formas e materiais usados para a construção dos barracos de favela no Brasil.

A captura de aspectos das favelas brasileiras reflete-se nos móveis dos designers como o “Sofá Boa” (Foto 12.) e a “Cadeira Favela” (Fotos 13 e 14.), consolidando, assim, a análise sobre a apropriação da forma irregular dos barracos de favela para a construção de uma imagem que é usada para alavancar a venda de produtos de design.



Foto 10: Barracos da favela na Rocinha – Rio de Janeiro – RJ Fonte: www.vivafavela.com.br (pesquisado em 20/03/2006)

Foto: Nando Dias

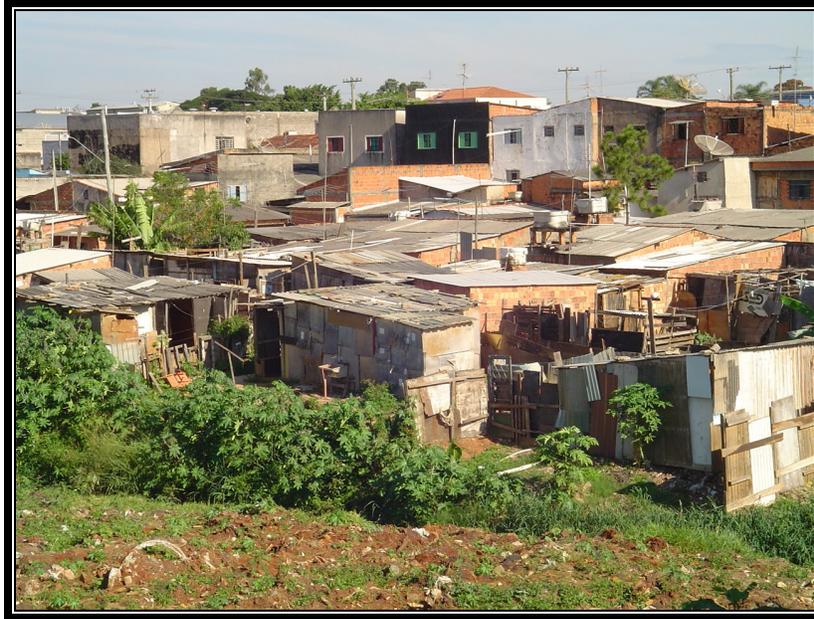


Foto 11: Barracos da favela no Jd. Amarais – Campinas-SP.
Foto: Cláudio Lima Ferreira - Abril 2006

É importante salientar que no caso da Cadeira Favela e do Sofá Boa, existem importantes diferenças que alteraram e/ou definiram as reflexões iniciais para a elaboração dos objetos. No caso da Cadeira Favela, o processo de criação foi instintivo dos designers, entretanto, no caso do Sofá Boa, foi encaminhado um briefing por uma indústria moveleira.

Para a elaboração do projeto/produto Sofá Boa, verificou-se que a indústria solicitou a criação de um produto que evidenciasse peculiaridades ou precariedades de espaços urbanos, como as formas desordenadas das favelas brasileiras, dessa forma, inserindo imagens diferentes aos seus produtos e aumentando seus lucros. Esse apontamento pode ser observado na fala dos designers¹⁸ que citam o Briefing¹⁹ pedido por Massimo Morozzi, diretor de criação da Edra²⁰

¹⁸ Falas retiradas da palestra de Fernando e Humberto Campana, realizada no Seminário Internacional de Design – Brasil Design Diversidade Negócios. Painel I – Design com cara brasileira, pluralidade que dá certo. Iniciativa Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas. Hotel Unique, São Paulo. Dezembro de 2002

¹⁹ Segundo o Dicionário Larousse Cultural, ed. Nova Cultura, 1999 – Briefing significa: das informações concisas, instruções, ordens, relatos dos fatos.

²⁰ A Edra é uma das mais importantes empresas de móveis da Itália e confecciona diversos móveis dos Campana.

O Sofá Boa foi um briefing que a gente recebeu, mas muito engraçado. Também foi para a Edra, através do Massimo Morozzi, que falou que queria um sofá, ou uma poltrona com embutido sem estrutura, que parecesse uma favela, uma coisa forte. Fizemos um sofá sem estrutura metálica ou de madeira.

Os designers discursam que “moram num país pobre e tentam tirar beleza daquilo que é pobre, observando principalmente as formas de habitar do Brasil”, porém, em muitos casos, quem pede a apropriação da “pobreza” e da “precariedade” dos espaços urbanos brasileiros são empresas do setor que visam inserir imagens diferentes (exóticas, excêntricas) em seus produtos. Essa estratégia de apropriação de aspectos locais e a criação de imagens diferentes deve-se à necessidade capitalista de inovação. O Sofá Boa de formas entrelaçadas produzida pela italiana Edra é vendido com exclusividade na loja paulista Firma Casa. A inserção da imagem de precariedade das favelas brasileiras (ou pelo menos a fala ideológica para a criação do móvel de design) e principalmente a marca Campana faz com que cada exemplar seja vendido a aproximadamente R\$ 118 mil²¹(cento e dezoito mil reais).



Foto 12: Sofá Boa Fonte: www.edra.com (24/06/2006)

²¹ Dados retirados de artigo/entrevista da revista Isto é Dinheiro publicada em 01/05/2002. www.terra.com.br/istoedinheiro (pesquisado no site em 24/08/2006)

Além do Sofá Boa, a captura das formas irregulares dos barracos de favelas também foi usada para a criação do produto Cadeira Favela, no entanto, essa foi uma criação instintiva relacionado ao processo projetual.

No caso da Cadeira Favela, projeto realizado em 1990, observa-se que os designers puderam “criar livremente”, não tinham um briefing a cumprir. Assim, se apropriaram da imagem de apenas um tipo de material utilizado nas construções dos barracos de favelas, a madeira, especificamente pedaços de “pinus”, e criaram um “produto de design”.

Estas cadeiras (Fotos 13, 14 e 15) são produzidas com pedaços de madeira, fixados de forma aparentemente irregular e desorganizada, assim como são feitos alguns dos barracos de favelas brasileiras. Essa apropriação do “diferente” das favelas também está evidenciando a ideia do artesanal e do aproveitamento de material mais barato, “valores” que também serão acrescentados à imagem do produto.

No caso da Cadeira Favela, verifica-se que o uso de um material “mais barato” não reduz o preço do produto, pelo contrário, aumenta seu valor, principalmente pela questão do discurso usar materiais mais simples, recicláveis, ou seja, evidenciando a preocupação com o meio ambiente.

Além dos designers inserirem a preocupação com o meio ambiente, também introduzem no produto a marca Campana e a não produção em série (exclusividade), fazendo com que a cadeira torne-se um objeto considerado uma obra de arte, o que eleva o seu valor.



Foto 13: Cadeira Favela
Foto: Cláudio Lima Ferreira. Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010



Foto 14: Cadeira Favela
Foto: Cláudio Lima Ferreira. Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010



Foto 15: Detalhe Cadeira Favela
Foto: Cláudio Lima Ferreira. Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010

A apropriação do barraco de favela como uma imagem diferente construiu um “marco de distinção” sobre o design dos objetos. É importante compreender que esse marco de distinção produziu um “capital simbólico” que propiciou criar uma renda de monopólio para os designers que detém a patente do produto.

A Cadeira Favela, assim como o Sofá Boa, também é produzida pela indústria italiana de móveis Edra, com sede na Itália. Essa indústria comprou o direito de exclusividade na confecção e venda do produto, que é fabricado por esta empresa desde 2003. Muitos dos produtos confeccionados pela Edra são considerados “artesaniais”, pois estes produtos são realizados somente por encomenda, *just in time*. Pode ser considerada uma arte, feita por um artesão, cujo preço não tem a ver só com o capital e com a força de trabalho, mas também com a raridade. A Edra possui, em alguns casos, apenas um funcionário responsável pela fabricação de um determinado produto, sustentando, assim, também, uma imagem sobre o artesanal, o exclusivo e o raro.

Mesmo a produção e venda de imagem de um produto considerado “simples” como uma cadeira exige um grande esforço para que o produto tenha êxito em sua venda. As estratégias sobre produção e promoção do produto variam de acordo com o objetivo ou as necessidades de seu mercado. Em muitos casos, a construção das imagens baseia-se na

apropriação de peculiaridade, especificidade e/ou singularidade, no marco de distinção, no capital simbólico, na publicidade/propaganda e na renda monopolista.

A renda monopolista construída sobre a imagem pode ser observada a partir do elevado preço de uma Cadeira Favela, que está em torno de R\$ 17 mil (dezesete mil reais)²².

Analisando sob a ótica do Pensamento Simplificador, com base nas estratégias capitalistas de lucro, pode-se verificar que a criação do produto de design Cadeira Favela dos Irmãos Campana visa ao consumo e ao lucro por meio da criação da “imagem do diferente”, não tendo aparentemente nenhuma preocupação com os problemas sociais e habitacionais das favelas.

Já se analisar o objeto Cadeira Favela sob o viés do eixo das Relações Complexas, verifica-se algumas tentativas e preocupações com a sociedade, o meio ambiente e com o todo. São tentativas sadias, porém frágeis, pois ainda estão embasadas sobre as estratégias capitalistas de lucro.

Como base de análise das Relações Complexas, pode-se até mesmo questionar: por que um designer, no seu processo projetual ou na produção e confecção do seu produto, tem que, obrigatoriamente, resolver ou pelo menos propor resolver problemas socioambientais e não pode simplesmente se apropriar de formas e materiais para produzir o seu objeto?

Entretanto, se analisar de forma mais aprofundada a partir de um Pensamento Complexo, e não apenas de com base num Pensamento Simplificador ou nas Relações Complexas, pode-se afirmar que essa apropriação do espaço urbano da favela feita pelos designers é uma apropriação “inadequada”. Inadequada porque nada retorna aos favelados, não tem nenhum retorno econômico ou social positivo à população do local. É apenas a apropriação da forma irregular das construções dos barracos para a produção de uma

²² Orçamento realizado no dia 26 de Março de 2011 – Loja Firma Casa, São Paulo, SP. |Verndedor: Cezar Aumart . Produto:Cadeira Favela, Fornecedor: Edra, Designer:Fernando & Humberto Campana, Materiais & Valores: Madeira Pinus - € 6.067,17 ; Madeira Teak - € 7.611,43
Dimensões:0,67m (frente) x 0,62m (prof.) x 0,40m (h assento) x 0,74m (h espaldar) Prazo de entrega: 120 dias

imagem que tem como objetivo aumentar o consumo de um determinado produto, e não se tem uma visão do todo.

Em uma das palestras proferidas pelos Irmãos Campana (2002)²³, observa-se o Pensamento Simplificador e as Relações Complexas espelhadas na forma que é usada para o desenvolvimento do processo projetual de seus objetos :

Por ser um país jovem, ainda falta muita infraestrutura etc. (...) as outras formas de habitação também nos interessam porque conseguimos ver poesia nisso e extraímos, da imperfeição, poesia e tecnologia. Até a própria favela. A favela é um quadro cubista. Acho que se algum arquiteto deixasse preservada essa forma e começasse a investir em eletricidade e água, ele poderia fazer um trabalho maravilhoso, porque a favela tem uma forma legal, é um conjunto de materiais, isso para mim (Humberto Campana) é um Guggenheim. Por que destruir e construir mais “cingapuras”? Olha, faça essa parede, coloque uma tinta que dure mais, coloque água, é bonito isso. Acho que a gente pode mostrar essa arquitetura para o mundo, e não renegar isso. (2002)

Esta forma de ver a favela como uma pintura cubista, com diferentes cores e formas livres, é muito interessante no ponto de vista “plástico”. Analisando sob a ótica de um Pensamento Simplificador, focando apenas a questão artística as falas dos designers, são extremamente válidas, principalmente quando estão visando às cores e formas de objetos ou até mesmo à arquitetura isolada como monumento e/ou obra de arte.

Todavia, analisando os críticos que estudam as questões sociais e urbanas sobre as favelas, pode-se verificar que a favela é muito mais do que design e arquitetura, é o lar de milhares de famílias e não é coerente analisá-la de forma tão simplificadora²⁴.

²³ Palestra de Fernando e Humberto Campana. Seminário Internacional de Design – Brasil Design Diversidade Negócios. Painel I – Design com cara brasileira, pluralidade que dá certo. Iniciativa Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas. Hotel Unique, São Paulo. Dezembro de 2002.

²⁴ A teoria da complexidade e simplificação discutida por Edgar Morin (2000) estabelece que o paradigma da complexidade poderia determinar as condições de uma visão complexa do universo, por meio do conjunto dos princípios de inteligibilidade que liga uns aos outros. Estabelece também que o paradigma da simplificação seria o conjunto dos princípios da inteligibilidade próprios da cientificidade clássica e que, ligados uns aos outros, produzem uma concepção simplificadora do universo. As várias tentativas científicas que obedecem ao paradigma da simplificação baseavam-se na ideia de que a complexidade dos fenômenos podia/devia resolver-se a partir de princípios simples e de leis gerais. Estas análises serão aprofundadas no terceiro capítulo.

Sabe-se que as favelas, em geral, encontram-se em áreas de risco, com terrenos em aclividades ou declividades (morros, próximos de córregos), com passagens estreitas e sinuosas e que seus barracos são autoconstruções, insalubres, sem ventilação, iluminação, com esgoto correndo a “céu aberto”, com vários “gatos” na rede elétrica, ou seja, locais com risco de desabamento, enchentes, incêndios. Por serem locais de difícil acesso, têm-se grandes dificuldades em projetar e executar as instalações de redes de água, esgoto, energia elétrica, entre outras, e que resolver, ou pelo menos amenizar os problemas dos moradores das favelas, não é uma questão tão fácil e simples como afirmam os designers.

É importante salientar que seria de grande valia se os designers e arquitetos conseguissem equilibrar as estratégias capitalistas de lucro com as questões socioambientais refletidas nos seus produtos de design, entretanto, isso não deve ser exigido, e sim deve ser uma escolha dos profissionais. Acredita-se que refletir sobre o *complexus* (tecer em conjunto) seria já um grande aprendizado para tentar achar esse possível equilíbrio entre o individual e o todo²⁵. De acordo com Morin (2000:31):

É preciso notar que os princípios que dinamizaram o conhecimento científico, e que se mostraram extremamente fecundos, apresentam hoje graves problemas. O que são esses princípios? Podemos resumir assim: é o princípio da simplificação. O objetivo do conhecimento científico é dizer: 'Veja, estamos num universo aparentemente de multiplicidade, de diversidade de caos'. Ora, esse caos aparente se dissolve quando descobrimos as leis simples que de fato o governam.

Os Campana deixam claro seus interesses com a liberdade da apropriação da forma como alimento para o processo de criação. Do caos, procuram poesia, e isso não deixa de ser uma forma de reflexão sobre o *complexus*.

Segundo Humberto Campana (2002)²⁶:

São Paulo faz com que você seja uma pessoa que volte para dentro de si e comece a olhar pequenos cantos, porque, para mim, São Paulo é muito feio. Eu jogaria uma bomba e construiria a cidade toda de novo. Então eu procuro achar poesia em pequenos cantos da cidade onde você pode respirar

²⁵ Faz-se aqui necessário citar os estudos sobre o Pensamento Complexo para melhor compreensão do *complexus*, entretanto, os estudos de Morin serão analisados com maior profundidade no terceiro capítulo.

²⁶ Palestra de Fernando e Humberto Campana. Seminário Internacional de Design – Brasil Design Diversidade Negócios. Painel I – Design com cara brasileira pluralidade que dá certo. Iniciativa Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas. Hotel Unique, São Paulo. Dezembro de 2002.

um pouco de loucura, de imperfeição, de caos, que acho que é aí que eu encontro a liberdade.

Neste atual momento de caos, todos os profissionais envolvidos com processo de criação poderiam refletir e acreditar que podem ser mais do que uma ferramenta que (re)produz apenas formas diferentes e novas para suprir as exigências de inovação solicitadas pelo mercado capitalista mundial.

Os profissionais de criação podem e devem ser transdisciplinares e questionarem o Pensamento Simplificador, as Relações Complexas e até mesmo o Pensamento Complexo. Isso é necessário para que o design desenvolva-se e não se “vulgarize”, tornando-se apenas uma profissão voltada para a “produção de objetos novos”.

2.3. – Cadeira Favela: a constante evolução da forma.

A questão do design, do artesanal e do industrial deve ser pensada complexamente, e não de forma simplificadora e isolada. Atualmente, muitos profissionais não gostam de ser intitulados como artesãos porque se consideram designers, porém, é importante salientar que existe um tecer em conjunto que aproxima de forma concisa estes ramos que envolvem a criação e a produção. Na palestra do SEBRAE²⁷ proferida pelos designers Humberto e Fernando Campana, verifica-se uma grande preocupação com a adequação de seus produtos aos fabricantes sem perder suas características de projeto.

As obras de Fernando e Humberto Campana transitam bem nessas áreas, isso provavelmente porque os designers não têm uma preocupação com “rótulos” e tentam da melhor maneira possível integrar seus produtos, que, na maioria das vezes, são concebidos de forma artesanal, adequando-os à indústria. Esse saber transitar e aceitar as diferenças entre as formas de criação e produção evidencia as características ou afinidades dos designers com as Relações Complexas que envolvem o processo de criação e a produção artesanal e/ou industrial.

No momento da fala sobre seus primeiros objetos de design, enfocando sobre objetos artesanais, Fernando Campana relata que:

Na verdade isso foi escultural, era peça única, não tinha a função de design industrial, mas isso abriu uma porta para empresas italianas, para a mídia internacional e para vários meios de comunicação que nos colocaram em contato com empresas com que hoje trabalhamos, eles identificavam isso como um design que não tinha nenhuma referência de outras culturas e que tinha raízes brasileiras e falava um linguagem internacional. Quem primeiro veio ao Brasil e viu isso foi um jornalista italiano chamado Marco Romanelli. Ele escrevia para a Domus e disse que os produtos teriam que ser ajustados para a indústria e concluiu: ‘Vocês têm na mão um projeto legal, uma força criativa, mas têm que ajustar isso’. Essa foi e é até hoje uma tarefa que a gente batalha para adequar um produto nosso à indústria sem perder nossa característica.

²⁷ Palestra de Fernando e Humberto Campana. Seminário Internacional de Design – Brasil Design Diversidade Negócios. Painel I – Design com cara brasileira, pluralidade que dá certo. Iniciativa Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas. Hotel Unique, São Paulo. Dezembro de 2002.

Como se observa em muitos casos, um produto confeccionado inicialmente artesanalmente, por exigências da atual dinâmica capitalista industrial, deve ser repensado para fabricação industrial. No caso específico dos Irmãos Campana, pode-se verificar que muitos de seus objetos de design são pensados a partir de um processo criativo que visa a um produto artesanal, e não um produto produzido por uma indústria.

No ateliê dos designers em São Paulo – SP, verificou-se que a forma artesanal de produção prevalece muito forte na confecção de alguns dos seus famosos objetos, como se pode observar (Fotos 16, 17, 18, 19, 20) ao lado com o banco sushi.



Foto 16: Confeção Banco Sushi
Foto: Cláudio Lima Ferreira. Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010



Foto 17: Confeção Banco Sushi

Foto: Cláudio Lima Ferreira. Local: Ateliê Campana – SP Dezembro de 2010



Foto 18: Confeção Banco Sushi

Foto: Cláudio Lima Ferreira. Local: Ateliê Campana – SP Dezembro de 2010



Foto 19: Confeção Banco Sushi
Foto: Cláudio Lima Ferreira. Local: Ateliê Campana – SP Dezembro de 2010



Foto 20: Confeção Banco Sushi
Foto: Cláudio Lima Ferreira. Local: Ateliê Campana – SP Dezembro de 2010

Na confecção do Banco Sushi, assim como de outros objetos dos designers, verifica-se que os irmãos inicialmente pensam na confecção artesanal do objeto, e não na sua produção industrial.

Caso haja a necessidade de uma produção industrial, como no caso da Cadeira Favela, verifica-se uma adequação à indústria que irá confeccioná-la.

As características das diferentes formas de produção de cada indústria em muitos casos direcionam ou adequam a forma do objeto à produção. No caso do modelo da Cadeira Favela, pode-se identificar pelo menos três diferentes variações de sua forma que ocorreram, provavelmente, pela característica de produção de cada indústria que a confeccionou.

Essas três variações, identificadas por fotos, foram classificadas da seguinte forma:

1º – Primeiro modelo, em confecção artesanal.

2º – Segundo modelo, fabricado por uma indústria brasileira.

3º – Terceiro modelo, fabricado por uma indústria italiana.

O primeiro modelo (Foto 21) provavelmente foi um protótipo ou um dos primeiros objetos produzidos pelos designers. Nele, observa-se claramente a desorganização da forma e os diferentes tamanhos de ripas de madeiras pregadas irregularmente, muito próximo da ideia inicial dos designers, que tiveram como base as favelas de São Paulo. A foto 21 reflete, provavelmente, a forma mais próxima da ideia inicial de desorganização da forma.

Percebe-se nesse projeto uma forma em “V” que vem dos pés e prolonga-se para os braços da cadeira e também detalhes de acabamento, nos quais se observa diversos pregos que estruturam a cadeira e compõem a forma.



Foto 21: Cadeira Favela http://cache01.stormap.sapo.pt/fotostore01/fotos//c1/d9/5a/2272622_Q6YVq.jpeg

No segundo modelo (Foto 22), o qual foi provavelmente fabricado pela Schuster; uma empresa familiar gaúcha criada há aproximadamente 40 anos e localizada no município de Santo Cristo, a 540 quilômetros de Porto Alegre, verifica-se uma maior preocupação com os tamanhos e com a organização das formas das ripas de madeira para a confecção do objeto de design. Nesse modelo, inicia-se a perda da ideia inicial da desorganização da forma.

A forma em “V”, verificada no primeiro modelo, perde-se no segundo, em que se observa formas mais retas nas pernas e braços da cadeira. Isso ocorreu, provavelmente, como uma adequação à indústria. A cadeira não era mais um protótipo artesanal, e sim um objeto com possibilidades de produção em série.



Foto 22: Cadeira Favela

Fonte: <http://emptyfield.com/blog/2007/04/favela-chic.html> - acesso maio 2009

No terceiro modelo (Foto 23) apresentado, observa-se ripas mais homogêneas e, principalmente, uma forma diferente da fixação das madeiras do primeiro e do segundo modelo. O “terceiro modelo” da Cadeira Favela, confeccionada pela Italiana Edra e comercializada pela loja paulistana Firma Casa, está muito mais organizado, formando até mesmo desenhos de “leques” com as ripas de madeira no acento e nos apoios dos braços. Depois de aproximadamente 20 anos da criação do objeto e de mudanças de empresas que a

confeccionaram, observa-se que a forma desordenada de construção dos barracos de favela, que deu origem à Cadeira Favela, foi alterado. A ideia criativa básica manteve-se, entretanto, novas formas surgiram, provavelmente pelo amadurecimento do projeto, ou pela necessidade de produção em série.

Essa análise da forma mutável da cadeira favela durante os anos com base no seu processo projetual e de produção confirma que o design não deve ser estagnado, ele deve ser ativo e estar aberto a readequações.



Foto 23: Cadeira Favela –Fabricada pela Edra e comercializada pela Loja Firma Casa www.firmacasa.com.br/
28/04/09

Se criar um objeto que durante 20 anos não sofra alterações, estará restringindo a criação e fazendo com que ela se estabilize. A criação não deve ser estabilizada, não se deve ter medo de criar, recriar, alterar as criações. Segundo Salles (2004:31):

O processo de criação é o lento clarear da tendência que, por sua vagueza, está aberta a alterações. O final pode ser que nada tenha a ver com a 'maquete inicial', pois o plano não tem nada da experiência que se adquire na medida em que vai se escrevendo a história (Bioy Casares, 1988). (...) O tempo é, por sua vez, o grande sintetizador do processo criativo que se manifesta como uma lenta superposição de camadas. (...) O crescimento e as transformações que vão dando materialidade ao artefato, que passa a existir, não ocorrem em segundos mágicos, mas ao longo de um percurso de maturação. O tempo do trabalho é o grande sintetizador do processo criador. A concretização da tendência se dá exatamente ao longo desse processo permanente de maturação.

Adequar um projeto artesanal para uma indústria faz exercitar a criatividade e, principalmente, compreender a diversidade, seja ela de criação ou de produção.

Na Foto 24, observa-se uma Prateleira Favela. Se os designers não se dispusessem a aceitar o amadurecimento ou a mutação do projeto Cadeira Favela, provavelmente ela não existiria.



Foto 24: Prateleira Favela Fonte: <http://emptyfield.com/blog/2007/04/.html> - acesso maio 2009

Como poderá observar no próximo capítulo, a evolução da forma Cadeira Favela transbordou para outros objetos confeccionados prioritariamente pela indústria, evidenciando, assim, as Relações Complexas envolvidas entre processo projetual e processo de produção e, principalmente, entre artesanato e indústria.

2.4. – Relações Complexas retratadas na (re)produção da marca Campana e na imagem assemelhada à Cadeira-Favela em outros produtos de design.

A imagem/forma da Cadeira Favela e da marca Campana foi reproduzida por várias empresas, de diferentes setores, tais como de joias, sapatos e embalagens/caixas, mostrando assim a dinâmica industrial sobre a apropriação, (re)produção, difusão e venda de uma imagem. A renda de monopólio sobre a patente da Cadeira Favela permitiu que a sua imagem fosse utilizada para a produção de outros produtos, gerando novas formas de lucro às empresas e aos designers que venderam o produto/imagem e detêm a marca.

A (re)produção da imagem assemelhada do produto Cadeira Favela e, também, o royalty sobre a marca Campana foi verificado e analisado em dois distintos produtos: as joias denominadas Slats, da empresa H.Stern, e a sandália Campana, da empresa Grendene.

Durante vários meses, os designers da loja de joias H.Stern estiveram juntos dos irmãos Campana garimpando imagens singulares em feiras hippies e lojas de quinquilharias, buscando componentes para uma nova coleção de joias. Desse universo Campana, surgiram joias inspiradas em materiais inusitados, tais como sacolas de pesca (chamadas samburás), mandalas e portas pantográficas. Ou ainda de móveis já prontos, como a Cadeira Favela, a Cadeira Vermelha, o Biombo ZigZag e a Mesa Tatum, que geraram colares, brincos e anéis.

Neste caso, os designers da H.Stern usaram dois recursos para agregar valor aos seus produtos, assegurando, dessa forma, uma renda monopolista à empresa. Primeiramente, usaram da imagem (royalty) dos designers Irmãos Campana, ou seja, a marca Campana, e, depois, usaram a imagem de singular de produtos comuns do dia a dia das pessoas, como o papelão, a porta pantográfica, cestos usados pelos pescadores, entre outros.

Os Irmãos Campana não chegaram a desenhar as joias, nem moldaram o ouro, apenas forneceram seus desenhos e orientaram na captura de outras formas, as quais foram desenvolvidas pelos designers da H.Stern. Entretanto, os Campana fizeram questão de desenvolver as novas embalagens da coleção, as quais são feitas com resina transparente

(semelhante ao silicone), que deixam entrever as peças ao mesmo tempo em que elas são protegidas. Essas embalagens também são cortadas manualmente, criando uma imagem de singular sobre o artesanal.

A partir da Cadeira Favela, feita com ripas de madeira, surgiram joias feitas com plaquinhas de ouro, encaixadas de maneira aparentemente irregular e desorganizada, inspirando-se no princípio norteador do design da cadeira. A forma, a estrutura, o uso e o material dessas joias são outros. Porém, a imagem desses novos produtos assemelha-se à da cadeira, enquanto a marca Campana permanece a mesma.

Dentre as joias feitas com plaquinhas de ouro, destaca-se um colar maior (Foto 25), que possui 322 peças, formando uma franja de 14 cm de comprimento na frente e 12 cm nas costas. Essa peça não é considerada somente exótica pela marca e pela semelhança da forma “desorganizada” da cadeira, mas também pelo seu grande tamanho, cobrindo todo o colo do usuário.



Foto 25 – Colar Slats
Fonte: www.mossonline.com (12/01/2006)

Os brincos (Foto 26) também utilizam o mesmo princípio de fabricação do colar, por plaquinhas que formam 3 franjas verticais de comprimento variável.

Os brincos são mais discretos que o colar, mas possuem um preço elevado, que variam de R\$ 5 mil a 10 mil (cinco a dez mil reais), dependendo do tamanho.



Foto 26 – Brinco Slats
Fonte: www.mossoonline.com (12/01/2006)

No caso das joias que reproduziram a marca e a imagem de singular assemelhada à Cadeira Favela, é importante observar que o principal objetivo da H.Stern não foi a utilização da imagem da favela, mas sim da marca Campana vinculada aos seus produtos. Isso pode ser evidenciado quando se verifica o nome dado à linha de joias, na qual o termo favela não aparece explicitamente, mas indiretamente quando elas foram batizadas de “Slats”, que em inglês significam ripas ou pequenas madeiras.

É importante salientar que a H.Stern, com essa linha de joias, conquistou uma renda de monopólio por meio da marca Campana e da imagem de singular próxima da Cadeira Favela. Ademais, a imagem de singular do raro evidencia-se não somente no produto, mas também na embalagem, agregando ainda mais valor a esses produtos.

Também interessada em aumentar o seu mercado, da mesma forma que a empresa H.Stern, a Grendene, uma das maiores empresas de calçados do Brasil, detentora da marca Melissa, comprou o direito de usar a marca Campana e (re)produzir formas assemelhadas à Cadeira Favela em um modelo de sandália e sapatilha (Fotos 27, 28 e 29), criando, dessa forma, um marco de distinção ao novo produto, que produzirá capital simbólico.



Foto 27 – Sandália (Campana high) Dourada
Fonte: www.lojamelissa.com.br (06/01/2006)



Foto 28- Sandália (Campana high) Verde
Fonte: www.lojamelissa.com.br (06/01/2006)



Foto 29- Sapatilha (Campana low) Preta
Fonte: www.lojamelissa.com.br (06/01/2006)

Nas sandálias e sapatilhas da linha Melissa Campana, o principal elemento usado para agregar valor ao produto foi a marca Campana. A forma assemelhada das pequenas madeiras pregadas de forma aparentemente irregular evidenciada na Cadeira Favela, neste caso, são apropriadas apenas por uma questão formal, da mesma maneira como aconteceu com as joias. O nome favela não aparece em nenhum momento, nem no nome da linha denominada de "Melissa+Campana", nem nos modelos que recebem o nome de Sandália Campana High e Sapatilha Campana Low.

No caso das joias, utilizou-se da apropriação da marca juntamente com a imagem de singular da raridade, visto que os produtos e a embalagens eram produzidos em pequena escala, vendendo uma imagem aparentemente de artesanal, exclusivo e personalizado. No caso dos sapatos da Grendene, diferentemente da cadeira e da joia, houve uma produção e consumo em larga escala, os quais excluíram a imagem de raridade sobre o produto.

A produção em série e o fim da imagem de raridade diminui o capital simbólico do produto. O par da sandália, por exemplo, custa em torno de R\$ 100,00 (cem reais) e o da sapatilha, R\$ 80,00 (oitenta reais). Se comparar com o preço da cadeira ou das joias, esse valor está muito mais "próximo" do alcance da população brasileira. Mas se comparar com o preço de outros sapatos existentes no mercado com a mesma qualidade, esse preço ainda é elevado, pois traz agregada a marca Campana.

Segundo Fernando e Humberto Campana (CAMPANA, 2009:106):

Ficamos muito felizes quando nossos produtos são acessíveis a um grande número de pessoas. A sapatilha para a Melissa de certa forma nos popularizou de norte a sul do Brasil. É o nosso produto mais barato; nele pudemos explorar ao máximo a possibilidade de serialização do plástico. Algumas pessoas nos procuram dizendo que compraram para ter um produto assinado por nós, o único acessível a elas. É uma grande alegria ver a nossa Melissa nos pés de pessoas como Dercy Gonçalves, nossa ídolo, a arquiteta Zaha Hadid, a atriz argentina Cecília Roth e a italiana Ornella Mutti.

Essa popularização da sandália Melissa Campana só é possível com a ajuda do marketing. Observa-se em uma das propagandas do calçado (Figura12) o uso da Cadeira Favela, fazendo assim a conexão entre a sandália e o móvel.

Assim como na nomenclatura dos produtos, o termo favela também não aparece explicitamente na publicidade, vinculando somente a marca Campana ou a imagem exótica da cadeira produzida por essa marca. É importante também salientar na propaganda o uso de uma modelo bem magra, desejo físico da maioria das adolescentes hoje.

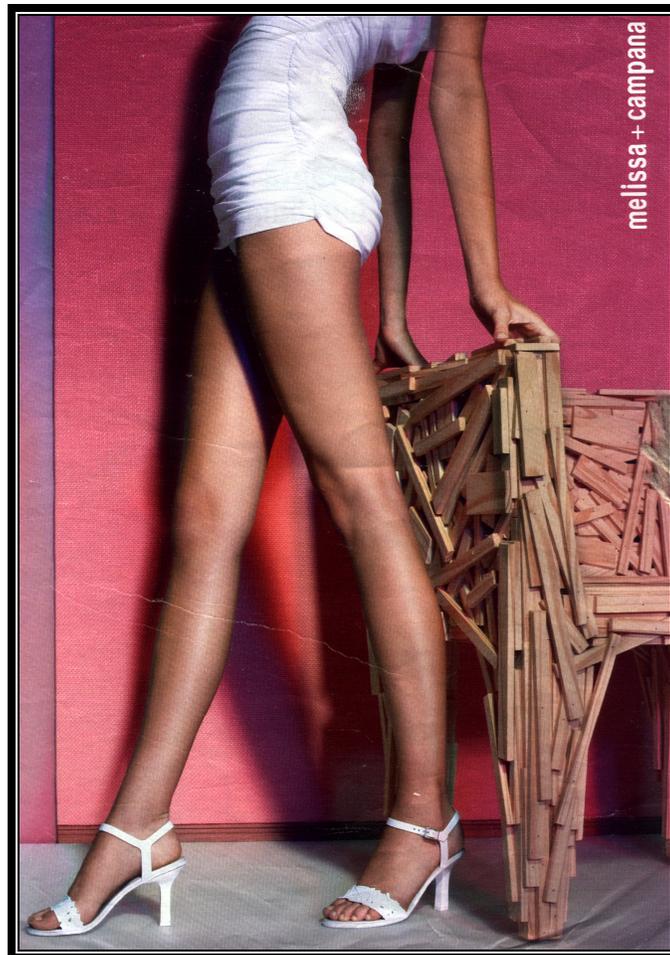


Figura 12 - Propaganda impressa da sandália Campana
Fonte: revista Caras, 2005

A marca Campana e a referência à Cadeira Favela também são (re)produzidos na embalagem/caixa das sandálias (Fotos 30 e 31). Apesar de produzidas em série, as caixas da linha Melissa+Campana possuem identidades e imagens de singular que as distinguem das demais caixas de sapato. Elas trazem impressas a desorganização e a irregularidade dos barracos de favela apropriados para a concepção do objeto Cadeira Favela.

As caixas também possuem elementos vazados que fazem alusão aos possíveis “buracos” existentes nos barracos de favela, e que foram representados na cadeira.



Foto 30 – Embalagens – Sandálias Campana
Fonte: www.plasticmania.com.br (06/01/2006)



Foto 31 – Embalagens – Sandálias Campana
Fonte: www.plasticmania.com.br (06/01/2006)

Essas caixas foram feitas por encomenda para atender a uma demanda específica, evidenciando a preocupação de produzir uma embalagem diferente, personalizada ao produto e que chamasse a atenção do público consumidor.

A cadeira feita de madeira, a joia feita em ouro, a sandália feita em plástico e até a caixa da sandália feita em papelão são “reproduções” da marca Campana e de uma forma que em algum momento teve “êxito” ou reconhecimento, e teve sua imagem capturada e reproduzida, em diferentes formas e funções, para o consumo de pessoas com diferentes níveis sociais.

As Relações Complexas retratadas na (re)produção da marca Campana e na imagem assemelhada à Cadeira Favela em outros produtos de design evidenciam a atual dinâmica industrial capitalista e suas relações com o processo projetual que visa ao artesanal e ao industrial.

No próximo capítulo, serão apresentadas e analisadas algumas críticas e pensamentos contraditórios sobre as obras dos Irmãos Campana, evidenciando a complexidade que envolve o tema.

2.5. – Ordem, desordem e incerteza: as críticas e os pensamentos contraditórios sobre as obras dos designers Irmãos Campana.

Para aprofundar as análises sobre as Relações Complexas do tema, faz-se necessário colocar críticas contraditórias sobre as obras dos Irmãos Campana como alguns relatos citados abaixo.

Segundo Marco Romanelli:

Os extraordinários designers-artesãos são capazes de revelar a qualidade poética contida nos materiais, até nos mais prosaicos; de conjugar industrialização e artesanato; são capazes de falar, ao mundo todo, com um projeto que tem uma linguagem realmente brasileira.

No entanto, Marcus Fairs²⁸ relata que:

Nós todos fingimos nos preocuparmos com a situação do mundo, mas o fato é que nós o estamos matando com o design. E o símbolo máximo deste “Nerismo” (referência ao imperador incendiário Nero) é a Cadeira Favela dos Irmãos Campana. Ela é considerada um ícone do design, mas é, na verdade, decadente e irresponsável. Trata-se de um objeto metido a intelectualizado e antiestético baseado no princípio do “pobre chique” das favelas brasileiras. Ela é feita a partir de madeira de qualidade e é vendida por £2,000. Ela finge se preocupar, mas não o faz. Por acaso ela torna o mundo melhor? Para mim, trata-se de um símbolo de falta de ingenuidade e cinismo exacerbado.

Esses pensamentos contraditórios são essenciais para o constante desenvolvimento do design. No Pensamento Complexo analisado por Edgar Morin, verifica-se que a palavra complexidade exprime confusão e incerteza para determinar, esclarecer e definir. A complexidade recusa deixar-se definir imediata e certamente de maneira simples.

²⁸ Fonte: www.iconeye.com – “Marcus Fairs: we all pretend to care about the state of the world but in fact we’re killing it with design. And the logotype of Neroism is the Campana brothers’ Favela Chair. It is held up as a great piece of design but is in fact decadent and irresponsible. It’s a highbrow aesthetic statement based on the “poverty chic” of the Brazilian slums. It’s made out of high-quality hardwood and sold for £2,000. It pretends to care but it doesn’t. Does that really make the world any better? To me they’re both symbols that are disingenuous and hugely cynical.”

É importante salientar que existem dois polos de complexidade: um polo empírico; outro, lógico²⁹. Segundo Morin (2000:204):

O polo empírico é aquele das desordens, acasos, confusões, inter-relações nos fenômenos. O polo lógico é aquele da causalidade retroativa, das contradições incontornáveis às quais conduz o conhecimento racional-empírico, das irresolubilidades no seio dos sistemas lógicos, da complexidade de identidade.

A incerteza brota de um e de outro polo e diz respeito não somente ao nosso conhecimento dos fenômenos, da nossa capacidade de predição, ela diz respeito mais profundamente ainda à natureza da realidade, e nos obriga até a rever nossas evidências, aí compreendidos o tempo e o espaço. O reconhecimento da complexidade desemboca desse modo no mistério do mundo.

A complexidade, em muitos casos, é reconhecida pelos traços negativos evidenciados principalmente pela incerteza, e, também, pelos traços positivos direcionados pelo tecido comum em que se ligam o um e o múltiplo, o universal e o singular, a ordem, a desordem e a organização. Segundo Morin (2000:204):

Esse pensamento da complexidade não é absolutamente um pensamento que expulsa a certeza para colocar a incerteza, que expulsa a separação para colocá-la no lugar da inseparabilidade, que expulsa a lógica para autorizar todas as transgressões. (...) A caminhada consiste, ao contrário, em fazer um ir e vir incessante entre certezas e incertezas, entre o elementar e o global, entre o separável e o inseparável. Do mesmo modo, utilizamos a lógica clássica e os princípios da identidade, de não contradição, de dedução, de indução, mas conhecemos seus limites, sabemos que em certos casos é preciso transgredi-los. Não se trata, portanto, de abandonar os princípios da ciência clássica – ordem, separabilidade e lógica –, mas de integrá-los num esquema que é, ao mesmo tempo, largo e mais rico. Não se trata de opor um holismo global e vazio a um reducionismo sistemático; trata-se de ligar o concreto das partes à totalidade. É preciso articular os princípios da ordem e da desordem, da separação e da junção, da autonomia e da dependência, que estão em dialógica (complementares, concorrentes e antagonicos), no seio do universo. Em síntese, o Pensamento Complexo não é o contrário do Pensamento Simplificador, ele integra este último – como

²⁹ Faz-se aqui necessário citar os estudos sobre o Pensamento Complexo para melhor compreensão da incerteza, da ordem e da desordem, entretanto os estudos de Morin serão analisados com maior profundidade no último capítulo.

diria Hegel, ele opera a união da simplicidade e da complexidade, e até no metassistema que ele constitui ele faz com que a sua própria simplicidade apareça. O paradigma da complexidade pode ser enunciado não menos simplesmente do que o da simplificação: este último impõe disjuntar e reduzir; o paradigma da complexidade ordena juntar tudo e distinguir.

Como se pode verificar, o Pensamento Complexo propõe um diálogo contínuo entre certezas e incertezas, entre o separável e o inseparável, porém, respeitando os princípios da lógica clássica de identidade, de não contradição, de dedução.

Morin deixa evidente que a intenção do Pensamento Complexo não é de excluir os princípios da ciência clássica de “ordem, separabilidade e lógica”, mas, sim, compreender seus limites e propor integrá-los em uma nova dinâmica mais complexa.

É importante compreender que as verdades aparecem nas ambiguidades e em uma aparente confusão e que os fenômenos apresentam um número incalculável de interações/inter-relações. Na ciência clássica, observa-se uma soberania explicativa absoluta sobre a ordem e no Pensamento Complexo, percebe-se a relação antagônica, porém complementar entre as relações de ordem/desordem/organização.

Para Morin (2000:103):

O cosmo, o sistema solar, a Terra, a humanidade são conduzidos a uma história que destaca o jogo incessante e incerto que chamo de dialógica entre ordem/desordem e organização. A regressão do determinismo suscitou não uma regressão do conhecimento, mas o desenvolvimento do conhecimento de nossas ignorâncias e dos limites do nosso saber, ao mesmo tempo em que o desenvolvimento das estratégias cognitivas capazes de tratar a incerteza, notadamente dos métodos de tratamento estatístico, que, dirigindo-se a populações e não mais a indivíduos, permite prognósticos corretos baseados no cálculo das probabilidades em inúmeros domínios: físicos, biológicos ou sociológicos.

Essas reflexões críticas entre ordem, desordem, organização, incertezas e instabilidades, no caso específico do objeto Cadeira Favela, pode, também, ser evidenciada nas obras do designer Maarten Baas, o autor das séries de móveis queimados (Smoke).

Baas se formou em design no Design Academy Eindhoven, uma instituição holandesa que se orgulha de ser um marco conceitual da educação. O site da escola³⁰ convida, para a candidatura de suas vagas, pensadores independentes, dedicados e disciplinados e que sejam destemidos pela perspectiva de uma potencial falha.

Como um legítimo egresso dessa escola, Bass lançou-se como designer utilizando um maçarico, ainda no seu projeto de conclusão do curso de graduação em design, no qual queimou móveis e apagou as chamas com água no momento em que eles eram tomados pelo fogo e, posteriormente, eles foram limpos e envernizados.

Fez tanto sucesso que somente um hotel de Nova York encomendou 200 cadeiras e, entre outros pedidos e convites, Maarten foi convidado para participar da feira do móvel em Milão.

Tecnicamente, a produção é muito simples: Baas escolhe objetos de madeira existentes, queima com um maçarico, coloca um selos com epóxi na superfície e depois revende através de galerias.

Segundo o jornal The Washington Post³¹:

Baas calmamente explicou suas ações como uma exploração do significado de beleza.

Em entrevista dada para a Metropolis Mag³², Baas relata:

Eu queria mostrar uma cronologia a partir de coisas muito clássicas, peças barrocas, desde antes de 1900 até agora. Então, ela vai em etapas de 1900 a 1950, os anos 80, os anos 90, até 2003. Parece quase irônico, mas eu respeito todas estas peças. O pensamento que esteve sempre na parte de trás da minha mente é "Respeito". Queimar estas peças, e produzir mais formas, é um ato respeitoso. Vejo-as como fazendo parte de um processo, como uma fonte de inspiração. Para colocá-las em um topo que acontece quando elas são ícones e não podem ser tocadas, já não sei se isso é mais respeitoso do que queimá-las. Não fiz isso para degradá-las.

Segundo a revista Icon magazine³³:

³⁰ www.designacademy.nl (acesso em 12/05/09)

³¹ Fonte: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A46764-2004May21.html> (acesso em 12/05/09)

³² <http://www.metropolismag.com> (acesso em 12/05/09)

Elas parecem, à primeira vista, como se fossem recuperadas de um inferno de uma imponente casa, mas cada uma tem um acabamento acetinado laca brilhante e uma placa metálica que ostenta 'Baas'. "Para mim, é apenas uma fumaça reinterpretando o mobiliário existente", diz Baas. Quando falamos de perfeição (no projeto), é normalmente pensar em coisas que são suaves e simétricas.

Na sequência abaixo (Fotos 32 e 33), uma Cadeira Favela queimada por Baas, a qual, segundo o designer, foi complicada de realizar porque é confeccionada com uma madeira muito leve e pega fogo facilmente.



Foto 32: Baas queimando a Cadeira Favela
<http://www.maartenbaas.com> (acesso em 12/05/09)

³³ <http://www.iconeye.com/> (acesso em 12/05/09)



Foto 33: Cadeira Favela – Queimada por Baas
<http://www.maartenbaas.com> – acesso 12/05/09

Produzir um novo produto de design queimando o produto de outro designer pode parecer uma afronta, no entanto, se pensar que uma obra está sempre inacabada e passível de constante mutação, seja pelo seu criador ou por outro artista, manter-se-á estas obras sempre vivas e dinâmicas.

Para Salles (2004:78):

O artista lida com sua obra em estado de permanente inacabamento. No entanto, o inacabado tem um valor dinâmico, na medida em que gera esse processo aproximativo na construção de uma obra específica e geram outras obras em uma cadeia infinita. O artista dedica-se à construção de um objeto que, para ser entregue ao público, precisa ter feições que lhes agradem, mas que se revela sempre incompleto. O objeto ‘acabado’ pertence, portanto, a um processo inacabado. (...) Quando se acompanha o processo, percebe-se que cada forma contém, potencialmente, um objeto acabado. São parâmetros, linhas, tons de voz, tomadas que resistem, ao longo de todo o percurso, ao olhar crítico do artista. Mantêm-se inalterado desde a primeira versão. (...) O objeto considerado acabado representa,

também, de forma potencial, uma forma inacabada. A própria obra entregue ao público pode ser retrabalhada ou algum de seus aspectos – um tema, um personagem, uma forma específica de agir sobre a matéria – pode ser retomado. Vemos, assim, contos já publicados virando romances ou a sensação de Fellini (1986 a) de que rodou sempre o mesmo filme. Para o cineasta, suas diferentes obras foram feitas de imagens filmadas a partir dos mesmos materiais, mas examinadas sob pontos de vista diversos. (...) Alguns artistas criticam o momento de parada das obras de outros criadores. Byron (citado por Eisenstein, 1961) diz que Campbell corrigia demais. Nunca estava satisfeito com o que fazia; suas melhores coisas foram estragadas pelo polimento – a veemência do esboço é jogada fora. Tal como acontecem com os quadros, os poemas podem acabar muito retocados.

Refletir o processo criativo e a complementaridade entre ordem/desordem, incertezas, mutações e inacabamento sobre as obras de Baas e Campana não quer dizer uma afronta, uma ruptura ou uma substituição entre elas, pelo contrário, tem como objetivo analisar, compreender e respeitar a complementaridade e o antagonismo entre elas, isso é a complexidade.

Morin (2000:103) esclarece que:

A desordem não substitui a ordem. Ela é, a partir de então, inseparável. As ideias de ordem e de desordem cessam de se excluir absolutamente uma à outra, ou melhor, elas podem tornar-se complementares. Por um lado, uma ordem organizacional pode nascer nas condições próximas à turbulência, como mostram os turbilhões de Bernard; por outro, aquilo a que chamamos “física do caos” nos ensina que os processos desordenados podem nascer a partir dos estados iniciais deterministas. (Aquilo que chamamos hoje de ‘física do caos’ significa que estados iniciais deterministas podem suscitar comportamentos aparentemente desordenados e, por isso, imprevisíveis.)

Essas incertezas e a questão da ordem e desordem, assim como da transdisciplinaridade, são imprescindíveis para que os designers e arquitetos repensem suas direções.

Os arquitetos e designers podem (re)pensar o design a partir de um Pensamento Complexo que visa à diversidade e a transdisciplinaridade. Este pensamento deve ser

analisado para observar as outras formas de se ver e entender o mundo, assim, podendo contribuir para a melhoria da qualidade de vida de seus habitantes.

Como já citamos no capítulo anterior, Aloísio Magalhães (1998:12), em sua sábia palestra proferida em 1977, já enfatizava o caráter transdisciplinar do Desenho Industrial:

Trata-se de uma atividade contemporânea e, como tal, nasceu da necessidade de se estabelecer uma relação entre diferentes saberes. Nasceu, portanto, naturalmente interdisciplinar. (...) Todos conscientes de que o chamado processo de desenvolvimento de uma cultura não se mede somente pelo progresso e pelo enriquecimento econômico, mas por um conjunto mais amplo e sutil de valores. Isto quer dizer que só por meio da análise e de estudos interdisciplinares se poderá alcançar a compreensão do conjunto de fatores que serão capazes de configurar um crescimento verdadeiramente harmonioso.

O Pensamento Complexo é essencialmente o pensamento que trata com a incerteza e que é capaz de conceber a organização. É o pensamento capaz de reunir, de contextualizar, de globalizar, mas, ao mesmo tempo, capaz de reconhecer o singular, o individual, o concreto.

A terceira e última parte dessa tese de doutoramento se aprofundará sobre o Pensamento Complexo de Edgar Morin e as relações de seus sete saberes com o processo projetual dos Irmãos Campana.

Capítulo III – Processo projetual e Pensamento Complexo: o caso dos Irmãos Campana

**É preciso contrapor também raciocínios,
reinventar o que vinha sendo feito de um
jeito para tentar algo totalmente
diferente.**

(Campana, 2009:88)

Na primeira e na segunda parte dessa tese de doutoramento, focou-se nas análises sobre o Pensamento Simplificador e as Relações Complexas com base nas estratégias capitalistas atuais, entretanto na terceira e última parte da pesquisa propõe-se analisar o Pensamento Complexo estudado por Edgard Morin, que é um dos grandes pesquisadores sobre a complexidade na atualidade.

Este capítulo tem como principal objetivo analisar a trajetória de vida dos designers brasileiros Irmãos Campana, pautando-se sobre pontos que estabelecem relações entre a vida e o processo projetual dos designers com questões relacionadas ao Pensamento Complexo.

Edgar Morin desenvolveu sete saberes necessários para o Pensamento Complexo. Para compreender esse Pensamento Complexo sob a lógica do design, foram inseridas algumas indagações e reflexões sobre o processo projetual dos designers.

3.1. – Edgard Morin: Introdução aos Pensamentos – Simplificador e Complexo

Edgard Morin é um dos grandes pesquisadores sobre a complexidade na atualidade, e propõe uma reforma no pensamento por meio, principalmente, de questões que envolvem a transdisciplinaridade e a totalidade. Formado em História, Geografia e Direito, migrou para a Filosofia, Sociologia e Epistemologia, depois de ter participado da resistência ao nazismo, na França, onde nasceu durante a Segunda Guerra Mundial. Atualmente, é Diretor Emérito do Centro Nacional de Pesquisa Científica (CNRS) e fundador do Centro de Estudos Transdisciplinares da Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais (EHESC-Paris).

Morin propõe em seus vários livros, como O método, Introdução ao Pensamento Complexo; A Inteligência da Complexidade; entre outros, a reorganização do nosso estilo de pensamento. As ideias avançam sempre no antagonismo, nas contradições, e isso fez com que Morin se dedicasse aos estudos de “Heigel” e, principalmente, Marx.

Foi no Marxismo que ele encontrou e integrou a seus estudos a ideia da dialética, que é a união de contrários. Morin acredita que essa dialética poderia levar a uma sociedade melhor.

O estudioso analisa a questão da ciência clássica evocando as suas limitações perante a totalidade. O pensamento científico clássico se estruturou sobre três pilares: o da “ordem”, o da “separabilidade” e o da “razão”.

Atualmente, observa-se que as bases desse pensamento científico clássico denominado como “simplificação” encontram-se abaladas pelo desenvolvimento de uma nova forma de pensar mais global, que não tem como objetivo criar uma ruptura com o pensamento anterior, mas sim mostrar uma forma de pensar em conjunto.

O pensamento científico clássico estrutura-se basicamente sobre três pilares.

O primeiro pilar está embasado sobre a noção de “ordem” e baseia-se numa concepção determinista e mecânica do mundo. Nessa forma de pensar, qualquer aparente desordem é considerada basicamente como uma ignorância provisória. Segundo os estudos

de Morin (2000:95), o Pensamento Complexo, longe de substituir a ideia de desordem por aquela de ordem, visa juntar a forma de pensar sobre a ordem, a desordem e a organização.

O pilar da 'ordem'. (...) Da realeza da ordem emana, portanto uma concepção determinista e mecânica do mundo. Toda desordem, todo acaso aparente são considerados como uma carência do nosso conhecimento ou um efeito da nossa ignorância provisória. Através dessa desordem aparente existe uma ordem escondida a ser descoberta e é a pesquisa multiforme, obsessiva da ordem escondida das leis da natureza que a conduz às grandiosas descobertas da ciência física, de Newton a Einstein.

O segundo pilar do pensamento clássico enfatiza a noção de separabilidade. Esse pilar se consolidou, cientificamente, pelo desenvolvimento de duas partes. A primeira foi da especialização, seguida pela hiperespecialização disciplinar, e a segunda pela ideia de que a realidade objetiva possa ser considerada sem se levar em conta seu observador. Nesse caso, segundo Morin, o Pensamento Complexo não substitui a separabilidade pela inseparabilidade, ele apenas convoca uma dialógica que utiliza o separável e o insere na inseparabilidade.

Esse pilar é constituído pelo princípio pelo qual para resolver um problema é preciso decompô-lo em elementos simples. Segundo regra do livro Discurso do Método de Morin: "Dividir cada uma das dificuldades que eu examinaria igualmente em partes que pudessem e que fossem convenientes para melhor resolvê-las."

A separação entre as grandes ciências e o interior das ciências entre as disciplinas que tendem a fechar-se em si próprias, depois propagou-se a especialização das técnicas e enfim das ciências humanas segundo os mesmos princípios, o que conduziu a uma parcelarização generalizada do saber, como a separação entre ciência e filosofia e mais amplamente entre a cultura humanista e a nova cultura científica que se efetivou no decorrer do século XIX.

O terceiro pilar se estruturou pela lógica indutivo-dedutivo-identitária, identificado pela razão absoluta. A razão clássica repousava sobre três princípios: da indução, da dedução e da identidade, ou seja, a partir da rejeição as contradições. (MORIN, 2000:97-99)

Esse pilar é o da lógica indutivo-dedutivo-identitária identificada com a razão. (...) A argumentação e a construção teórica se realizam logicamente por dedução e indução. A dedução é o procedimento que tira as consequências ou as conclusões necessárias das premissas ou proposições preliminares. A indução, que, ao inverso da dedução, parte de fatos particulares para chegar aos princípios gerais, é desde o início o processo animal e humano mais corrente da aquisição de um conhecimento geral. Restringindo-se unicamente à dedução e à indução, a lógica clássica põe fora da lógica aquilo que opera a invenção e a criação.

Esses pilares são, de fato, interdependentes e se entre-reforçam um ao outro. Disjunção e redução eliminam aquilo que não é redutível à ordem, às leis gerais, às unidades elementares. Elas ocultam não somente a multipresença da desordem no mundo, mas também o problema da organização. O único dilema possível fica entre disjunção (separação) e redução. Por conseguinte, é impossível, no interior desse tipo de conhecimento, conceber a unidade do múltiplo ou a multiplicidade do um.

Com o desenvolvimento das ciências contemporâneas, esses três pilares de ordem, separabilidade e razão absoluta foram abalados por indagações que questionavam e colocavam dúvidas sobre, por exemplo como se conduzir num universo onde a ordem não é absoluta, ou onde a separabilidade é limitada, ou onde a lógica comporta buracos. Alguns desses questionamentos/dúvidas são os que se defrontam com o Pensamento Complexo.

A composição desses pilares determina o Pensamento Simplificador, que, como se verifica, é submisso à hegemonia da disjunção, da redução e do cálculo. (MORIN, 2000:102)

A simplificação científica falhou na sua própria vitória: na sua pesquisa obsessiva da pedra angular elementar e da Lei Suprema do Universo, reencontrou, nos seus últimos avanços e sem poder reabsorvê-la, a complexidade que ela tinha eliminado no seu princípio.

Como se pode observar, a ciência clássica simplificadora é guiada especialmente pela razão, pelo racionalismo e pela racionalização.

Mas, afinal o que é Razão?

Razão é um mecanismo da mente, do cérebro, que se traduz por um conjunto de regras que se utiliza para conhecer determinadas coisas. Usa-se a razão em todas as atividades.

Em decorrência disso, criou-se o racionalismo, ou seja, a ideia de que tudo na vida é guiado pela razão. Então, todos os imaginários presentes no cinema, nas artes, na literatura, nos mitos devem ser afastados como não científicos. Junto com essa noção, está a racionalidade, que é quando se adequa meios a fins. Pouco importa se os meios serão minimizados para maximizar os fins ou o contrário, maximiza-se os meios para minimizar-se os fins. A racionalidade é uma força de adequação entre meios e fins.

A racionalização é o pior efeito da razão. Quando a razão se fecha nela mesma e não quer saber de nada mais que faça parte desses conjuntos imaginários que estão presentes nas artes, na literatura, entre outros, ela torna-se insuficiente como base de uma epistemologia complexa. (MORIN, 2000: 68)

O que seria uma epistemologia complexa? É não mais a existência de uma instância soberana, o epistemólogo é que controla de maneira irredutível e irremediável todo o saber. Não existe trono soberano, mas uma pluralidade de instâncias. Cada uma dessas instâncias é decisiva; cada uma delas é insuficiente. Cada uma dessas instâncias comporta seu princípio de incerteza.

É importante salientar que essa ciência clássica consolidada sobre a razão traz em si a incerteza. Segundo Morin (2000:69):

Mesmo nas condições mais singulares, mais localizadas, mais particulares, mais históricas da emergência de uma ideia, de uma teoria, não são prova de sua veracidade – evidentemente –, nem da sua falsidade.

Para o autor, existe um princípio de incerteza no coração da lógica, e essa incerteza encontra-se justamente na junção em um sistema de ideias, assim, há um princípio de incerteza no exame de cada instância constitutiva do conhecimento.

A dificuldade encontra-se em fazer com que essas instâncias separadas se comuniquem. Segundo Morin, não é que se deve passar todo tempo lendo, informando-se de todos os domínios, mas deve-se pensar sobre o conhecimento do conhecimento.

Não se deve pensar que essa comunicação acarretará a perda de sua competência, mas sim que o desenvolvimento desse pensar em conjunto articulado a outras competências

formaria um círculo completo e dinâmico, o anel do conhecimento do conhecimento.
(MORIN, 2000:69)

Eis a problemática da epistemologia complexa e não a chave mestra da complexidade, cuja característica, infelizmente, é não fornecer a chave mestra.

Como se pode observar, a simplificação, ainda que sempre hegemônica e triunfante, entra em crise no século XX, sob o efeito de seus próprios progressos, que tomaram forma de duas revoluções científicas – a primeira, inacabada; a segunda, ainda nos seus primórdios.

A primeira revolução científica ocorre na física a partir de 1900 e ela opera a crise da ordem, da separabilidade, da redução, da lógica.

A segunda se manifesta pela emergência das ciências sistemáticas dos reagrupamentos das disciplinas muito diversas, em torno de um complexo de interações e/ou de um objeto que constitui um sistema e afeta na base a separabilidade e a redução.

Desse modo, os pilares da ciência clássica são sacudidos pelo surgimento da desordem, da não separabilidade, da não redutibilidade, da incerteza lógica.

Para analisar melhor o sistema de ideias de Morin, deve-se compreender que um Pensamento Complexo não foi construído de um dia para o outro, e sim a partir de etapas que vão amadurecendo. Por isso, coloca-se aqui, de forma aparentemente simplificadora, um resumo das etapas de ideias de Morin, ou seja, as três principais reorganizações de seu sistema de ideias.

1ª Reorganização do sistema de ideias de Morin:

– Marx – a ideia do homem genérico.

O que é o homem genérico?

É o homem que não separa a natureza da cultura. Essa ideia de homem genérico impregnou muito as ideias futuras de Morin, e o influencia até hoje.

2ª Reorganização do sistema de ideias de Morin:

A segunda reorganização do sistema de ideias de Morin é uma penetração maior das ideias de Marx, e que de certa maneira colocou em dúvida o credo Marxista. Mesmo Morin acreditando em um futuro melhor para a sociedade, ele organizava seu pensamento

destituído de qualquer forma de prometeísmo, principalmente sobre a ideia de que viria um dia no futuro uma sociedade melhor.

Ainda nessa segunda reorganização de seus sistemas de ideias, Morin vai substituir a palavra dialética por dialógica.

O dicionário da língua portuguesa Aurélio Buarque de Holanda Ferreira, editora nova fronteira, 1995 – define que:

Dialógico igual a dialogal, relativo ao diálogo, em forma de diálogo, dialogado.

Dialética – arte do diálogo e da discussão, quer num sentido laudativo, como força de argumentação, quer no sentido pejorativo, com excessivo emprego de sutilezas. – filosofia – desenvolvimento de processos gerados por oposições que provisoriamente se resolvem em unidades.

3ª Reorganização do sistema de ideias de Morin:

A terceira reorganização ocorre aproximadamente na metade do século XX, quando Morin se muda para os Estados Unidos, onde morou por algum tempo. Nesse período, reorganiza seus sistemas de ideias com três formulações teóricas que foram decisivas para a construção dos cinco volumes do método.

As três formulações teóricas primas, inseparáveis e que se fecundaram mutuamente, atualmente são denominadas “a Teoria da Informação”, “a Teoria dos Sistemas” e a “Cibernética”. Esses contatos teóricos ajudaram a redefinir o que ele chama de terceira reorganização e que de certa forma vai preparar o advento da complexidade.

A Teoria da Informação é uma ferramenta para o tratamento da incerteza, da surpresa, do inesperado. Desse modo, a informação que indica o vencedor de uma batalha resolve uma incerteza; aquela que anuncia a morte súbita de um tirano traz o inesperado e, ao mesmo tempo, a novidade.

A Cibernética é uma teoria das máquinas autônomas. A ideia de retroação, introduzida por Norbert Weiner, rompe o princípio da causalidade linear e introduz a ideia de círculo casual. A age sobre B e B age, em retorno, sobre A. A causa age sobre o efeito e o efeito sobre a causa.

A Teoria dos Sistemas lança igualmente as bases de um pensamento de organização. A primeira lição sistêmica é que “o todo é mais do que a soma das partes”. Isso significa

que existem qualidades emergentes que nascem da organização de um todo e que podem retroagir às partes. Assim, a água tem qualidades emergentes com relação ao hidrogênio e ao oxigênio que a constituem. Acrescento que o todo é igualmente menos do que a soma das partes porque as partes podem ter qualidades que são inibidas pela organização do conjunto.

A Teoria dos Sistemas nos ajuda igualmente a pensar as hierarquias dos níveis de organização, os subsistemas e as suas imbricações.

O conjunto dessas três teorias – da Informação, da Cibernética e dos Sistemas – nos induz num universo dos fenômenos organizados em que a organização é feita com e contra a desordem.

Desde a infância, o homem é ensinado e aprende que os pensamentos e as ideias deveriam ser conduzidos exclusivamente pela razão, organização e através das análises da simplificação e não da complexidade. Essa forma de organizar e direcionar o pensamento não ocorre por acaso, veio junto à Revolução Iluminista do século XVII, século que foi reconhecido como o século do racionalismo.

Como primatas e humanos, todos os seres são racionais. No entanto, aprende-se que o homem é apenas racional, ou seja, sapiens. Hoje se disser que os homens são somente sapiens, estará identificando-os aos seus primos que são os primatas, não humanos, como os gorilas, os chimpanzés, entre outros. Para que haja uma distinção, ganhou-se um segundo sapiens, ou seja, os seres humanos tornaram-se Homo Sapiens Sapiens.

Uma das primeiras considerações de Morin sobre esta questão aparece logo nos seus primeiros livros, em que afirma: Se nos definirmos exclusivamente como sapiens, estaremos sendo sistemáticos demais, e que se nos redefinirmos como homo sapiens sapiens, continuaremos, ainda, sendo sistemáticos demais.

O Pensamento Complexo considera que o homem precisaria adicionar uma outra característica a essa sistematização excessiva, que seria o “*Demens*”.

Mas o que é o *Demens*?

Demens seria o descomedido, o louco, o descontrolado. Na vida, convive-se, em todo o instante, com a hibris, entretanto, afasta-se esse lado híbrido, como se ele fosse algo mal e devesse ser recalçado.

Segundo Morin, seria muito importante que o homem se aceitasse como *Sapiens Demens*, ou seja, acreditar que todos os seres humanos são duplos, pois possuem um pouco de sapientalidade e também um pouco de demencialidade.

A partir dessa aceitação, de uma definição mais atual, na qual os homens seriam *Homo Sapiens Sapiens Demens*, tem-se o primeiro entrelaçamento do complexo através da ligação entre o “*sapiensdemens*”.

Entender e aceitar o homem como *Sapiens Demens* é muito importante para sua inserção no Pensamento Complexo, principalmente quando se envolvem pesquisas nas áreas de criação como artes, design, arquitetura, urbanismo, entre outras. (MORIN, 2000:62)

A nossa máquina cerebral é hipercomplexa. A menor palavra, a menor percepção, a menor representação coloca em jogo, em ação e em conexão miríades de neurônios e de múltiplas camadas ou setores do cérebro. Ele é bi-hemisférico. Seu bom funcionamento mantém-se na complementaridade e no antagonismo entre um hemisfério esquerdo mais polarizado sobre a abstração e a análise de um hemisfério direito mais polarizado sobre a apreensão global e concreta. O cérebro é hipercomplexo igualmente no sentido de que é “triúnico”, segundo a expressão de Mac Lean. Ele leva consigo não como na tríade, três pessoas em uma, mas três cérebros em um: o cérebro reptiliano (cio, agressão), o cérebro mamífero (afetividade) e o neocórtex-humano (inteligência lógica e conceitual), sem que exista predominância de um sobre outro. Ao contrário, há um antagonismo entre essas três instâncias, e algumas vezes é o impulso que governa a razão. Mas também através desse desequilíbrio que surge a imaginação.

O *Demens* que aflora a parte descomedida, louca e descontrolada do homem, que em muitos casos é a base de um processo criativo, em muitos casos é reprimida, principalmente, pela hiperespecialização.

Para entender esta hiperespecialização, que em muitos casos oprime o processo de criação, deve-se retomar e compreender o que é a especialização, a fragmentação e a reflexão³⁴.

³⁴ As definições tiveram como base de análise o dicionário Larousse Cultural da Língua Portuguesa, Ed Nova Cultura, São Paulo, 1999.

A especialização é, basicamente, a ação de especializar-se, ou seja, a diferenciação profissional no processo de divisão do trabalho e que de certa forma leva a uma fragmentação.

Já a fragmentação é a ação ou efeito de fragmentar, dividir, fracionar e produz uma rejeição à reflexão, que é definida como atividade do espírito que reflete, que examina e que compara os pensamentos.

Em muitos casos, a especialização transforma-se na hiperespecialização humana que, por sua vez, está fragmentando e oprimindo o pensamento e, de certa maneira, dificultando o desenvolvimento de ideias gerais que objetivam a compreensão do todo, ou seja, caminha-se por uma via simplificadora, a qual dificulta o conhecimento da totalidade e, principalmente, abomina de forma velada a reflexão. Segundo Morin (2000:30):

O dilema dos especialistas é que se eles próprios não podem ter uma ideia geral sobre suas especialidades, proibem-se a si mesmos ter ideias gerais sobre outros assuntos. No entanto, eles têm ideias gerais! Não somente os especialistas, mas os grandes sábios também, naturalmente. Nós os vemos quando se exprimem sobre o plano político, social; essas “ideias gerais” são do mesmo nível – eu diria do mesmo nível de incompetência, ou de irreflexão – que aquelas do simples cidadão, com a diferença de que o cidadão tem medo e é intitulado, enquanto o grande sábio é arrogante, vitorioso, e em nome do seu prêmio Nobel pode fazer qualquer proclamação sobre os problemas mais gerais. Estamos, então, no reino das ideias vazias, não refletidas. Hoje em dia, na conjunção dos saberes fragmentados e das ideias gerais, vazias, o direito a reflexão é colocado em causa e até mesmo condenado.

Morin coloca que o princípio que direcionou e ainda direciona o conhecimento científico de muitos estudiosos, e que se mostrara muito fecundo, atualmente está apresentando graves problemas e muitas dúvidas, o que de certa forma é muito interessante quando analisado pelo viés de um Pensamento Complexo.

Esse princípio que está apresentando graves problemas é o princípio da simplificação, e nele a hiperespecialização é um dos carros-chefe. Todavia, no período contemporâneo, que visa o Pensamento Complexo, deve-se estar receptivo principalmente ao conceito de transdisciplinaridade.

Um dos efeitos dessa separação, dessa fragmentação, foi a distribuição do ensino em disciplinas. A disciplina nada mais é do que um ramo do saber do conhecimento voltado para ele mesmo. Pode-se observar esse efeito em todas as áreas de conhecimento, até mesmo no processo projetual do design, objeto de estudo desse trabalho. Não se pode pensar o design apenas como um ramo do saber do conhecimento, uma disciplina; ele envolve-se no que se chama de transdisciplinaridade, e o Pensamento Complexo aposta nisso.

Mas o que é uma transdisciplinaridade? Transdisciplinaridade não significa apenas disciplinas que colaboram entre si em determinados projeto com um conhecimento em comum, mas significa também que há um modo de pensar organizador que pode atravessar as disciplinas e que pode proporcionar uma unidade.

Diferente da interdisciplinaridade, que são disciplinas separadas discutindo sobre seus territórios, a transdisciplinaridade, por outro lado, visa não apenas a disciplinas separadas discutindo sobre um mesmo tema, mas, também, a profunda integração entre essas disciplinas.

Nesse sentido, observa-se que a transdisciplinaridade é a construção de um meta ponto de vista, e não de um ponto de vista. Esse meta ponto de vista não analisa apenas um assunto sobre a visão de ramo de saber, mas, sim, de forma mais global, um meta ponto de vista sobre a vida, a terra, o cosmo, a humanidade, o homem, o conhecimento, as culturas adolescentes, as artes. Essa é a ideia da construção dos meta pontos de vista. Por exemplo, o que se pode discutir, aprender e saber sobre a Terra, juntando o especialista em biologia, em cosmologia, em antropologia, em física, em matemática, o poeta e o artista. Nessa visão transdisciplinar, é importante salientar que os diferentes ramos do saber não se reúnem como uma assembleia de diferenças, mas sim como contribuições individuais de um meta ponto de vista. Esses diálogos transdisciplinares são válidos para o desenvolvimento da vida, da terra e da humanidade.

Quando Edgar Morin assume o encargo de reformar o Ensino Médio na França, iniciou exatamente reunindo especialistas de várias ordens, o que ele chamou de jornadas temáticas.

Essas jornadas temáticas eram simplesmente uma discussão sobre os meta pontos: terra, vida, culturas adolescentes, homem, humanidade, cosmo, entre outros temas. (DVD-SEBRAE 2002)

O verdadeiro problema não é fazer uma adição de conhecimento, o verdadeiro problema é uma organização de conhecimentos e saber os pontos fundamentais que se encontram em cada tipo de conhecimento, ou em cada disciplina. Quer dizer, se permitir fazer uma economia na adição de conhecimentos e se permitir poder se orientar em direção à necessidade de conhecimentos no qual até o momento não se pode penetrar, pois há portas fechadas e fronteiras.

Entretanto, para que haja a transdisciplinaridade ou transversalidade, é necessário um pensamento organizador, que Morin chama de Pensamento Complexo. Se não há um Pensamento Complexo, não pode haver transdisciplinaridade.

Mas, afinal, o que é o Pensamento Complexo tão discutido por Edgar Morin?

O Pensamento Complexo tem como base o complexo. A palavra complexo vem do latim *complexus* que quer dizer aquilo que é tecido em conjunto.

As reflexões sobre o *Sapiensdemens*, a hiperespecialização, a transdisciplinaridade faz com que o homem se identifique como *homo complexus*, ou seja, o homem é o que é porque está em uma grande ordem biológica e que, também, é um ser produtor de cultura. O homem é um ser unidual, 100% natureza e 100% cultura, não é somente natureza, ou somente cultura. Talvez uma herança do racionalismo do século XVII ainda nos deixe essa dúvida, pois por muito tempo negou a ideia de que os imaginários, os mitos, as artes faziam parte da ciência, tudo aquilo que era considerado ciência era determinado como racional.

Nos estudos realizados por Morin, observa-se que o conhecimento do Pensamento Complexo não se limita simplesmente sobre as análises da ciência, mas também sobre a profundidade do conhecimento que existe nas artes, na literatura, na poesia, entre outras formas.

É importante salientar que nas grandes obras de arte há um conhecimento mais sutil de seres humanos do que se encontra nas ciências humanas. Nas artes em geral (poesia, literatura, pintura etc.), verifica-se os homens em suas subjetividades, seus meios e suas paixões.

As grandes obras de artes, na sua maioria, possuem um pensamento profundo sobre a vida e em muitas vezes um estudo científico, como, por exemplo, as grandes esculturas que evidenciam o corpo humano, nas quais se observa as estruturas do corpo humano como músculos, veias e gorduras, mas, também, evidencia-se de forma subjetiva um pensamento sobre a alma humana que não necessariamente está evidente ao simples olhar.

Portanto, deve-se romper com essa separação entre conhecimento científico e conhecimento artístico. A arte está na ciência, assim como a ciência está na arte. (MORIN, 2000:09)

A cultura científica, de outra natureza, separa os campos do conhecimento; ela suscita admiráveis descobertas, teorias geniais, mas não há reflexão sobre o destino humano e sobre o vir-a-ser dela própria enquanto ciência. (...) a cultura científica, privada da reflexividade sobre os problemas gerais e globais, se torna incapaz de pensar a si próprio e de pensar os problemas sociais e humanos que ela coloca.

Para analisar o Pensamento Complexo na contemporaneidade, deve-se compreender os operadores da complexidade que são as bases estruturadoras desse pensamento.

No Pensamento Complexo, existem os operadores da complexidade que são como, por exemplo, os operadores de cinema, ou seja, são os operadores que põem em movimento o pensamento. Esses operadores são divididos em três:

- 1º: Operador Dialógico (e não dialético)
- 2º: Operador Recursivo (ou da recursividade)
- 3º: Operador Holograma (ou hologramático)

O primeiro operador tem como base a dialogia, que é o juntar, o entrelaçar coisas que aparentemente estão separadas.

Esse operador une dois princípios ou noções distintas que aparentemente deveriam confrontar-se ou repelir-se, mas que, no entanto, são indissociáveis e indispensáveis para a compreensão da mesma realidade.

A dificuldade desse operador encontra-se justamente em unir as noções antagônicas para pensar os processos organizadores, produtivos e criadores no mundo complexo. A dificuldade, por exemplo, em unir a razão e a emoção, o sensível e o intangível, o real e o

imaginário, a razão e os mitos, a ciência e a arte. Isso é dialogizar, ou seja, juntar o que aparentemente está separado. É importante compreender que esse operador não tem a função de síntese, pois, o Pensamento Complexo não é um pensamento de síntese.

O segundo operador tem como base a recursividade, ou um circuito recursivo. Os homens aprendem no paradigma simplificador que a causa A gera o efeito B, já na recursividade a causa produz o efeito que, por sua vez, produz a causa.

Esse organizador ultrapassa a noção de regulação para aquele de autoprodução e auto-organização, ou seja, vai além do princípio da retroação. É um circuito gerador, no qual os próprios produtos e efeitos são produtores e causadores daquilo que os produz.

Nesse pensamento, os homens são os produtos de um sistema de reprodução oriundo de muitas eras. Todavia, esse sistema só pode se reproduzir se o homem tornar-se o produtor. Segundo Morin, os indivíduos humanos produzem a sociedade mediante as suas interações, mas a sociedade, enquanto um todo emergente, produz a humanidade desses indivíduos trazendo-lhes a linguagem e a cultura.

O terceiro operador é o hologramático. Para esse operador, o mais importante é observar que não se consegue dissociar parte do todo, ou seja, a parte está no todo, da mesma forma que o todo está na parte. Assim, cada célula é uma parte de um todo e o todo está na parte da célula, pois a totalidade do patrimônio genético está presente em cada célula individual.

De uma forma mais geral, pode-se observar que o indivíduo é uma parte da sociedade, mas a sociedade está presente em cada indivíduo enquanto todo, através da sua linguagem, sua cultura, suas normas³⁵.

Esses três operadores são as bases estruturadoras do Pensamento Complexo, que se organizam a partir de:

Juntar coisas que estavam separadas;

Fazer circular a causa e o efeito e o efeito sobre a causa;

A ideia de totalidade.

³⁵ No caso do design, isso pode ser identificado na história de vida e experiências dos designers, que será analisado no próximo sub-capítulo.

A noção de totalidade é constituída a partir dos três operadores. No entanto, é importante salientar que os operadores indicam que a totalidade nunca será igual à soma das partes.

No paradigma simplificador, aprende-se que a palavra totalidade é a somatória de $A+B+C$, mas isso, no Pensamento Complexo, não constitui a totalidade.

No pensamento da complexidade, a totalidade é sempre mais que a soma, podendo eventualmente ser menos que a soma. Isso ocorre porque as totalidades são sempre abertas, se elas forem totalidades fechadas, seriam sempre iguais à soma das partes.

Compreender a ideia de totalidade como mais ou menos que a soma é fundamental no Pensamento Complexo.

Refletindo sobre as noções de totalidade e de transdisciplinaridade que envolve todo o Pensamento Complexo, Morin desenvolveu os sete saberes necessários para o desenvolvimento do Pensamento Complexo. Esses saberes são inspirações, modalidades que excitariam, excitam e excitarão o educador, o artista, o economista, o filósofo, o sociólogo, o administrador, entre outros profissionais a redefinir sua posição na escola, na sua relação com os currículos, na sua relação com a disciplina, na relação com a avaliação.

Não se deve refletir sobre esses saberes apenas como formas pedagógicas de repensar o ensino, e sim como formas atuais de organizar a nossa forma de pensamento sobre a verdadeira função das profissões. Os sete saberes não devem ser entendidos como um credo, ou seja, algo a ser aplicado nas escolas, mas como uma nova forma de organizar o pensamento visando a uma totalidade. Isso não quer dizer que se deve acabar, por exemplo, com a especialização profissional, mas que se deve refletir sobre a hiperespecialização profissional, que de certa maneira “castra” o desenvolvimento de um Pensamento Complexo.

O Pensamento Complexo não tem como objetivo a ruptura de uma forma de pensar em outra e nem de criar metodologias, e sim métodos que ajudem no desenvolvimento e complementação na forma de pensar.

Os sete saberes necessários, para o Pensamento Complexo desenvolvidos por Morin são:

1º Saber: O erro e a ilusão.

O primeiro saber diz respeito à ideia de erro. A ciência acostumou-se a sempre afastar o erro das suas concepções, tudo aquilo que era considerado como erro deveria ser afastado. É necessário integrar os erros nas concepções para que o conhecimento avance.

Esse primeiro saber é muito importante para análises, principalmente para as profissões ligadas ao processo de criação, como o design, a arquitetura, a publicidade, a propaganda, entre tantas outras.

2º Saber: Conhecimento pertinente.

Desde o período escolar, o homem aprende que o “melhor” é a ideia de fragmentação/simplificação, ou seja, quanto mais fragmentar as disciplinas, melhor o conhecimento avança; quanto mais separar a ciência da natureza, a ciência da cultura, melhor.

O segundo saber trata sobre o conhecimento pertinente, que vai na contramão dessa ideia de fragmentação. Não é preciso aniquilar a ideia da disciplina, mas rearticular a ideia da disciplina em outros contextos.

Atualmente, em muitos casos, as artes e as ciências já o fazem de uma maneira muito interessante. A ecologia, por exemplo, é uma ciência que junta áreas de conhecimentos das mais variadas. Um ecólogo tem que ser, simultaneamente, um biólogo, um antropólogo, um filósofo.

No caso das artes, um designer tem que ser, simultaneamente, capitalista/economista, sociólogo, antropólogo, ambientalista, marqueteiro, ou seja, necessita de um entendimento da totalidade para o desenvolvimento de seu saber específico. A ideia de conhecimento pertinente seria basicamente uma ideia defendida contra a fragmentação.

3º Saber: Ensinar a condição Humana.

O terceiro saber diz respeito a esse reaprendizado da nossa própria condição, que está expressa superlativamente na ideia dos *sapiensdemens*. Onde se indaga: Quem somos? Aprendemos que somos só culturais, precisamos reaprender que somos também naturais, físicos, psíquicos, míticos, imaginários.

4º Saber: Ensinar a identidade terrena.

A ideia de identidade terrena está ligada à ideia de sustentabilidade.

O que significa construir um planeta sustentável? Significa, simplesmente, ou complexamente, construir um planeta que seja viável para as futuras gerações. Se não conseguir manter o planeta sustentável, o planeta certamente dará sinais de irritabilidade, aliás, como já vem fazendo.

Esses pensamentos sobre a sustentabilidade vêm se desenvolvendo de forma grandiosa, principalmente quando se trata de urbanismo, arquitetura e design.

5º Saber: Enfrentando as incertezas.

Tem-se que compreender e admitir a ideia da incerteza. O conhecimento científico nunca é um produtor absoluto de certeza, e está sempre “atormentado” pela ideia da incerteza.

A incerteza seria aquilo que comandaria o avanço do saber, o avanço da cultura, sem certezas seria incorporar essa ideia dos ensinamentos de química, física, história, geografia, línguas, filosofia, introduzir que tudo aquilo que foi criado pelo homem é crivado pela ideia da incerteza.

A dúvida e a incerteza inquietam e fazem movimentar, refletir e pensar sobre diversos assuntos que rodeiam e/ou incomodam o homem. A certeza, sem nenhuma dúvida, nos leva à conclusão sem a necessidade ou a possibilidade de uma reflexão.

6º Saber: Ensinar a compreensão.

A compreensão deve ser o meio e o fim da comunicação humana. A comunicação humana deve ser voltada para a compreensão. Se olhar para as instituições de Ensino Médio, Superior, verificará que o que as caracteriza é a incompreensão, ou seja, disciplinas que brigam com outros departamentos, que não se entendem com as outras áreas de conhecimento. Então seria preciso introduzir o ensino da compreensão nas universidades de ensino em qualquer nível que ela se exerça.

Pode-se estender a ideia da compreensão dizendo que o planeta também precisa de mais compreensão. Hoje, olhando para o planeta Terra, nossa terra pátria, verifica-se que o que o caracteriza é a incompreensão por todas as partes, seja política, ideológica ou econômica.

7º Saber: A ética do gênero humano.

O que é a ética? Pode-se resumir dizendo que a ética significa apenas não desejar para os outros aquilo que você não deseja para você mesmo.

Então a ética do gênero humano é chamada de antropoética. Antro = homem.

A antropoética está ancorada em três elementos: o indivíduo, a sociedade e a espécie. A antropoética deveria realinhar o indivíduo, a sociedade e a espécie e não deveria manter-se separada como se encontra atualmente.

O problema maior reside em como aplicar esses sete saberes na reforma educacional e profissional. Não se trata de transformar os sete saberes em sete disciplinas. Ao contrário disso, os sete saberes resultam das disciplinas.

O que poderia acontecer disso na vida prática de uma instituição e de um profissional? Qual o reflexo sobre o design e/ou designer?

Muitas vezes, pensa-se que o Pensamento Complexo é um pensamento contra a disciplina, mas não se trata disso. É um pensamento que abre a disciplina para outros campos. Se isso fosse introduzido minimamente nas escolas, certamente a educação iria para outros rumos.

Esses sete saberes trazem em seus diferentes enfoques a questão da recusa.

Algumas recusas são fundamentais. Por exemplo, tem-se que recusar a separação entre razão e emoção, ciência e arte, ciência e mito. E, também, tem-se que assumir e recusar, assumir as implicações da recusa que há entre singular e universal, local e global, sujeito e objeto, há sempre uma relação de tensão.

Entre o local e o global não há nunca uma relação de total harmonia. São opostos que se juntam e precisam ser entendidos dessa maneira. Muitas vezes, de forma errada, o homem quer ou tenta isolar os opostos como se fossem irreconciliáveis.

O Pensamento Complexo nos ensina a assumir a tensão entre o singular e o universal, entre o global e o local, entre o individual e o coletivo.

Deve-se assumir a tensão e tentar constituir um canal que estabeleça comunicação entre esses dois elementos, dessa maneira, estruturando um diálogo entre o que é aparentemente oposto e irreconciliável.

Pode-se observar, então, que o Pensamento Complexo é desafio, e não solução. E nesse contexto Morin (2000 p.134-135) coloca sobre o Pensamento Complexo três desafios maiores, simultâneos e frequentemente ligados:

1º Desafio da complexidade – Como reunir.

É o desafio próprio da inteligibilidade e da compreensão em situação de complexidade, visto que *intelligere* significa “entreligar”, e *comprehendere*, “apreender juntamente”.

Reunir o acontecimento, o elemento, a informação ao contexto; eventualmente reunir entre eles os contextos diversos.

Reunir o parcial ao global e ligar o global ao parcial.

Reunir o um ao múltiplo, o universal ao singular, a autonomia à dependência.

Reunir o elemento organizado à organização e reunir a organização àquilo que ela organiza.

Reunir a ordem, a desordem e a organização reconhecendo inteiramente seus antagonismos.

Reunir o separado e o inseparado, o descontínuo e o contínuo, o indivíduo à espécie, o indivíduo à sociedade.

Reunir aquilo que é antagônico ou contraditório desde quando o antagonismo ou a contradição apareçam como complementares.

Reunir a lógica e aquilo que ultrapassa a lógica.

Reunir a observação ao observador, a concepção ao conceituador, o conhecimento ao conhecedor.

- Ou seja, conceber o *complexus* (aquilo que é tecido conjuntamente) nas organizações e entre os organizadores, nos indivíduos, entre indivíduos e sociedade, entre sociedades;

- Ou seja, restituir as relações, as interdependências, as articulações, as solidariedades, as organizações, as totalidades;

- Ou seja, colocar-se em condição de tratar a complexidade organizacional, a complexidade viva, a complexidade humana.

2º Desafio da complexidade – Como tratar as incertezas?

Esse desafio deixa apenas um questionamento: Como tratar as/das incertezas?

3º Desafio da complexidade – Como realçar o desafio lógico?

Como realçar o desafio lógico? Como tratar os paradoxos e as antinomias que surgem no processo de investigação racional? Como aceitar as contradições ou antagonismos lógicos? Como reuni-los? Como manter a lógica transgredindo-a completamente? Como integrar a indissolubilidade?

O problema é não tanto de quantidade de conhecimento do que de organização do conhecimento.

O problema é não tanto abrir as fronteiras entre as disciplinas como transformar aquilo que gera essas fronteiras.

Além do desafio da complexidade, Morin também, apresenta o desafio sobre o método de um Pensamento Complexo. O método deve ser visto como uma ajuda à estratégia de pensamento, e não uma metodologia, como sendo um programa a ser aplicado.

O método utilizado no Pensamento Complexo enfatiza que todo aquele que pense segundo o método da complexidade pensa por ele mesmo e incita o outro por si próprio. Embasado sobre um refundamento conceitual, o método, propõe uma maneira de (re)pensar em todos os domínios do conhecimento, pois reúne o separado, afronte o incerto e supere as insuficiências lógicas.

Propõe restituir, reconstituir ou recompor os conjuntos/sistemas e unidades complexas.

Propõe reconhecer a ressurreição do cosmos, da natureza, da vida, do homem, que haviam sido desintegradas.

Propõe operar a reemergência dos seres, dos indivíduos lançados no lixo pela ciência clássica.

Propõe conduzir-nos a um necessário refundamento conceitual. (MORIN, 2000:135)

Um método que ultrapasse as alternativas provenientes da grande disjunção, notadamente espírito/matéria, dependência/autonomia, determinismo/ liberdade, homem/natureza/cosmos, e que obedece à demanda

de Heclácito: “Juntem aquilo que concorda e aquilo que discorda, aquilo que está em harmonia e aquilo que está em desacordo”.

Porque a concórdia e a discórdia formam o tecido do complexus.

A necessidade de um pensamento que reúna é cada vez maior porque os problemas são cada vez mais interdependentes e cada vez mais globais, e ao mesmo tempo porque sofremos cada vez mais do excesso de parcerização e de compartimentalização dos saberes. (...)

O Pensamento Complexo deverá levar a marca da desordem e da desintegração, relativizar a ordem e a desordem, nuclear o conceito de organização, operar uma reorganização profunda dos princípios que comandam a inteligibilidade. (...) O Pensamento Complexo não pode e nem quer elaborar um sistema de inteligibilidade universal porque ele se diz ser dialógico, ser aberto e admitir em seu seio a incerteza; em compensação, ele utiliza a noção de sistema pra compreender a organização.

Pode-se resumidamente concluir que o Pensamento Complexo é um pensamento que trata com a incerteza e que é capaz de conceber a organização. É o pensamento apto a reunir, contextualizar, globalizar, mas, ao mesmo tempo, a reconhecer o singular, o individual, o concreto.

Nessa tese de doutoramento, pretende-se enfatizar a importância da reflexão sobre o todo; não se deve ser contra a especialização, apenas mostrar que o complexus deve ser considerado em todas as suas formas.

3.2 – Da teoria à prática: o Pensamento Complexo e o processo projetual na vida dos Irmãos Campana.

Este capítulo tem como principal objetivo analisar a trajetória de vida dos designers brasileiros Irmãos Campana, pautando-se sobre pontos que estabelecem relações entre os designers e questões relacionadas ao Pensamento Complexo.

Essa investigação tornou-se instigante no momento em que os designers escreveram um livro intitulado “Irmãos Campana – cartas a um jovem designer: do manual à indústria, a transfusão dos Campana”, no qual relatam suas trajetórias de vida e, principalmente, as dificuldades que tiveram e ainda têm para a elaboração e produção de seus objetos de design.

Analisar e tentar compreender a vida e seus efeitos sobre a produção profissional dos designers é muito complexo, pois envolve diversas situações e detalhes que devem ser analisados minuciosamente em suas diferentes escalas. Essas histórias de vida estão ligadas diretamente ao processo projetual.

Para analisar essa complexidade que envolve a vida e processo projetual dos designers, principalmente enfatizando o Pensamento Complexo, toma-se como base estrutural de análise os estudos de crítica genética.

Crítica Genética³⁶ é uma investigação sobre a obra de arte a partir da sua origem, ou seja, de seus “genes”. Assim tendo como principal objetivo elucidar as diversas formas de produção artística a partir de sua construção. (SALLES, 2004:12)

Pablo Picasso (citado por Arnheim, 1976), por sua vez, diz que seria interessante conservar fotograficamente não as etapas, mas a metamorfose

³⁶ Segundo Cecília Almeida Salles (2004:13) “Esses estudos, até pouco tempo, limitaram-se à análise de rascunhos de escritores. Foi assim que nasceu a crítica genética na França no fim dos anos 1960, mais precisamente em 1968, quando por iniciativa de Louis Hay, o Centre National de Recherche Scientifique (CNRS) reuniu uma equipe de pesquisadores encarregados de organizar os manuscritos do poeta alemão Heinrich Heine, que tinha sido recebidos pela Bibliothèque National de France. No Brasil, a Crítica Genética chegou, de modo oficial, pelas mãos do professor Philippe Willemart no I Colóquio de Crítica Textual: O manuscrito moderno e as edições, que aconteceu em 1985, na Universidade de São Paulo.”

de uma pintura, pois ofereceria a possibilidade de descobrir o caminho seguido pelo cérebro na materialização do sonho.

De acordo com Cecília Almeida Salles, o estudo de crítica genética não é uma interpretação do produto considerado final pelo artista³⁷, mas do processo responsável pela geração da obra, ou seja, a ênfase dada ao processo não ocorre em detrimento da obra. Nesse sentido, o interesse dos estudos genéticos é direcionado pelo movimento criativo a partir do ir e vir da mão do criador. (SALLES, 2004:13)

O fascínio exercido pelas obras de arte é inegável. Muitos dos receptores, afetados por seus vigorosos efeitos estéticos, desejam conhecer um pouco sobre sua fabricação. (...) Com essa mesma curiosidade que paira no ar, o crítico genético entrega-se ao acompanhamento de percursos criativos, sempre em busca de uma aproximação maior do processo criador.

Mesmo sabendo da profundidade que envolve o tema – Crítica Genética –, não se tem como pretensão estudar os vários caminhos que envolvem a crítica genética, mesmo porque já existem diversos pesquisadores capacitados para essas análises, como a Profa. Cecília Almeida Salles, coordenadora do Centro de Estudos de Crítica Genética – PUC-SP. O objetivo desse capítulo é analisar através da linha de estudo da Crítica Genética a vida e o processo de criação dos designers Irmãos Campana, enfocando, principalmente, teorias e conceitos sobre o Pensamento Complexo de Edgar Morin.

Como se verifica no capítulo anterior, o Pensamento Complexo envolve-se em uma forma mais ampla de pensamento, visando ao *complexus* – “tecer em conjunto”. No caso do processo de criação das obras Cadeira Favela, dos designers Campana, pode-se observar uma tentativa, mesmo que involuntária, de envolver questões complexas como a totalidade, a ordem, a desordem, a incerteza no seu planejamento e execução. Isso mostra que existem

³⁷ Para Salles (2004:12) “A crítica genética é uma investigação que vê a obra de arte a partir de sua construção. Acompanhando seu planejamento, execução e crescimento, o crítico genético preocupa-se com a melhor compreensão do processo de criação. É um pesquisador que comenta a história da produção de obras de natureza artística, seguindo as pegadas deixadas pelos criadores. Narrando a gênese da obra, ele pretende tornar o movimento legível e revelar alguns dos sistemas responsáveis pela geração da obra. Essa crítica refaz, com o material que possui, a gênese da obra e descreve os mecanismos que sustentam essa produção”

Relações Complexas dentro do seu processo projetual que visam caminhos para um Pensamento Complexo. (Salles, 2004:13)

O foco de atenção é, portanto, o processo por meio do qual algo que não existia antes, como tal, passa a existir, a partir de determinadas características que alguém vai lhe oferecendo. Um artefato artístico surge ao longo de um processo complexo de apropriação, transformação e ajustes. O crítico genético procura entrar na complexidade desse processo. A grande questão que impulsiona os estudos genéticos é compreender a tessitura desse movimento.”

Toda a tentativa científica que obedece ao paradigma da simplificação baseava-se na ideia de que a complexidade dos fenômenos podia/devia resolver-se a partir de princípios simples e de leis gerais. O paradigma da simplificação caracterizava por:

Princípio da generalidade.

Princípio da rejeição: da eventualidade, da desordem, do singular, do individual.

Princípio da redução: do complexo ao simples; do molar ao elementar.

Princípios da separação: entre os objetos e o seu ambiente e entre o sujeito e o objeto.

Os estudos de crítica genética, em muitos casos, evidenciam o Pensamento Complexo existente nos processos de criações artísticas. A simplificação tão discutida por Morin, como sendo um pensamento científico clássico que se estruturou sobre três pilares (da “ordem”, da “separabilidade” e da “razão”) são insuficientes para compreender o todo que envolve um pensamento mais complexo. Segundo Salles (2004:20):

Uma visão simplificadora do gesto criador mostra um percurso que tem sua origem em um insight arrebatador, que se concretiza ao longo do processo criativo. Um caminho do caos inicial para a ordem que a obra oferece. Essa perspectiva contém uma linearidade que incomoda aqueles que convivem com a recursividade e a simultaneidade desse fenômeno. Seria uma forma limitadora, como disse, de olhar para esse trajeto. Uma representação que não é fiel à complexidade do percurso.

Pensar que o processo projetual origina-se de um insight é simplificador e extremamente racional e falho. E o processo anterior a esse insight? A vida do criador?

Suas experiências? Seus desejos? Suas necessidades? Será que esse acúmulo de informações, de cultura, de experiências não é o que direciona aos insights?

Não se deve pensar o início do processo projetual a partir do insight. Isso seria simplificador. Deve-se, ou pode-se, desenvolver esse pensamento de forma mais complexa, em que se busca diferentes caminhos para mostrar diferentes resultados. Assim, os pilares da ciência clássica são sacudidos pelo surgimento da desordem, da não redutibilidade, da não separabilidade e da incerteza lógica. (Salles, 2004:36)

Não se pode limitar o conceito de processo com tendência, nesse contexto de uma obra específica, a um grande insight inicial. Se assim fosse visto, o processo de criação seria um percurso quase mecânico de concretização de uma grande ideia que surge no começo do processo. No contato com diferentes percursos criativos, percebemos que a produção de uma obra é uma trama complexa de propósitos e buscas: problemas, hipóteses, testagens, soluções, encontros e desencontros. Portanto, longe de linearidades, o que se percebe é uma rede de tendências que se inter-relacionam. (...) A tendência de um percurso é o objeto de estudo de caso, nos quais o propósito da análise é acompanhar e compreender os mecanismos criativos utilizados por um artista específico para a produção de uma determinada obra. (...) A tendência do processo pode ser observada sob dois pontos de vista, que estamos chamando de projeto poético e comunicação.

O Pensamento Complexo não acarretará a perda de competência, mas sim no desenvolvimento deste pensar em conjunto, articulado a outras competências, formando um círculo completo e dinâmico. (Salles, 2004:33)

Muitos artistas descrevem a criação como um percurso do caos ao cosmos. Um acúmulo de ideias, planos e possibilidades que vão sendo selecionados e combinados. As combinações soam, por sua vez, testadas, e assim opções são feitas e um objeto com organização própria vai surgindo. O objeto artístico é construído desse anseio por uma forma de organização. (...) Galizia (1986, p. xvii), ao acompanhar o processo criativo de Bob Wilson, percebe que, no mundo desse artista, caos e organização não são antípodas, e que na realidade funcionam como complementares, como um quadro e sua moldura.

Pensar de forma organizacional e compreender que a organização não se resume a alguns princípios de ordem, a algumas leis, é de suma importância. A organização deve embasar-se num Pensamento Complexo elaborado, no qual verdades aparecem das ambiguidades e numa aparente confusão.

Em visita ao ateliê de Fernando e Humberto Campana no bairro de Santa Cecília, em São Paulo (Fotos 34, 35, 36, 37, 38, 39), verifica-se uma aparente desordem, dentro de um espaço sem grandes estruturas físicas. Entretanto, da aparente desordem do espaço sobressai uma ordem que organiza e estimula o processo projetual dos designers. Como afirma Morin, toda ordem causa uma desordem e toda desordem causa uma ordem.



Foto 34: Espaço de Entrada

Foto: Cláudio Lima Ferreira Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010



Foto 35: Espaço de Entrada

Foto: Cláudio Lima Ferreira Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010



Foto 36: Espaço de Entrada
Foto: Cláudio Lima Ferreira Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010

A organização dos estímulos do processo projetual dos designers surge provavelmente da liberdade de “brincar” e testar novas formas e materiais sem medo de errar dentro de um espaço sem restrições, sem controle.



Foto 37: Espaço de projeto e produção
Foto: Cláudio Lima Ferreira Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010



Foto 38: Espaço de projeto e produção
Foto: Cláudio Lima Ferreira Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010



Foto 39: Espaço de projeto e produção Foto: Cláudio Lima Ferreira
Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010

Nos diferentes espaços dentro do ateliê dos designers, encontram-se diversos produtos inacabados ou em processo de desenvolvimento. Como se pode verificar na Foto 39 (canto esquerdo da foto sobre a mesa) e na Foto 40 (detalhamento da peça), o estudo de uma cadeira feita em papelão.



Foto 40: Modelo Cadeira em Papelão. Foto: Cláudio Lima Ferreira
Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010

No ateliê dos designers, encontram-se, também, vários estudos sobre modelos/protótipos das sandálias Melissa (Foto 41), realizados em plástico, couro ou fibras naturais/sintéticas, evidenciando o uso de modelos e protótipos no processo projetual.



Foto 41: Modelo Sandália Campana. Foto: Cláudio Lima Ferreira
Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010



Foto 42: Espaço de projeto e produção Foto: Cláudio Lima Ferreira
Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010



Foto 43: Espaço de projeto e produção Foto: Cláudio Lima Ferreira
Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010



Foto 44: Espaço de projeto e produção Foto: Cláudio Lima Ferreira
Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010



Foto 45: Espaço de projeto e produção Foto: Cláudio Lima Ferreira
Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010

A descontração, o descomedido, a liberdade, a reutilização de materiais e a desordem produzindo uma ordem são evidentes dentro do ateliê dos designers (Fotos 42, 43, 44 e 45). Bancadas, armários, prateleiras, tecidos, fibras naturais, papelão, borracha, madeira, bichos de pelúcia, couro, máquinas de costura, pia, micro-ondas, rádio, cadeiras plásticas, rolos de plástico bolha, lustres, cola, ferramentas de marcenaria, entre tantas outras coisas, misturam-se dentro de um mesmo espaço, produzindo ambientes de criação ricos e dinâmicos.

É importante salientar que o ateliê não é apenas um espaço de criação, é também um espaço de produção. Durante a visita, verificou-se a produção de pelo menos dois diferentes produtos: o Banco Sushi confeccionado com tiras de EVA cortadas e coladas e a Poltrona Banquete, com a costura de bichos de pelúcia. (Foto 46 ao fundo)



Foto 46: Espaço de projeto e produção
Foto: Cláudio Lima Ferreira Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010

No espaço superior do ateliê encontram-se as salas dos funcionários e estagiários (Foto 47), uma galeria de livros (Foto 48) e as salas de Humberto e Fernando Campana (Fotos 49, 50 e 51)



Foto 47: Espaço funcionários e estagiários
Foto: Cláudio Lima Ferreira, Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010

Observou-se na sala de Humberto Campana diversas anotações e croquis pregados na parede, que posteriormente serão compilados para o desenvolvimento de um futuro processo projetual. A fragmentação desses “lembretes” e sua aparente desorganização serão posteriormente relacionadas visando à criação de um novo produto de design.

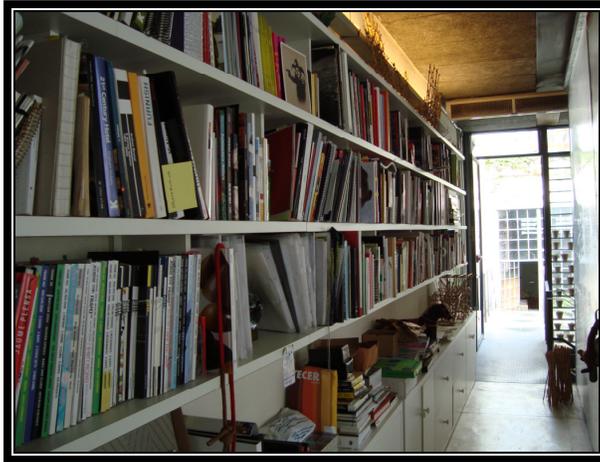


Foto 48: Espaço circulação/livros de referência Foto: Cláudio Lima Ferreira, Local: Ateliê Campana – SP, Dezembro de 2010

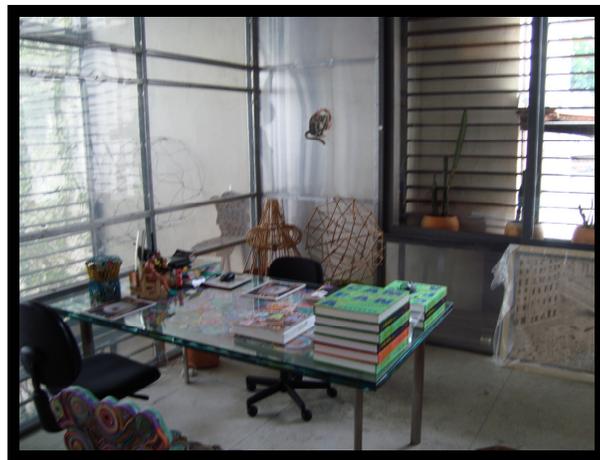


Foto 49: Sala Fernando Campana Foto: Cláudio Lima Ferreira
Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010



Foto 50: Sala Humberto Campana Foto: Cláudio Lima Ferreira
Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010



Foto 51: Sala Humberto Campana Foto: Cláudio Lima Ferreira
Local: Ateliê Campana – SP, dezembro de 2010

Segundo Fernando e Humberto Campana (CAMPANA, 2009:132):

Temos curiosidade sem preconceitos. Da Marisa Monte à banda Calipso, de música brega do Pará, tudo é alimento, porque ficar preso a conceitos que não expandem a cabeça é uma prisão.

Evidencia-se aqui, mesmo que involuntariamente, um Pensamento Complexo, no qual a diversidade e a multidimensionalidade ajudam no desenvolvimento do processo de projetual dos designers.

Os fenômenos apresentam um número incalculável de interações/inter-relações. Perceber a relação complementar/antagônica entre as relações de

ordem/desordem/organização é necessário para quebrar as esferas fechadas e estabelecer as articulações entre o que foi separado para compreender a multidimensionalidade.

Em muitos casos, no processo de criação artística, observa-se uma insatisfação estética, ou uma satisfação estética incompleta. Esse processo incompleto dinamiza e desperta nova energia para continuar ou criar novos processos criativos. De acordo com Salles (2004:31):

Essas afirmações põem em questão, como se pode perceber, a visão do processo criador como um caminho da imperfeição para a perfeição, que estaria associada à necessidade plenamente satisfeita.

Os designers Campana procuram a imperfeição para o desenvolvimento de seus processos projetuais. Observa-se no caso dos designers que essa imperfeição, em muitos casos, é estimulada por Massimo Morozzi, diretor de criação da empresa de móveis Edra, na Itália, principal produtor dos móveis dos designers. Isso evidencia que a criação não é um processo isolado que envolve apenas os designers, envolve, também, outros fatores externos, como as sugestões do diretor de criação da principal empresa que confecciona os móveis dos designers.

Segundo os designers (CAMPANA,2009:109):

Hoje temos o privilégio de ter um mestre intelectual, Massimo Morozzi. Ele faz a ligação entre pensar e fazer para nós. Os briefings que nos dá na Edra são verdadeiras experiências. O diálogo como ele é muito enriquecedor – nem é muito intelectual, é até infantil, por meio dos sentimentos, da vibração, da emoção. Às vezes, nos convida a ir a seu apartamento em Paris e, em vez de museus, nos leva a um supermercado chinês para pesquisar texturas de frutas. Ele tem um espírito onírico igual ao de Fellini, tem um olhar de criança.

Massimo vem muito ao Brasil. Já o levamos a Brotas e a outros lugares de que gostamos, como o porto e os edifícios “torre de pisa”, inclinados, em Santos. Uma vez fomos juntos com ele a uma favela que havia acabado de ser destruída por um incêndio; dessa visita nasceu o projeto de produção seriada da Cadeira Favela. Quando o levamos a Brotas, nossa mãe não apareceu porque estava deprimida e não quis conversar; ele achou o máximo. É bom chegar a essa cumplicidade, mostrar a família que não é perfeita.

Como se pode observar, as sugestões de pessoas externas, assim como a imperfeição, fazem parte de todo um processo projetual, que é muito enriquecedor. Mostrar que sua família não é perfeita, que a vida não é perfeita, que os objetos não são perfeitos, ou, pelo menos, não são perfeitos para os padrões que se estipularam como perfeito. O que é ser perfeito? O que é uma família perfeita? O que é um sistema econômico perfeito? O que é uma estética perfeita?

Será que o homem quer ser perfeito? Ou busca-se na perfeição a imperfeição?

O processo projetual de Fernando e Humberto Campana, como afirmam os próprios designers, é alimentado pela imperfeição das formas e da apropriação de materiais simples e ambientalmente corretos que são usados no cotidiano pelas pessoas em diferentes funções.

Os Irmãos Campana estão entre os designers que exercem forte papel para o aumento das discussões ambientais do design de móveis.

Seus projetos utilizam de muitos materiais renováveis, sendo a prova da consciência ecológica dos designers e o reflexo da sua abertura para discussões sociais no mundo contemporâneo.

O mundo atingiu os limites do desequilíbrio e iniciou uma contagem regressiva para o desaparecimento de diversos recursos naturais. Nesse sentido, os Campana mostram que o design pode ser utilizado como um instrumento para atingir o equilíbrio.

Segundo Denis (2000:221):

Tornando-se uma ferramenta para integração do ser humano com o seu meio e aos poucos auxiliando na conscientização das relações de consumo do homem em relação ao meio ambiente. (LASTRES apud TEXEIRA, 1999)

“É evidente que o designer não detém do poder de reverter tendências tão profundas e tão complexas nas suas ramificações; contudo vale a pena questionar as próprias atitudes com relação à forma de proceder no trabalho e ao tipo de trabalho que se faz.”(DENIS, 2000, p.221).

Os materiais utilizados pelos Campana são selecionados respeitando três princípios da ecoeficiência (produção de objetos ecológicos, porém eficientes): escolha de materiais

com responsabilidade ambiental; uso de materiais ecológicos, mas de baixos custos, mantendo a qualidade; e reaproveitamento de materiais

Segue abaixo cada um deles e seus reflexos sobre os projetos³⁸;

1º Escolha de materiais com responsabilidade ambiental: grande parte dos materiais utilizados nos projetos dos Irmãos Campanas é de fontes renováveis (alumínio, papéis, madeira reflorestadas, plástico, entre outros), entretanto, a maioria deles ainda não foi absorvido pela indústria moveleira. Isso é resultado de algumas limitações estéticas ou produtivas nestes materiais.

Segundo Bernd Lobach, autor do livro Design industrial – bases para a configuração dos produtos industriais (LOBACH, 2001:64)

A espiritualidade do homem é estimulada pela percepção desde objeto, ao estabelecer ligações com suas experiências”.

O design deve “[...] habituar-se com a aplicação de enfoques humanísticos e de valores culturais como fatores de diferenciação e geração de novas alternativas projetuais.

Sendo assim, a dupla persiste na produção de objetos através de materiais com responsabilidades ecológicas, independente das dificuldades oferecidas por estes, propondo soluções através da integração do design e criatividade.

2º Uso de materiais ecológicos, mas de baixo custo, mantendo a qualidade: a busca por materiais baratos que no início era fruto da falta de recursos e investimentos da indústria em seus projetos tornou-se uma marca constante da produção da dupla de designers de móveis.

Os designers estão sempre buscando materiais baratos que são pouco utilizados pela indústria, porém, com fortes valores simbólicos, estéticos e ambientais, que enriquecem seus projetos. (TEXEIRA,1999:29)

³⁸ Pesquisa de referência - **Irmãos Campana – A importância da Matéria prima no design – 2004 – TCC** – Graduação Curso – Design Digital – Universidade Anhembi Morumbi – Orientandos: Camila F. Souza, Daniel Tofoli, Fabio Bramont, Milena C. de Oliveira, Omar Pons, Pedro B. de Oliveira, Ricardo L. de Mello. Orientadores: Marcelo Prioste e Nelson Somma Jr.

“Além de baratear o custo final, preservado o mesmo patamar de qualidade, a relação entre o uso de novos materiais proporciona a inovação do produto, que emerge com a aprimoramento do design”.

Contudo, os diferentes materiais utilizados pelos Campanas não se limitam apenas a discussões ecológicas em seus projetos, são responsáveis por diferenciais estéticos e discussões sociais no design.

3º O reaproveitamento de matérias: a dupla utiliza constantemente materiais já fabricados, tirando estes de um contexto e os reutilizados em outro, dando novos sentidos, funções e formas.

De acordo com Tadeu Chiarelli, autor do livro “Catálogo entre o design e arte – Irmãos Campana” (2000), este conceito não é novo. No início do século, artistas dadaístas e surrealistas, como Man Ray, Dali, Meret Oppenheim, Rauschemberg, Michelangelo Pistoletto, Richard Artschwager e Marcel Duchamp, já utilizavam.

Marcel Duchamp foi o artista mais conhecido por essa técnica, já se apropriava de objetos do dia a dia nas suas criações, dando novas interpretações e formas a estes, em seus ready-mades. Tinha como objetivo causar impacto na percepção do observador, obrigando-o a analisar sua visão do mundo e destes objetos comuns, que passavam despercebidos no uso cotidiano.

No Brasil, a prática de reinterpretar objetos aparece na década de 1960 através de artistas com influências dadaístas e surrealistas, com Nelson Leiner, Wesley Duke Lee, Waldemar Cordeiro, Farnese de Andrade, Rubens Gerchman, Jose Resende, Waltercio Caldas, entre outros.

No caso dos Campana, além de um exercício criativo, na adequação destes em suas novas funções, também existe o caráter ecológico, pois o ecodesign defende a reutilização de materiais, ampliando seu ciclo de vida antes de destiná-los ao lixo, portanto, diminuindo a produção e causando menos desgastes ambientais .(SANTO,1995).

Essa preocupação em ampliar o ciclo de vida dos materiais antes de destiná-los ao lixo também não é nova. Zanine Caldas já utilizava sobras de fabricação de canoas, restos de desmatamento e mão de obra ociosa nos seus projetos, devido a sua preocupação ecológica de reaproveitar os materiais, em vez de destiná-los ao lixo

Porém, esse conceito fica mais amplo nos projetos dos Campana, que reaproveitam qualquer tipo de material, e não apenas como acontecia com Zanine Caldas. (MOROZZI apud ESTRADA,2003:58)

A cadeira Plástica Bolha (Foto 52), por exemplo, é produzida através de “folhas de plásticos bolha, material industrial barato, utilizado como protetor de moveis e objetos em transporte”[...] cujo destino final, após uma breve, anônima e instrumental vida, é a lata de lixo.”

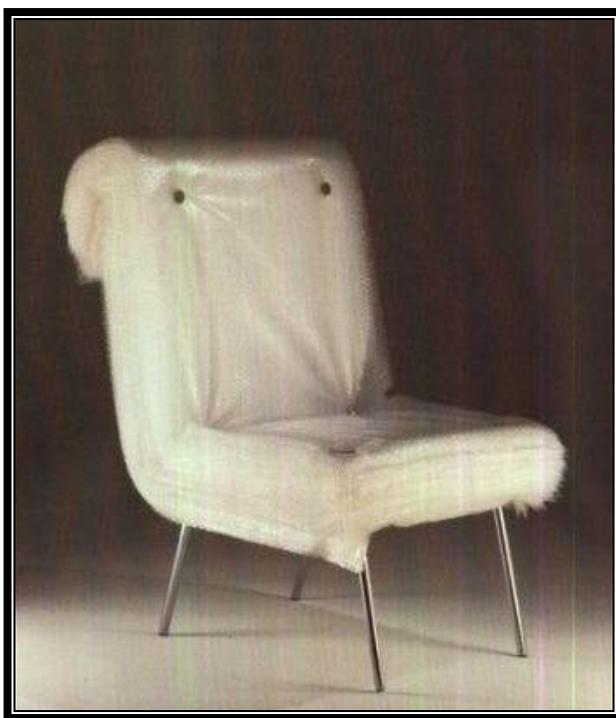


Foto 52: Cadeira Plástico Bolha – Fonte: <http://www.artbonobo.com/artes/irmaoscampa/09camp.htm>
Pesquisado em 27/02/11

Entretanto, reinterpretadas pelos designers e deixando de ser protetores de moveis apenas, para se tornarem o próprio móvel, as folhas protetoras são a base do assento da cadeira

Em relação ao design, além de releitura e adequação do material ao objeto, o plástico bolha acrescenta uma rica e inusitada textura ao material, além disso, existe o conforto oferecido pelas folhas sobrepostas deste plástico, de grande maciez .O móvel possui ainda um estrutura interna que, junto aos pés cromados, oferecem resistência ao peso do corpo.

Do ponto de vista ambiental, a vida curta deste material, que logo é destinada ao lixo, passa a ser ampliada através da inserção de novas funções, diminuindo o impacto ecológico. (CAMPANAS apud ESTRADA,2003:281)

Para nós, é um gesto espontâneo reinterpretar os objetos por meio da nossa experiência cotidiana. Podemos definir essa atitude como uma espécie de antropofagia.

Os designers, em diversas entrevistas, relatam que muitas de suas inspirações vieram das formas, cores e texturas da vida cotidiana presente no entorno do ateliê da dupla localizado no bairro de Santa Cecília, em São Paulo.

As fotos do entorno do ateliê (Fotos 53, 54 e 55) evidenciam a riqueza da dinâmica e dos materiais e formas que estimulam o processo projetual dos designers.



Foto 53: Entorno Ateliê Campana Foto: Cláudio Lima Ferreira
São Paulo – SP, dezembro de 2010



Foto 54: Entorno Ateliê Campana Foto: Cláudio Lima Ferreira
São Paulo – SP, dezembro de 2010



Foto 55: Entorno Ateliê Campana Foto: Cláudio Lima Ferreira
São Paulo – SP, dezembro de 2010



Foto 56: Entorno Ateliê Campana Foto: Cláudio Lima Ferreira
São Paulo – SP, dezembro de 2010

O ateliê dos designers (casa amarela) fica próximo a uma casa que abriga moradores de rua (casa marrom). Tal proximidade evidencia o convívio dos designers com a precariedade do entorno, que pode servir como fonte de inspiração projetual. (Fotos 56 e 57)

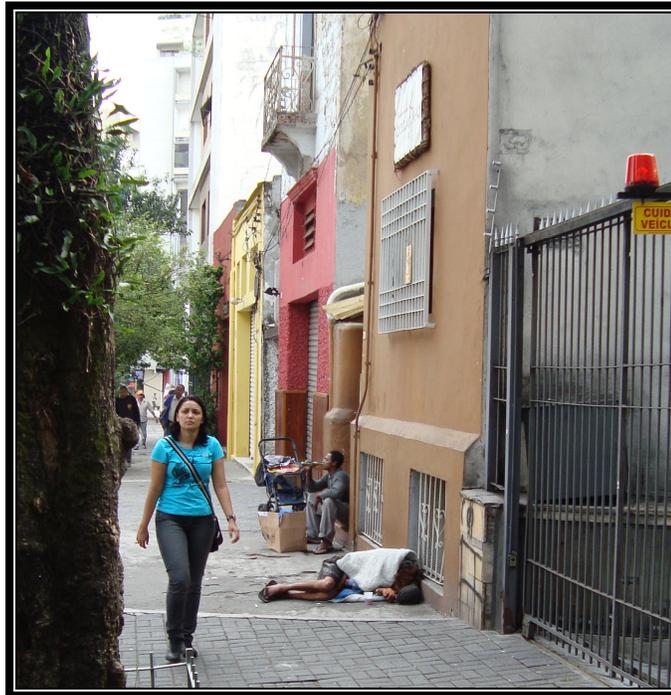


Foto 57: Entorno Ateliê Campana Foto: Cláudio Lima Ferreira
São Paulo – SP, dezembro de 2010

Essa fonte de inspiração projetual também pode ser encontrada na marcenaria, no minimercado, nos bares, nas quitandas, nos carrinhos de ambulantes com venda de frutas, legumes e verduras, além das lojas de materiais elétricos, construção, móveis, materiais de limpeza e manutenção de geladeiras que se localizam próximas ao ateliê Campana. (Fotos 58, 59, 60, 61, 62 e 63)



Foto 58: Entorno Ateliê Campana Foto: Cláudio Lima Ferreira
São Paulo – SP, dezembro de 2010



Foto 59: Entorno Ateliê Campana Foto: Cláudio Lima Ferreira
São Paulo – SP, dezembro de 2010



Foto 60: Entorno Ateliê Campana Foto: Cláudio Lima Ferreira
São Paulo – SP, dezembro de 2010



Foto 61: Entorno Ateliê Campana Foto: Cláudio Lima Ferreira
São Paulo – SP, dezembro de 2010

Materiais como vassoura, rolo de plástico bolha, assento para vaso sanitário, sacolas plásticas, escovas, geladeiras, baldes, escadas, caixas papelão e madeira, móveis antigos, fios, tomadas, madeira entre inúmeros outros produtos, parecem um grande armário de ideias que os designers abrem para transformar materiais simples em objetos de design.



Foto 62: Entorno Ateliê Campana Foto: Cláudio Lima Ferreira
São Paulo – SP, dezembro de 2010



Foto 63: Entorno Ateliê Campana Foto: Cláudio Lima Ferreira
São Paulo – SP, dezembro de 2010

Com relação ao material e à forma, verifica-se que: (FERREIRA apud TEXEIRA, 1999,:15)

“Cada material possui características próprias, cada coloração e combinação conduzem a uma forma de expressão. Infelizmente, ainda é frequente, hoje em dia, decidir-se por uma forma nova sem levar em consideração o material.”

Contudo, isso não ocorre no projeto dos Campanas .Os designers usam os atributos técnicos e estéticos oferecidos pelo material para atingir formas mais inovadoras e gestuais .O material muitas vezes é escolhido antes de nascer o projeto, selecionado por alguma qualidade estética ou conceitual existente neste.

Após um estudo sobre todas a liberdades limites e oferecidos pela matéria-prima na construção, é criada a forma, levando-se em consideração todos estes dados

Segundo Fernando e Humberto Campana, na palestra recente sobre produção dos Irmãos Campana, eles apoiam-se muito em materiais que definem a forma.

Caminho inverso para a maioria dos designers, que costumam projetar a forma antes, para depois selecionar o material que se adéqua à produção do projeto. A consequência disso são formas homogêneas e o uso dos mesmos materiais, resultado da falta de conhecimento ou ousadia.

Os Campana, no processo projetual, contrapõem raciocínios e, principalmente, permitem-se errar. Esse permitir errar tanto na questão do uso de materiais como das formas leva os designers ao princípio da incerteza.

Segundo Morin, existe um princípio de incerteza no princípio da lógica, e essa incerteza encontra-se justamente na junção em um sistema de ideias, assim, há um princípio de incerteza no exame de cada instância constitutiva do conhecimento.

Essa incerteza pode estar relacionada com o nosso “*Demens*”. Como se verifica no capítulo anterior, desde a infância aprende-se que se deve ser apenas racional, ou seja, Homo Sapiens Sapiens. No entanto, segundo Morin, se o homem definir-se exclusivamente como sapiens, será sistemático demais, e por isso deve-se pensar de forma complexa e considerar que se precisa adicionar outra característica a essa sistematização que seria o “*Demens*”, que consiste no descomedido, no louco e no descontrolado.

Esse nosso lado “*Demens*”- descomedido e descontrolado leva em muitos casos ao princípio da incerteza e da dúvida e isso não deixa de ser um ponto positivo para o desenvolvimento do processo projetual.

De acordo com Fernando e Humberto Campana (CAMPANA,2009:88):

É preciso contrapor também raciocínios, reinventar o que vinha sendo feito de um jeito para tentar algo totalmente diferente.

Tornar-se imperfeito, contrapor raciocínio e reinventar são exercícios que podem ajudar no desenvolvimento de um processo projetual mais complexo. Como se observa na base do Pensamento Simplificador durante grande parte da vida, separa-se, segrega-se e disjunta-se as coisas para estudá-las, analisá-las e compreendê-las. Entretanto, o homem deve estar ciente que é preciso “religar” o que foi desligado, o que foi separado, o que foi disjunto.

Nesse sentido, deve-se/pode-se pensar de forma transdisciplinar. A transdisciplinaridade visa não apenas a disciplinas separadas discutindo sobre um mesmo tema (interdisciplinaridade), mas também a profundamente integradora entre essas disciplinas.

A transdisciplinaridade é a construção de um metaponto de vista, e não de um ponto de vista, ou seja, não analisa apenas um assunto sobre a visão de ramo de saber, mas, sim, de forma mais global, principalmente sobre a vida, a humanidade, o conhecimento, as culturas, as artes. Evidencia-se esse pensamento transdisciplinar nas falas de Fernando e Humberto Campana quando relatam sobre o ensino (CAMPANA, 127: 2009).

Para nós, os pressupostos da boa escola são abraçar a pluralidade, ter coração aberto para as diversas vertentes do pensamento e ser um lugar que os alunos tenham prazer de frequentar. Mas todas as escolas valem a pena. Se você estiver frequentando uma no momento, saiba que vai levar pelo menos uma coisa boa dessa experiência. A universalidade da universidade, a difusão do saber, a possibilidade de conhecer mais: só respirar esse ar já faz bem. Há também aqueles professores com os quais você pode se identificar, um porque vai ensinar ética, outro porque vai passar uma postura em relação ao conhecimento que irá marcar sua vida.

Nessa visão transdisciplinar, é importante salientar que os diferentes ramos do saber não se reúnem como uma assembleia de diferenças, mas sim como contribuições individuais de um metaponto de vista. Esses diálogos transdisciplinares são importantes para o desenvolvimento humano.

Para compreender esse Pensamento Complexo que evidencia o *Demens*, a incerteza, a transdisciplinaridade e a imperfeição e sua integração com o processo projetual dos

designers Irmãos Campana, deve-se rever os operadores da complexidade que são as bases estruturadoras desse pensamento.

1º Operador Dialógico – Tem como base a dialogia, que é o juntar, o entrelaçar coisas que aparentemente estão separadas.

2º Operador Recursivo (ou da recursividade) – Tem como base a recursividade, ou um circuito recursivo. O homem aprende no paradigma simplificador que a causa A gera o efeito B, já na recursividade verifica-se que a causa produz o efeito que, por sua vez, produz a causa.

3º Operador Holograma (ou hologramático) – Tem como objetivo evidenciar que não se consegue dissociar parte do todo, ou seja, a parte está no todo, da mesma forma que o todo está na parte. Assim, cada célula é uma parte de um todo e o todo está na parte da célula, pois a totalidade do patrimônio genético está presente em cada célula individual.

Esses três operadores são as bases estruturadoras do Pensamento Complexo, que se organizam a partir de:

Juntar coisas que estavam separadas.

Fazer circular a causa e o efeito e o efeito sobre a causa.

A ideia de totalidade.

Nesse sentido, esses três operadores são de extrema importância para o desenvolvimento dos estudos de crítica genética que evidenciam o processo projetual. De acordo com Salles (2004:19):

Cada índice, se for observado de modo isolado, perde seu poder heurístico: deixa de apontar para descobertas sobre criações em processo. É necessário seguir a coreografia das mãos do artista para tentar compreender os passos e recolocá-los em seu ritmo original. É importante observar a relação de cada índice com o todo: uma rasura com as outras; rascunhos com anotações e diários; rasuras, rascunhos, anotações e diários com a obra. O foco de atenção é a complexidade dessas relações. Confere-se unidade a um objeto aparentemente fragmentado.

Compreender o Pensamento Complexo que envolve a fragmentação e a totalidade para o desenvolvimento de estudos sobre o processo projetual é de suma importância para o repensar de posturas antigas, para o desenvolvimento de novas posturas e principalmente

para a análise da divergência entre essas posturas, evidenciando, assim, a não linearidade de um processo de criação. (Salles,2004:78)

É importante observar a relação de cada índice com o todo: uma rasura com as outras; rascunhos com anotações e diários; rasuras, rascunhos, anotações e diários com a obra. O foco de atenção é a complexidade dessas relações, que está longe de conexões lineares. Só assim se confere unidade a essas pilhas de papéis ou a esse objeto aparentemente fragmentário.

Quando se analisa o operador recursivo, verifica-se o fazer circular a causa e o efeito e o efeito sobre a causa. Nesse sentido, o processo projetual nunca tem um fim, e em muitos casos não se quer que esse “objeto de criação” tenha um fim. Quer-se que ele tenha vida e, como acontece na vida, tudo tem causas, efeitos e causas.

Os estudos de crítica genética, em muitos casos, colocam esses objetos novamente em movimento, como analisa Salles (2004:23):

Discutir a morfologia da criação tem como pretensão oferecer mais do que um simples registro de um estudo, mas um modo de ação: tirar objetos do isolamento de análises e reintegrá-los em seu movimento natural. Essa investigação aponta para a relevância de se observar fatos e fenômenos inseridos em seus processos.

Compreender o Pensamento Complexo envolvido nas obras dos designers Irmãos Campana a partir dos estudos de crítica genética tem como objetivo evidenciar a riqueza do processo de criação artístico a partir do *complexus*.

É importante salientar que o Pensamento Complexo não tem como objetivo a ruptura de uma forma de pensar em outra e nem de criar metodologias, e sim métodos que ajudem no desenvolvimento e complementação na forma de pensar.

Como analisado no capítulo anterior, sabe-se que Edgar Morin desenvolveu sete saberes necessários para o Pensamento Complexo. Para compreender esse Pensamento Complexo sob a lógica do design, inseriu-se algumas indagações e reflexões sobre o processo projetual dos Irmãos Campana, como se pode verificar abaixo:

1º Saber: O erro e a ilusão – Esse saber diz respeito à ideia de erro, ou seja, é necessário integrar os erros nas concepções para que o conhecimento avance. Com isso,

indaga-se: a apropriação das formas irregulares da construção dos barracos de favela para a produção de objetos de luxo como a Cadeira Favela pode ser considerada um aprendizado sobre o erro, no qual o conhecimento, mesmo que artístico, possa avançar?

Segundo Humberto e Fernando Campana, o erro é um dos principais itens que alimentam os seus processos de criação. (CAMPANA, 2009:34)

Nossa ideia era tirar partido do erro – o erro de acabamento, de execução, tão comum em nosso país, por causa da pressa de produção. Fazer com todas as limitações, essa se tornou a nossa busca.

Os designers tiram partido do erro, seja de acabamento, de produção ou de projeto. Isso mostra uma aceitação da imperfeição e como afirma Morin, deve-se integrar os erros nas concepções para que o conhecimento se desenvolva.

2º Saber: Conhecimento pertinente – Esse saber, que trata sobre o conhecimento pertinente, vai na contramão da ideia de fragmentação. Não é preciso aniquilar a ideia fragmentada da disciplina, mas rearticular a ideia da disciplina em outros contextos.

Atualmente, em muitos casos, as artes e as ciências já aceitam esse pensamento pertinente de uma maneira muito tranquila. No caso das artes, por exemplo, pode-se verificar que os designers Fernando (Arquiteto e Urbanista) e Humberto (Advogado) são simultaneamente capitalista/economista, sociólogo, antropólogo, ambientalista, marqueteiro. Necessitam ter um entendimento da totalidade para o desenvolvimento de seu saber específico, nesse caso específico, o design. A ideia de conhecimento pertinente seria basicamente uma ideia defendida contra a fragmentação, e isso pode ser verificado em diversas obras dos designers.

Os Campana afirmam que: (CAMPANA, 2009:87)

Em nossa visão, é muito importante estabelecer vínculos com a cultura brasileira; não é só pensar nos mecanismos produtivos e na industrialização, como pregam aqueles que se restringem aos ditames do modernismo da Bauhaus, e sim pensar o projeto de uma forma local, absorver e transformar a cultura que nos é própria. Muitos criadores brasileiros pararam no modernismo, não evoluíram a partir daí, e essa é uma postura acomodada.

Essa abordagem dos designers faz refletir sobre o Pensamento Complexo a partir das bases do modernismo e do pós-modernismo, como a frase modernista racionalista “Less is more” (menos é mais) que evidenciava o antipassadismo e seguia, principalmente, princípios formais de linhas puras, primárias e geométricas.

Os modernistas racionalistas eram participantes de um movimento revolucionário e com “papel” de reformuladores, defendiam com veemência puritana a separação e a exclusão de elementos.

Numa abordagem mais capitalista, David Harvey (1989) relata uma comparação entre dois regimes de acumulação: o modernismo fordista *versus* o pós-modernismo flexível, em que afirma que o modernismo fordista se vincula a um capital fixo na produção em massa, mercados estáveis, padronizados e homogêneos. Já a flexibilidade do pós-modernismo é dominada pela ficção, fantasia, imaterial (particularmente do dinheiro), capital fictício, imagens, efemeridades e flexibilidade em técnicas de produção, mercados de trabalho e nichos de consumo.

A pós-modernidade evidencia o pluralismo. Surgem novas posições e posturas que se propõem a dividir o “espaço” com antigas posições e posturas. (Denis, 2002:209).

A marca registrada da pós-modernidade é o pluralismo, ou seja, a abertura para posturas novas e a tolerância para posições divergentes. Na época pós-moderna, já não existe mais a pretensão de encontrar uma única forma correta de fazer as coisas, uma única solução que resolva todos os problemas, uma única narrativa que amarre todas as pontas. Talvez pela primeira vez desde o início do processo de industrialização, a sociedade ocidental esteja se dispondo a conviver com a complexidade em vez de combatê-la, o que não deixa de ser (quase por ironia) um progresso.

Denis (2002) analisa a pós-modernidade sob o enfoque do design, por isso, o seu relato relacionando pós-modernidade e pluralismo. Na análise sobre a produção e o consumo dos objetos, é compreensível a reflexão sobre a pluralidade. Neste caso, o “diversificado” produz a renda. Assim, indaga-se: a pós-modernidade está coesa à questão capitalista e não à questão social?

A pós-modernidade, segundo Lyotard (1998), é o fim da crença em metanarrativas³⁹. No entanto, essa concepção foi combatida por Habermas (2002). Esse debate trouxe muitas contradições. Muitos acharam que se havia uma posição que dizia que ninguém mais acreditava em metanarrativas, que essa posição era uma forma de jogar toda e qualquer teoria fora, o que não é verdade.

Deve-se salientar que na contemporaneidade, a ação planejadora pode ser concebida como uma ação comunicativa. De acordo com os estudos de Habermas (2002), o esgotamento do ideário da modernidade afasta o modelo de planejamento centralmente organizado e orienta nossa análise para um conjunto de ideias que valorizam a ação coletiva espacialmente organizada, dessa forma, produzindo reflexões entre as metanarrativas e micronarrativas.

É importante compreender que essa rejeição das metanarrativas é importante para refletir sobre alguns conceitos considerados pós-modernos.

Como se observa, o conhecimento pertinente analisado por Morin também é evidenciado por outros estudiosos em diferentes abordagens e com diferentes denominações. Nas análises sobre pós-modernidade flexível, metanarrativas/micronarrativas e ação comunicativa, entre tantas outras, verifica-se uma incessante procura pela rearticulação da ideia da “disciplina” em outros contextos, indo na contramão da ideia de fragmentação, evidenciando, assim, uma nova postura, principalmente socioeconômica-ambiental na contemporaneidade.

3º Saber: Ensinar a condição Humana – Esse saber diz respeito ao reaprendizado da nossa própria condição, que está expressa superlativamente na ideia dos *sapiensdemens*. No caso dos Campana, verifica-se o *demens* na irracionalidade e necessidade de encontrar a beleza da forma no caos, como, por exemplo, nas favelas. Isso nos leva a repensar e reaprender que o homem também é natural, físico, psíquico, mítico, imaginário, e não só razão.

Humberto Campana (CAMPANA, 2009:29) relata uma passagem em sua vida que mostra o ensinar a condição humana tão discutida por Morin.

³⁹ Metanarrativas – são interpretações teóricas de larga escala pretensamente de aplicação universal, muito utilizadas no modernismo.

Estávamos indo em frente, sobrevivendo do nosso trabalho. No entanto, eu, Humberto, andava meio desinteressado da vida, sem vontades, sem estímulos. Decidi então fazer uma viagem de duas semanas à região do Grand Canyon, nos Estados Unidos, promovida pelo Instituto Esalen. Descíamos o rio Colorado num barco inflável e à noite, acampávamos no deserto do Colorado. (...) Uma noite, sonhei que era engolido por uma espiral. No dia seguinte, o barco foi sugado por um redemoinho, meu colete abriu e todo mundo conseguiu flutuar, menos eu, que caí no redemoinho. Por um momento, uma eternidade, achei que ia morrer, mas consegui sair.

Esse episódio trouxe um ânimo novo à minha vida. A partir dele, decidi que devia embarcar com tudo na coerência com a loucura da criação. No dia seguinte, desenhei uma espiral num papel. Ao chegar em São Paulo, peguei uma chapa de ferro bem grossa e com um maçarico cortei uma cadeira com uma espiral em positivo no encosto.

O corte do ferro deixou um vazio; então eu, Fernando, peguei o resto de material e fiz outra cadeira, com a espiral em negativo. A partir daí, juntos, começamos a criar uma série de cadeiras e de mesas, todas em ferro. O que nos interessava era justamente essa característica de “imperfeição”, o fato de ser um material mutável, que vai enferrujando à medida que o tempo passa, vai recebendo com dignidade a marca do tempo. Deixávamos propositalmente as peças sem acabamento, para que esse processo de envelhecimento natural pudesse ocorrer.

O ensinar a condição humana, no caso de Humberto Campana, mostra que não se deve ser só razão, deve-se também ser um pouco louco (*demens*) e principalmente não se deve ser perfeito a todo momento, a imperfeição e a loucura fazem parte do desenvolvimento humano. Por que o homem esconde seus erros, suas ansiedades, seus desconfortos? Por que o homem quer ser sempre perfeito?

4º Saber: Ensinar a identidade terrena – Esse saber está diretamente ligado à ideia de sustentabilidade. Fernando e Humberto Campana sabem usar da sustentabilidade como uma grande aliada para a produção de seus objetos de design. A reutilização ou uma nova função para produtos como cordas, mangueiras, ralos, entre outros, é de suma importância para o desenvolvimento de seus processos projetuais.

A questão da sustentabilidade fica evidente nas peças criadas pelos designers, assim como em suas falas (CAMPANA,2009:96):

Na fábrica da Grendene em Farroupilha, no Rio Grande do Sul, o lixo tinha restos de fios de plástico extrudados, os pacotes, como são chamados. Estabelecemos um diálogo a partir disso. Queríamos um calçado igual a esse

lixo, e saiu parecido com a nossa Cadeira Coralo. Por ocasião da renovação do contrato com a Grendene, quisemos repensar alguns pontos ligados a sustentabilidade. O reconhecimento profissional que conquistamos nos coloca no patamar de pedir certas considerações com relação ao nosso trabalho. Em outras cláusulas, pedimos que se use na composição do produto pelo menos 40% de plástico reciclado, que o sapado seja 100% reciclável e que se use mais da metade do folheto que acompanha o produto com orientações para prolongar a durabilidade ou para incentivar seu uso de uma outra forma. Sugerimos até fazer fichas em que cada designer que trabalhou para a Grendene propõe um segundo uso: quando arrebentar uma tira, o que dá para por? Como um barbante daria para renovar o calçado? Assim, a embalagem não vai só fazer publicidade da empresa ou do designer, mas vai servir para orientar o consumidor.

Pode-se observar que a preocupação dos designers vai além da produção. Possuem sólido conhecimento do que é sustentabilidade.

A sustentabilidade enfatiza uma preocupação com o “nascerviver-morrer” do produto, ou seja, seu projeto, sua produção, seu uso e seu descarte.

Quando os Campana relatam que pediram considerações sobre seus trabalhos com relação à sustentabilidade, e que foram aceitas por uma empresa de grande porte como a Grendene, é de se “festejar” e é um importante exemplo a ser seguido.

Sabe-se que as empresas sabem usar dessa imagem de sustentabilidade para alavancar suas vendas, algumas até de forma maldosa e egoísta, entretanto, não acho que isso deprecie o pensamento geral de sustentabilidade, pelo contrário, vejo aqui um claro Pensamento Complexo entre sustentabilidade, marketing e estratégias capitalistas de lucro. Esse pensamento deve ser repensado e consolidado em diferentes instâncias.

5º Saber: Enfrentando as incertezas – Deve-se compreender e admitir a ideia da incerteza. O conhecimento científico nunca é um produtor absoluto de certeza, e ele deve ser sempre “atormentado” pela ideia da incerteza. No caso das artes, a incerteza é um propulsor para o seu desenvolvimento. Fernando e Humberto trabalham com a experimentação para a produção de seus objetos. Essa experimentação é o desenvolvimento de uma incerteza.

Ao final, esses objetos podem ter uma forma interessante ou não e seus autores nunca terão a certeza de que ela tenha chegado ao fim, e provavelmente não queiram ter

essa certeza. Essa incerteza pode ser fundamental para deixar o objeto “vivo”, em constante mutação. Como afirma Morin, a certeza, sem nenhuma dúvida, leva-nos à conclusão sem a necessidade ou a possibilidade de uma reflexão.

Nos relatos abaixo de Humberto e Fernando Campana, observam-se as incertezas que assolaram o início da vida profissional dos designers e, principalmente, enfatiza que tais incertezas foram muito válidas para o desenvolvimento pessoal e profissional dos designers. (CAMPANA, 2009:19)

Eu, Humberto, saí de Brotas aos 18 anos de idade e me mudei para São Paulo para fazer faculdade. (...) Escolhi a Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, no Largo de São Francisco. (...) Foi uma época boa da minha vida. Tinha trocado aquela casa imensa em Brotas por uma quitinete superpequena na Rua Martins Fontes, no Centro de São Paulo, mas podia andar pelas ruas até de madrugada, descobrir a cidade. Até hoje gosto do Centro paulistano: é uma região meio decadente, não é tão globalizada – me atrai porque tem vida, humanização.(...) Em 1977, larguei emprego, apartamento e carro em troca de uma possibilidade de trabalhar na Cooperativa de Cacau de Itabuna, na Bahia. (...) Acabei não conseguindo o emprego na cooperativa em Itabuna. Um amigo chamado Osmundo fazia objetos com conchas, terracota, vários materiais. Ele me ensinou a fazer também, e comecei a usar as mãos para trabalhar o pão de cada dia. Hoje, olhando em retrospecto, acho que foi a melhor época da minha vida: ali comecei a enxergar um possível caminho. (...) Ao final de dois anos, essa prática e a consciência de um caminho me deram forças para voltar. Decidi aprender mais sobre materiais. Nessa procura, passei a frequentar cursos livres, na Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP), de esculturas em materiais variados, como terracota e ferro, e de joalheria. Paralelamente, comecei a fazer esculturas e cestas de plantas e bambu.

A incerteza sobre a vida e a necessidade de procurar novos horizontes e novas experiências fazem, atualmente, com que Humberto realize seus trabalhos a mão com maior facilidade. Isso pode esclarecer a necessidade dos designers de confeccionarem o protótipo do produto, até mesmo, antes do projeto no papel.

Pode-se verificar na vida de Humberto experiências artísticas e artesanais, diferentes do cotidiano de Fernando, como se pode observar no relato abaixo (CAMPANA, 2009:22):

Eu, Fernando, vim para São Paulo em 1977, mesmo ano em que Humberto foi para Itabuna. (...) Em 1978, entrei para a Faculdade de

Arquitetura. (...) Na faculdade, os professores que me davam nota boa eram a Renina Katz, o Flávio Império e o Marcelo Nitsche. Mas os racionalistas imperavam, e eu ficava meio decepcionado e angustiado comigo mesmo. Sentia muita ansiedade de que não saberia projetar corretamente, achando que nunca iria conseguir fazer um prédio reto, todo certinho, e me lembrava da infância, quando tentava colorir aqueles livros de antigamente. Os colegas pintavam bonito e eu borrava, saía fora do desenho.(...) em 1984 fui ajudar o Humberto a fazer entregas.

Fernando, em sua fala, mostra, também, já na época de faculdade, uma certa “rebeldia”, ou incerteza com relação ao pensamento modernista racionalista que direcionava alguns professores. Quando ele fala que seus desenhos saíam borrados, isso mostra uma possível ruptura, ou melhor, um início de Pensamento Complexo mesmo que inconscientemente direcionando seu processo projetual.

6º Saber: Ensinar a compreensão – Pode-se/deve-se estender a ideia da compreensão dizendo que o planeta também precisa de mais compreensão. Hoje, olhando para o planeta Terra, nossa terra pátria, pode-se verificar que o que o caracteriza é a incompreensão por todas as partes, seja política, ideológica e/ou econômica.

Os Campana tentam ensinar essa compreensão quando fazem a ligação entre economia, sociologia, estudos ambientais e marketing sem medo de serem criticados por isso. Provavelmente, esse ensinar a compreender está inserido na questão de entender e aceitar o diferente.

Os designers mostram que atualmente é possível “andar” em diversas áreas de forma flexível, projetando produtos industriais em série, confeccionando produtos artesanais, realizando paisagismo e até mesmo projetos de interiores sem necessariamente estarem rotulados como designers, arquitetos, decoradores ou paisagistas. Essa diversidade é o que enriquece o ensinar a compreender. (CAMPANA, 2009:91)

Começamos muito próximos do conceito de arte e aos poucos fomos nos aproximando cada vez mais da ideia do design reproduzindo em altas séries. Apesar disso, muita gente diz que nosso trabalho está no campo da arte, e não do design. Alguns designers consideram isso um verdadeiro xingamento, mas não temos essa reação. Na nossa visão, os limites entre design e arte são cada vez mais tênues, imprecisos. Outros designers também estão próximos da arte, como os norte-americanos Charles e Ray Eames, nos vídeos que fizeram, e até o italiano Bruno Murani, que fez uma cadeira

inclinada, “para visitas breves”, como ele dizia. E até hoje nos consideramos produtores de ideias, e não de mercadorias. Queremos nos apropriar de processos e materiais passíveis de larga industrialização sem abandonar a postura de experimentação. A questão da arte e do design também se manifesta no fato de que o nosso projeto é muito mais intuitivo do que cerebral. Nossa mãe nos perguntava quando vamos fazer algo mais comercial, mas intuitivamente estamos sempre transmitindo nossos questionamentos por meio de nossos projetos.

Os designers não têm preocupação com relação aos rótulos, serem chamados de artistas ou designers. Para eles, o importante é o intuitivo, e não o cerebral.

Com relação aos limites de cada profissão, eles mostram uma abordagem transdisciplinar, em que não se deve criar preconceitos nem autolimites, principalmente para as áreas que envolvem criação. (CAMPANA, 2009:67)

O foco do nosso trabalho sempre foi o design de produto, mas desde o início tínhamos uma convicção de que, mesmo quando se faz apenas produto, é preciso ter uma compreensão do ambiente. Aos poucos, dos objetos fomos passando para a arquitetura e até para as roupas (...) Um criador tem de ser curioso para novos desafios, não ter preconceitos nem criar autolimites.

7º Saber: A ética do gênero humano – O que é a ética? Como os Irmãos Campana analisam a questão da ética?

Segundo um dicionário tradicional⁴⁰, ética se define como parte da filosofia que aborda os fundamentos da moral. Já o dicionário de filosofia⁴¹ define como disciplina tradicional da filosofia, também conhecida por filosofia moral, que enfrenta o problema de saber como devemos viver.

Para o dicionário de filosofia (2003):

A área da ética que lida com este problema da forma mais direta é a ética normativa. A ética normativa ocupa-se em grande medida de dois problemas mais específicos: 1) O que é agir de uma forma moralmente acertada? 2) O que torna boa ou valiosa a vida de uma pessoa? Ao tentar responder a estas perguntas, os filósofos propõem, respectivamente, teorias da

⁴⁰ Grande Dicionário Larousse Cultural da Língua Portuguesa, Ed. Nova Cultural, São Paulo, 1999

⁴¹ Dicionário Escolar de Filosofia, Ed. Plátano, Lisboa, 2003, <http://www.defnarede.com/>

obrigação e teorias do valor.(...) O interesse pelas teorias do valor remonta à Antiguidade. Filósofos como Aristóteles, bem como os representantes do epicurismo, do estoicismo e de outras escolas, esforçaram-se por compreender o que é ter uma vida boa. Grande parte do debate sobre esta questão constitui-se a partir de duas perspectivas contrárias: enquanto alguns autores defendem que temos uma vida boa na medida em que conseguimos satisfazer os nossos desejos, outros pensam que aquilo que torna a nossa vida boa é a presença de certos bens que têm valor independentemente de serem desejados, como o conhecimento, a amizade e a apreciação da beleza. Entre os filósofos que subscrevem esta segunda perspectiva, encontramos os defensores do hedonismo, que pensam que na verdade há um único bem fundamental: o prazer.

Abordando a ética sobre as teorias do valor e da obrigação e principalmente tentando compreender o que é ter uma vida boa, independente das análises mais profundas sobre a ética que estuda sobre a satisfação de nossos desejos ou sobre a presença de certos bens independentes de serem desejados, no caso dos Irmãos Campana observa-se em muitos relatos a imagem da mãe como referência para suas condutas éticas pessoais e profissionais.

Fernando e Humberto Campana (CAMPANA, 2009:10) relatam:

Nossa mãe teve educação em colégio de freiras, muito controlada e católica. No entanto, ela tem uma vertente supermoderna, de inconformismo com as regras, de ideias que escapam dos moldes rígidos de sua criação, moldes de loucura no sentido de libertação daquele cotidiano controlado do interior. (...) Vários ex-alunos dela nos dizem lembrar até hoje de suas lições de vida, de conduta, de ética, para muito além da alfabetização ou dos limites do currículo.(...) ela nos ensinou a prestar atenção na beleza que existe ao nosso redor, a apreciar a sutileza das coisas.

Essa imagem “ética” forte da mãe, provavelmente, é o que estrutura até hoje os designers, principalmente quando dizem sobre inconformismo com regras, escapar de moldes rígidos ou de loucura no sentido de liberação e principalmente sobre os ensinamentos que instigavam a ver beleza ao redor e apreciar as sutilezas das coisas. Esse é um puro Pensamento Complexo e pode-se observar que tal pensamento vem desde o início de vida dos designers, pela educação da mãe.

É importante observar que a carga cultural adquirida durante a vida é o que embasou a singularidade das obras dos Campana.

Segundo Salles (2004:37):

Manuel Bandeira (1966, p. 120) diz estar convencido de que homem nenhum pode ser inatural, por mais força que faça. ‘Somos duplamente prisioneiros: de nós mesmos e do tempo em que vivemos.’

O tempo em que vivemos relatado por Manuel Bandeira começa desde o nascimento, passando pela infância, adolescência e maturidade. A todo momento, vive-se novas experiências, as quais tornam os homens únicos. Em muitos casos, reproduz-se aprendizados e experiências de vida nos projetos artísticos, tornando-os, assim, projetos singulares.

É importante salientar que o artista está imerso num momento histórico, social, cultural e científico, o qual nutre e forja algumas das características do artista.

Para Salles(2004:38):

O artista não é, sob esse ponto de vista, um ser isolado, mas alguém inserido e afetado pelo seu tempo e seus contemporâneos. O tempo e o espaço do objeto em criação são únicos e singulares e surgem de características que o artista vai lhe oferecendo, porém, se alimentam do tempo e do espaço que envolvem sua produção. (...) O que se busca é como esse tempo e espaço, em que o artista está imerso, passam a pertencer à obra. Como a realidade externa penetra o mundo que a obra apresenta. (...)O projeto poético está também ligado a princípios éticos de seu criador: seu plano de valores e sua forma de representar o mundo. Pode-se falar de um projeto ético caminhando lado a lado com o grande propósito estético do artista.

No caso dos Campana, pode-se observar que além das características éticas de sua mãe e de serem nascidos e criados na pequena Brotas, no interior do estado de São Paulo, os designers estão inseridos em uma dinâmica global de transição contemporânea, em uma época de capital flexível e de forte produção e reprodução da imagem. Todos esses elementos influenciam os seus processos projetuais.

Segundo Humberto Campana (CAMPANA, 2009:03)

É importante, desde o início, seguir sua essência, mesmo que naquele momento ela não se molde ao pensamento vigente ou ao mercado. O mundo é muito dinâmico, está em constante mutação, e coisas que não têm

ressonância hoje podem ter amanhã. (...) Cada um tem sua história pessoal, e é ela que se reflete em um trabalho, dando-lhe originalidade. Não existe uma história melhor do que outra, mas apenas caminhos. O nosso, desde o início, tem a ver com tentar olhar o Brasil como a arquiteta italiana Lina Bo Bardi fazia; aquele olhar de potencializar o nosso país com orgulho – não tem um Brasil caricato, mas aquele do nosso dia a dia. Essa linha de trabalho prossegue até hoje: fazemos uma espécie de fotografia do que nos rodeia e tentamos traduzir isso de forma contemporânea em nossas criações, isto é, com o desejo de expressarmos por meio delas o tempo em que vivemos. (...) Temos horror a regras, catecismos ou receitas.

Para compreender a complexidade envolvida no processo projetual dos Campana, é importante analisar e compreender a história pessoal de vida de Fernando e Humberto Campana, que são as bases estruturadoras da originalidade de seus trabalhos. Cecília Almeida Salles (Salles, 18:2004) afirma que para os estudiosos do processo criador, as entrevistas, depoimentos e ensaios reflexivos são documentos que oferecem importantes informações, principalmente quando se tem que entender um caráter retrospectivo que os coloca fora do momento da criação.

Segundo relatou Humberto Campana (CAMPANA, 2009:08):

A família paterna tinha vindo das regiões de Ferrara e Lucca, na Itália, e morava em Jaú, cidade que, para nós, era a metrópole, com seus casarões imponentes. Nosso avô tinha uma loja de ferragens chamada Irmãos Campana. Eu, Humberto, gostava de ir lá e ficar mexendo na loja inteira; pegava escondido massa de modelar, vidro, correntes, parafusos; aqueles materiais me fascinavam. (...) A família materna, de sobrenome Piva, era italiana de Rovigo, na região de Vêneto, por parte de nosso avô e a outra metade misturava origens portuguesa e indígena. Nossa avó Laura nos marcou muito. (...) Tudo que avó Laura fazia era orgânico: criava porco, matava, fazia linguiça, fazia sabão em casa; transformava lata de biscoito em caneca, em vaso para plantas, em recipiente para guardar mantimentos. Não jogava nada fora; no final da vida tinha pilhas enormes de sacos de supermercado.

O *complexus* que envolve a origem e a estruturação da família dos Campana evidencia importante bases que provavelmente servem como alicerce para a produção das obras dos designers. A lembrança da loja de ferragens do avô, assim como o reaproveitamento de embalagens de produtos pela avó, pode ser o fator que faz com que Fernando e Humberto tenham necessidade de sempre pesquisarem em lojas de construção e

ferragens algumas novas formas e materiais. Dessas lembranças que unidas com um pensamento denominado de sustentável podem ter dado a base para a criação da “mesa Tattoo” (Foto 64), com estrutura de aço inox e tampo de ralos de PVC.



Foto 64: Mesa Tattoo, Irmãos Campana, 1993.

Fonte: <http://casa.abril.com.br/coberturas/feiras-eventos/irmaos-campana-exposicao-alemanha-469125.shtml>

Segundo Salles (2004:42)

Carlos Drummond de Andrade (1985) lembra que se não fossem os ‘tios’ literários, que mal ou bem nos transmitem o fio de uma tradição que vem de longe, não haveria literatura. Ninguém a inventaria. Para Milan Kundera (1986), o espírito do romance é aquele da continuidade: cada obra é a resposta a obras precedentes e contém toda a experiência do romance. (...) Muitos críticos e criadores discutem a questão de que não há criação sem tradição: uma obra não pode viver nos séculos futuros se não se nutriu dos séculos passados. Nenhum artista, de nenhuma arte, tem seu significado completo sozinho. Assim como o projeto individual de cada artista insere-se na tradição, é, também, dependente do momento de uma obra no percurso da criação daquele artista específico: uma obra em relação a todas as outras já por ele feitas e aquelas por fazer.

No caso dos Irmãos Campana, o reuso, o reaproveitamento e/ou a reciclagem de materiais e objetos esta ligado com a questão do “fazer a mão”. Isso se deve em grande parte pela lembrança do contato que tiveram desde criança com a cultura italiana e negra nas cidades de Jaú e Brotas. (CAMPANA, 2009:12):

Jaú para nós era a sofisticação, a metrópole, o tom europeu. Muito tempo depois reconhecemos que vivíamos lá a cultura italiana. (...) O italiano não é de mandar o outro fazer, ele mesmo faz. Essas características foram muito importantes no final da década de 1940, quando o país saiu arrasado da Segunda Guerra Mundial e ressurgiu com o design, valorizando a tradição do artesanato e unindo-o à tecnologia e à indústria, com essa noção de bom gosto e bem-estar que já vinha de muito antes.

Brotas era mais voltada para a cultura caipira para o campo. Foi muito importante para nós o convívio com Alice, que trabalhava em casa. (...) Adorávamos passar o fim de semana no antigo quilombo em que ela morava. Ali entramos em contato com a cultura negra, que é muito generosa e afetiva. (...) Ali entramos em contato também com as crenças do folclore brasileiro – a mula sem cabeça, a assombração, o saci-pererê, o curupira.

As culturas italiana e negra, segundo os designers, trouxeram a valorização do artesanato e também o gosto pelo o folclore brasileiro. Essa vivência na infância constituiu-se em forte base para seus projetos, os quais evidenciam de forma singular a cultura brasileira.

A cultura caipira, juntamente com a cultura universal, foi, segundo os Campana, a base que os preparou para a vida. (CAMPANA, 2009:14)

Outra janela para o mundo era o cinema. (...) Assistíamos a todos. Os filmes do Mazaropi nos deram a base de comédia, do Jeca Tatu, que também está no tragicômico da cultura italiana e se pode ver no conteúdo de nosso design. (...) Eu, Humberto, queria ser índio. Construía casas nas árvores, com piso de bambu e teto de palha. Uma vez peguei sucatas variadas e fiz nichos, onde coloquei porcos, galinhas, patos, cada um no seu viveiro, como se fosse um minizoológico. Construía brinquedos com galhos de árvores, com as plantas, argila e madeira. (...) A vivência da cultura caipira misturada ao acesso à cultura universal é uma grande riqueza em nossa vida. É a base que nos fez e nos deu norte.

Pode-se verificar, no caso dos designers, que a cultura caipira e o acesso à cultura universal não estão separadas, pelo contrário, estão tecidas conjuntamente, produzindo objetos singulares com fortes imagens brasileiras para um mercado global. (CAMPANA, 2009:138)

A globalização favoreceu muito o diálogo sul/norte. Antes, os Estados Unidos, a Europa e os países asiáticos ricos ficavam com a

exclusividade do diálogo e do reconhecimento internacional. Agora se vê um momento bom de renovação em países como África do Sul, Argentina, Austrália, Filipinas, Tailândia, além, é claro, do Brasil. (...) Há uma curiosidade cada vez mais intensa a respeito do nosso olhar que vem do sul. A globalização pode ter vários males, mas houve, inegavelmente, uma abertura para outras formas de pensar e viver.

Com os efeitos da globalização, o design antes considerado da “periferia do mundo” passa a tornar-se um objeto singular. Isso não deixa de ser um avanço. No entanto, é importante salientar que o design brasileiro não deve se agarrar somente nessa imagem que está sendo bem vista atualmente pelos países ditos desenvolvidos. Deve-se, de maneira consciente, juntar todas nossas qualidades e fraquezas para desenvolvimento de produtos não só singulares que serão vendidos a uma elite de potencial consumidores, mas, também, aproveitar desse atual momento de ebulição para colocar-se como grande estudioso e produtor de design social.

Aceitar e compreender o *complexus*, seja na relação da cultura brasileira-italiana-negra, ou na cultura caipira-universal, seja em Jaú-Brotas- Milão-Nova York, é de suma importância para o desenvolvimento de um Pensamento Complexo e, acima de tudo, de um desenvolvimento humano. (CAMPANA, 2009:35)

Como a arquiteta e designer Lina Bo Bardi dizia, o povo brasileiro tira um elenco de ideias, de formas, da pobreza. Com restos variados de materiais, o morador da favela faz uma assemblage⁴² e constrói sua casa; o pescador faz seus instrumentos de trabalho, o vendedor ambulante faz sua bancada. Lina, que era a mais brasileira das italianas, sabia valorizar o que é popular e puro, e buscamos o olhar dela para nos inspirar, para sermos capazes de ver as riquezas dentro da precariedade de nosso país. Não tínhamos muita bagagem de informações, até por isso tínhamos grande liberdade.

Fernando e Humberto Campana relatam sobre os moradores da favela que utilizam de uma assemblage de materiais, ou seja, uma junção de restos de materiais para a construção de suas casas. Pode-se considerar essa junção como um *complexus*, e observar

⁴² Tradução: Junção

que são principalmente nos momentos de maior dificuldade que esse tecer em conjunto se aflora de maneira mais intensa.

É importante salientar que Fernando e Humberto possuem características distintas para a produção de seus objetos de design. Cada um tem sua marca, seus desejos, suas inquietações, suas facilidades e suas fragilidades. Mesmo trabalhando juntos, a produção de seus objetos e suas características são singulares.

As características individuais dos designers são observadas no seguinte relato (CAMPANA, 2009:76):

Humberto: Quando tenho uma ideia, simplesmente anoto em um caderno, em um guardanapo de restaurante, para não esquecer, e aí faço o protótipo, na escala real. As ideias podem surgir também diretamente da mão, do fazer, igual àquela frase do designer e teórico italiano Bruno Munari, que tem um livro com o título ‘Das coisas nascem coisas’; depois é que elas passam pelo filtro da cabeça. Acho que não enveredei para uma escola de arte porque tinha a ideia meio equivocada de que talento seria saber fazer uma escultura de terracota superperfeita, igual a um corpo superperfeito.

Eu, Fernando, tenho uma postura diferente, não sou tão ligado ao fazer. O Humberto é mais artista, tem a força intuitiva de sacar o material, a cor, a textura, a manualidade. Eu sou mais racional. Para usar um termo técnico, eu sou projetista; adoro fazer direção de arte, escolher, selecionar, editar a coleção, construir um processo, pensar de forma industrial. Enquanto o Humberto gosta de construir, bordar, eu tenho um lado preguiçoso-esperto, prefiro o caminho mais fácil e eficiente, sem grandes sofrimentos.

Humberto gosta de trabalhar com protótipos em escala real com uma visão mais artística e principalmente questionando a “perfeição”. Já Fernando teve formação em Arquitetura e Urbanismo e se considera mais racional e, principalmente, direcionado ao projeto e a um processo de criação.

Essas distintas formas de processo projetual não impedem a integração da criação e da confecção de objetos de design. Ao contrário, só fazem com que esses produtos se tornem mais ricos e interessantes.

Os objetos de design dos Campana, na maioria das vezes, não possuem um projeto técnico, e esse é um dos grandes diferenciais dos artistas. Seus projetos são realizados a

partir de protótipos em escala real como um objeto artístico. Para os designers (CAMPANA, 2009:77):

O fato de não termos um desenho técnico traz algumas peculiaridades ao nosso trabalho. Quando a Edra se interessou em produzir a Vermelha, pediram o memorial descritivo e o projeto executivo, e não tínhamos. A solução foi fazer um vídeo para explicar como se montava a cadeira. Como brigamos muito durante as gravações, para esconder os palavrões cobrimos as imagens com uma trilha sonora do músico pernambucano Chico Science, o criador do manguebeat, a mistura do mandacaru com o rock. Foi muito engraçado, e a Edra até pensou em vender a fita com a música e um kit com a estrutura metálica e a corda para os jovens montarem a cadeira em casa.

A procura por outras formas de projetar que não seja no papel ou no computador enriquecem as obras dos designers e promovem, conseqüentemente, diferentes formas de elucidá-las. Segundo Salles (2004:39):

O artista não inicia nenhuma obra com uma compreensão infalível de seus propósitos. Se o projeto fosse absolutamente explícito e claro ou se houvesse uma pré-determinação, não haveria espaço pra desenvolvimento, crescimento e vida; a criação seria, assim, um processo puramente mecânico.

Se os Campana projetassem inicialmente no papel ou no computador seus processos criativos, provavelmente não teriam grande diferenças dos outros designers e artistas espalhando pelo mundo (CAMPANA, 2009:79).

É essencial achar uma forma de se comunicar que esteja de acordo com sua personalidade, encontrar algo que se harmonize com sua alma – assim a criação flui. Não precisa seguir tantas regras: tem de fazer isso, fazer aquilo... O importante é entender que ser design não é só desenhar ou só trabalhar bem em autoCAD, é saber criar.

Os designers estão na contramão dos processos mecânicos, perfeitos e simplificadores, e isso faz com que suas criatividade se alimentem a cada dia de novas experiências. Estas experiências são armazenadas e a cada novo processo criativo, abrem maior leque de opções e ferramentas.

Esse leque de opções e ferramentas, no processo projetual, pode ser observado em diversas obras dos Campana.

A transdisciplinaridade tão discutida por Morin mostra a possibilidade de caminhos que se pode escolher profissionalmente, sem que isso seja permanente ou obrigatoriamente irretornável.

Para entender a transdisciplinaridade, no caso dos novos projetos e dos atuais caminhos tomados pelos irmãos Campana, deve-se refletir sobre a rígida imposição que o homem sofre sobre a hiperespecialização e a fragmentação.

Como se verificou no capítulo anterior, a hiperespecialização humana está fragmentando o pensamento e de certa maneira, dificultando as ideias gerais para compreensão do todo. Isso ocorre porque desde o início da vida, aprende-se a separar, segregar e disjuntar as coisas para estudá-las, analisá-las e compreendê-las. Um dos efeitos dessa separação, dessa fragmentação, foi a distribuição do ensino em disciplinas.

Analisando os Campana, observa-se atualmente uma grande diversificação de atuação. Os Campana não são somente designers de objetos, são também arquitetos, decoradores, paisagistas e até estilistas.

Segundo eles (CAMPANA, 2009:71)

A diversificação do tipo de projeto amplia o olhar e também segura a onda quando algum filão não está num bom momento de mercado. Como o velho ditado diz, é melhor não colocar todos os ovos na mesma cesta. Uma incursão recente nossa foi no paisagismo. Em 2007, recuperamos o jardim da agência de publicidade JWT, em São Paulo. (...)

Demorou 25 anos depois de formado em arquitetura para que eu, Fernando, me envolvesse pela primeira vez profissionalmente com a atividade. Ela surgiu em 2006, quando a Camper, fabricantes de calçados na Espanha, nos convidou para fazer sua loja em Berlim. Desenvolvemos um conceito que deveria ter fácil aplicação, para que depois pudesse ser levado e adaptado, sem grandes problemas, às outras unidades da rede. Trabalhamos também nas lojas de Londres e Barcelona; e a partir daí a aplicação ficou com eles. Depois desse projeto, fomos contratados para o remodelamento do Olympic Palace Hotel, em Atenas, que estamos fazendo nesse momento.

Os irmãos Campana mostram claramente em suas criações e produções a transdisciplinaridade, que envolve a arte, a arquitetura, o urbanismo e o design.

Entre suas atuações, estão a reformas das lojas de calçados Camper em Berlim e Florença (Foto 65), cenografia do ambiente lounge “HSBC Private Bank” em São Paulo

(foto 66), reforma de um hotel em Atenas e até mesmo desenhos de roupas para a Lacoste (Foto 67 e Figura 13).



Foto 65: Loja Camper – Berlin – Fernando & Humberto Campana

Fonte: http://www.metropolismag.com/cda/popup_image.php?image_id=12033&slideshow_speed=5009/04/09



Foto 66: Lounge “HSBC Private Bank” – São Paulo

Fonte: <http://nformas.wordpress.com/2008/12/14/irmaos-campana-ganham-premio-designer-of-the-year-design-miami08/>



Figura 13: Parceria Lacoste - Campana

Fonte: <http://msn.lilianpacce.com.br/home/lacoste-irmaos-campana/> 21/07/09



Foto 67: Camisa Lacoste by Campana
Fonte: www.misttermag.com.br 21/07/09

Dessa forma, a transdisciplinaridade, objetiva não apenas disciplinas separadas discutindo sobre um mesmo tema, mais também, a possível integração entre essas disciplinas. Segundo Morin (2000:28)

Encontramo-nos num ponto em que o conhecimento científico está sem consciência. Sem consciência moral, sem consciência reflexiva e também subjetiva. Cada vez mais o desenvolvimento extraordinário do conhecimento científico vai tornar menos praticável a própria possibilidade de reflexão do sujeito sobre a sua pesquisa.(...) Desde o início existe o problema bem conhecido da especialização, que se tornou o da hiperespecialização; o fenômeno da hiperespecialização faz com que um verdadeiro mosaico, um puzzle de objetos, cerrados, fechados, disciplinares, não possam se comunicar uns com os outros; a reflexão de uma disciplina, de um objeto a outro se torna muito difícil. Mas, nessa especialização, produz-se outro fenômeno, que é a fragmentação, depois a desintegração das realidades molares com as quais são confrontadas nossas vidas e nossas reflexões como o indivíduo, a subjetividade, o homem, a sociedade, a vida.

Essa fragmentação e distribuição em disciplinas consolidou a hiperespecialização humana. No entanto, o homem deve estar ciente de que se precisa “religar” o que foi desligado, o que foi separado, o que foi disjunto e através de um Pensamento Complexo, pode-se atravessar as disciplinas e proporcionar uma unidade, um todo. É importante salientar que não se deve ser contra as disciplinas, mas que se deve ser a favor da possibilidade de uma enriquecedora transdisciplinaridade na vida.

Concluindo com incertezas

Esta pesquisa evidenciou a possibilidade de análises práticas sobre o processo projetual a partir de reflexões sobre bases teóricas. Da teoria à prática, é possível constituir importantes compreensões, discussões e questionamentos que enriquecem o desenvolvimento do design contemporâneo.

Durante a realização dessa pesquisa, verificou-se que a complexidade do mundo está mudando a forma de pensar e que é possível entender o processo projetual dos designers brasileiros Irmãos Campana sobre a base do eixo de análise das Relações Complexas.

Refletindo sobre o Pensamento Simplificador a partir da visão consumista e da maximização do lucro, inerente ao sistema capitalista atual, torna-se evidente e cada vez mais latente sob uma análise mais acurada a fragilidade da ciência clássica sobre questões que envolvem o processo projetual e criativo e seus desdobramentos principalmente sobre a área do design, que, de uma forma ou de outra, absorve essas fragilidades.

A ciência clássica é guiada especialmente pela razão, pelo método cartesiano, pelo racionalismo e pela racionalização, ou seja, pela simplificação do pensamento, que exclui a subjetividade ou questões não mensuráveis cientificamente, que desde então opera a crise da ordem, da separabilidade, da redução e da lógica.

Durante a maior parte da vida, o homem vive sob um regime estruturado num Pensamento Simplificador, no qual é ensinado, ou melhor, treinado e aprende a separar, a segregar, a disjuntar e a fragmentar as coisas para estudá-las, analisá-las e compreendê-las. A compreensão de forma parcelada, sem entender a interconexão entre as partes, fragilizando o processo projetual na contemporaneidade, dificulta o entendimento da totalidade.

É importante salientar que a soma e a interconectividade das partes é maior que a simplista soma das partes. Quando se interage, cria-se dúvidas e incertezas, que transbordam em uma dialogia de novos saberes necessários para o desenvolvimento do processo projetual.

Infelizmente, o princípio da simplificação ainda é muito imperativo sobre as áreas que envolvem a criatividade, e principalmente sobre do design. Atualmente, na maioria dos casos, o design está voltado para um Pensamento Simplificador, visando somente à lucratividade e à massificação, a serviço, principalmente, de uma sociedade de consumo cada vez mais globalizada, que procura incessantemente inovações, novos símbolos e novas “perfeições estéticas”.

Ao mesmo tempo, o design passa a ser simples, muitas vezes com o argumento da industrialização massiva do objeto, deixando de lado o caráter subjetivo, artesanal e muitas vezes humano. Nesse sentido não há incertezas, tudo é muito claro, não há visões subjetivas e diferenciadas do objeto. Tudo é muito óbvio: o usuário não precisa questionar o objeto, necessita apenas consumi-lo e usá-lo, até que um novo produto seja lançado, motivando o descarte do design anterior.

A imagem/marca, assim como a forma e a estética de um produto, tornaram-se, nos dias de hoje, um dos principais componentes de conquista de mercados específicos, pois a elevação de uma peça qualquer à condição de ícone e desejo de consumo, ou até mesmo seu esquecimento nas prateleiras das lojas, depende muito de sua imagem e forma/design.

O design possui várias estratégias para agregar valor aos produtos, podendo introduzir a imagem da simplicidade, assim como a imagem da ostentação, de acordo com seu interesse ou seu público consumidor. Os designers e empresas capitalistas sabem da importância da imagem e da forma para gerarem marco de distinção, capital simbólico e renda monopolista sobre seus produtos. Muitas vezes criam novas necessidades humanas a partir do lançamento de um produto, mudando muitas vezes as relações humanas, em que a subjetividade impera.

O design não pode ou não deve ser analisado e conduzido apenas por um Pensamento Simplificador direcionado pelo eixo inovação-consumo-lucro. Não se deve ser contra o uso da imagem do design para valorizar produtos ou profissionais, mesmo porque se vive em uma feroz dinâmica capitalista globalizada. Entretanto, deve-se ser crítico e não deixar que o termo Design banalize-se, consolidando-se apenas como um instrumento simplificador que produz inovação ou agrega valor a um objeto específico. É importante

salientar que o design é muito mais do que “ordem”, do que “separabilidade” e do que “razão”, que são os três pilares que estruturam o pensamento científico clássico.

Nesse atual momento, deve-se repensar o design, pois se o design consolidar sua imagem apenas como uma ferramenta que produz inovação estética visando ao desenvolvimento da atual economia capitalista, estará correndo o risco de declínio criativo e não desenvolverá seus diversos outros caminhos subjetivos e objetivos, banalizando assim o termo design apenas como diferencial estético de produto.

Com uma visão crítica sobre o design, Aloísio Magalhães, proferiu, em 1977, uma palestra intitulada: O que o Desenho Industrial pode fazer pelo país? Por uma nova conceituação e uma ética do Desenho Industrial no Brasil. Analisando essa palestra, verifica-se uma grande empatia entre os Pensamento Complexo e as críticas de Magalhães, principalmente quando se analisa a questão da interdisciplinaridade que envolve o design, enfatizando que o design já nasceu interdisciplinar, pois envolve a complexidade de vários saberes e imensa complexidade subjetiva.

Magalhães aborda o contraditório, a dialética, como uma importante forma de desenvolvimento projetual. Quando fala que “o modelo adotado, aparentemente contraditório, provou ter sido o mais certo”, identifica-se uma grande preocupação do designer com o *complexus* dos fatos e, principalmente, com o aceite do diferente, relatando a importância da abrangente e ampla visão do conjunto, da mesma maneira como afirma Morin, em seus estudos sobre a totalidade. O designer deve compreender a dinâmica do Pensamento Complexo e indagar sobre o diferente, o subjetivo, o inovador para que possa se desenvolver verdadeiramente o design como uma profissão contemporânea na qual a criatividade é a mola mestra.

No início desta tese de doutoramento, acreditava-se que poderia analisar o processo projetual apenas sobre os níveis de Pensamento Simplificador e Complexo, entretanto, verificou-se que em muitos casos o processo projetual dos Irmãos Campana, nosso estudo de caso, não se encontrava nesses dois níveis, ele estava em um nível intermediário, entre o Pensamento Simplificador e o Complexo, o que se denominou “Relações Complexas”.

Essas Relações Complexas seriam o eixo de análise intermediário, ou seja, os caminhos “testes” que teceriam conjuntamente o Pensamento Simplificador e o Complexo.

Analisar o processo projetual do design a partir do eixo denominado de Relações Complexas faz com que o Pensamento Complexo aproxime-se de nossa realidade, tornando-se experiência para o desenvolvimento de processos projetuais totalizantes.

Esse eixo de análise denominado como Relações Complexas tem como base os questionamentos, as dúvidas, as incompatibilidades e as discordâncias, apontando para um futuro com base num Pensamento Complexo, de grande incerteza e de difícil mensuração. Entretanto, ainda está distante dessa forma de pensar que se propõe a tratar com a totalidade, com a incerteza e que é capaz de conceber a organização.

Mesmo tendo os Irmãos Campana como estudo de caso, fez-se necessário nessa tese estabelecer trechos de aproximação entre a arquitetura, a moda e o design para entender o todo complexo refletido no design brasileiro.

A partir da identificação e de análises sobre as Relações Complexas atuais, enfatizando o processo projetual sobre o design, é possível apontar alguns importantes exemplos para este trabalho. Atualmente, cidades como Milão, na Itália, e Dubai, nos Emirados Árabes, tornaram-se roteiros de desejo de consumo turístico de grupos-elitizados de todo mundo, assim como os objetos de design do egípcio Karin Rashid e da arquitetura da iraquiana Zara Hadid.

Nesses casos, o consumo encontra-se em pequenos grupos homogêneos-virtualizados-elitizados espalhados pelo mundo, contudo, já se observa um tecer em conjunto a partir de Relações Complexas que indicam tentativas, mesmo que preliminares, de uma heterogeneidade que tenta transbordar sobre os muros desse grupo homogêneo.

Arquitetos, designers e estilistas que já criaram para importantes marcas elitizadas começam a abrir o leque de suas criações para outros produtos e marcas mais “populares”, visando, sem dúvida, à consolidação de suas imagens e a novas possibilidades de lucro. Isso, ao mesmo tempo, não deixa de ser dúbio, pois demonstra que o campo de atuação do designer é amplo e impreciso, ou seja, não é uma atuação fechada. Por exemplo, a arquiteta Zaha Hadid, ao mesmo tempo em que projeta uma edificação de grande porte, projeta também uma sandália de plástico, com estética comuns. Isso pode ser tratado como um processo de massificação da estética de Zaha Hadid, como também pode ser considerado como um indicador de que o processo criativo é ilimitado.

Essa questão foi identificada no caso da empresa brasileira de calçados Grendene, detentora da marca Melissa (calçados plásticos), que se associou a grandes nomes, nacionais e internacionais, para desenvolver o design e principalmente a marca deles em seus produtos. A Grendene firmou parcerias com o designer egípcio Karim Rashid, com os irmãos Campana e com os stylists britânicos J. Maskrey e Judy Blame, assim como a estilista britânica Vivienne Westwood e a arquiteta iraquiana Zaha Hadid.

Formas e marcas antes desejadas e consumidas apenas por uma elite mundial específica (global) agora podem ser desejadas e consumidas por uma população em massa no Brasil (local). É importante salientar que a esses produtos populares são inseridas imagens, formas e marcas que criam um capital simbólico, assim, elevando seus preços.

As Relações Complexas que envolvem a arquitetura, a moda e o design, como se observa no caso dos sapatos Melissa, evidenciam a dificuldade de explicar ou esclarecer esse tecer em conjunto que, no caso, envolve o capitalismo, a globalização, a virtualização, a cultura, a forma, a marca, entre tantos outros fatores.

Não se deve pensar separadamente o global e o local. Na contemporaneidade, a ideia de pensamento universal foi praticamente substituída pelas ideias de heterogeneidade, de diversidade e de pluralismo.

Estudando as estruturas contemporâneas que analisam as questões pós-modernas, pode-se observar uma grande aproximação com a estrutura do Pensamento Complexo, principalmente pelo pluralismo, pela totalidade e pela tolerância à diversidade.

Nesse nosso atual momento virtual/informacional, em que a globalização torna-se um dos principais componentes, compreender o eixo de análise denominado Relações Complexas torna-se necessário para refletir sobre os diversos e possíveis caminhos que as estratégias capitalistas e as questões globais e locais nos impõem.

Deve-se pensar nesse nosso atual momento global a partir da aceitação das diferenças, assim, possibilitando o desenvolvimento das reflexões sobre as contradições e, principalmente, compreendendo que nada se opõe, mas tudo se complementa em um universo dessemelhante e inconstante. Essas são as premissas para as bases das Relações Complexas, que respeitam até mesmo uma forma de pensar simplificadora, mas que não é fechada em si mesma.

Nessas reflexões contemporâneas, embasadas por Relações Complexas, é importante observar fatores como a rejeição às metanarrativas, que são interpretações teóricas de larga escala pretensamente de aplicação universal, muito utilizadas pelo modernismo. As metanarrativas são como um Pensamento Simplificador que evidencia um modelo universal e não possibilita a aceitação das particularidades, das diferenças e das singularidades. É o que se chama de discurso hegemônico, formado por grupos intitulados de “formadores de opinião”.

Nesse trabalho de doutoramento, a utilização de métodos que debatessem a produção e o consumo da imagem de singular no turismo facilitou a compreensão e o desenvolvimento de análises para outras áreas que tratem do mesmo assunto. No turismo, o uso da imagem de singular transformada em espetáculo de consumo é mais facilmente diagnosticado devido ao uso contínuo da publicidade e propaganda. Quando se trata da captura e uso da imagem, a dinâmica capitalista de consumo é, em geral, a mesma para todos os produtos, inclusive para as pessoas. O que muda são os objetos de estudo: turismo, design, moda, arquitetura, urbanismo, paisagens naturais, sociedade, espaço, entre outros.

Em muitos casos, a imagem agregada aos produtos propõe a venda da peculiaridade e/ou precariedades de grupos sociais como sendo um produto exótico e excêntrico. Há uma procura, principalmente pelas empresas pela apropriação de “locais” considerados exóticos e excêntricos, para a produção de uma imagem “diferente” que será agregada a um produto determinado.

As Relações Complexas que envolvem o design, a arquitetura, o urbanismo e a moda possuem diversas ramificações e podem produzir inúmeras reflexões e pesquisas. Todavia, para essa pesquisa de doutoramento, enfocou-se nos designers brasileiros Irmãos Campana como principal estudo de caso, analisando principalmente a apropriação da imagem singular das favelas brasileiras como base para o processo projetual de produtos de design, e essa análise gerou diversos questionamentos e, felizmente, poucas conclusões.

No caso do produto de design Cadeira Favela, dos irmãos Campana, verificou-se que uma dinâmica capitalista contemporânea usa da imagem da "favela" para produzir uma forma singular que se agrega a um objeto tornando-o único. Isso tem sido um elemento de apropriação da reprodução da vida, em que a imagem da precariedade, dos excluídos, dos

necessitados, dos moradores de rua, dos catadores de papel, pode criar imagens e formas singulares com riqueza estética e exotismo e, conseqüentemente, trazer bons lucros as empresas.

A apropriação do barraco de favela como uma imagem diferente construiu um “marco de distinção” sobre o design dos objetos. É importante compreender que esse marco de distinção produziu um “capital simbólico” que propiciou criar uma renda de monopólio para os designers que detêm a patente do produto, mesmo sendo um produto que se originou de uma estética pública, produzida por comunidades carentes. Cabe aqui analisar o que ganha ou se beneficia com essa população, com a apropriação dessa imagem. Seria uma questão de pagamento de “Royalties” a tal comunidade.

Analisando somente sob a ótica do Pensamento Simplificador capitalista do mercado global, pode-se observar que a criação do produto de design Cadeira Favela, dos Irmãos Campana, visa ao consumo e ao lucro por meio da criação da “imagem do diferente”, não tendo aparentemente nenhuma preocupação com os problemas sociais e habitacionais das favelas, nem remunerando ou beneficiando essas populações pela apropriação da imagem da favela.

Todavia, analisando sob o eixo de análise das Relações Complexas, que não visa necessariamente a compreensão do todo e seus reflexos sobre a sociedade e o espaço, pode-se questionar: porque um designer no seu processo projetual ou na produção e confecção do seu produto tem que, obrigatoriamente, resolver ou pelo menos propor resolver problemas socioambientais e não pode simplesmente se apropriar de formas e materiais para produzir o seu objeto.

Entretanto, se analisar de forma mais aprofundada a partir de um Pensamento Complexo, e não apenas com base num Pensamento Simplificador ou das Relações Complexas, pode-se afirmar que essa apropriação do espaço urbano da favela feita pelos designers é uma apropriação “inadequada”. Inadequada porque nada retorna aos favelados, não tem nenhum retorno econômico ou social positivo à população do local. É apenas a apropriação da forma irregular e precária das habitações subnormais e construções dos barracos para a produção de uma imagem que tem como objetivo aumentar o consumo de um determinado produto, e não se tem uma visão da problemática como um todo. O social

é visto como excêntrico, é usado e excluído ao mesmo tempo, causando uma relação dúbia, na qual o comércio é visto como o todo.

Os Campana deixam claro seus interesses com a liberdade da apropriação da forma como alimento para o processo de criação. Relatam que do caos procura poesia, isso deixa claro que estão no estágio das Relações Complexas. Superaram em parte o Pensamento Simplificador, entretanto ainda não alcançaram o desenvolvimento proposto pelo Pensamento Complexo.

Neste momento, todos os profissionais envolvidos com processo de criação deveriam refletir sobre o futuro do design. O design é mais do que uma ferramenta com base num Pensamento Simplificador que (re)produz apenas formas diferentes para suprir as exigências de inovação solicitadas pelo mercado capitalista mundial. Essa profissão pode e deve ser transdisciplinar e questionar os caminhos tomados pelos profissionais que se baseiam somente num Pensamento Simplificador que visa apenas o desenvolvimento das estratégias capitalistas de lucro, ou apenas parte do todo. Mesmo no campo da investigação científica, entre eles o design, a hiperespecialização é considerada o atributo principal da ciência atual.

Esse seria apenas o primeiro passo para superar algumas questões que envolvem o Pensamento Simplificador e aproximar outros profissionais do nível intermediário das Relações Complexas.

Mesmo sabendo que, ainda, a maioria dos designers estão longe de entender a riqueza de um Pensamento Complexo para o desenvolvimento do design contemporâneo, as reflexões sobre os pensamentos contraditórios são essenciais para o constante desenvolvimento do design.

Verifica-se durante a pesquisa que a palavra complexidade exprime confusão, incerteza para determinar, esclarecer e definir. A complexidade recusa deixar-se definir imediata e certamente de maneira simples.

A complexidade em muitos casos se reconhece pelos traços negativos evidenciados principalmente pela incerteza e, também, pelos traços positivos direcionados pelo tecido comum em que se ligam o um e o múltiplo, o universal e o singular, a ordem e a desordem.

Como se pode verificar, o complexo propõe um diálogo contínuo entre certezas e incertezas, entre o separável e o inseparável, porém, respeitando os princípios da lógica clássica de identidade, de não contradição, de dedução.

Diferente do Pensamento Simplificador e da parcialidade do eixo das Relações Complexas, Morin deixa evidente que a intenção do Pensamento Complexo não é de excluir os princípios da ciência clássica de ordem, separabilidade e lógica, mas, sim, compreender seus limites e propor integrá-los em uma nova dinâmica mais complexa. A complexidade demonstra que o todo é menor ou maior que a soma das partes. É justamente nesta interconectividade entre as partes que se encontram as Relações Complexas.

É importante compreender que as verdades aparecem nas ambiguidades e em uma aparente confusão e que os fenômenos apresentam um número incalculável de interações/inter-relações. Na ciência clássica, observa-se uma soberania explicativa absoluta sobre a ordem, e no Pensamento Complexo, percebe-se a conexão antagônica, porém complementar, entre a ordem, a desordem e a organização.

Essas incertezas e a questão da ordem e desordem, assim como da transdisciplinaridade, são imprescindíveis para que os profissionais relacionados aos processos de criação repensem suas direções. Esses profissionais devem contribuir efetivamente e não superficialmente com os problemas ambientais, sociais, espaciais, econômicos e culturais, dentre outros encontrados no processo criativo, desde que isso não seja uma exigência, e sim uma opção. A ser seguida. A criação sempre será um processo livre, mas deve também ser um processo crítico.

Os arquitetos e designers podem (re)pensar o design a partir de um Pensamento Complexo que visa a diversidade e a transdisciplinaridade, que devem ser evidenciados para observar as outras formas de se ver e entender o mundo. Essa atitude poderá contribuir para a melhoria da qualidade de vida das pessoas.

Esta pesquisa foi realizada e motivada a partir de uma busca pelo entendimento mais profundo das relações entre a teoria e a prática envolvendo as teorias sobre a complexidade e o processo projetual dos irmãos Campana. A adoção do método de investigação teórico nos levou a inserir um capítulo específico referente ao Pensamento Complexo e seus sete saberes e apontar a possibilidade de conexões diretas com a vida e as

obras dos Campana, na busca de um maior entendimento do todo complexo. A investigação teórica/prática permitiu visualizar a organização do pensamento dos designers, mostrando que eles superaram algumas questões acerca do Pensamento Simplificador, que estão estabelecidos nas Relações Complexas e que podem chegar num Pensamento Complexo que contribua ainda mais com os seus processos projetuais.

É importante compreender que não se pode analisar o design apenas como um ramo do saber do conhecimento ou uma disciplina; ele se envolve no que se chama de transdisciplinaridade. Transdisciplinaridade não significa apenas disciplinas que colaboram entre si em determinados projetos com conhecimentos em comum, mas significa, também, que há um modo de pensar organizador que pode atravessar as disciplinas, e que pode proporcionar uma unidade. Pensar Complexamente é pensar o todo e as partes, bem como as conexões entre estas.

O conhecimento do Pensamento Complexo não se limita simplesmente sobre as análises da ciência, mas, também, sobre a profundidade do conhecimento que existe nas artes, na literatura, na poesia, no urbanismo, na economia e entre outras formas.

Para compreender esse Pensamento Complexo que evidencia o *Demens*, a incerteza, a transdisciplinaridade e a imperfeição e sua integração com o processo projetual dos designers Irmãos Campana, é necessário entender os operadores da complexidade que são as bases estruturadoras desse pensamento. Primeiro, o operador dialógico que tem como base juntar coisas que estavam separadas; o segundo é o operador recursivo que faz circular a causa e o efeito e o efeito sobre a causa; e o terceiro é o operador hologramático que traz a ideia de totalidade.

Com base nos operadores da complexidade, Edgar Morin desenvolveu os sete saberes necessários para o desenvolvimento do Pensamento Complexo.

O 1º Saber está relacionado ao erro e à ilusão – este saber diz respeito à ideia de erro, ou seja, é necessário integrar os erros nas concepções para que o conhecimento avance. Segundo Humberto e Fernando Campana, o erro é um dos principais itens que alimentam os seus processos de criação. A apropriação das formas irregulares da construção dos barracos de favela para a produção de objetos de luxo como a Cadeira Favela pode ser considerado um aprendizado sobre o erro. Seja o erro de construção dos

barracos de favela, da imperfeição da forma, ou o erro de saber que nada foi feito pelos favelados. O erro faz pensar e refletir sobre nossos atos, e de certa forma estimula a dúvida e a incerteza que deixa acesa a chama da criação.

O 2º Saber diz respeito ao conhecimento pertinente – este saber, que trata sobre o conhecimento pertinente, vai na contramão da ideia de fragmentação. Não é preciso aniquilar a ideia fragmentada da disciplina, mas rearticular a ideia da disciplina em outros contextos. Em muitos casos, como nas artes e nas ciências, já se aceita o pensamento pertinente de uma maneira muito tranquila. No caso das artes, por exemplo, pode-se verificar que Fernando (Arquiteto e Urbanista) e Humberto (Advogado) são considerados designers, enfatizando uma rearticulação de disciplinas. No caso dos Campana, verifica-se que necessitam ter um entendimento maior para o desenvolvimento de seu saber específico, nesse caso, o design. O conhecimento pertinente seria basicamente uma ideia defendida contra a fragmentação, entretanto, fica a dúvida se um arquiteto ou um advogado pode ser denominado como designer. Essa problemática traz uma reflexão sobre o que é design e, principalmente, a preocupação com a banalização do termo.

O 3º Saber é responsável por ensinar a condição humana. Este saber diz respeito ao reaprendizado da nossa própria condição, que está expressa superlativamente na ideia dos *sapiensdemens*. No caso dos Campana, o *demens* (louco, descomedido) é salientado na irracionalidade e na necessidade de encontrar a beleza da forma no caos, como, por exemplo, nas favelas. Isso nos leva a repensar e reaprender que o homem também é natural, físico, psíquico, mítico, imaginário, e não só razão.

O ensinar a condição humana, no caso de Humberto Campana, mostra que não se deve ser só razão, deve-se também ser um pouco louco (*demens*) e principalmente não se deve ser perfeito a todo momento, a imperfeição e a loucura fazem parte do desenvolvimento humano. O homem esconde seus erros, suas ansiedades, seus desconfortos procurando sempre a perfeição, que nada mais é do que um modelo criado com base em determinados interesses.

O 4º Saber está relacionado a ensinar a identidade terrena – Este saber está diretamente ligado à ideia de sustentabilidade. Fernando e Humberto Campana sabem usar a sustentabilidade como uma grande aliada para a produção de seus objetos de design. A

reutilização ou uma nova função para produtos como cordas, mangueiras, ralos, entre outros são de suma importância para o desenvolvimento de seus processos projetuais.

Pode-se observar que a preocupação dos designers vai além da produção. Possuem um sólido conhecimento do que seja sustentabilidade e exploram este conceito tão valorizado pelo mercado capitalista global.

A sustentabilidade enfatiza uma preocupação com o “nascer-viver-morrer” do produto, ou seja, seu projeto, sua produção, seu uso e seu descarte.

O 5º Saber refere-se ao enfrentamento das incertezas – deve-se compreender e admitir a ideia da incerteza. O conhecimento científico nunca é um produtor absoluto de certeza, e ele deve ser sempre “atormentado” pela ideia da incerteza que faz a ciência evoluir, a partir de novos questionamentos. No caso das artes, a incerteza é um propulsor para o seu desenvolvimento. Fernando e Humberto trabalham com a experimentação para a produção de seus objetos. Esta experimentação é o desenvolvimento de uma incerteza.

O 6º Saber: ensinar a compreensão – pode-se/deve-se estender a ideia da compreensão dizendo que o planeta também precisa de mais compreensão. Hoje, olhando para o planeta Terra, nossa terra pátria, pode-se verificar que o que o caracteriza é a incompreensão por todas as partes, seja política, ideológica e/ou econômica.

Os Campana tentam ensinar essa compreensão quando fazem a ligação entre economia, sociologia, estudos ambientais, marketing, sem medo de serem criticados por isso. Provavelmente esse ensinar a compreender está inserido na questão de entender e aceitar o diferente.

Os designers colocam a incompreensão sobre a suas formas de projetar, momento em que muitos questionam se eles são artistas ou designers. Verifica-se durante a pesquisa que alguns de seus objetos de design são feitos no ateliê de forma artesanal e outros são produzidos pela italiana Edra. Acredita-se que essa questão entre artesanal e design deve ser repensada, porque no caso dos Campana eles são as duas coisas ao mesmo tempo. É importante salientar que em muitos casos, os objetos dos Campana são considerados obra de arte, expostos em museus.

O 7º e último saber trata da ética do gênero humano – esse saber, no caso dos Campana, é evidenciado na imagem “ética” forte da mãe que, provavelmente, é o que

estrutura até hoje os designers, principalmente quando dizem sobre inconformismo com regras, escapar de moldes rígidos ou de loucura no sentido de liberação, e principalmente sobre os ensinamentos que instigavam a ver beleza ao redor e apreciar as sutilezas das coisas. Este é um puro Pensamento Complexo e pode-se observar que este pensamento vem desde o início da vida dos designers, pela educação da mãe.

É importante salientar que o Pensamento Complexo não tem como objetivo a ruptura de uma forma de pensar em outra e nem de criar metodologias, e sim métodos não rígidos, pelo contrário, flexíveis e abertos a incerteza e a mudança que ajudem no desenvolvimento e complementação na forma de pensar.

Para concluir esta pesquisa, gostaria de apontar duas questões que chamaram a atenção durante a visita ao ateliê Campana. A primeira, com relação à questão ordem e organização dentro do espaço de criação e produção dos designers. A organização dos estímulos do processo projetual deles surge da liberdade de “brincar” e testar novas formas e materiais dentro de um espaço sem restrições, sem controle, sem medo de errar e principalmente sem ordens preestabelecidas.

Analisando a questão da ordem, desordem e organização dentro do ateliê Campana a partir do olhar das Relações Complexas, aponta-se que pensar de forma organizacional é o caminho que leva a compreender que a organização não se resume a alguns princípios de ordem, a algumas leis. A organização precisa de um Pensamento Complexo elaborado para perceber a relação complementar/antagônica entre as relações de ordem/desordem/organização.

As ideias aparecem nas ambiguidades e em uma aparente confusão. Os fenômenos apresentam um número incalculável de interações e inter-relações.

A segunda questão que chamou a atenção na visita ao Ateliê no Bairro de Santa Cecília, em São Paulo, foi a relação do entorno com o processo projetual dos Campana. Através de imagens, aponta-se que as inspirações vieram das formas, cores e texturas da vida cotidiana presente no entorno do ateliê da dupla, evidenciando a riqueza da dinâmica dos materiais e das formas que estimulam o processo projetual dos Campana.

Nas Relações Complexas, deve-se transgredir aos limites da abstração universalista que elimina a singularidade, a localidade e a temporalidade. Pensar na singularidade com a localidade, com a temporalidade, para nunca esquecer as totalidades integradoras.

O observador/conceptor deve integrar na sua observação e concepção. Introduzir o sujeito humano culturalmente, sociologicamente e historicamente em seus processos criativos.

As análises sobre o Pensamento Simplificador, Relações Complexas e Pensamento Complexos não se esgotam e embora exista independência entre o discurso teórico e o prático, as análises têm discurso transdisciplinares e totalizantes. Ainda que se constatem diferenças entre o Pensamento Simplificador e o Complexo, admite-se continuidade e relações dialéticas entre elas, ou seja, o simples não sumiu, está presente com o complexo.

É importante compreender que a complexidade está na origem das teorias científicas, incluindo as teorias mais simplificadoras, e que a dialógica (duas lógicas/dois princípios) estão unidos sem que a dualidade se perca nessa unidade.

A ciência se fundamenta na dialógica entre:

Imaginação X Verificação – Empirismo X Realismo.

A dialógica é a eliminação da dificuldade do combate ao real.

A tarefa do cientista não é propriamente simplificar o real, mas torná-lo inteligível.

Certamente há inúmeras interpretações e outras variantes a serem analisadas nas ricas e diversificadas obras que envolvem o *complexus* e o processo projetual de Fernando e Humberto Campana, entretanto, conclui-se aqui o desenvolvimento da tese, pois acredita-se que foram alcançados os objetivos a que esta pesquisa se propôs.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS*

ANTONGIOVANNI, L. **Alguns nexos entre a atividade publicitária e o território brasileiro**. In: SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. **O Brasil: Território e Sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2001. p. 401.

ARANTES, O. **Urbanismo em Fim de Linha e Outros Estudos Sobre o Colapso da Modernização Arquitetônica**. São Paulo: Edusp, 1998.

_____. **O lugar da Arquitetura Depois dos Modernos**. São Paulo: Edusp, 1995.

_____. **Mário Pedrosa: Itinerário Crítico**. São Paulo: Página Aberta, 1991.

_____. **Uma estratégia fatal: a cultura nas novas gestões urbanas**. In: _____.; VAINER, C. B.; MARICATO, E. (Org.). **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 11-74.

BAUDRILLARD, J. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

BAUMAN, Z. **O mal estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

_____. **Vidas Desperdiçadas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

_____. **Modernidade e Ambivalência**. Jorge Zahar Editor. Rio de Janeiro, 1999.

BENKO, G. **Economia Espaço e Globalização na aurora do século XXI**. 3. ed. São Paulo: Hucitec/Annablume, 2002.

BOURDIEU, P. **Contrafogos: táticas para enfrentar a invasão neoliberal**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

_____.; WACQUANT, L. **La nouvelle vulgate planétaire**. 5. ed. Paris: Le Monde diplomatique, maio 2000. p. 6-7.

BOURDIN, A. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

CAMPANA, H; CAMPANA, F. **Cartas a um jovem designer - Do manual à indústria, a transfusão dos Campana**. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2009.

CANCLINI, N. G. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983

CAPRA, F. **A ciência de Leonardo da Vinci: um mergulho profundo na mente do grande gênio da renascença**. Tradução Bruno Costa. São Paulo: Cultrix, 2008.

_____. **A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos**. São Paulo: Cultrix, 1996.

* Baseadas na norma NBR 6023, de 2002, da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

_____. **As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável.** Tradução Marcelo Brandão Cipolla. São Paulo: Cultrix, 2002.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede. A Era da Informação.** São Paulo: Paz e Terra, 1999. vol. I.

_____. **La Ciudad Informacional: Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional.** Madrid: Alianza Editorial, 1995. (original em inglês, 1989).

CHIARELLI, T. **Entre o design e a arte: Irmãos Campana.** Acervo do MAM. São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo – MAM, 2000.

CORRÊA, R. L. **O espaço urbano.** 3. ed. São Paulo: Ática, 1995.

COSTA, C. Z. **Além das formas: introdução ao pensamento contemporâneo no design, nas artes e na arquitetura.** São Paulo: Annablume, 2010.

CUNHA, F. C. da. **A proteção legal do design: propriedade industrial.** 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2000.

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

DORFLER, G. **O design industrial e a sua estética.** 2. ed. Lisboa: Presença, 1978.

DORMER, P. **Os significados do design moderno: a caminho do século XXI.** Lisboa: Centro Português de Design, 1995.

ESCOREL, A. L. **O efeito multiplicador do design.** 2. ed. São Paulo: Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC, 2000.

ESTRADA, M. H. **Campanas,** São Paulo: Bookmark, 2003.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de Consumo e Pós-modernismo.** São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERRARA, L. D. **Design em Espaços.** São Paulo: Rosari, 2002.

FRASCARA, J. **El Poder de la imagen - reflexiones sobre comunicación visual.** Buenos Aires: Ediciones Infinito, 1999.

FLORIO, A. M. T. **Os princípios orgânicos na obra de Frank Lloyd Wright: uma abordagem gráfica de exemplares residenciais.** 2008. 351 f. Dissertação (Mestrado em Artes) - UNICAMP, Campinas, São Paulo, 2008.

GLEICK, J. **Caos: criação de uma nova ciência.** Rio de Janeiro: Campus, 1989.

_____. **Acelerado: a velocidade da vida moderna: o desafio de lidar com o tempo.** Tradução Cristiana de Assis Serra. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

HABERMAS, J. **O discurso filosófico da modernidade** São Paulo: Martins Fontes, São Paulo, 2002.

- _____. Teoría de la acción comunicativa. Racionalidad de la acción y racionalización social. Tomo I. Madrid: Taurus, 1988.
- HARVEY, D. **Condição Pós-Moderna**. 7. ed. São Paulo: Loyola, 1989.
- _____. Produção capitalista do espaço. São Paulo: Annablume, 2001.
- _____. Espaços de esperança. São Paulo: Loyola, 2004.
- _____. Do gerenciamento ao empreendedorismo: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio. In: Espaço & Debates. São Paulo: Annablume, n. 39, p. 48-64, 1996.
- HAUG, W. F. **Crítica de estética da mercadoria**. São Paulo: UNESP, 1996.
- HELLER, A; FEHÉR, F. **A condição política pós-moderna**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.
- JAMESON, F. **Modernidade Singular: Ensaio sobre a ontologia do presente**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.
- LASH, S. **Sociología del posmodernismo**. Buenos Aires: Amorrortu, 1997.
- _____; URRY, J. **Economias de signos y espacio: sobre o capitalismo de la posorganización**. Buenos Aires: Amorrortu, 1998.
- LATOURETTE, B. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica**. Tradução Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: 34, 1994.
- LEFÈBVRE, H. **Introdução à Modernidade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1969.
- LIPIETZ, A. **Audácia: uma alternativa para o século 21**. São Paulo: Nobel, 1991.
- LOBACH, B. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Blucher, 2001.
- MAGALHÃES, A. **O que o desenho industrial pode fazer pelo país?** Por uma nova conceituação e uma ética do desenho industrial no Brasil. In: Arcos vol. 1, n. único, p. 9 -12, 1998. (Texto extraído de palestra ministrada por Aloísio Magalhães, 1977).
- MORAES, D. de. **Limites do design**. 2. ed. São Paulo: Studio Nobel, 1999.
- MORIN, E.; MOIGNE, J. L. Le. **A inteligência da complexidade**. São Paulo: Petrópolis, 2000.
- MORIN, E. **La tête bien faite. Repenser la réforme - Réformer la pensée**. Collection "L'Histoire Immediate". Paris: Éditions du Seuil, 1999. p.18.
- _____. O método 6 - Ética. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- _____. Estrelas: Mito e Sedução no Cinema. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
- _____. O Método 3: o Conhecimento do Conhecimento. Porto Alegre: Sulina, 1999.
- _____. Os Sete Saberes Necessários à Educação do Futuro. São Paulo: Cortez, 2003.
- _____. A Religação dos Saberes. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

- _____. *Cultura de Massas no Século XX: Necrose*. vol. 2. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.
- _____. *Cultura de Massas no Século XX: Necrose*. vol. 1. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.
- _____. *X da Questão: o Sujeito à Flor da Pele*. Porto Alegre: Artmed, 2003
- _____. *O Método 2: a Vida da Vida*. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- _____. *O Desafio do Século XXI: Religar os Conhecimentos*. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.
- _____. *Meus Demônios*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.
- _____. *Reformar o Pensamento*. Lisboa: Instituto Piaget, 2002.
- _____. *As duas globalizações – Complexidade e comunicação, uma pedagogia do presente*. SILVA, J. M. da. (Org). Porto Alegre: Sulina, 2001.
- _____. *Introdução ao pensamento complexo*. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- NORMAN, D. A. *La psicología de los objetos cotidianos*. Madrid: Nerea, 1990.
- OLIVEIRA, A.P. *Turismo é desenvolvimento*. São Paulo: Atlas, 2000.
- OURIQUES, H. R. *A produção do Turismo: fetichismo e dependência*. Campinas: Alínea, 2005.
- RABELLOTTI, R. *Is there an “Industrial District Model”? Footwear Districts in Italy and Mexico Compared*. Oxford: World Development. vol. 23, No. 1, p.29-41, 1995.
- SALLES, C. A. *Gesto Inacabado – Processo de Criação Artística*. 3. ed. São Paulo: Annablume, 2007.
- SANTOS, M. C. L. dos. *Móvel moderno no Brasil*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- SANTOS, M. A. dos. *O espaço dividido - os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos*. Tradução Myrna T. Rego Viana. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979. (Original em francês, 1978).
- SANTOS, M. *Metamorfoses do Espaço Habitado*. São Paulo: Hucitec, 1988.
- _____. *Técnica, Espaço e Tempo - Globalização e Meio Técnico - Científico – Informacional*. São Paulo: Hucitec, 1994.
- _____. *Globalização e Fragmentação*. São Paulo: Hucitec, 1994.
- _____. *Globalização e Geografia: A Compartimentação do Espaço*. In: Caderno Prudentino de Geografia nº 18, v. 1, jul. 1996.
- _____. *Por uma Economia Política da Cidade*. In: **Por uma Economia Política da Cidade - O caso de São Paulo**. São Paulo: Hucitec, 1994.
- _____. *Espaço e Método*. 4. ed. São Paulo: Nobel, 1997.
- _____. *A Natureza do Espaço: Técnico e Tempo. Razão e Emoção*. São Paulo: Hucitec, 1996.

_____. O Espaço do Cidadão. 1. ed. São Paulo: Edusp, 1987.

_____; SOUZA, M. A.; SILVEIRA, M. L. (Org). **Território, Globalização e Fragmentação**. São Paulo: Hucitec-Anpur, 1994.

SEN, A. **Sobre Ética e Economia**, São Paulo: Companhia da Letras, 1999.

_____. Desigualdade Reexaminada. Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. Desenvolvimento como Liberdade, São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

SEVERIANO, M. de F. V. **Narcisismo e publicidade: uma análise psicossocial dos ideais do consumo na contemporaneidade**. São Paulo: Annablume, 2001.

SINGER, P. **Crise do "milagre": interpretação crítica da economia brasileira**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

SOUZA, C. F. *et. al.* **Irmãos Campana** – A importância da matéria prima no design. 2004. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). PRIOSTE, M.; SOMMA, N. Jr.(Orientadores). Curso – Design Digital. Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, SP, 2004.

TEIXEIRA, J. de A. **Materiais & Design**. Curitiba: Cefet-Pr, 1999.

VENTURI, R. **Complexidade e contradição em arquitetura**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

_____; BROWN. D. S.; IZENOUR, S. **Aprendendo com Las Vegas: o simbolismo (esquecido) da forma arquitetônica**. Tradutor Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

Periódicos:

MONTANA, J. **De onde vem a tendência?** Revista Móveis de Valor, Curitiba, ano 2, n. 13, p.50-51, jun. 2002.

PEREIRA, P. **O consumo do prazer**. Revista Época, São Paulo, p. 70-71, 5 jan. 2004.

Vídeo:

EDGAR Morin. Direção: Edgard de Assis Carvalho. São Paulo: Paulus, 2006. 1 DVD.

SEMINÁRIO Internacional de Design – Brasil Design Diversidade Negócios. Painel I – Design com cara brasileira pluralidade que dá certo. Palestra ministrada por Fernando e Humberto Campana. Hotel Unique, São Paulo: Iniciativa SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, dez. 2002. 1 DVD.