

coleção cadernos de pesquisa

**novas linguagens,  
novas tecnologias**



Centro Cultural São Paulo

Coleção Cadernos de Pesquisa

**novaslinguagens,**  
**novastecnologias**

1

organizadora

Andréa Andira leite



*Centro Cultural São Paulo*

São Paulo, 2008

copyright ccsp @ 2008

Fotografia de Capa / *João Mussolin*

Centro Cultural São Paulo

Rua Vergueiro, 1.000

01504-000 - Paraíso - São Paulo - SP

Tel: 11 33833438

<http://www.centrocultural.sp.gov.br>

Todos os direitos reservados. É proibido qualquer reprodução para fins comerciais. É obrigatório a citação dos créditos no uso para fins culturais.

---

Prefeitura do Município de São Paulo	<i>Gilberto Kassab</i>
Secretaria Municipal de Cultura	<i>Carlos Augusto Calil</i>
Centro Cultural São Paulo	<i>Martin Grossmann</i>
Divisão de Informação e Comunicação	<i>Durval Lara</i>
Gerência de Projetos	<i>Alessandra Meleiro</i>
Idealização	<i>Divisão de Pesquisas/IDART</i>
Revisão	<i>Luzia Bonifácio</i>
Diagramação	<i>Lica Keunecke</i>
Capa	<i>Solange Azevedo</i>
Publicação site	<i>Marcia Marani</i>
Organizadora	<i>Andréa Andira Leite</i>

---

N936

Novas linguagens, novas tecnologias [recurso eletrônico] / organizadora Andréa Andira Leite - São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2007.

80 p. em PDF - (Cadernos de pesquisa; v. 18)

ISBN 978-85-86196-29-4

Material disponível na Divisão de Acervos: Documentação e Conservação do Centro Cultural São Paulo.

1. Meios de comunicação de Massa - Inovações tecnológicas 2. Inovações tecnológicas I. Leite, Andréa Andira, org. II. Série.

CDD 302.23

**:: AGRADECIMENTOS**

Agnes Zuliani

Lúcia Maciel Barbosa de Oliveira

Vera Achatkin

Walter Tadeu Hardt de Siqueira

## :: PREFÁCIO

A “Coleção cadernos de pesquisa” é composta por fascículos produzidos pelos pesquisadores da Divisão de Pesquisas do Centro Cultural São Paulo, que sucedeu o Centro de Pesquisas sobre Arte Brasileira Contemporânea do antigo Idart (Departamento de Informação e Documentação Artística). Como parte das comemorações dos 30 anos do Idart, as Equipes Técnicas de Pesquisa e o Arquivo Multimeios elaboraram vinte fascículos, que agora são publicados no site do CCSP. A Coleção apresenta uma rica diversidade temática, de acordo com a especificidade de cada Equipe em sua área de pesquisa – cinema, desenho industrial/ artes gráficas, teatro, televisão, fotografia, música – e acaba por refletir a heterogeneidade das fontes documentais armazenadas no Arquivo Multimeios do Idart.

É importante destacar que a atual gestão prioriza a manutenção da tradição de pesquisa que caracteriza o Centro Cultural desde sua criação, ao estimular o espírito de pesquisa nas atividades de todas as divisões. Programação, ação, mediação e acesso cultural, conservação e documentação, tornam-se, assim, vetores indissociáveis.

Alguns fascículos trazem depoimentos de profissionais referenciais nas áreas em que estão inseridos, seguindo um roteiro em que a trajetória pessoal insere-se no contexto histórico. Outros fascículos são estruturados a partir da transcrição de debates que ocorreram no CCSP. Esta forma de registro - que cria uma memória documental a partir de depoimentos pessoais - compunha uma prática do antigo Idart.

Os pesquisadores tiveram a preocupação de registrar e refletir sobre certas vertentes da produção artística brasileira. Tomemos alguns exemplos: o pesquisador André Gatti mapeia e identifica as principais tendências que caracterizaram o desenvolvimento da exibição comercial na cidade de São Paulo em “A exibição cinematográfica: ontem, hoje e amanhã”. Mostra o novo painel da exibição brasileira contemporânea

enfocando o surgimento de alguns novos circuitos e as perspectivas futuras das salas de exibição.

Já “A criação gráfica 70/90: um olhar sobre três décadas”, de Márcia Denser e Márcia Marani traz ênfase na criação gráfica como o setor que realiza a identidade corporativa e o projeto editorial. Há transcrição de depoimentos de 10 significativos designers brasileiros, em que a experiência pessoal é inserida no universo da criação gráfica.

“A evolução do design de mobília no Brasil (mobília brasileira contemporânea)”, de Cláudia Bianchi, Marcos Cartum e Maria Lydia Fiammingui trata da trajetória do desenho industrial brasileiro a partir da década de 1950, enfocando as particularidades da evolução do design de móvel no Brasil.

A evolução de novos materiais, linguagens e tecnologias também encontra-se em “Novas linguagens, novas tecnologias”, organizado por Andréa Andira Leite, que traça um panorama das tendências do design brasileiro das últimas duas décadas.

“Caderno Seminário Dramaturgia”, de Ana Rebouças traz a transcrição do “Seminário interações, interferências e transformações: a prática da dramaturgia” realizado no CCSP, enfocando questões relacionadas ao desenvolvimento da dramaturgia brasileira contemporânea. Procurando suprir a carência de divulgação do trabalho de grupos de teatro infantil e jovem da década de 80, “Um pouquinho do teatro infantil”, organizado por Maria José de Almeida Battaglia, traz o resultado de uma pesquisa documental realizada no Arquivo Multimeios.

A documentação fotográfica, que constituiu uma prática sistemática das equipes de pesquisa do Idart durante os anos de sua existência, é evidenciada no fascículo organizado por Marta Regina Paolicchi, “Fotografia: Fredi Kleemann”, que registrou importantes momentos da cena teatral brasileira.

Na área de música, um panorama da composição contemporânea e da música nova brasileira é revelado em “Música Contemporânea I” e

“Música Contemporânea II” – que traz depoimentos dos compositores Flô Menezes, Edson Zampronha, Sílvio Ferraz, Mário Ficarelli e Marcos Câmara. Já “Tributos Música Brasileira” presta homenagem a personalidades que contribuíram para a música paulistana, trazendo transcrições de entrevistas com a folclorista Oneyda Alvarenga, com o compositor Camargo Guarnieri e com a compositora Lina Pires de Campos.

Esperamos com a publicação dos e-books “Coleção cadernos de pesquisa”, no site do CCSP, democratizar o acesso a parte de seu rico acervo, utilizando a mídia digital como um poderoso canal de extroversão, e caminhando no sentido de estruturar um centro virtual de referência cultural e artística. Dessa forma, a iniciativa está em consonância com a atual concepção do CCSP, que prioriza a interdisciplinaridade, a comunicação entre as divisões e equipes, a integração de pesquisa na esfera do trabalho curatorial e a difusão de nosso acervo de forma ampla.

Martin Grossmann  
Diretor

## :: APRESENTAÇÃO

A Equipe de Artes Gráficas e Desenho Industrial tem como objetivo traçar um panorama das tendências do design brasileiro das últimas décadas, que se inicia nos anos 70, com a criação do IDART. Nossa meta é atualizar a documentação da produção da área explorando seus vários segmentos, enfocando o contemporâneo e o histórico e, mais do que isso, refletir sobre a transição tecnológica tanto do design gráfico como do desenho industrial e a aproximação entre designers e artesãos.

Nesta proposta, a primeira pesquisa realizada foi *A Criação Gráfica 70/90 – Um olhar sobre três décadas*, que traçou um painel histórico representativo da produção gráfica das décadas de 70, 80 e 90, analisando, em profundidade, o processo criativo de seus produtores e revelando, através de seleção de obras, o imaginário característico do espírito da época.

O caderno *Novas Linguagens, Novas Tecnologias* é resultado do projeto que abordou as novas configurações do design de produtos, mais especificamente dos novos materiais, linguagens e tecnologias. A democratização do computador pessoal, a preocupação com o meio ambiente e a inserção de comunidades carentes na fatura do artesanato mesclado à tecnologia de ponta são características apresentadas por esta série de depoimentos de profissionais que utilizam suportes diferenciados e utilizam mecanismos inovadores para as demandas da sociedade que se sofisticou. Neste cenário, há espaço também para o design não serializado, como aquele realizado pelos irmãos Campana - sempre citado pelos entrevistados – bem como para o design voltado para o cidadão comum.

Estes depoimentos foram realizados entre os anos de 2001 e 2003. Dentre os convidados estão **Ethel Leon**, jornalista especializada em design, curadora da mostra *Singular e Plural*, realizada no Instituto Tomie Ohtake e co-curadora da mostra *Brasil Design: convivência de extremos*, evento apresentado na Alemanha durante a Copa do Mundo de 2006; **Fernando Jaeger**, designer de móveis que realizou importantes trabalhos com as ONGs *Aldeia do Futuro*, de São Paulo e *Coopa-roca*, do Rio de Janeiro; **Marili Brandão**, curadora do *Brasil Faz Design*, evento realizado em São Paulo e em Milão e **Nido Campolongo**, designer especializado em móveis, revestimentos e objetos feitos de papel, que participou, entre outros, da montagem da exposição *Brincadeira de Papel*, realizada no Sesc Belenzinho.

## :: ETHEL LEON

Ethel Leon escreve sobre design para veículos como revista *Arc Design*, jornal *Valor Econômico*, portal *Vitruvius* e outros. Edita a revista bilingüe *Design Belas Artes*, colabora em revistas internacionais, como a francesa *Beaux-Arts* e a italiana *Intern*. Foi curadora da exposição Singular e Plural, no Instituto Tomie Ohtake, da exposição Metais e Luzes do Brasil, na Bienal Internacional de St. Etienne, em 2004; da mostra Ornamentos do Corpo e do Espaço, no Instituto Tomie Ohtake, em 2005, e co-curadora (com Kiko Farkas e Felipe Taborda) da mostra Brasil Convivência de Extremos -- Designmai, Berlim, em 2006. É professora de história do design na Faculdade de Campinas e autora do livro *Design Brasileiro, Quem Fez Quem Faz*, Rio de Janeiro, Senac Rio/Viana Mosley, 2005.

## :: Início da carreira

Nasci em Petrópolis, no Rio de Janeiro. Sou formada em comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Minha carreira em jornalismo – sempre na área cultural -- começou há mais de 25 anos, nos *Diários Associados*. Trabalhei muito em imprensa alternativa – *Opinião*, *Em Tempo*. Em São Paulo, meu primeiro trabalho foi na revista *Arte Hoje*, da Editora Globo. Como jornalista da área de design, comecei no *Leia Livros*, jornal de literatura, em São Paulo.

## :: Enzo Mari<sup>1</sup> e a V Bienal Internacional de Arquitetura e Design<sup>2</sup>

Quando recebi o convite para ser curadora de design da V Bienal Internacional de Arquitetura e Design, tive uma grande preocupação em conceituar design. Infelizmente, a gente vive uma situação, acho que mundial e especialmente aqui no Brasil, de grande indefinição sobre o que é design. Existem múltiplas definições. Minha primeira preocupação foi chamar dois expoentes do design internacional para que a discussão sobre o conceito de design se explicitasse. Um deles foi o Enzo Mari, italiano,

1 Artista e designer de renome mundial, dedica-se tanto à pesquisa quanto à prática do design. Com projetos em indústrias como Friade, Olivetti, Alessi, Ideal Standart, Thonet e Muji, entre outras, tem seu trabalho reconhecido pelos cerca de 40 prêmios que lhe foram concedidos, inclusive o *Compasso d'Oro* (1967, 1979, 1987 e 2001).

2 Fundação Bienal de São Paulo. De 14 de setembro a 02 de novembro de 2003.

que concebe a atividade de designer como a de um artista renascentista. Sua idéia de design é criar formas que dialoguem com a alta cultura universal, intervindo nas relações de produção, ou seja, é o papel de desalienar as relações de trabalho via design. Ele trabalha com uma certa perspectiva, muito microcômica. De outro lado, eu tinha convidado um designer japonês, o Kenji Ekuan, titular de um grande escritório de design mundial, o GK Design. A embalagem de shoyu, que todo mundo conhece, é de autoria do seu escritório. Assim como várias motos Yamaha e inúmeras intervenções públicas de grande porte no Japão. É uma outra visão de design. É o design como gestão, é o design intervindo na indústria de outra maneira, trabalhando para grandes indústrias. O Mari sempre trabalha com pequenas fábricas. Portanto, minha preocupação em trazer os dois foi justamente confrontar ambas as visões de design para que as demais exposições da bienal, cujo tema era Metrôpoles, pudessem se desenrolar, mas com essa base conceitual discutida.

Comecei a me perguntar o que o design tem a ver com a metrópole. E fui atrás de algumas discussões sobre o tema. Uma delas, com a qual estamos vivendo de maneira bastante acentuada no Brasil, agora mesmo, em São Paulo, é a dos móveis urbanos. Existem 3, 4, 5 empresas no mundo que confeccionam móveis urbanos subsidiados pela publicidade. Na verdade, os móveis urbanos pouco importam. O que importa é que eles são suportes para a publicidade. Estive, em março, num congresso de design em Lisboa (USERS Design), cidade que tem uma identidade muito forte. Em alguns lugares, olhava para as ruas e não sabia onde estava. Acho que o design que historicamente vem sendo construído como uma disciplina que produz sentido, acaba sendo usado, hoje, em função da dominação dos oligopólios, como criador de não sentido. O mobiliário urbano, suporte para a mesma cadeia de publicidade mundial, é um modo de transformar as cidades num “não lugar”, conforme a clássica definição de Marc Augé. Ou seja, você está em algum lugar e não sabe mais onde está, você perde a referência, a identidade, e esse é um problema muito sério. A cidade é uma cidade de fluxos, com espaços fechados, e mesmo os móveis de serviço urbano são elementos publicitários. (No Brasil, é mais grave, pois são raras as cidades que oferecem mapas ou outras informações nos abrigos de ônibus.) Era uma questão central que eu queria que as exposições de design da bienal respondessem. Havia uma

série de projetos, alguns exatamente nessa direção, como as grandes empresas de mobiliário urbano, e outras justamente se opondo, fazendo frente a essa dominação, digamos, de perda da identidade das cidades e do loteamento de seus espaços públicos.

## **:: A saída da curadoria de design da V Bienal**

Saí porque a presidência da Fundação Bienal começou a caracterizar minha atuação e a atuação de toda a bienal como uma feira. Os arquitetos começaram a ser cobrados para expor. Como eu era a única curadora de design, me sentia muito mal porque queria trazer os convidados às exposições pelo seu valor cultural, pela importância da discussão que mencionei. Na verdade, a bienal tinha uma idéia: *Design vai ser ótimo porque você vai chamar as empresas e as empresas vão pagar para entrar aqui, não importa o que vêem, importa é que paguem*. Isso começou a acontecer de uma maneira difícil, eu não sabia como agir. Pensei: *É a primeira vez que a bienal de arquitetura chama uma curadora de design*. Para mim, era uma responsabilidade muito grande começar uma atuação de design na bienal tão machucada por interesses tão imediatos. Cheguei a propor para eles: *Se nós não temos orçamento, vamos desistir dessas grandes exposições e fazer uma coisa só, uma coisa boa, uma coisa crítica, não vamos tentar abarcar...* Mas não era isso o que eles queriam. Pensavam fazer algo significativo, que trouxesse dividendos. Eu não acho que o papel de uma bienal seja esse. Até sugeri à presidência que fizesse uma feira industrial. Não vejo mal nenhum. A discussão do design no mundo ocorre em 1851, com a grande exposição de Londres. Portanto, uma feira industrial tem um papel também cultural importante a cumprir. Fingir que está fazendo uma bienal, quando, na verdade, se trata de uma feira industrial -- com essa concepção, inclusive com stands pagos --, achei uma traição à idéia da bienal, cuja tradição é se realizar de dois em dois anos, que não é o caso da bienal de arquitetura. A idéia da bienal é justamente pôr em discussão os avanços, as disputas de poder, as diversas visões sobre arquitetura e design que vêm se desenrolando no mundo. Esse é o papel da bienal. Um certo *aggiornamento*, uma certa atualização do debate cultural.

Eu estava muito feliz e muito honrada, muito mesmo. Trabalhei como louca, doze horas por dia, durante cinco meses. Virei o mundo sem

verba. Aliás, não recebi, a bienal não me pagou. Fiz uma coluna vertebral interessante, mas quando vi o predomínio da visão comercial camuflada de cultural, pedi demissão.

Eu sei que a bienal terá duas exposições de design. Uma delas eu tinha convidado, era a exposição chamada Matéria, que vi na Bienal de Design de St. Etienne, no ano passado (2002). Existe uma muito parecida em Nova York. É uma instituição que pesquisa novos materiais para arquitetura e para design. Achei que era importante trazer para os arquitetos e designers terem acesso. A gente tem pouca oportunidade de ver esse tipo de trabalho, e pensei que valia a pena. A outra, que acabei acertando com a embaixada suíça, é uma exposição que já existe, itinerante, uma retrospectiva do design suíço. As duas, que eu já havia confirmado, parece que vêm. O segmento do design era muito grande. Tinha duas coisas que eu estava absolutamente encantada em fazer. Uma, era um vídeo. A idéia: o que é desenho industrial e o que é design, pegar a transformação da disciplina e do próprio objeto de estudo, o design, de meados do século XIX até hoje, um roteiro no qual estava trabalhando. A outra, uma idéia absolutamente genial do arquiteto Michel Gorski, de São Paulo: o vídeo *O Fim do Design*. Nós íamos pegar esses móveis bacanas de escritórios -- esses móveis que, na hora que você vai comprar, tem uma vendedora que fala de ergonomia, de prossêmica, de todas essas disciplinas acessórias do design para vender um móvel que custa um monte de dinheiro e que vai se degradando e chega à rua, onde é usado, por exemplo, por guardas de segurança -- e fazer uma brincadeira em torno da questão do uso do móvel e da sua longevidade, da sua apropriação.

## **:: Publicações sobre design**

Comecei a escrever sobre design fora de publicações de design. Quando trabalhava no *Leia Livros*, me interessei muito pelas capas dos livros e comecei a pesquisar e fazer matéria sobre o assunto. Fiquei completamente encantada e percebi que não havia espaço na imprensa para esse tipo de questão. O *Leia Livros* publicou. A revista *Projeto* tinha um caderno de design que depois se transformou na revista chamada *Design & Interiores*. Fui convidada para fazer uma matéria sobre o François Burkhard, grande teórico do design, ex-diretor do Centro de Criação Industrial do Beaubourg, que estava visitando o Brasil e queria levar uma exposição

grande do Burle Marx para a França. Como falo francês, fui entrevistá-lo. Eu não tinha a menor idéia de quem era ele nem do que tratavam as teorias de design. Para mim, design era alguma coisa ligada à Bauhaus, tinha uma idéia muito primitiva, muito rasa. Tive de ler muito, estudar e me encantei com o assunto. Fiz a entrevista e depois fui contratada pelo Vicente Wissenbach, dono da *Pró Editores*, onde trabalhei durante anos, o que foi uma grande escola para mim porque a revista era nova. O Vicente, além de editor, tem uma livraria no Museu da Casa Brasileira. É uma pessoa absolutamente incrível, que dava uma liberdade enorme e estimulava para que produzíssemos e inventássemos coisas na revista, que fôssemos a fundo. Tinha uma visão muito orgânica da publicação dada sua experiência com a revista *Projeto*. Ele incentivava para que a redação da *Design & Interiores* tivesse também esse vínculo muito estreito com o mundo do design, completamente diferente do que ocorre numa revista profissional, em que você faz as matérias e não se envolve com questões da comunidade, com questões corporativas, com debates estéticos dentro da profissão. Nós éramos muito incentivados a fazer isso. Ele tem um papel fantástico na construção da imprensa profissional de arquitetura e de design no Brasil. Com ele, adquiri uma base impressionante que hoje me ajuda na academia (estou fazendo mestrado na FAU/USP – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo), onde vejo grandes lacunas. O pensamento em design no Brasil é muito incipiente, é muito precário. Tem poucas pessoas fazendo. As pessoas desconhecem, inclusive, uma base empírica grande. Quem teve essa escola na revista *Projeto*, na *Design & Interiores*, nas revistas do grupo do Vicente Wissenbach, conseguiu outro patamar de formação. É o caso do Hugo Segawa, da Ruth Verde Zein, da Leda Brandão, da Cecília Rodrigues dos Santos, do Guilherme Mazza, todos “formados” pela *Projeto*. A gente construiu um patamar muito grande de informação, uma massa de informação, uma massa empírica, muito difícil de se conseguir trabalhando em outra publicação.

Acho a *Design Gráfico* uma revista muito ruim porque confunde o que é truque de computador com o que é design gráfico. O próprio desenho gráfico dela é lamentável. Vivemos hoje no mundo da cultura, no mundo do design; isso é muito forte porque vivemos numa espécie de vale-tudo, em que as pessoas aprendem muito pouco, sabem muito pouco de teoria, sabem muito pouco de história. A revista confunde muito o que é fazer

imediatamente, o que é absorção de programas de computador, o que é serviço de micro e uma formação mais sólida em design gráfico.

Tem também a *Arc Design*, da Maria Helena Estrada, para a qual escrevo de vez em quando. A Maria Helena é uma heroína por conseguir manter a revista nas condições brasileiras, pois pouca gente lê uma revista como essa, e há poucos anunciantes. Quando você visita o Salão do Móvel de Milão, ao chegar, você entrega seu cartão pessoal e recebe enorme quantidade de material editorial, lindos cromos, pastas de releases completíssimos. Então, é muito fácil e muito mais barato você fazer uma revista aqui com um belíssimo material estrangeiro. No Brasil, há pouca verba para pesquisas. As pessoas dizem: *A Arc Design é uma revista italiana*. Eu acho que também tem o viés da própria editora, da Maria Helena, que teve formação do design italiano da segunda metade do século XX para cá e acabou escolhendo esse perfil para a revista. Mas tem a facilidade a que me referi da própria produção internacional.

## **:: O trabalho como curadora**

A primeira experiência -- nem posso chamar de curadoria porque foi muitos anos atrás -- foi em 94/95. Houve um convite para a revista *Projeto* organizar uma mostra de design em Buenos Aires. Era um momento em que se estava investindo muito no Mercosul, e a idéia era, em vez de arquitetura, mostrar produtos. Eu e a Leda Brandão, que é arquiteta e escreve sobre arquitetura, fomos designadas para montar a mostra, que acabou ficando bonita não sei como, talvez por milagre, porque nós levamos o que foi possível. Me lembro que havia móveis do Niemeyer, embalagens recentes, e nós acabamos fazendo o layout, pois não havia projeto cênico. Criamos um percurso interessante. Foi a primeira experiência.

Meu trabalho de curadora pra valer foi quando o Ricardo Ohtake, do Instituto Tomie Ohtake, prestes a inaugurar, me chamou. *A gente queria fazer uma retrospectiva de 50 anos do design brasileiro para daqui a três meses, e eu queria te confiar*. Respondi: *Você está louco, imagina. Até logo*. Depois, fiquei pensando: *Espera aí. Será que não dá? Será que isso não é um desafio bom pra eu enfrentar?* Liguei de novo: *Ricardo, eu aceito a loucura*. Foi bárbaro, acho que aproveitei todos os meus anos de cronista, de levantar histórias. Na *Design & Interiores* e depois na revista *Belas Artes*, eu sempre tentei recuperar os perfis de antigos designers. Tem

trajetórias que espero um dia sejam estudadas a sério. Uma delas é a autora da belíssima marca dessa casa, a Emilie Chamie.<sup>3</sup>

Fiz um perfil da Emilie, que, na época, estava no esquecimento, ninguém falava dela. Considero a Emilie um dos expoentes do grupo que saiu do Instituto de Arte Contemporânea do Masp junto com o Wollner, que todo mundo conhece porque ele tem uma prática de mostrar o que faz. A Emilie, uma pessoa mais recolhida, as pessoas não conhecem, os jovens não conhecem, os estudantes não conhecem. Ela tem um trabalho impressionante, monumental. A meu ver, dessa geração é o melhor expoente, à frente, muito à frente. Nessas revistas, sempre fui atrás daqueles com quem eu brincava, chamava de pioneiros: Ruben Martins, Michel Arnault, Cauduro & Martino, Zanine Caldas, Manoel Coelho, Estella Aronis, Jorge Zalszupin, Eugenio Hirsch, Livio Edmondo Levi, Milly Teperman, Pietro Bardi (que fundou a primeira escola de design do Brasil, o Instituto de Arte Contemporânea, em 1951), Charles Bosworth (representante do Raymond Loewy em São Paulo). São trajetórias que levantei, que ajudei a registrar. Hoje em dia, não acho que sejam pioneiros, mudei, percebo que os pioneiros estão lá para trás mesmo. Tem toda a investigação em torno do Eliseu Visconti, como designer, toda a investigação em torno dos primeiros gráficos. O Ricardo Ohtake até fala disso: “design antes do design”. Eu chamo de design mesmo, que é o projeto para a indústria gráfica, por exemplo. Ainda tem muita coisa para ser investigada. A gente começa a ver vestígios. Dependendo da visão, da definição que você assume em design, obviamente, você vai ver, até no projeto do Gregori Warchavchik, dos primeiros modernistas, essa busca utopizante. Não importa se não havia indústria, queria se provar um modelo de projeto para a indústria, e eu faço isso de qualquer jeito. Se você olhar a história da indústria italiana do pós-segunda guerra, é quase a mesma coisa. Não havia indústria, não havia máquina, não havia nada. Havia a vontade das pessoas de fazer alguma coisa muito boa. E acabou acontecendo.

---

3 Emilie Chamie (Líbano, 1927, Brasil, 2000), formada pelo Instituto de Arte Contemporânea do Masp, no início da década de 1950, integrou a geração de artistas gráficos que introduziu e modernizou, no Brasil, as técnicas e processos de criatividade em comunicação visual. Reconhecida internacionalmente, conquistou diversos prêmios por seus trabalhos intimamente ligados às manifestações artístico-culturais brasileiras. Dentre eles, o de melhor artista gráfica pelo design do livro *Mitopoemas Yānomam* e melhor espetáculo de dança por *Bolero*.

A experiência no Instituto Tomie Ohtake, Singular e Plural, em 2001, foi um exercício impressionante. O catálogo foi feito antes da gente conseguir as peças. Foi uma grande loucura, mas percebi que todo esse tempo -- quinze anos de crônica, o exercício diário de fazer a crônica do design brasileiro com esses perfis, que eu chamava de pioneiros, dos antigos -- me deu uma base razoável para fazer esse levantamento. Não o acho completo, mas na ausência de outro sobre design brasileiro, está bastante razoável.

## **:: Características do design brasileiro**

Estou convencida de que o mundo inteiro vive algumas questões muito graves em relação ao design. Vamos pensar assim: o que foram as primeiras experiências em design? O Enzo Mari é um representante. O design tinha uma proposta utópica de intervenção moral na indústria. Isso é o que marca. Estou dando aula de história do design e, outro dia, disse para os alunos: *Vocês se reconhecem nisso? Essa coisa de querer fazer a boa forma para todos?* Todo mundo se reconhece. Isso para mim tem duas origens: a européia, do William Morris, a visão utopizante, e a construção do próprio pragmatismo norte-americano, a idéia de bons produtos e bons serviços acessíveis a todos. Temos duas matrizes muito diferentes, mas com alguma coisa em comum; se olharmos pra trás, ela data da revolução francesa, da idéia de igualdade entre os homens e como essa igualdade foi vivida, inclusive de maneira não frugal. A visão da busca pela igualdade passa pelo acesso a bens materiais e não por uma certa frugalidade. Nossa idéia de democracia é que todos tenham acesso a tudo. Hoje, estamos vendo que não é possível ter acesso a tudo e estamos destruindo a Terra. Mas existe essa origem comum. A partir do pós-segunda guerra, o design se tornou um grande instrumento do marketing das empresas. Sob essa última onda de compressão de tempo e espaço, essa nova onda do capital, temos que tornar cada vez mais rapidamente obsoletos os produtos. E fazer as pessoas comprarem, abandonarem o que compraram com mais rapidez.

Quando se fala do artesanato, fico apavorada com o que se está fazendo de intervenção de design hoje. Os designers estão indo para as comunidades de artesanato -- há vários tipos de atuação -- e ensinam os artesãos a fazer coisas para o mercado. Hoje, o mercado quer isso aqui;

amanhã, não quer ver isso mais pela frente. Que base você está dando para essa comunidade de artesãos? Vejo, por exemplo, comunidades que não têm nada. Não seria mais útil que um designer ensinasse aquelas pessoas a fazer coisas para seu uso próprio? Roupas para elas, cadeiras para elas, mesas para elas. A crença de que o mercado global vai absorver é absolutamente falacioso, não vejo acontecer. Aliás, vi um caso relatado num encontro do qual participei há dois anos. Na Índia, orientou-se uma comunidade de artesãos a trabalhar no mercado global. Três meses se produziu, se produziu. Depois, ninguém mais, nenhuma loja européia queria os produtos porque houve uma infestação, eles começaram a ser copiados, e a comunidade ficou mais pobre do que era, uma grande confusão em relação ao seu próprio patrimônio cultural.

No caso do Fernando Jaeger e de outros designers, existe uma recuperação de técnicas artesanais. Por quê? Porque no Brasil, como em muitos lugares no mundo, os designers, para executarem seus projetos, têm de se tornar empreendedores. Por quê? Porque a indústria estava fechada. Então, o designer se volta para processos de mão-de-obra intensiva. É quase uma consequência natural de pequena escala de produção. Recuperar técnicas artesanais é um jeito, inclusive, de você se diferenciar da indústria e do que ela está propondo. É quase uma "consequência natural". Hoje, o design entra de mil maneiras malucas no nosso próprio parque industrial.

A Tramontina resolveu fazer móveis de jardim e chamou alguns designers italianos para desenharem as peças. Eu as vi: são absolutamente medíocres. Tenho certeza de que alguns de nossos designers fariam melhor, mas eles têm essa idéia da grife, do produto italiano. Hoje, o que acontece no mundo, na Inglaterra, na França, na Itália, na Espanha e na Alemanha, é que houve um boom de escolas de design, e esses países não estão vendendo design, eles estão vendendo designers. Se você olhar a atuação do consulado italiano, que traz escola de design para fazer dobradinha com escola brasileira ou com o Sebrae, o Centro Britânico, que promove o estudo dos designers... Houve um boom, e cada país desenvolveu uma política específica.

Na Inglaterra, nos anos de Margareth Thatcher, uma empresa contratava a fundo perdido um designer e o Estado pagava durante um, dois anos. A Margareth Thatcher, ideóloga do neoliberalismo, via no designer justamente

o mecanismo de fazer o giro cada vez mais rápido dos produtos no mercado. Era absolutamente consoante com o momento da indústria da Grã-Bretanha. Quando a política se implanta, abrem-se escolas de designers, e as escolas públicas abrem suas vagas. Uma quantidade absurda, milhões de jovens hoje se formam em design, mas não tem mercado de trabalho para tanta gente. Não tem. Isso é ilusório.

## **:: Prêmios e concursos**

Há dois anos, recebi um convite para participar de um prêmio da Abilux (*Prêmio Abilux Empresarial de Design*). Li a carta e o regulamento. Eu sou jornalista, minha profissão é essa, e o regulamento estabelecia: *O júri será composto por um membro do Programa Brasileiro de Design, um membro da escola técnica não sei das quantas, um membro de um programa de desenvolvimento sustentável de não sei onde...* e eu não me encaixava em nenhuma daquelas definições. Aproveitei a lacuna, esse erro da carta, e recusei o convite. Na verdade, não recusei por isso. Os prêmios dos concursos de design no Brasil são muito mal formulados. Há uma confusão que não acontece em outras áreas. É uma grande pergunta: por que acontece na área de design?

A confusão está justamente entre prêmio e concurso. Se você cria um prêmio literário, *Prêmio Nestlé de Literatura*, é óbvio que você vai premiar livros já editados. O *Troféu Jabuti* de literatura também é para tudo que foi editado, você sabe que quem escreveu aquele livro foi um Moacyr Scliar ou outro escritor, quem fez a capa foi fulano de tal. Você sabe tudo, o livro está publicado. Então, existe um prêmio, um reconhecimento posterior do que já está feito. Num concurso, ao contrário, você não sabe quem se inscreveu, pois ele exige alta confidencialidade. É um meio de estimular novas idéias, por isso tem de ser confidencial. A nova idéia está protegida, ainda não se sabe de quem é.

Em design, é um absurdo o que acontece no Brasil; os prêmios são concebidos meio como prêmios, meio como concursos, o que gera uma confusão do tamanho do mundo. O prêmio da Abilux chegou a esse extremo. Liguei para o presidente e disse: *O senhor me desculpe, não posso aceitar o convite porque não me encaixo no júri, sou jornalista.* Ele respondeu: *Não, não, não se preocupe, você dá uma passadinha lá, dá uma olhada nos produtos e dá uma nota. No fim do dia, alguém da organização soma a nota dos jurados*

*e dá uma nota final. É assim que se dá um prêmio. A gente não vai tomar seu tempo. Eu disse: Não, muito obrigada, assim é que eu não quero participar.*

A partir desse momento, senti que havíamos perdido qualquer referência e comecei a escrever sobre o assunto, me tornando uma chata em questão de prêmio e concurso. Por quê? Já participei de muito júri. As pessoas inscrevem um copo: foi o designer fulano que fez, foi a fábrica tal que desenvolveu, levou cinco anos para fazer o copo com essa espessura, esse pezinho aqui foi um problema, enfim, houve um investimento brutal. Esse copo concorre com uma dobra de papel de alguém que está com uma idéia a ser desenvolvida. E aí se julgam os dois com o mesmo parâmetro? Jamais, isso aqui é para um concurso, e eu não quero saber quem fez. É um projeto a ser desenvolvido, portanto, confidencial.

Os prêmios no Brasil exigem confidencialidade, o que é absurdo. Digamos que se está julgando o que um designer desenhou e o que foi fabricado pela Nadir Figueiredo. Na hora do julgamento, escondem o nome da empresa. Já vi casos em que as pessoas põem esparadrapo sobre o nome. Nós olhávamos: *Parece o da Nadir Figueiredo. Vamos tirar o esparadrapo para ver? O júri faz isso. Ou será que a gente está premiando uma cópia? Como é que a gente vai saber se está premiando uma cópia se a gente não souber exatamente quem projetou?* E depois, é como se o logotipo não fizesse parte do produto. O logotipo faz parte do produto, mas julga-se sem o logotipo. Existe uma deslealdade para com os dois porque se você olhar um projeto em estado embrionário -- o que seria uma idéia para um concurso -- e um produto no qual houve um grande investimento de ferramental, de pesquisa e tudo mais, você está jogando com dois pesos e duas medidas na mesma categoria, o que é totalmente errado.

Assim, muitas empresas deixam de inscrever seus produtos, e o prêmio baixa de qualidade. Os estudantes e os profissionais que se inscrevem como se estivessem se inscrevendo no concurso também são mal avaliados. Enfim, é uma situação promíscua que não adianta a ninguém, não serve a ninguém. É um desserviço ao design. Infelizmente, a maioria dos prêmios é assim, o do Museu da Casa Brasileira, esse da Abilux e outros.

Há cerca de um ano e meio, a Cia. Suzano me convidou para organizar um prêmio. Disseram: *A gente não sabe se é prêmio, se é concurso.* Expliquei: *Prêmio é isso, isso, isso; concurso é isso, isso, isso. O que vocês querem? Um prêmio, porque queremos atingir o profissional,* responderam. *Eu topo,*

*desde que vocês sigam as orientações, que não são minhas, não estou inventando nada. Isso tudo já foi exaustivamente debatido pelos fóruns internacionais de designers, o Icoграда. O mundo já tem uma definição, é tudo muito simples, uma coisa não se mistura com a outra. Se vocês toparem seguir as orientações, eu organizo o prêmio. A gente topa, foi a resposta.*

Para minha grande alegria, o *Prêmio Max Feffer* está na segunda edição e obedeceu rigorosamente a todos os requisitos. No ano passado, com cerca de 450 inscritos, foi um supersucesso. Neste, a Suzano foi bombardeada com e-mails de estudantes querendo participar. Eu disse: *Não, vamos fazer a coisa direito. Nada de estudante participar. Estudante não realizou trabalho profissional, não imprimiu; a gente não tem como misturar. Vamos fazer um concurso para estudantes, duas coisas separadas.*

É raro encontrar uma empresa que entende, que respeita e acata. A Suzano foi excelente. Estou muito contente pela iniciativa porque agora, pelo menos em design gráfico, tenho um parâmetro de como se organiza esse tipo de evento. Aos profissionais, digo sempre que nenhum deles deveria se inscrever em prêmios que fazem essa mistura.

## **:: A educação do olhar**

Nem o olhar do brasileiro nem o de qualquer outro foi educado para o design porque não há educação plástica, de forma geral. Hoje, a produção em design é qualquer coisa, uma perda enorme de referência, vale tudo. Mediei um debate um tempo atrás e acabei polemizando muito com uma designer que fez uma apresentação e no fim era “vale tudo”. Material, vale tudo? Em termos. Depende de como o plástico ou o ferro são usados. Não sou partidária de um material, mas tudo depende de como você constrói, depende de que bagagem tecnológica e cultural você está levando. O design é isso, é o encontro de tecnologia e cultura, de indústria e arte. Acho que a perda de referência no mundo, hoje, é muito grande em função dessa obsolescência cada vez mais rápida de certos padrões culturais.

Uma amiga me ligou e disse: *Ethel, liga a televisão, você não acredita.* Tinha uma propaganda, um poema do Tiago de Mello transformado em publicidade, uma coisa lamentável. Eu acho que quando a publicidade se esgota, cada vez mais se apropria do território da arte, do território crítico, e rapidamente ela esgota aqueles signos, então é preciso criar

outros, outros e outros. Você não tem mais referência. O que é bom? Sinceramente, tenho muita dificuldade. Hoje, levo muito mais tempo do que há quinze anos para decidir se um projeto é bom ou não. Preciso saber muito da história dele, muito da origem dele. Não é num mero olhar que você identifica como foi feito, que relações engendrou, de onde partiu. Não separo uma coisa da outra.

É muito difícil, por exemplo, imaginar todas as denúncias que existem contra a Nike sobre a exploração do trabalho infantil. Isso é antiprojeto. Acho que o design tem uma base ética. Eu soube de uma história recente que me deixou impressionadíssima, não sei se é desinformação minha. Alguém ouviu falar que a Nike tem um jeito de projetar calçados. Ela tem um monte de estudos antropométricos sobre os pés das pessoas. Para decidir cores e modelos, ela chama os filhos de diretores da empresa, crianças de cinco anos de idade, e pede que eles desenhem e escolham as cores. O desenho é scaneado e entra num programa que o decodifica e o separa em partes do tênis. Depois de aprovado pelo marketing da Nike, é distribuído em fábricas pelo mundo, os “locais de produção”, onde as pessoas são superexploradas e onde cada uma faz um pedacinho.

O que é isso, que idéia de projeto é essa? O design como projeto não é apenas um desenho. Num copo, estão expressas relações sociais, uma forma e uma relação de produção anterior. Se nos esquecermos disso, o design vira qualquer coisa. Tudo pode ser feito em nome desse ciclo, desse giro muito rápido de produção. Vivemos hoje um sério problema de falta de referência.

No Brasil, teríamos de fazer um grande esforço para voltar aos nossos mestres. O desenho de uma cadeira do Paulo Mendes da Rocha é um negócio fundamental. As pessoas precisam voltar a quem teve uma bagagem, quem entendia o projeto como um destino da ética e da estética, voltar para criar um campo de referência. Creio que o design brasileiro está tão perdido quanto o design no mundo.

## **:: O reconhecimento do design brasileiro no exterior**

Os Campana são muito festejados, muito reconhecidos. Toda vez que eu tive que expor um pouco de design do Brasil, a recepção foi sempre muito boa. As pessoas, às vezes, não acreditam em certas coisas. Um exemplo que eu sempre dou e de que gosto muito é a tesoura para destros e canhotos

da Zivi Hércules, projeto do José Carlos Bornancini e do Nelson Petzold. São dois aficionados, superestudiosos, vivem recebendo revistas com novos materiais, são assinantes de todos os boletins que a Nasa publica. São meio “professor Pardal”, pessoas muito preocupadas com a forma. A tesoura deles parte de um paradigma de tesoura no mundo, que são as Fiskars. Eles introduziram um anel de neoprene que facilita a pega e uma sinalização com cores. Antes desse modelo, eles desenvolveram a tesoura que todo mundo conhece, com o parafuso de plástico vermelho. A idéia do parafuso não metálico é brasileira, desenvolvida por eles, patenteada pela Hércules como brasileira, copiada no mundo inteiro, inclusive na China e na Alemanha. A Alemanha copiou, o que é raríssimo. Anos atrás, apresentei um panorama de design brasileiro para uma platéia grande e comentei: *Se eu dissesse para vocês que a Alemanha copiou do Brasil, ninguém iria acreditar.* Todo mundo riu.

Nós temos alguns expoentes, algumas pessoas muito sérias na indústria e como empreendedores, fazendo coisas muito boas, mas ainda há muito que realizar. Precisamos estudar, precisamos melhorar. Existe um grande descompasso entre a universidade e a prática profissional, pouca relação entre o fazer design e o que se pensa em design, pouca gente estudando, ou melhor, muita gente estudando, mas não o que interessa, existe uma precariedade muito grande mesmo, dentro da qual eu me incluo.

21

## **:: A constituição de um acervo em design**

Não sei se deve ser feito. O Centro Georges Pompidou, na época do Burkhard, enfrentou essa questão. Ele era contra. Porque é infundável. Less and More é uma exposição de design europeu organizada a partir do acervo do Fundo Nacional de Arte Contemporânea (Fnac) da França. Eles têm um acervo enorme e uma série de curadores que indicam o que comprar. É um fundo que ocupa vários prédios, enormes. Eles tiraram uma parte desse fundo e organizaram uma belíssima exposição de design, discutindo algumas questões bem interessantes sobre o design europeu contemporâneo.

No Brasil, primeiro, nós teríamos que registrar tudo. Hoje em dia, você registra e não precisa de espaço físico para guardar. Se me perguntassem o que eu escolho em São Paulo para comentar, o que é um bom projeto público, duas coisas me vêm à cabeça. Uma delas está na bienal, é o

metrô. Como é que você guarda o metrô? Você tem que documentá-lo de todas as maneiras possíveis. Duvido, mas espero que tenham feito isso. Documentar as etapas de construção dos vagões, a concepção das estações, o que é o material, os mapas, isso é design. E da mais alta qualidade.

Outra coisa são as esculturas lúdicas, os móveis de praça da Elvira de Almeida, arquiteta que infelizmente faleceu muito jovem, dois anos atrás. Algumas de suas esculturas estão no parque do Ibirapuera em estado lamentável. Ela tem trabalhos maravilhosos, um grande momento de design, que incorpora as questões do pós-uso, já que são peças feitas com sucata urbana. Como é que se guarda isso? Está em praça. Tem que se documentar ao máximo. Por sorte, a Elvira tem um livro muito bonito feito com os desenhos e as fotos dela, embora eu ache importante filmar, documentar o uso, como é que as crianças se relacionam com a arte. Documentar nossa produção gráfica, o que não é difícil.

O MIS (Museu da Imagem e do Som), há alguns anos, quando o Ricardo (Ohtake) era o diretor, começou a produzir sistematicamente exposições temáticas porque dava elementos para o museu ter um arquivo. Agora, em produto, creio que teria que estudar meses para dizer.

Eu posso falar dos problemas que tive. Tem uma produção que é de cerca de vinte anos, que, para conseguir, foi um inferno. São as latinhas de atum e de sardinha do Wollner, um clássico. A Coqueiro foi vendida para uma multinacional, e eu não consegui as latinhas. Minha idéia -- inclusive porque tinha uma discussão sobre o canônico e o não canônico no design brasileiro -- era fazer uma grande instalação. Eu queria uma parede inteira de latinhas de sardinha, mas não arranjei nenhuma. A empresa não liberou.

O centro de memória da Nestlé não sabia quem era o designer da embalagem do bombom Prestígio, outro clássico. Por quê? Porque não tem um centro de memória pensando em design. De algum jeito, um centro de documentação tem de se relacionar com os centros de memórias existentes. Não precisa ter acervos de geladeiras produzidas pela Brastemp porque a empresa tem um centro de memória, mas um centro de memória empresarial, que não cuida da parte de projeto, o que é importante para o acervo de design.

A embalagem do perfume Ânfora, do Boticário, não tinha autor. Fui atrás como louca. Visitei a fábrica que fez o projeto do perfume. Foi uma discussão do tamanho do mundo. Tem uma briga de autores, e seria necessária uma investigação “pente fino”, com muito tempo para levantar essas questões. Imagino que um centro de documentação poderia se relacionar em rede com outras instituições porque dificilmente você vai ter um arquivo de geladeira. Eu me pergunto: para que ter um arquivo de geladeiras? No meio da Oca, tem uma exposição de geladeiras<sup>4</sup> sem quem nem para quem. Está lá um fogão de um lado, do outro, uma geladeira. Do que adianta ver aquela geladeira, se, inclusive o público, não entende o que é o projeto de uma geladeira?

Um negócio que eu fiz questão e fiquei muito contente de ter conseguido foi uma geladeira produzida pela Brastemp, do grupo Brasmotor. Ela tem um V que vem da indústria automobilística usado para indicar a existência de um motor mais potente, o V8. Portanto, o detalhe migra da indústria automobilística para a indústria de geladeiras como atributo formal, uma decoração. Não tem sentido nenhum na geladeira, mas ela traz o V porque, tanto nos Estados Unidos quanto aqui, algumas fábricas que produzem motores para automóveis também produzem geladeiras. No Brasil, a Brasmotor começa a produzir o motor da Volkswagen. Como se vê, a estética industrial tem seus entrelaçamentos. Se você põe uma geladeira do lado da outra, você não está dizendo, não está garantindo para o público esse nível de informação. Que referência você cria nas pessoas, como é que elas lêem um produto industrial? Talvez um centro tivesse a preocupação de, mais do que fotografar, documentar uma base.

Descobri uma bateadeira produzida pela Walita que tem na sua decoração um motivo do Alvorada, o desenho do Niemeyer. Ela foi criada naquele momento, ela comemorava Brasília e foi produzida com esse emblema. A época de Brasília marcou profundamente nosso imaginário e chegou à indústria. Não foi só em capa de livro, em capa de disco, mas na produção industrial em larga escala, como na bateadeira. Portanto, é esse tipo de trabalho que precisa ser feito, não ficar só guardando coisas. No Brasil, é muito complicado. Na França, eles têm muito dinheiro para fazer, para ter lugar, para ter gente que cuide, que pesquise cada item. Aqui, imagino a precariedade com que vocês devem trabalhar, não é?

---

4 Mostra de design paralela à Bienal Brasileira de Design (junho de 2003).

## :: O universo acadêmico e a identidade brasileira

Sou autodidata em design. Sempre estudei de maneira completamente desconstruída e desregrada.

Hoje, sou mestranda da FAU/USP. Por quê da FAU? Porque eu reconheço no meu orientador, Julio Roberto Katinsky, o melhor pensador em design que o Brasil já teve. A gente tem poucos pensadores em design. O Julio é um, o mais importante deles, com uma visão construída de maneira muito solitária. É um grande crítico da Escola de Ulm (Alemanha), que deu o tom das nossas escolas de design a partir da ESDI (Escola Superior de Desenho Industrial). Ele se colocou à parte e construiu um pensamento original, muito sólido. A visão que ele tem hoje era a que mais poderia me ajudar. Por isso, escolhi a FAU. Em São Paulo, não se tem muita escolha.

Na área de artes gráficas, outro dos pensadores muito importantes, hoje, pela contribuição que ele dá ao Brasil, é o editor André Villas-Boas. Como eu, ele se formou em comunicação, em jornalismo e, diferentemente de mim, tornou-se designer. Eu nunca usei projetar nada na vida. Fez mestrado e doutorado onde estudei, a Escola de Comunicação do Rio de Janeiro. Seu doutorado -- *O Pensamento sobre o Design Gráfico do Brasil* -- é dos mais importantes que existem. É e não é um elogio. É um elogio porque nossa precariedade é tão grande, a gente tem tão pouca coisa escrita, tão pouca coisa pesquisada, que qualquer pessoa que se debruce sobre alguma coisa, você dá graças a Deus. O André se baseou nas premissas teóricas dos Estudos Culturais Ingleses e fez um trabalho impressionante. Lançou um livro recentemente, muito bom, fundamental para a discussão de identidade, intitulado *Identidade e Cultura*. A resenha que fiz para a revista da ADG<sup>5</sup> me deixou empolgadíssima porque ele consegue uma discussão que vem sempre à luz quando a gente discute design, a história da brasilidade, do design brasileiro, existe ou não identidade nacional. Estou absolutamente convencida de que essa não é a questão com a qual devemos perder tempo, não deve ser uma batalha. Concordo totalmente com o André: nós temos que fazer um design autônomo. Se nós fizermos design autonomamente, vamos acabar criando algumas referências brasileiras.

Autônomo que eu digo é, entre outras coisas, não copiar. Temos de ter condições de pesquisar de maneira ampla cada objeto, cada peça. Temos de nos referenciar no que de melhor existe na produção internacional

5 Associação dos Designers Gráficos.

e histórica, pelo menos da nossa formação ocidental. É essa a nossa referência, é o mundo da forma da Grécia, passando pelo renascimento italiano até hoje, e também pela Bauhaus. É esse o caminho. Essas são nossas principais referências de forma, e temos de fazer com toda a margem de liberdade. Não podemos fazer design pensando: *Nós temos que fazer parecido com... porque o Philippe Starck agora lançou a moda, então temos que retorcer uma cadeira*. Boa parte do que o Philippe faz tem muita razão de ser, é profunda, tanto em forma como em tecnologia. Infelizmente, porém, a leitura que se faz é superficial, uma leitura de estilema. Assim, você reconhece alguns estilemas Philippe Starck e passa a produzir, a projetar de acordo com eles. Na verdade, você não mergulha no que seria realmente a forma necessária ou a forma a que se chegaria pesquisando de maneira autônoma. Pesquisar de maneira autônoma significa utilizar nosso universo cultural também.

Ao pesquisar de forma autônoma, chegamos a uma produção brasileira não porque deliberadamente nós resolvemos fazer uma produção verde-amarela. Essa é a diferença. A gente pode ter uma produção brasileira se operarmos de maneira muito livre. O livre é o autônomo. Não é o vale-tudo, é procurarmos a melhor forma na nossa tradição ocidental. Usando nossos recursos, vamos acabar usando o nosso mundo, as nossas referências, inclusive o vernáculo brasileiro. Todavia, não devemos partir daí. Quem parte daí começa a usar peninhas de índio, a botar madeira de qualquer jeito no mobiliário.

Se nós pudermos projetar que seja um caderno de escola, se conseguirmos levar o máximo de autonomia para esse projeto -- existe uma mania de se querer que o design resolva todos os problemas do mundo e do Brasil --, levar o máximo de perspectiva, elevar o nível do projeto, conseguir a forma da mais alta qualidade e trabalhar com diferenças autônomas, seguramente estaremos contribuindo.

Dizem que o folclore é importante. Eu acho que nosso processo de urbanização foi devastador e rápido, e o folclore, geralmente, é associado a tradições rurais. A gente tem um momento autônomo de pensamento, que é o da arquitetura moderna brasileira, que tentou fazer o máximo com técnicas contemporâneas, que tentou traduzir as nossas necessidades de proteção do sol e dos nossos brises com recursos muito contemporâneos. Então, tenho um pouco de aflição dessa coisa do brasileiro folclórico.

Acabei de vir da Bahia. Lá, tem uma empreendedora, uma designer chamada Goya Lopes, que começou a trabalhar com motivos afro-brasileiros em uma estamperia manual, mas ela tem um empreendimento: treinou mulheres com o primeiro grau de instrução e está pesquisando e decompondo os elementos. O projeto dela agora é pegar todos os desenhos, que são assumidos na Bahia (folclóricos) por todo o mundo, decompor e estudar cada um deles, inclusive de maneira a tornar as próprias operárias da fábrica autônomas culturalmente, quer dizer, depositárias de um saber e capazes de instrumentalizar um saber de uma realidade que é muito comum na Bahia, que são esses motivos. Claro que ela apurou isso, é de muito bom gosto. Eu vejo o caso da Goya justamente como um exemplo bacaníssimo de uma designer que é empreendedora, e isso é fundamental no Brasil. O designer tem de virar empreendedor, tem de fazer suas coisas, não ficar esperando uma indústria. O jeito da Goya é maravilhoso, ela está buscando a melhor qualidade na forma. Ela vai intervir nas relações de produção, isto é, na fábrica que ela criou, de maneira a instrumentalizar as pessoas que trabalham com ela, a criar a partir de formas que elas entendam e decodifiquem. É possível. E o resultado é, provavelmente -- eu não tenho bagagem cultural para medir, mas vi os estudos delas -- uma gráfica, uma estamperia afro-brasileira com muito conteúdo. E ela não está partindo dos estilemas, do que é fácil.

Acho que essa idéia do bem acessível, do bem desenhado, possível a todos, ainda é uma utopia. A gente tem uma questão que ocorre no mundo inteiro. Com toda a beleza do jardim japonês, o Japão deve ser o maior produtor de kitsch de todo o planeta. Por quê? Porque o país tem uma população escolarizada -- não existem analfabetos --, mas que gosta do kitsch. Existe uma oferta de produtos belissimamente desenhados, mas a maioria da população japonesa prefere o kitsch, o profundo mau gosto. Sempre tivemos, no Brasil, medo de enfrentar a questão, mas é verdadeiro. Se as Casas Bahia vendessem um produto bem desenhado, ela não estaria já vendendo esse produto? Se um produto de design economiza material, é mais racional? Por que as Casas Bahia vendem o que vendem? Porque as pessoas gostam.

Tive uma experiência nesta cidade. Infelizmente, é uma questão que a gente não enfrenta, mas é preciso enfrentar: por onde passa o gosto das pessoas, o que informa o gosto das pessoas. O Enzo Mari, louco por facas, esteve em São Paulo. Eu tinha visto no escritório de um amigo

uma grande, uma belíssima espada, e ele fez propaganda: *É um cara aqui de São Paulo que produz o próprio aço. As facas são geniais.* Pego o Enzo Mari -- que tinha acabado de fazer um giro no Masp, encantado, feliz da vida de ver que a América Latina tinha um museu como esse -- e o levo para a Vila Mariana. O nome do fabricante das facas é Zacarov. Quando chegamos, morri de vergonha, não sabia o que fazer: as facas eram todas kitsch, o kitsch do kitsch. Os dourados, umas empunhaduras tentando reproduzir modelos históricos de maneira muito malfeita. O aço das facas tem uma excelente qualidade técnica, mas é só.

Nós enfrentamos pouco a questão do gosto. É engraçado porque, no Brasil, temos experiências boas. A empresa Hevea de utensílios plásticos teve um grupo de designers que fez produtos muito bem desenhados, de um apuro formal muito grande, vendidos em supermercado com grande sucesso. São exemplos que decolam. Entretanto, não podemos esquecer a questão do gosto. Como é que você educa o gosto? E, especialmente num país como o Brasil, como é que você educa as pessoas?

Fui visitar a exposição do Portinari e fiquei vendo as crianças de cinco anos de idade de uma escola. Sinceramente, preferia não levá-las para ver o Portinari porque elas acharam uma chatura. Os professores, o tipo de pergunta... Seria melhor fazerem outra coisa. Elas não têm maturidade, inclusive intelectual, para entender o que é um Portinari.

Como é que você educa o gosto? O que significa? Significa você conhecer a história da arte do mundo ocidental. Nós temos um campo de ruído de kitsch. Vivemos hoje o problema da superabundância de informação. Não se sabe mais o que é o quê, é muito difícil. A exposição da Tate tem coisas que eu olhei e disse: *Não, eu preciso pesquisar muito sobre tal artista.* Algumas coisas eram fáceis de reconhecer como de alta qualidade. Outras, olho e digo: *Não sei reconhecer, não sei ver isso aqui.* As exposições de arte contemporânea são muito difíceis de se verem. É preciso entrar no fio narrativo de cada artista.

Quando William Morris defendeu a forma, o nível alto da arte na produção industrial, defendeu também um socialismo utópico. A idéia dele é que a arte expressa valores coletivos. Em toda a nossa história ocidental, até o romantismo, a arte expressava valores coletivos. Hoje, não, o artista não expressa tais valores, nem o design. Então, é muito difícil nos reconhecermos em certos objetos, é muito difícil ter essa

noção do gosto apurado. Vejo isso por um lado. Por outro, existe um movimento econômico de concentração de renda, uma tendência de elitização absoluta. Convidei o Enzo Mari para conhecer os móveis da minha xará, a Etel Carmona. Alguns me agradam, os pequenos objetos; não gosto muito dos móveis, acho que falta desenho e sobra marcenaria nos móveis dela. Considero uma iniciativa muito importante. Ela está treinando meninos filhos de seringueiros e abriu uma fábrica no Acre. É uma coisa muito interessante seu trabalho. Quando entrei, há anos, na loja da Etel, fiquei chocadíssima. O puxador de um dos gaveteiros era de ouro maciço. Quem é que pode comprar um gaveteiro, e por que tem de ser ouro maciço? Graças a Deus, ela já abandonou. Se você pensar, num país como o nosso, quem é que pode? Uma parcela muito pequena, da qual eu tenho sérias desconfianças éticas e culturais. Quem pode comprar um móvel que tem ouro maciço ou é traficante ou é latifundiário. Esse ouro tem muito sangue humano. É algo que afronta. Hoje, é uma medida saneadora a proposta do design barato. Isso é importante.

Quando fiz a exposição no Tomie Ohtake, a minha grande preocupação foi arrebanhar os exemplos da indústria. Na mesma semana em que assumi o compromisso de fazer a curadoria, eu tinha deixado meu carro estacionado no Shopping Iguatemi para ir a uma reunião na Faria Lima. Voltei, atravessei o Iguatemi -- um certo cenário dos horrores -- e vi duas exposições que se diziam mostras de design. Eram produtos únicos, todos retorcidos. Foi nessa semana que eu assumi a curadoria do Tomie Ohtake. Falei: *Não quero nada retorcido, tudo aqui tem que indicar uma idéia, utópica que seja, do fazer industrial, do fazer acessível à maioria das pessoas. É essa idéia utópica que a exposição tem de ter. Vamos levar a forma porque acho que a idéia corrente de design é essa.*

## **:: O design e as empresas**

Durante muitos anos, eu achava e defendia a idéia de levar o design para empresários. Houve muitas iniciativas, e a gente começa a conhecer um pouquinho mais a fundo a empresa. Primeiro, ela tem de investir em design para valer, e não no faz-de-conta. Um monte de empresário brasileiro todo ano vai para o Salão do Móvel de Milão, fotografa tudo e quando chega aqui: *vamos fazer, a tendência agora é...* O faz-de-conta é assim: *eu tenho de ter uma identidadezinha, eu tenho de ter uma*

*marquinha*. O empresário que, realmente, investe em design tem algo mais: a perspectiva utopizante.

Conheço um empresário aqui em São Paulo, o dono da Gráficas Burti, o Luiz Carlos Burti, que tem essa perspectiva. Faz dez anos que ele investe numa linha de calendários. São maravilhosos. É um cara que, para construir uma empresa nova, em Itaquaquecetuba, chamou um arquiteto como João Figueiras Lima, o Lelé, que tem uma pesquisa e uma prática de pré-moldado, de arquitetura com base industrial. Ele quer a melhor gráfica e não tem medo, investe tudo que tem. Ele tem amor ao trabalho e não vê sua empresa como dois cifrões. Ele gosta do fazer gráfico.

Estou dando aula no curso de design da Facamp, em Campinas, e, de vez em quando, eu me perco porque a sinalização da estrada é muito ruim. Passo em frente a uma empresa chamada Equipesca e, toda vez, eu olho a marca do Wollner, a identidade é do Wollner. A empresa trabalhou também com o Karl Heinz Bergmiller e o Freddy Van Camp. O dono da Equipesca, o Heitor Manarini, gostava de arte construtiva brasileira, assim, ele se aproximou dos designers e resolveu fazer na sua empresa alguma coisa a mais. Ele morreu, o filho assumiu, e a empresa está perdendo todas essas características. Mantém a marca, mas só. Ela não tem mais o caráter vital, vamos dizer, utopizante, de querer que o design fosse algo que expressasse um grande amor à forma ou ao trabalho. Isso se perdeu.

Acompanho, há muitos anos, e já fui jurada três vezes, uma feira de móveis em Bento Gonçalves (RS). Quem instituiu o salão de design de lá foram dois designers -- desses batalhadores, que fazem as coisas acontecerem de qualquer maneira -- o Guilherme Fontanari e o José Merege. Antes, visitar a feira era um circo de horrores. A última que visitei, um ano e pouco atrás, mudou o patamar de produção e melhorou muito. Infelizmente, o caminho pelo qual o design foi introduzido é muito pela cópia, houve pouca autonomia projetual.

Quando você educa, não é só pelo consumo, mas, principalmente, pela produção. Se não se mexer também na base produtiva, se, simplesmente, pegar um projeto de fora e copiar porque é moda, vai mexer com algum padrão, mas é muito superficial, amanhã pode ser outro. Hoje, é um; amanhã, é outro. E continuamos sem referência, sem saber o que é bom porque aquela forma é adequada, porque ela é bela. Você não pega isso na mão, só pega quando você faz.

O Vicente Gil, designer gráfico muito bom, aboliu o computador. No

curso dele, os alunos têm que fazer na mão, cortando letra, colando. Ele dá um atendimento individual. Outro grande designer gráfico que eu admiro muito é o Pierre Bernard, fundador do famoso Atelier Grapus, em 1968, que depois se dividiu e agora se chama Atelier Graphique, em Paris. No curso que ele ministra na Escola ENSAD, simula panes de eletricidade para os alunos fazerem a mão porque dá destreza e domínio da técnica. O computador vai ser um instrumento de aferição do trabalho.

Existem pouquíssimos empresários com essa visão utópica, apaixonado por sua fábrica. O Burti é um, raro. Já o vi comprar uma máquina sem saber para quê de tão encantado que ele ficou. Gastou uma fortuna. Eu olhava e dizia: *Por que você compra? Ah! não, olha que linda!* ele respondia. As máquinas realmente são muito bonitas. No nosso mundo industrial, a maior beleza talvez esteja nas máquinas e não nos produtos. Imagine um empresário 'normal' fazendo isso. Ele estuda quanto vai ser o lucro naquela máquina para depois comprar. Aliás, 'ele' quase não existe mais. Hoje, as empresas são gerenciadas coletivamente e prestam contas a acionistas. Mesmo fazendo um trabalho pequeno, temos que fazer com muita paixão, acreditando, e da melhor maneira possível.

## **:: O Estado e o design**

Quem estuda design do Brasil tem um livro básico que se chama *Uma Introdução à História do Design*, do historiador Rafael Cardoso Denis. Ele diz que só houve incentivo ao design quando houve atitude de proteção do Estado em relação à produção industrial. Eu olho, por exemplo, a Itália e não vejo bem isso. A Itália é um país que, depois da Segunda Guerra Mundial, realizou um grande avanço. Hoje, empresas pequeninhas, de cinco ou dez pessoas, estão produzindo alta tecnologia e software e vendendo para a Califórnia, assim como as malharias e empresas famosas de design de mobiliário. Todas se formaram num ambiente em que o governo estava completamente alheio. Foi uma idéia utópica que as pessoas tinham de reconstruir o país destruído pela guerra. E conseguiram. Na base de pequenas empresas que aproveitaram o que havia do artesanato anterior, elas conseguiram criar um país e um design, considerado um dos melhores do mundo.

Às vezes, eu cobro coisas. No ano passado, eu escrevi um manifesto achando um erro o Programa Brasileiro de Design (Governo Federal) não incorporar o design gráfico. Acho louco. Um país agroindustrial como o

Brasil, onde se produz suco de laranja, o que vai ser a cara desse suco de laranja? Quem vai dar é o designer gráfico, vai ser a embalagem, vai ser o sistema comunicacional montado em torno do produto. Acho um erro brutal que o Programa Brasileiro de Design fale de design apenas como design de produto, de artefato e não fale de sistema de sinais, que é fundamental para que o design exporte. Às vezes, acho que nós temos essa herança, não que eu seja a favor do fim do Estado, penso que tem que ter governo, tem que ter política pública, mas nós ficamos numa postura de dependência, de esperar uma coisa que vem pronta.

### **:: As parcerias**

Visitei, alguns anos atrás, uma fábrica de ferragens que estava começando a produzir para a indústria de calçados e bolsas no Rio Grande do Sul, uma fábrica bonita e absolutamente artesanal. A idéia que nós temos da indústria completamente automatizada nesse tipo de produção não existe, depende muito do saber dos operários. Uma indústria italiana ficou sócia dessa empresa e tirou qualquer possibilidade de desenvolvimento dos projetos que estavam em curso, de um design brasileiro para aquela indústria. A empresa italiana comprou e trouxe seus próprios moldes. Hoje, fabrica uma linha de puxadores para armário desenvolvidos na Itália. Houve uma melhoria da qualidade, inclusive de organização da fábrica, não tem dúvida, mas do ponto de vista da autonomia projetual, nenhuma.

31

### **:: A formação em design**

Quando falamos em autonomia, não é sair projetando o que quiser e como quiser. O grande problema no Brasil é a formação. Dou aulas e tenho pesadelos porque fico me perguntando o que estou fazendo com os meninos que estão aprendendo design, se estou sendo uma professora consciente, se estou tendo êxito. Nunca tinha lecionado; comecei neste semestre. Sou chamada para participar de bancas e de TGIs, de avaliações, e fico meio horrorizada. Participei de uma banca recentemente, mas não dei nota, sou contra. Uma pessoa de fora não tem condições de dar nota ao aluno se não o acompanhou. Escrevi um texto mais contra os professores do que julgando os alunos. Um professor não poderia deixar alguém fazer certas coisas que vi. Como é que um formando em design faz coisas tão erradas, tão primárias? Por que os cursos de design hoje dão mais importância ao marketing? O que

é isso? Se o aluno vai se formar em design, por que o marketing faz parte dos currículos? As pessoas carregam às vezes uma formação completamente equivocada baseada em marketing. Ele decide o projeto.

O melhor trabalho que vi numa das avaliações tirou nota três. Os meninos não iam passar porque o marketing dizia que o projeto não era vendável. E tem que vender? Tem que estar preocupado em vender ou em se formar da melhor maneira possível? A venda, o mercado, você vai ter o resto da vida para enfrentar. Tem muita gente que sai da faculdade de farmácia, mas não vai trabalhar em laboratório, vai trabalhar com promoção. Nem por isso essas pessoas aprendem marketing. Aprendem o ofício delas, não o marketing. Existe uma coisa maluca nesse monte de curso de design que tem por aí, formando muito mal as pessoas.

Na relação com as empresas, também é complicado indicar. Uma pessoa me solicitou o nome de um designer para desenvolver uma linha de tesouras e instrumentos para manicure. *Lógico, indico dez*. Não consegui, tive muito medo; é uma grande responsabilidade. Eu vivo defendendo o design, por isso tenho de indicar alguém muito competente. E eu não consegui selecionar dez nomes. Temos perto de 80 escolas de design no país, mas estamos colocando uma quantidade de gente não capacitada no mercado.

Acredito muito nas pessoas que passam dificuldades, mas que não desistem. É importante estudar. Anos atrás, eu não pensava assim; hoje estou mais do que convencida. Na Bahia, no Liceu de Artes e Ofícios, vi a meninada escolhida para fazer um curso de apoio ao design. Não estou muito de acordo com o espírito que rege o curso, mas acredito muito naqueles meninos, nas pessoas que têm essa visão da dificuldade.

Vou repetir: estude. Aproveite, faça. Você vai para uma faculdade? Aproveite o máximo, estude tudo o que o professor mandar e o que não mandar e mais. Leve a sério seu curso, coisa que eu não fiz. Fazia política estudantil o tempo todo na faculdade, mas, naquela época, a organização clandestina era uma escola. Levei mais de um ano lendo *O Capital* num grupo de estudos, lia Althusser, Gramsci, Lukács, tudo que era proibido na escola. Era uma tarefa: estudar. Também estudei muito na USP há anos, quando vim fazer mestrado e fui aceita por ninguém menos que o Décio de Almeida Prado. Infelizmente, não concluí; na época, fazia muitas coisas ao mesmo tempo, tinha militância política. O design fui estudar sozinha, e sinto grande falta de interlocução.

## **:: NIDO CAMPOLONGO**

Nido Campolongo é designer especializado em papel e papelão e atua em decoração e design de interiores. Realizou importantes trabalhos em conjunto com instituições carentes, hospitais e presídios envolvendo questões sócio-ambientais. Sua produção inclui cenários, móveis, objetos e criações realizadas para projetos de arquitetura.

### **:: Início da carreira**

Nasci em São Paulo, em 1954. Não tenho formação acadêmica. Na verdade, comecei a me interessar pelas artes gráficas porque nasci no meio. Quando criança, já ajudava meu pai a limpar os tipos na gráfica, que ficava no Tatuapé. Trabalhavam minha mãe, minha irmã e meus primos. Era uma empresa familiar voltada ao comércio local. Meu pai tinha um sócio, então trabalhavam as duas famílias.

O trabalho da tipografia consistia em montar os tipos, fazer as chapas e imprimir. O acabamento gráfico era a encadernação. A edição de livros também era feita de forma bem artesanal.

### **:: As artes gráficas**

Criei a capa da matéria que a *Arc Design* fez comigo. Adoro fazer capa, embora eu só tenha feito uma. Foi uma volta para as artes gráficas, onde comecei. Digo artes gráficas nos moldes da época, quando não era nada sofisticado, não tinha computador. Eram máquinas tipográficas, aquelas Minerva, aqueles tipos que compunham. Foi por isso que entrei na história das artes plásticas, por meio da tipografia. Eu achava que tinha que fazer alguma coisa ligada a ela. Não fui para a sofisticação, para a tecnologia. Voltei um pouquinho, fui fazer gravura em metal.

### **:: As artes plásticas**

Eu trabalho com pintura, desenho, gravura. É um olhar atento. Meu desenho tem a ver com meu design, estou voltando para isso. Tenho feito vários desenhos e pinturas e tenho uma pesquisa em papel. Hoje, nas minhas pinturas, eu consigo cores e texturas com o próprio papel. Tenho milhares de pedacinhos de papel que vou juntando e compondo, então vou criando desenhos; o trabalho tem a ver com os cones que faço.

Não exponho nada. Ninguém conhece meu trabalho como artista plástico, mas pretendo fazer uma exposição. Vou atrás de uma galeria com a qual eu possa trabalhar. Vou abrir uma sala aqui no espaço, a Galeria do Papel, provavelmente em setembro ou outubro. Nela será mostrado o trabalho de outros artistas que usam o papel como suporte: quadros de papel, gravuras, pinturas, desenhos, e os meus trabalhos também. Será um lugar onde me sentirei mais independente, fazendo as exposições de outras pessoas. Eu também quero estar ligado a uma galeria maior para mostrar trabalhos maiores.

## **:: O papel**

Em todo o meu trabalho, predomina sempre o papel. Ultimamente, estive refletindo sobre como seria trabalhar com madeira. Tenho alguns móveis em papelão que, se fossem confeccionados em madeira, estariam resolvidos. Em papel, ainda não estão. Tenho uma cadeira que em madeira talvez ficasse mais leve. Por incrível que pareça, tem madeiras bem mais leves que o papelão porque elas não precisam de estrutura de ferro. Foi um surto passageiro, não é o meu caso. A vida inteira eu trabalho com isso. É um universo muito grande, até na arquitetura o papel tem sido usado. Na exposição Brincadeira de Papel, no Sesc Belenzinho, fiz a Casa do Leitor, toda em papel, o que envolveu muita pesquisa sobre o material, desde tecido até mobiliário, revestimento, piso, teto, quadros, tudo. Depois, a exposição foi para Santo André, mas não havia espaço físico suficiente para abrigá-la. Eles propuseram que eu montasse a casa embaixo de uma rampa, mas tem esse ar mais sofisticado que eu procuro dar, valorizando o papel. Debaixo da rampa, não ficaria bom. Eu propus fazer a Oca, uma mesa de papel invertida e depois ampliada. A peça tinha um cone de 25 cm e diâmetro de 1,33 m. Passou a um cone de 60 cm, e o diâmetro foi para 7 metros.

Meu trabalho começou no suporte papel, nas artes gráficas e depois passou para a arquitetura, para onde estou caminhando. Desenvolvo esse cone para fins de construção civil, mas também estou voltando para as artes gráficas, estou juntando tudo.

Tudo começou há nove anos, quando o Centro Cultural São Paulo me convidou para fazer uma exposição no hall do teatro. Pediram para fazer o que eu quisesse. Na época, estava envolvido com colagem de

papel, só que de pequeno formato. Comecei, então, a fazer as colagens. Quando eu já tinha feito a metade do que pretendia, mostrei a Alice Ka, e ela me disse: *É muito bonito, muito bacana, mas não é o que eu estava pensando. Eu achava que você ia trabalhar com as sobras do seu material, com reciclagem, essa coisa que você tem.* Eu fazia muita sacola de papel, e sobravam os papelões, que ficavam dentro da sacola. Ela achou que eu fosse usar aquele material. Quando ela me disse isso, faltavam quinze dias, e eu estava só com a metade da exposição pronta. Foi um corte. Resolvi mudar; olhei as plaquinhas de papelão e comecei a costurar, fiz tecidos de papel. Comecei a usar esses cones - que depois originaram a casa -, juntar e fazer formas redondas com os volumes, depois revestia de tecido. Fiz seis esculturas no total.

Com a exposição, descobri que o papel poderia sair do suporte gráfico tradicional -- como um trabalho plástico -- para o mobiliário, para o design, porque as estruturas que formavam a escultura poderiam ser transformadas em mesas. Foi o que fiz. Agora, a mesa está virando casa.

O conhecimento do material com que eu trabalho me dá uma abertura muito grande. Para a exposição do Sesc, particularmente, eu mergulhei na pesquisa de materiais e papéis. Visitei várias fábricas, conheci muitos tipos de papel, mas tem aqueles que eu conheço, porém ainda não usei. São papelões, às vezes mais duros e mais caros. De vez em quando, você vê materiais -- fenolite, por exemplo --, papelões usados para transformadores ou para filtros, e você pergunta que material é aquele. É papel. Partindo do princípio de que os papéis são muito mais variados do que se imagina, se você pesquisar na indústria do papel, vai descobrir vários materiais. Sei que há muitos outros que não conheço, portanto dá para fazer tudo, desde uma frágil luminária -- com papel transparente, delicado, fino -- até a construção de uma casa.

Shiguero Ban é um arquiteto japonês especializado em papel. Os projetos dele são, em sua maioria, em cima do papel, do papelão e tubos de papelão, que já vêm da indústria, tubos fortes e resistentes que substituem o ferro e a madeira.

Todos os tubos que eu uso são de procedência nacional. O Brasil tem uma indústria muito forte em papel, papelão e papel para impressão.



“Casa do Leitor”, ambiente produzido em papel e papelão. Mostra Brincadeiras de Papel, Sesc Belenzinho, São Paulo - Foto: Eduardo Barcelos

36

## :: A reciclagem

Atualmente não reciclo, uso papel reciclado industrial. Estou exatamente com essa questão da reciclagem. Sempre que se faz uma produção, tem uma sobra. Essa sobra resultou na Oca, que não foi encomenda, fiz para uma exposição no Sesc. Ainda não estão sendo vendidas ocas de papelão, assim, sobram os cones. Vou utilizando o material e reciclando, cone para construção da oca e para fazer os cestos de lixo.

## :: A tecnologia na área do papel

A tecnologia tem avançado muito na área de papel para artes gráficas e para impressão. A Alemanha tem tecnologia muito forte em equipamentos gráficos, e o Brasil tem muito papel. Então, ele importa a tecnologia, e as grandes fábricas daqui acabam criando novas tecnologias, mais voltadas -- não para o equipamento gráfico, para a máquina de impressão ou para a máquina que faz o papel – para os produtos, na conservação de papel, enfim, nos produtos que entram na composição do papel.

## **:: Produção em série**

A maioria dos produtos eu faço em série. Entendo que o produto como peça de design só se justifica a partir do momento em que ele é produzido em série. Senão, ele se transforma em protótipo ou em peça única. Isso não é design. É interessante como experiência, como os irmãos Campana fazem, desenvolvendo peças produzidas por uma empresa italiana.

Durante a produção dos objetos que desenvolvo, procuro sempre ter comigo um artesão ou um marceneiro. Trabalho muito com o profissional ligado à madeira, pois o processo é muito parecido. Um marceneiro, um serralheiro, ou mesmo uma equipe própria, treinada por mim, foram contratados para fazer a exposição do Sesc, com a qual trabalho há anos. Atualmente, eles são contratados por tarefa, mas passaram cinco anos trabalhando comigo. Eu os treinava para fazer os produtos. Em certos momentos, dependendo da quantidade, ficavam na oficina orientando e treinando outros grupos.

No mobiliário, não surgiu nenhum pedido de cem cadeiras ou mesas. Assim, eu acabo fazendo a produção com a minha equipe interna. Já no caso da embalagem, que é o que pretendo fazer com os produtos, a partir do momento que apareça uma demanda maior, treino um grupo à parte, que busco em hospital psiquiátrico, em presídio, em comunidade organizada de favela ou em cooperativa de catadores de papel. Mas é uma coisa pontual. Se tenho um grande trabalho, imagino: *para esse trabalho, pela quantidade, pelas características, o grupo tal seria bacana, talvez ele possa me atender*. Explico, ensino, faço testes até aprenderem. E remunero, obviamente, por essa atividade.

Infelizmente, como em geral tenho grandes exposições que envolvem vários grupos, após o término não tenho como dar continuidade à ocupação. Na época em que trabalhamos no Carandiru – produção de embalagens de papel trançado para a linha Natura Ekos --, era minha intenção dar continuidade, mas não existe demanda para papel que a justifique.

O trabalho para a *Natura* tinha um apelo ecológico pelo próprio nome da linha. Era uma embalagem feita com papel reciclado industrial para o lançamento de um sabonete. A encomenda foi de 300 mil unidades; só no presídio foram feitas 150 mil. Foi muito bacana, um exemplo de como as coisas podem dar certo e todos ficarem satisfeitos. Porque fiz meu

trabalho como designer, que é o ponto de partida, desenvolvi uma peça que pudesse ser feita artesanalmente, mas em escala industrial, com um grande número de pessoas trabalhando. No presídio, trabalharam duzentas ou trezentas pessoas, fora os outros grupos, porque a gente tem que fazer tudo muito rápido, um mês, quarenta dias no máximo. Portanto, eu faço



uma escala industrial de uma forma artesanal. Meu trabalho como designer foi desenvolver uma peça que tivesse as qualidades e os valores estéticos que agradassem a mim e à Natura. A relação ambiental com a marca foi feita com o uso de papel reciclado industrial. Questões com que um designer tem que

38 Cones de papelão



Cadeiras e mesa feitas de cantoneiras de papelão - Foto: Eduardo Barcelos

estar preocupado. Depois de aprovada a embalagem, a empresa também aceitou a idéia de ser feita em presídio e por outros grupos excluídos. Começou, então, um trabalho social e administrativo envolvendo a idéia de empreendedorismo, que também me satisfaz. Eu gosto de pegar grupos e fazer coisas enormes, como a Oca e desafios semelhantes. A Natura ficou satisfeita, a qualidade foi excelente, o produto foi entregue no prazo e atingiu-se o objetivo: uma embalagem que continha todos os valores necessários agregados.

### **:: As parcerias**

Nunca fiz parceria com loja de design justamente por não trabalhar com produto utilitário. É mais fácil meu produto ser vendido numa loja de design sofisticada do que na Tok & Stok. Até gostaria de ter um produto que pudesse serializar em grande quantidade. Talvez com os cestos de papelão dê para traçar um caminho assim.

Hoje, eu trabalho com a Klabin e com a Suzano, grande parceira, sempre temos projetos; trabalho com seus resíduos, e foi a ela que vendi o auditório. Com a Votorantim, eu comecei a ter parceria. A Damas, fábrica da família da Marta Suplicy, tem os papelões mais bonitos, usados na indústria elétrica, na indústria de motores e transformadores. São folhas enormes, todas sanfonadinhas, são luminárias prontas, é uma fábrica muito rica. Tenho trabalhado também com uma fábrica de tubos de papelão chamada Wilke.

### **:: O trabalho com os excluídos**

Primeiro, eu conheço o grupo, converso com eles. Depois, cada integrante vai para uma oficina onde acompanha, monitora e controla a qualidade do produto.

Gosto de trabalhar com essas pessoas porque tenho uma resposta melhor, uma relação de trabalho bem aceita. É um projeto. Geralmente, são grupos que precisam ser organizados. Há um envolvimento e uma relação humana diferentes de uma empresa já estabelecida, em que você tem problemas de prazo de entrega, às vezes, tem que pagar a mais para conseguir no prazo que precisa, o que inviabiliza o projeto. Existe uma série de questões, e quando você analisa, pensa: *Acho que vale a pena investir em treinamento, ensinar e preparar porque a oficina tem os mesmos*

*problemas dessa mão-de-obra. Eles terão que aprender a fazer porque não é uma embalagem que já se conhece, é um produto novo. Já que é assim, vamos partir para aqueles que têm dificuldade de encontrar trabalho. Isso envolve meu lado voltado para o social.*

## **:: A funcionalidade e a estética**

No meu trabalho, a estética vem primeiro. É interessante porque, às vezes, estou aqui e sempre cheio de coisa, de papel, ou estou vendo o lixo na rua, ou estou numa fábrica. Aí é que tenho as idéias, geralmente quando tem um monte de coisa junta. A cama é um tubo ao lado do outro; a Oca, um monte de cone junto. É uma repetição. Quando eu vejo muitas coisas juntas, levo para o meu galpão, vou agrupando e mudando a posição delas. Se estava uma ao lado da outra, eu coloco uma em cima da outra, começo a brincar com as peças e acabo criando. Mas em cima do material, vai levar a estética ou a utilitária. *Isso fica bom para fazer uma escultura, isso fica bom para fazer uma cadeira.* É meio por aí, sem anteriormente pensar: *Eu preciso fazer uma escultura, preciso fazer uma cadeira.* Acontece também, mas geralmente é olhando o material que vai surgindo uma idéia ou outra, depois eu vou pensar no que fazer com a escultura ou com a cadeira.

## **:: A identidade do design brasileiro**

O design artesanal é nossa característica. Há um fato interessante: o Brasil é o campeão mundial na reciclagem de alumínio porque tem muito desempregado, muito morador de rua que cata latinhas. No design, é a mesma coisa. O Brasil pode se tornar um país cujo design de autor, o design a partir da reciclagem, da transformação de materiais, seja um dos maiores. A questão do emprego é mundial, e, particularmente no Brasil, há muita gente sem ele, muito designer trabalhando em restaurante como garçom.

Nossos designers estão buscando formas alternativas de diferencial, uma característica nossa. Teve uma exposição, Novos Alquimistas, organizada pela Adélia Borges, no Itaú Cultural (2000), da qual eu participei junto a vários outros designers, a Daniela Moreau, enfim, um monte de gente que faz esse trabalho. Como esses, de bagagem maior, existem outros novos que estão procurando o mesmo caminho. O grupo

No Tec, treinado pelos irmãos Campana, trabalha com esses materiais, com reciclagem, e tem se dado muito bem.

É como a Adélia disse: são os novos alquimistas. E isso é muito forte aqui. Não temos uma indústria que abrace; tem para poucos. Geralmente, as multinacionais, as indústrias de peso, já trazem o design pronto. Acho que essa é a identidade do nosso design, a reciclagem, os novos usos. Tem uma coisa muito forte com a madeira, também; trabalhos com madeira certificada. Temos excelentes designers nessa área. A meu ver, os designers voltados para o mobiliário em madeira e os que trabalham com a reciclagem são os mais representativos no Brasil.

### **:: O uso de materiais inusitados**

Deve haver material ainda não explorado no design, principalmente resíduo industrial. Gosto de trabalhar com esse material, tem muito rejeito que é pouco explorado. Seria necessário que os designers visitassem e pesquisassem muito mais as indústrias.

Sempre trabalhei com papel. Os mais inusitados, com os quais obtive uma transformação radical, foram os cones de papelão.

41



“Quarto de Criança”, Sesc Belenzinho, São Paulo - Foto: Eduardo Barcelos

## :: Conceitos para julgar o bom design

No meu caso -- eu faço cadeira, poltrona, puf, mas ainda não tenho uma resposta comercial desses produtos que me permita dizer *acertei nesse produto, por isso ele vende bem* -- não dá para sentir essa reflexão em termos de público no sentido comercial. As pessoas gostam muito de ver, de sentar, de pisar, mas têm dificuldade de comprar, têm medo, têm reserva. Creio que, com a exposição aqui no espaço, eu venda melhor porque o conjunto, o ambiente, é mais forte no meu trabalho. Eu vendi um ambiente com mais facilidade que uma cadeira. Uma empresa de papel me encomendou um auditório todo em papel. Tenho feito muitos tetos, interferindo no revestimento, nas paredes, no piso. As pessoas ficam dentro do espaço; não só se sentam, não só pisam, como estão dentro dele. Durante a exposição, eu percebi que a sensação que elas tinham num lugar todo feito em papel, com a luz que o material provoca, com as cores, era o meu diferencial.

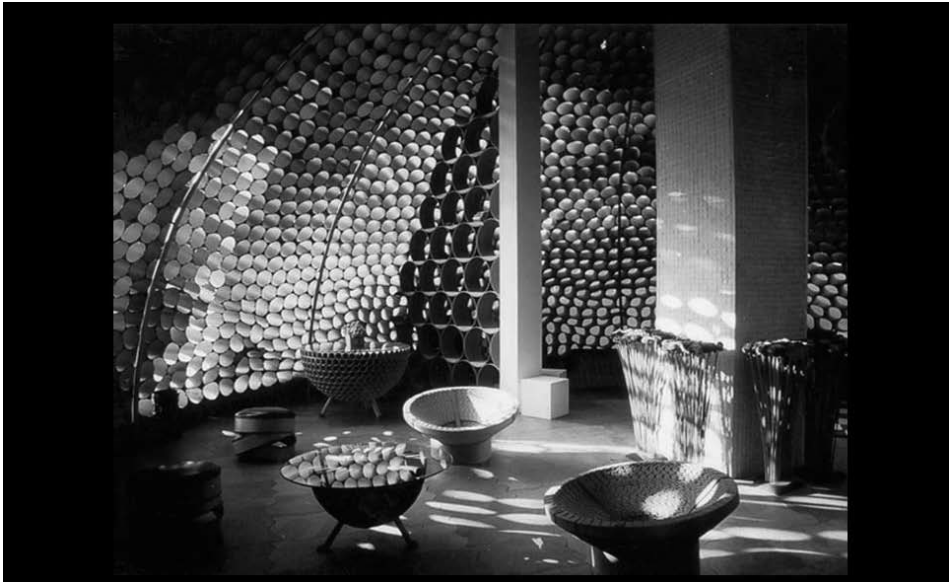
As pessoas não esperam por isso, o que causa perplexidade, e a reação é muito interessante. Acredito ser por esse caminho que meu trabalho acabará sendo aceito.

O papel é aconchegante. Eu diria que ele tem a idéia do quente, da cor, da sensação de estar num espaço todo de papel. Tem também

42



Detalhe "Quarto de Adulto", Sesc Belenzinho, São Paulo - Foto: Eduardo Barcelos



Interior da Oca, Sesc Santo André, São Paulo - Foto: Eduardo Barcelos



Detalhe da Oca, Sesc Santo André, São Paulo - Foto: Eduardo Barcelos



“Oca”, Sesc Santo André, São Paulo - Foto: Eduardo Barcelos

44

o outro lado, o do trabalho delicado, de juntar um monte de pedacinho que se transformará em alguma coisa. Comercialmente, como designer, acho que para o Brasil, isso é mais aceitável. Eu estava em estudos com uma empresa que pretende comercializar meus produtos, e chegamos à conclusão de que o diferencial no meu trabalho é o tecido, a leveza, a delicadeza; ao mesmo tempo, é um produto, é uma luminária. Então, o consumo fica mais fácil. Por enquanto, as pessoas vêm, compram uma peça ou outra, porém fica mais para institucional, como no caso do Sesc.

Estou me dirigindo para o lado científico, de pesquisa. Provavelmente, entrarei em contato com o arquiteto japonês (Shiguro Ban) de que falei. Talvez vá até o Japão fazer um trabalho com ele. A Fundação Japão me financiaria, me daria uma bolsa. Com universidades, já venho trabalhando na pesquisa do cone de papelão. Esse caminho me agrada muito. Se eu fizer parceria com fundações, empresas e organizações, dá para ir tocando esse lado.

## :: Referências

Eu tenho uma coisa com o Japão. É óbvio, se eu trabalho com papel e com suporte, com desenho e com papel na área gráfica, eu tenho influência

japonesa. Não posso citar nenhum designer gráfico japonês, mas na área das artes plásticas, arquitetura e design, tem o Isamu Noguchi, para mim, o grande. Eu o tenho como ídolo. Esses tetos de papel ele não faz tão planos, enormes. Ele faz luminárias muito próximas umas das outras, que viram esculturas. Inspirado nele, resolvi trabalhar os tetos de papel.

No design brasileiro, dá para citar alguns dividindo por áreas. Vidro, a Jaqueline Terpins, uma excelente designer. Cerâmica, Kimi Nii. Tecido e reciclados, os irmãos Campana são excelentes. Madeira -- não é mais essa característica -- a gente pode citar o Sérgio Rodrigues como excelente designer. O Gerson e a Luciana, também gosto muito do trabalho deles. E o Carlos Motta.

### **:: Outros designers da área do papel**

O Shiguero Ban tem um trabalho muito forte com papel; na arquitetura, com tubos de papelão. Outro japonês, Nauaki Sakamoto, também tem um trabalho forte em papel, ele faz muitas pinturas, interfere no papel e faz tapetes com característica artesanal, bem oriental, para uso específico, com durabilidade mais curta. É a proposta dele. E tem o Frank Gehry,

45



Luminária Origami, Museu da Casa Brasileira, São Paulo  
Foto: Alex Salin

fez móveis de papelão.

São produtos ainda caros porque produzidos de forma artesanal. Alguns, como o puf, são produtos mais acessíveis porque a manufatura é muito simples.

### **:: A importância da formação acadêmica**

Acho importante a formação acadêmica, pois todo conhecimento é importante. O design autodidata é raro, a maioria das pessoas precisa de formação.

Tenho uma passagem pela engenharia civil, cursei até o quarto ano, mas, por incrível que pareça, não sei nada de engenharia. O quarto e o quinto ano são aqueles em que você coloca em prática tudo o que aprendeu. Só fiquei na matemática, nas matérias básicas, mas mesmo assim me ajuda, eu entendo, por exemplo, de resistência dos materiais. É algo intuitivo, eu não entendia direito por que estava aprendendo, mas hoje, ao olhar um objeto penso: *Acho que suporta tal peso*. Com certeza, o conhecimento da engenharia me ajuda muito. Para fazer contas, tenho

46



Luminárias de tecido de papel feitas para o Restaurante Coq. Rua Tupi, São Paulo  
Foto: Nido Campolongo

muita facilidade: *Bom, eu preciso de 6000 cones para juntar e fazer...* Não que eu me lembre da fórmula, mas intuitivamente é tranqüilo para mim. Juntou um pouco da engenharia e da matemática com a produção gráfica, com a minha procura nas artes plásticas, com a gravura, com o desenho, com a pintura. Se você juntar tudo, acho que dá. Meu trabalho é resultado disso.

## **:: FERNANDO JAEGER**

Fernando Jaeger é designer de mobiliário. Trabalhou na indústria carioca de colchões Phenix, onde desenhou sua primeira linha de móveis tubulares. Em 1984, já em São Paulo, começou a projetar móveis e fazê-lo fabricar por diversos fornecedores. Em 1991, abriu sua primeira loja em São Paulo. Com diversos prêmios no currículo, Jaeger expandiu seu negócio, e tem duas lojas em São Paulo e uma no Rio de Janeiro com uma linha de mais de 120 itens. Em 1999, seus móveis foram expostos na *IV Bienal de Arquitetura em São Paulo*.

### **:: Início da carreira**

Formei-me em design, em 1980, pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Na época, design de produto era uma atividade que, praticamente, não encontrava mercado de trabalho no Brasil. Eu tive a felicidade de me formar e uma semana depois conseguir emprego numa indústria que desenvolvia uma linha de mobiliário. Nunca imaginei que seguiria essa carreira – designer de móvel. Acho que foi uma questão de destino e sorte.

Não só desenvolvi a linha de mobiliário, como também a especificação de materiais, de matérias-primas, pesquisas junto a indústrias têxteis de São Paulo e Santa Catarina. Fiz o layout, ajudei a montar o resto da fábrica, o ferramental, enfim, toda a vivência industrial que norteou meu trabalho, que sempre se focou na produção industrial e não só no design de escritório, um pouco distante da realidade. Fiquei dois anos e meio nessa empresa desenvolvendo uma linha de mobiliário tubular, estofado e de madeira.

Ganhei uma boa experiência, porém o trabalho se esgotou, e vim trabalhar em São Paulo numa multinacional alemã que fornecia matéria-prima para a indústria moveleira do Brasil. Ampliei, assim, meu raio de conhecimento, pois entrei em contato com os principais pólos moveleiros brasileiros que utilizavam outras tecnologias, mais focadas, por exemplo, na madeira de produção seriada, ou seja, um universo muito mais amplo do que a empresa do Rio de Janeiro, de menor porte.

A partir dessa experiência, resolvi tocar uma carreira solo, de prestação de serviços, venda de projetos, o que não é muito fácil.

Percebi que havia uma carência muito grande da cultura do design no

Brasil. Mudou um pouco, mas, ainda hoje, é assim, é possível observar empresas superbem montadas em termos de maquinário e layout, mas fabricando porcarias, móveis “populares”, repetitivos, cópia da cópia da cópia.

Existia um campo fértil, tudo por se fazer. Tive dificuldade, porém, para vender um projeto porque é algo abstrato, e percebi que o caminho não era bem esse. Ao mesmo tempo, ocorreu o contemporâneo no Brasil, a linguagem contemporânea, com algumas cadeias de lojas focando nesse estilo, e não no “colonioso”, no “brega”. Aliás, o Brasil teve uma involução naquela época, depois de uma produção muito interessante até a década de 60. A escola de design inspirada nos nórdicos se perdeu, a escola do Sérgio Rodrigues, do Michel Arnault, entre outros.

Percebi o gancho para atuar junto a essas redes de varejo e não continuar com a indústria porque o industrial investe milhares de dólares numa máquina, numa linha de produção, que é algo concreto, mesmo que não tenha produto nem idéia para abastecer aquele maquinário. Por outro lado, havia o varejo carente e ávido por novidades em produtos e fornecedores. Resolvi me colocar dessa forma, desenvolver o projeto, implantá-lo na indústria sem cobrar nada e levar, inclusive, até o varejo. Cada produto vendido me renderia um percentual.

Na realidade, eu estava falando em royalties, o que era muito difícil, pois o industrial não entendia nem sabia do que se tratava. *Sou representante comercial dos produtos que desenho*, eu explicava. Dessa forma, todo mundo entendia. Ele corria um risco mínimo que era fazer um protótipo, dois, e não dar em nada. Eu também corria o risco de trabalhar, ter uma idéia e não dar em nada. Como eu tinha tudo muito bem focado, a maior parte das coisas foi dando certo, se encaminhando. Minha linha de produtos foi se ampliando cada vez mais, partindo para a real e efetiva comercialização. O que é muito importante é que eu mantive o foco na industrialização, na produção. Foi o que me norteou.

## **:: A escolha pela carreira**

No pré-vestibular, eu ganhei uma cartilha. Todo mundo me via desenhar compulsivamente nos cadernos. Até hoje, quando assisto a alguma aula ou palestra, tenho a mania de ficar rabiscando. Todo mundo olhava e dizia: *Você devia fazer arquitetura*. Eu sabia que aquilo eu não queria, mas não sabia da existência do curso de design. Quando vi a cartilha,

pensei: *É isso que eu quero*. Tinha o lado do desenho, mais tecnológico. Eu gostava muito de desenhar carro, moto, avião, tinha tudo a ver com isso. Na época da faculdade, a gente praticou uma coisa legal – a questão da ideologia –, a gente fez muito projeto de equipamento público urbano. É muito interessante lidar com a coisa do uso público. Quase ninguém se dedica a isso. Nosso projeto foi uma torre de observação para os salvavidas. Era desmontável porque as correntes mudam de posicionamento, e eles precisam estar onde está o perigo. Não adianta botar um troço de concreto a 50 metros da água, muito bonito arquitetonicamente, com chuveiro e banheiro, se não funciona. Foi um projeto legal, a gente ganhou prêmio num concurso entre as escolas de design no Rio. Nessa época, eu não imaginava trabalhar com mobiliário. Na realidade, eu até criticava os estudantes da ESDI (Escola Superior de Desenho Industrial): *Esse pessoal só sabe desenhar móvel*.

### **:: Design de custo acessível**

Existe um lado ideológico com relação ao design que é a proposta de torná-lo acessível, porque o design sempre foi estigmatizado, principalmente quando comecei a atuar. Muito legal, muito bacana, mas as peças assinadas eram para a elite, algo muito parecido com a peça única nas artes plásticas.

Ao mesmo tempo, eu percebia que já se praticava no mundo – no Japão e na Alemanha – belos exemplos de produtos, máquinas fotográficas e aparelhos de som que agregavam design com produção industrial e custos não necessariamente inatingíveis, o que procurei aplicar ao mobiliário. Esse é o grande diferencial das minhas lojas – design de custo acessível.

### **:: A funcionalidade e a estética**

O produto não pode servir só pela forma, mas também pela função. São níveis diferentes, atuações diferentes, que se entrelaçam. Para mim, é algo mais focado no produto cumprindo uma função. Existe um briefing mercadológico, um nível de preço. Assim, é muito mais o mundo real do que o imaginário, experimental e conceitual; há muito mais racionalidade do que experimentalismo. É claro que se acumula bastante conhecimento ao desenhar uma cadeira, observar sua leveza e as proporções para que ela não desmonte após o segundo ou terceiro uso. É um tremendo desafio de

física, mecânica e engenharia juntamente com a criatividade, a forma. As pessoas se surpreendem, se sentam nas cadeiras e as acham confortáveis. É óbvio, tem que ser confortável, tem que funcionar corretamente para o ato de sentar, ser econômica e ao mesmo tempo agradável, e além de tudo um custo bem posicionado. São várias coisas embutidas nesse processo. Há cerca de dois anos, comecei a sair um pouco dessa rigidez da produção industrial e agregar o artesanal.

## **:: O design artesanal e o design industrial**

Ao frequentar a Feira de Milão e ver a alta tecnologia utilizada pelos designers, percebi a defasagem de nosso país. Muito do que vi lá era impossível de se desenvolver no Brasil pela falta de tecnologia. Isso me deixava frustrado, mas a resposta começou a surgir com a lembrança do manifesto antropofágico: Comer, digerir e transformar. *A gente não tem isso. Então, o que é que eles não têm?* Comecei a perceber essas diferenças e a fazer uma releitura para sair do artesanato bom e barato da feirinha e pensar em produtos com outras aplicações.

Tenho trabalhado em parceria com a Coopa-roca<sup>6</sup>, no Rio, e com a Aldeia do Futuro<sup>7</sup>, em São Paulo. É um trabalho contínuo, pois se transformou em produto seriado. Fiz as capas para o bar na bienal com o pessoal da Aldeia do Futuro, usando nós de retalho, solução muito simples. No caso da luminária – que não é de ONG, e sim de uma pequena empresa – é também artesanato feito a mão. Aquela bola existia na iluminação pública urbana. Fiz uma interferência bem brasileira, de abrir furos, colocar espaguete com cores diferentes, o que deu um efeito absolutamente novo. É tudo feito a mão, sem utilizar qualquer máquina de alta tecnologia.

6 A Coopa-Roca -- Cooperativa de Trabalho Artesanal e de Costura da Rocinha Ltda. foi criada como desdobramento de uma experiência com reciclagem para as crianças da comunidade, em 1981. Com enfoque profissional que valoriza a produção artesanal apoiada no aperfeiçoamento constante das cooperadas, tem por visão ampliar o impacto social de sua experiência na comunidade da Rocinha, tornando-se uma referência nacional no processo de inserção social das comunidades de baixo poder aquisitivo via geração de trabalho e renda. Hoje, a cooperativa soma aproximadamente 100 artesãs e importantes parcerias no setor da moda, arte e design.

7 A Aldeia do Futuro é uma associação sem fins lucrativos criada em 1994 com o objetivo de profissionalizar e educar os jovens moradores de Americanópolis, região que concentra muitas favelas e alto índice de desemprego, contribuindo para a formação de cidadãos capazes de exercer atividades profissionais que possibilitam seu auto-sustento. Após três anos de trabalho com os jovens, a Aldeia constatou que eles eram obrigados a parar de estudar devido às dificuldades financeiras das famílias. A Aldeia do Futuro implantou, então, um projeto direcionado às mães de alunos, propondo cursos profissionalizantes gratuitos de trabalhos manuais.



Poltrona Electra

É um grande caminho para a brasilidade utilizar a criatividade para agregar valor. Percebi que a luminária Bienal, que esteve em 2002 na mostra Brasil faz Design, em Milão, chamou muito a atenção dos italianos porque é uma proposta diferente, original, não é cópia, não é um pastiche do que eles fazem. É um outro caminho.

### **:: Matéria-prima e tecnologia brasileiras**

Nas minhas palestras, eu digo: *Vocês têm que saber lidar com a tecnologia básica.* Não dá para colocar Milão num pedestal inatingível e todo mundo se curvar, como fazem algumas revistas. O padrão é Brasil, nós não somos Milão, somos Brasil. Temos uma tecnologia básica, limitada, mas existe. E é um grande exercício de criatividade trabalhar com isso.

Condeno a postura colonialista de que o importado é melhor do que o nacional. Numa palestra, uma arquiteta disse que detestava a madeira brasileira. Na Itália, numa mostra sobre madeira brasileira proveniente do desenvolvimento sustentável, os italianos ficaram malucos porque eles têm três ou quatro madeiras diferentes, e nós temos mais de uma centena e não valorizamos essa diversidade. Ultimamente, muitos



Poltrona Felix

designers têm trabalhado com fibras e sementes, materiais usados no artesanato brasileiro. O próprio Sebrae<sup>8</sup> tem incentivado essas iniciativas. Sei que é difícil porque fica numa produção pequena, mas já é um início.

## **:: O trabalho com a madeira**

Não gosto da idéia de que você só é ecológico se usar madeira certificada. Procuro trabalhar com madeira certificada, mas tenho uma dificuldade enorme para abastecer a produção seriada. Um designer amigo meu, que tem produção própria, compra uma prancha de madeira certificada e faz alguns móveis, mas ele trabalha sozinho, é muito mais fácil. A certificação da madeira foi exigência do mercado externo, principalmente do europeu, e ainda não está acessível a todos.

Eu uso madeira de reflorestamento desde os anos 80. Em 1992, ganhei um prêmio com um produto confeccionado com eucalipto, portanto, o designer que usa madeira de reflorestamento, renovável, já está tomando uma atitude. Derivados de madeira de reflorestamento também são usados, como é o caso dos aglomerados, porque são indústrias auto-sustentáveis, que têm seu suprimento sem cortar a mata nativa. Quando se emprega madeira nativa, o cumaru, por exemplo, que utilizo há alguns anos, é justamente para valorizar a diversidade que temos.

Quando se elege um tipo de madeira como a bola da vez e todo mundo foca nisso quase à exaustão, não há valorização da diversidade, não se trabalha com as diferenças. Até na conversa com o cliente, no dia-a-dia, a gente acaba formando essa cultura. Ele pede móveis de uma mesma madeira, tudo combinando. É justamente o que eu não quero. Fica legal a cadeira num sobretom, fica bonito. Não precisa combinar tudo. Aos poucos, você faz a cabeça do cliente. As pessoas chegam com o rodapé num tipo de madeira e querem o assoalho, a escada e todos os móveis na mesma tonalidade, e eu digo: *Que coisa chata vai ficar essa casa*. Quando você dá um uso nobre à madeira nativa, não está fazendo um produto

---

<sup>8</sup> O Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas trabalha desde 1972 pelo desenvolvimento sustentável das empresas de pequeno porte. Promove cursos de capacitação, facilita o acesso a serviços financeiros, estimula a cooperação entre as empresas, organiza feiras e rodadas de negócios e incentiva o desenvolvimento de atividades que contribuem para a geração de emprego e renda.

descartável, de obsolescência planejada, que vai durar um ou dois anos e depois se joga fora. É feito para durar a vida inteira. É o uso racional da madeira maciça.

Você visita uma marcenaria e vê uma montanha de madeira nobre em pedaços pequenos porque não dá para fazer um pé nem um tampo de mesa, mas serve para pé de cadeira, banquinhos, mesa de centro e outras coisas. É uma atitude ecológica. As capas dos banquinhos, material de descarte de confecção, viram matéria-prima para as artesãs da Aldeia do Futuro. Foram desenvolvidas para o meu banco e estão em simbiose, um valoriza o outro. Era material descartado, viraria lixo, mas virou matéria-prima, que dá remuneração às artesãs e valor ao produto.

54 Nunca me deixei levar por modismos. Tenho a preocupação de fazer o que acredito ser um bom design, aquele que atravessa o tempo. Alguns anos atrás, a moda era pátina. Depois, rádica, mas ninguém sabia o que era rádica, confundiam imbuia com radica, não sabem nem de que lugar da árvore vem a rádica. Havia muitas rádicas de lâminas recompostas importadas da Itália. Assim como vieram, desapareceram. Normalmente, não me preocupo em fazer desenho para esse tipo de pessoa nem acho que a decoração o deva porque com isso você está gerando obsolescência planejada, está gerando descarte.

Atualmente, já não existem recursos naturais suficientes para manter o consumo desenfreado. Está na hora de revermos os conceitos. Perguntam: *Você não tem culpa de usar madeira nativa?* Tenho, mas o que é melhor: a madeira não valer nada e o cara derrubar a floresta, botar fogo, colocar pasto no lugar, plantar soja, ou explorar a madeira nativa, desde que de forma sustentável? Eu mesmo demorei a entender. É a cultura do povo brasileiro, é o que acontece na Amazônia. Por que se promovem queimadas? Porque a floresta não vale nada. Árvores imensas ardem durante semanas em brasa. As pessoas chegam com uma cultura equivocada, acham que o negócio é mato derrubado e plantação de pasto.

## **:: Identidade brasileira**

Na verdade, o Brasil não tem uma única identidade. É uma diversidade tão grande que talvez seja isso que gere essa identidade. Não é algo

padronizado, rígido. Hoje eu começo a enxergar melhor. É a forma que encontramos de usar a criatividade com esses recursos básicos; esse poder a gente tem, sim. Vejo surgir algo interessante, uma geração muito criativa de designers. Vi isso na mostra Brasil Faz Design. Fui à feira de Milão. Primeiro, você se encanta; depois, percebe que é repetitiva porque eles focam nas tendências; na realidade, é produto de exportação. Vendem para o mundo inteiro, exportam, é u m desfile de modas. São variações em cima de um mesmo tema. Entrei na mostra Brasil Faz Design: não tinha aquele acabamento, aquela tecnologia, mas uma diversidade absurda de cores, de materiais, como madeira, palha, espaguete, tecido, fibras, jóias e outros, o oposto da coisa padronizada. Acredito que é algo que está crescendo, vai a m a d u r e c e r e dar um r e s u l t a d o interessante.



Banco Arpoador

## :: Conceitos para julgar um bom designer

Acho interessante participar de júri, mesmo que os outros membros tenham pontos de vista diferentes. A simplicidade de um produto é pouco valorizada no nosso país, porém é ao mesmo tempo muito complexa. Por exemplo, eu desenho uma cadeira para um concurso, mas ela nunca vai ganhar um concurso de design no Brasil. Talvez na Alemanha porque os alemães olham de um jeito diferente, mais racionalista. Na Itália, vi uma cadeira extremamente bem bolada, simples e leve ganhar um prêmio, mas eles tiveram esse olhar. Olho muito por esse lado porque aí entra a simplicidade, que é complexa. Não existe mais o absolutamente novo, o

revolucionário. Afinal, o que é uma cadeira? É uma receita de comida, os ingredientes são conhecidos. Se você observar, existe um repertório a que todo mundo tem acesso. O que gera a criatividade, a diversidade e o exótico é justamente a forma de combinar. Aí entra o grande julgamento, que é o olhar apurado. Observo sempre se está cumprindo a forma, a função, as proporções, o equilíbrio. Às vezes, você vê uma boa idéia, o conceito é legal, mas a pessoa não soube lidar muito bem com isso. A gente vai apurando a vista com o tempo.

### **:: A qualidade do trabalho**

Trabalhei para a Tok & Stok com a preocupação de fazer um produto durável. Tenho clientes de 8 anos atrás que ainda me procuram. Outro dia, um que tinha comprado uma mesa e cadeiras me disse: *Olha, eu as tenho até hoje, só que me mudei para uma casa maior, ficou pequena, vou levar para o sítio.* Onde ele pensou comprar uma nova mesa e cadeiras? Isso é mais importante do que ser “esperto” e vender uma coisa que não dura nada.

56 Outra coisa importante. Em nossas lojas, focamos muito na chamada customização, que se propõe a personalizar o produto para o cliente. Os produtos são padronizados até um certo ponto. Sofás, poltronas de tamanhos diversos e mais de cem opções de tecidos. Eles são as roupas dos sofás, eles mudam completamente a personalidade do produto. O cliente escolhe o tamanho e o tecido que ele quer, aquele que vai se adequar à decoração e também ao seu gosto pessoal.

### **:: As parcerias**

O trabalho social não é só trabalhar com ONGs. Nós temos trinta e seis funcionários e trabalhamos com nove diferentes indústrias de móveis, fora as de tecidos e outros componentes. Imagine quanta gente está envolvida com o que fazemos. Geramos emprego, riqueza, a indústria transforma o produto e agrega valor. Disse para minha sócia: *Se a gente se cansar e parar, muita gente vai ficar à míngua, vai ter que procurar outra coisa para fazer.* Portanto, nós também temos responsabilidade social. Eu faço porque gosto muito, dá renda, eu vivo disso, mas também é ser social, é ser consciente, é levar a sério.

## **:: O mercado do design**

O mercado mudou muito desde que eu comecei. Quando o mercado se abriu para os produtos importados, os moveleiros brasileiros entraram em crise porque foram checados de uma hora para outra. A tecnologia estava defasada, e não investiam em design. Levaram uma chacoalhada, e, é claro, a maior parte deles copiou o produto importado. A quantidade de cópias de produtos que a gente vê por aí é impressionante. Mas muitos investiram em criação de design próprio. Eu percebo essa cultura principalmente no Sul, onde está havendo uma ligação maior de designers com indústrias. E vejo com bons olhos, não que a produção seja ótima, mas já é um começo.

Vários designers, inclusive de São Paulo, já estão fazendo produtos seriados. Eu era uma andorinha quase sozinha fazendo verão. Olhava em volta e não via ninguém. Quando eu trabalhava com a Tok & Stok, tive uma brecada na área de desenvolvimento de novos produtos. Eu levava novos móveis, e eles não compravam. Fui atrás de outros mercados, comecei a projetar novos móveis, como a Cadeira Ox. Procurei a Nanni Movelaria, do Fulvio Nanni, na época, a loja mais bonita de São Paulo, de um extremo bom gosto, que tinha grande parte dos móveis feitos pelo próprio dono. Ele também tinha produtos de outros designers; a Cláudia Moreira Sales tinha peças na loja dele. Levei as cadeiras para mostrar a ele. Qual não foi a minha surpresa quando contei do meu trabalho na Tok & Stok. Eu tinha mais de 60 produtos em linha, alguns produzindo milhares por mês, outros centenas, outros dezenas. Ele ficou admiradíssimo e disse: *Cara, eu sempre tentei fazer isso e nunca consegui*. Ele tinha uma admiração muito grande pelo meu êxito, que eu mesmo não considerava uma grande coisa.

57

## **:: O design como obra de arte**

Hoje, os irmãos Campana estão sendo editados pela *Edra*, na Itália. O sofá deles custa 27.000 dólares; a cadeira, 5.000. É elitizado. No mínimo, você tem que questionar. É uma vertente, tudo bem, mas não é onde eu entro, não é a minha praia. Vale frisar que eles ralaram muitos anos no Brasil. Eles vinham fazendo peças com enfoque no utilitário, como saladeiras, luminárias, com preço menor. Atualmente, grande parcela da população brasileira tem cultura de design, ela é um consumidor em

potencial, mas nem sempre encontra um produto com custo adequado. Eu mesmo gostava, no início da minha carreira, dos móveis da Forma, mas, obviamente, não podia comprá-los. Pensei: *Que tal eu criar esse móvel que não existe?* Uma das primeiras idéias foi essa, realizada na própria Tok & Stok – fazer um sofá com um bom desenho, bem feito, com tecido de qualidade, de custo médio, nem popular nem alto. Era algo que não existia no mercado e quando colocado, foi um sucesso. Eu me apresentei como potencial comprador, um consumidor que tinha cultura e não era necessariamente rico.

Anos depois, aconteceu um fato muito interessante. Com a abertura do mercado, houve inundação de produtos importados. Lojas e indústrias que vendiam produtos caros e tinham reserva de mercado assegurada, levaram uma chacoalhada. Eu já estava, na época, com minhas lojas e não senti nenhuma concorrência direta.

### **:: O uso de produtos importados**

Eu já usei tecidos importados, mas, em dado momento, comecei a ser contra. Primeiro, havia o problema logístico de vender sem saber se teria o produto disponível, quando chegaria, quando seria desembaraçado na alfândega. Segundo, porque apareceram tecidos nacionais interessantes, que cobriam muito bem o importado. Não havia necessidade de trabalhar com produto estrangeiro.

Eu não tinha coleção própria de tecidos, mas nós investimos, minha mulher e eu, cuidamos pessoalmente dessa parte, pois agrega identidade e personalidade à nossa linha de produtos. Foi impressionante como cresceu a linha de tecidos com os estofados e as cadeiras. Quando a gente escolhe tecido para sofá, eu sei qual fica bem dentro da minha concepção, da identidade que quero passar para aquele produto.

Não tenho preconceito contra maus materiais. Todo material é bom desde que bem usado. Até aquele taxado de brega, de cafona, pode ficar muito interessante, dependendo da forma com que for empregado.

### **:: O bar da bienal**

Foi a primeira vez que participei de uma exposição de cunho cultural. O tema daquela bienal eram as grandes cidades, as grandes metrópoles, e tinha curadorias de artes plásticas, arquitetura e design. Foi muito

interessante. Meus produtos tinham que, além de se encaixarem na proposta da mostra, cumprir o propósito de funcionarem como bar e lounge.

Gostei de trabalhar com os excluídos. Daí eu eleger estas duas cooperativas, a Coopa-roca e a Aldeia do Futuro. Trabalhei em cima desse foco e também com materiais que necessitavam de pouco dinheiro, poucos recursos para fazer uma coisa interessante. Eram 400 metros quadrados, não era uma área pequena! Foi uma prova muito bacana, e o resultado legal. A mostra era soturna, cavernas, projeção de videoarte – que eu acho um pé. De repente, você vinha naquela caverna, naquela coisa obscura e... buuummm! Luz, cor, as crianças achavam o máximo. Era tátil, passavam as mãos nos pufes, mexiam nos espaguetes.

Houve inauguração, coquetel, mas eles não tinham me avisado. O pessoal jogava cigarro, lata de cerveja. Eu devia ter tirado os tapetes. No dia seguinte, eles estavam horríveis. Tive que mandar lavar. Se tivessem me alertado, ninguém iria notar se tinha tapete ou não. Três, quatro mil pessoas, ninguém perceberia.

## **:: Referências**

Sem dúvida, até hoje, eu gosto de boas referências. Charles e Ray Eames, a própria Bauhaus e, principalmente, a escola nórdica, referência antes da escola italiana. É onde o Sérgio Rodrigues, o Michel Arnault e o Tenreiro (Joaquim) foram beber água em sua época. O design que perdura no tempo. São bons exemplos que atravessam décadas e se mantêm atuais. As idéias, nesse momento, foram revolucionárias, muito interessantes e realmente se mantêm válidas e fortes até hoje. Do Tenreiro, tenho uma cadeira claramente inspirada nele, que fazia uso da madeira no limite de sua capacidade. Era exímio marceneiro, fazia muito bem os seus produtos. O Sérgio Rodrigues é outro exemplo. Não gosto de tudo dele, algumas peças eu acho pesadas. Umas datadas; outras não; completamente atemporais.

Gosto dos móveis do Fulvio Nanni e do Carlos Motta, um trabalho muito consistente. Admiro quem valoriza a autoria, leva o trabalho a sério, com a preocupação de não copiar a idéia dos outros e projetar algo mais duradouro, mais permanente, não tão ligado a “modismos”.

Também valorizo os anônimos. Gosto muito de resgatar antigas técnicas de marcenaria, uma coisa simples, do ofício do marceneiro, da pessoa simples, que dominava muito bem a profissão. De repente, põem

tecnologia e acham que é tudo, vai resolver tudo. Percebe-se, indo para a Itália, que eles têm um olhar muito afinado, têm memória, o resgate de boas referências, trabalham em cima de sua cultura. Uma cama com tapa-furos, uma cadeira cheia de encaixes e trabalhos de marcenaria são coisas simples, feitas em bancada de marceneiro, feitas na mão, e muito bem-feitas. É o domínio do ofício. O calçado italiano é o máximo. De onde vem? Lá do ofício do sapateiro. Ele sabe lidar com o couro, com a costura, com o acabamento, qual a melhor forma. Eu gosto muito dos anônimos. Eles não são famosos e têm valor.

Fiquei feliz quando o dono de uma indústria disse sobre uma peça minha: *Olha, o meu melhor marceneiro é quem faz essa cadeira para você dentro da indústria. Ele está até hoje aqui porque tem essa cadeira para fazer.* O cara botou todo o resto de produção dele no maquinário que funcionários médios tocam e largou o marceneiro de lado porque realmente ele não tem mais o que fazer.

Ele não é valorizado, é valorizado o que é mediano. Portanto, é uma forma de manter viva essa cultura. Isso é muito importante.

## :: Sobre a formação acadêmica dos designers

Existe muito arquiteto-designer. É uma atividade que não se definiu. Na época de estudante, recém-formado, começaram a brigar pela regulamentação da profissão. Eu dizia: *O que impede um bom marceneiro evoluir e ser um bom designer? Ele nem precisa fazer faculdade, ele tem muito mais conhecimento*



Banco Bienal

*do que qualquer neguinho que sai desse curso de cinco anos, que não sabe nada da vida lá fora, fica nesse mundinho acadêmico.* Por outro lado, achei muito importante a vivência acadêmica justamente porque abriu minha cabeça. A ideologia do como atuar, por que atuar, mexeu muito, mas ainda acho que as pessoas saem muito mal-formadas, principalmente por não saberem como funcionam as coisas lá fora. A questão de arquiteto, cenógrafo e artista plástico virar designer porque as artes plásticas não estão dando dinheiro é uma confusão. Arquiteto-designer tem muito. Os arquitetos viram decoradores ou designers. Arquiteto mesmo, na acepção da palavra, que toca a profissão, que é competente, conta-se nos dedos. É o caso de São Paulo, que é imensa. Há muita insegurança também, muita gente e loja adulando os arquitetos-decoradores, e eles se portam como estrelas do mundinho Casa Cor. Aquilo é referência do quê? Aquele povo todo que foi para a Feira de Milão fotografou e chupou o que pôde e o que não pôde para índio ver, não tiveram nem o cuidado de apresentar idéia própria. É um pastiche de coisas, e fica toda essa adulação. É um delírio total porque nada está ligado à realidade. Você viu o que viraram as garagens? São mais chiques do que nossas casas; o que tem de sofás, poltronas, tevês de plasma... É o mundo do delírio. Ao mesmo tempo, o profissional que é arquiteto mesmo, que atua mesmo, esse infelizmente está sumindo.

A atitude projetual da arquitetura e o trabalho que eu faço são muito próximos. Diversos arquitetos foram designers antes de existir o design porque eles projetaram espaços arquitetônicos, como foi o caso da Bauhaus. Houve uma ruptura, e o mobiliário da época não se adequava àquele estilo arquitetônico. É compreensível, porém a pessoa tem que ser boa naquilo que faz. Se você quer ser designer, seja bom. Há uma forte tendência a todo arquiteto se intitular designer. Na medida do possível, ele vai desenhar todos os móveis. Quando não conseguir, vai se lembrar da gente. Assim, ele não está valorizando a profissão dos outros, só se valorizando. Isso é centrismo.

Para projetar nossa nova loja, eu e minha mulher contratamos arquitetos, embora ela seja formada em arquitetura. Assim, valorizamos os profissionais que estão em plena atividade, atualizados.

## **:: Mercado eixo Rio–São Paulo**

O design gráfico no Rio de Janeiro é muito forte, porém não tanto quando se trata da produção de design de produto. Percebem-se diferenças bastante grandes entre as cidades. Você não muda de estado, você muda de país. São duas culturas completamente diferentes. Em São Paulo, você está numa das maiores metrópoles do mundo, ligado com o mundo todo. O Rio ainda tem algo de corte, uma aristocracia falida, atrasada. Por outro lado, tem a abertura de uma cidade litorânea, que propicia a criatividade artística.

## **:: Além da formação acadêmica**

O designer não deve ficar na vida acadêmica e achar que só isso basta. Quanto mais ele circular, mesmo em áreas que aparentemente não têm nada a ver – teatro, música, cinema, fotografia –, mais conhecimentos e cultura vai encontrar. Além disso, botar sempre um pezinho lá fora, no mercado de trabalho. Conheço um rapaz recém-formado, ex-estagiário da TV Cultura. Ele foi atrás, tanto insistiu, que hoje trabalha comigo. Acho muito válido.

62

Nos tempos de estudante, eu participava de concursos de logotipo. Design gráfico. Fazíamos um grupinho de dois, três colegas e “vamos participar”. E ganhávamos. Os professores de comunicação visual ficavam “p” da vida com os alunos: *Tá vendo, o pessoal do DI está ganhando.* Eu pegava um “bico”: *Tem uma galeria de arte que precisa de logotipo.* Eu me propunha a fazer, e pegava o serviço. Era um “bico”, entrava um dinheirinho muito importante, muito bem-vindo, uma forma de estar ligado com o mundo e manter uma atividade profissional, aprender a lidar, a fazer preço, a negociar, um aprendizado. É um grande risco ficar no mundo acadêmico. Tem gente que se forma, entra numa pós-graduação, e vai se tornando um teórico. Penso que deveria ser proibido cursar pós-graduação logo depois da faculdade. O aluno deveria ter pelo menos três anos de vida profissional, e, aí sim, voltar. Você teria um foco muito mais afinado daquilo que quer, em que se aprofundar. Pode ser que você se torne um intelectual, porém com uma vivência do mundo exterior.

Humildade não faz mal a ninguém. Muita gente sai da faculdade e se acha o “tal”: *Fiz tal faculdade em São Paulo, ou então, lá no Rio de Janeiro e vai chegar arrotando para um cara da indústria que não está nem aí para*

isso, nem faz parte da cultura dele. Quer entrar no mercado de trabalho? Seja humilde, reconheça que você tem muita coisa a aprender. Vão te pagar uma mixaria? Aceita, vai, toca, trabalha, dê o melhor de si. No mínimo, você vai ganhar experiência, vai ganhar vivência. E se você for bom, vão enxergar: *O cara é bom, ele produz, ele dá resultado, é interessante manter*. Falta muito isso. Eu sei porque converso, recebo curriculuns, as pessoas não têm humildade, não têm interesse. Entrevistei algumas que pediam um salário inicial que me fez dizer: *Eu queria ter recebido esse salário quando comecei*. É óbvio que ninguém vai conseguir isso de cara. Primeiro, você vai aprender na empresa, depois você vai ser produtivo. Falta esse tipo de visão. A grande dificuldade é justamente a inserção do jovem formado no mercado de trabalho. O próprio estagiário me disse: *Eu tinha vários colegas fazendo estágio*. Uns ganhavam bem melhor que ele. Hoje, estão todos desempregados. Ele é o único que conseguiu se manter. Por quê? Para a empresa, era muito mais barato manter um estagiário: “se formou, tchau”, entra outro.

É a relação custo-benefício. Para mim, não interessa muito. Eu disse para ele: *Isso aqui não é estúdio de design onde eu possa me dedicar 100% para você, te pagar para te ensinar. Você vai ter que ralar, suar, porque é assim que vai aprender. E vai ter que ser produtivo, tem que ser interessante para mim. Essa é a relação de trabalho de qualquer empresa onde você for trabalhar. Você dá algo em troca da remuneração*. Os estudantes têm uma visão equivocada. Na faculdade, eles pagam para obter conhecimento. Aqui, eu vou pagar para passar o conhecimento, e na hora que acharem que tem o conhecimento, eles vão pular fora. Óbvio que essa pessoa não me interessa.

## **:: O design e as tecnologias**

Ultimamente, estou fazendo os projetos no computador. É claro que tem mais recursos. Você vê a peça, modela, analisa de qualquer ângulo, porém não me encanto. O computador é apenas uma ferramenta. Eu ainda pego um pedaço de papel e rabisco. Adoro desenhar, rabiscar. Sinceramente, com ou sem computador, não me faz diferença alguma. Ajuda? Sim, mas como ferramenta. Vejo essas coisas como cosmética. Fui convidado para uma banca de TGI de dois trabalhos de dois grupos distintos. É um absurdo a escola permitir que eles terceirizem a confecção de maquetes e até de

renderização das ilustrações do computador, do book. Um grupo ralou, dava pra notar que não tinham dinheiro, fizeram a maquete na oficina, todos os desenhos – bons por sinal – a mão, os estudos, os esquetes. Fiz questão de olhar tudo. O tema era playground para adultos. O segundo trabalho, muito interessante, para deficiente físico. Se fosse levar a ferro e fogo, eles teriam que aprender muito mais, entretanto, tiveram a coragem, fizeram tudo na mão mesmo. Até a imperfeição era real. O trabalho do outro grupo era bonitinho, lindo, maravilhoso. Eles tinham mandado fazer a maquete. Estava lindo, mas a conceituação estava normal, não tinha nada de criativo. Desprezível também não era. Havia um lado bom formal, mas a conceituação mesmo, nada. O primeiro grupo tirou dez de todos, foi unânime. O último teve uma nota mediana, 7. Eu não me encanto muito; o trabalho pode ser muito bem apresentado, mas você tem que ir mais fundo. Se não tiver grandes recursos materiais, use a criatividade para atingir a mesma meta. Nem tudo tem que ser reluzente e dourado para ser bom. Não necessariamente.

## :: MARILI BRANDÃO

Marili Brandão é designer, com especialização no Instituto Europeo di Design de Milão. Professora de Ecodesign e Sustentabilidade no Curso de Pós-Graduação de Design de Interiores da FAESA, no Espírito Santo. Criadora dos projetos *Brasil Faz Design*, *Design & Natureza* e *+ Design – Resíduo* promovido pelo CEMPRE – Compromisso Empresarial para a Reciclagem. Escreve para revista *Kaza*. Foi curadora do Painel Contemporâneo da 1ª *Bienal Brasileira de Design*. É sócia-diretora da *Brasil Faz Design*.

### :: Início da carreira

Formei-me em desenho industrial, em 1977, pela Fundação Armando Álvares Penteado – FAAP. O curso era de artes plásticas com especialização em desenho industrial.

Logo que me formei, participei de uma seleção da Philips com os melhores alunos e fui contratada como designer, uma grande sorte. Fiquei três anos no departamento de desenho industrial, mas a empresa é multinacional, portanto a maior parte dos projetos era centralizada na sede, na Holanda. Não havia muita possibilidade de trabalhar aqui, o mercado estava ficando restrito, por isso, queria ir para o exterior.

Eu realmente queria fazer algo diferente, descobrir várias possibilidades. É muito difícil, porém, sair de um bom emprego para o nada. Sem muita perspectiva, comecei a me informar sobre países que tinham tradição em design: a Inglaterra, o Canadá e a Itália.

Eu aproveitava a hora do almoço – a Philips ficava na Paulista – para visitar os consulados e colher informações. O consulado do Canadá era muito frio, tinha um balcão separado por uma parede de vidro, do qual era impossível se aproximar, a única coisa que me diziam era: *Neste ano, já está tudo encerrado*. No da Inglaterra, também foi complicado. No consulado da Itália, me receberam de maneira engraçada. Disseram que não tinha nada, mas eu comecei a freqüentar o instituto na hora do almoço. Na primeira vez, me pediram: *Tira uma fotografia para a gente?* e me deram uma romã. Eu explicava: *Quero estudar na Itália*. Respondiam: *Não tem curso de especialização. O que você vai fazer na Itália se já tem emprego, já estudou, não precisa*. Mas eu queria. Eu ia sempre com alguma revista italiana, a *Ottagono*, por exemplo. Disse a eles que tinha

o Instituto Politécnico, que não é faculdade. A Itália não tem cursos de pós-graduação em design. Naquela época, os cursos eram só em escolas particulares, o que eles chamam de para-universitários, não era pós-graduação. O diretor do instituto e sua esposa iriam em julho para a Itália: *Se quiser, eu apresento você para o diretor de uma escola.* Foi assim que aconteceu. Ganhei uma bolsa e fui estudar no Instituto Europeu de Design de Milão.

Estudei um pouco de italiano na PUC (Pontifícia Universidade Católica) e fui. Até hoje, quando eu quero estudar línguas, vou à PUC. No dia seguinte à minha chegada, já estava na escola. *Estou vendo que ela entende o italiano, mas não fala, como é que vai estudar?* perguntou o diretor. Eu não tinha nenhuma bolsa de apoio. Em Roma, tem um departamento de relações exteriores que ajuda países em desenvolvimento, mas eles estão habituados a atender a África, a Índia, países menos desenvolvidos que o Brasil. A gente ficava no limite. De qualquer forma, com a bolsa, eu não precisava de pagar a escola.

Assim, fui conhecendo os mecanismos. Quando eu estava aqui, tinha a idéia de que os brasileiros só copiam: eu queria saber de um país que cria, onde acontecem as coisas. Na escola, fazíamos trabalhos com os professores que já atuavam no mercado, que tinham contato com as indústrias. O primeiro trabalho importante no ano – uma luminária – fizemos em colaboração com a Artemide, empresa de iluminação de ponta. O segundo, um sofá, na B&B Itália, outra fábrica de ponta na área de mobiliário. Os dois resultaram em exposições, e esta última, *7 Idee per Abitare*, aconteceu junto com o ICSID, Congresso Internacional de Design, como evento paralelo e muita repercussão na mídia. A escola, em conjunto com professores e alunos, fazia tudo, o coquetel, o convite. Mais do que a escola, você vai entendendo o mecanismo do design.

Numa das palestras que aconteciam na escola, eu pedi a um integrante do Studio De Pas D'Urbino Lomazzi para trabalhar lá e consegui.

Escolhi a Itália porque eu adorava as revistas italianas. Na moda, sempre achei que os italianos tinham uma elegância mais relaxada, sem muito formalismo. O próprio Instituto Italiano de Cultura passava a idéia de que você iria encontrar um povo de fácil relacionamento.

Na Philips, eu tinha um chefe argentino que me perguntou em que cidade eu iria estudar, e eu respondi que não sabia, então ele apontou a

diferença entre Milão e Roma. Milão, realmente, é o centro do design, era a opção correta. Lembro também as palestras do Mário Bellini, em São Paulo. O pessoal perguntava a ele como se fazia para estudar em Milão, e ele respondia: *Vai e mora lá uns dois anos*. A Itália não é muito estruturada em termos de ensino, você aprende muita coisa se virando.

De qualquer maneira, eu esperava mais; se você estuda ou não é problema seu. Tem que assistir às palestras e ver o que está acontecendo. Você aprende muito, mas como autodidata. Grandes designers e arquitetos italianos são autodidatas: o Bruno Munari, o Giugiaro, que fez projetos para a Fiat, são alguns exemplos.

Você tem que saber por onde começar. Mesmo na Itália, a escola é um ponto de apoio para as pessoas entenderem o que as levou até lá. Os estúdios não têm informação nenhuma sobre você, ele vai te aceitar só porque você está estudando numa escola italiana. Quando você chega a outro país, está sem referência, sem amigos, sem nada. Então, começa do zero. Só de estar regularmente registrado na escola, de alguma maneira você está um pouco mais situado no cenário local.

## **:: Brasil Faz Design**

Quando voltei, tentei trabalhar, mas não dava certo. Tinha trabalhado na Philips, para a qual continuava fazendo trabalhos, e freqüentava o Salão do Móvel em Milão. Comecei a escrever sobre a feira de Milão para a revista *Design & Interiores*, depois para a *Folha de S. Paulo*. De tanto ver aquela feira, eu comecei a pensar se a gente não poderia expor nossos produtos, fazer uma exposição também. Me lembro muito da exposição holandesa Droog Design, que me chamou a atenção porque não eram produtos de muita tecnologia. *Esses produtos até a gente sabe fazer, e estão ali, pensei*. Foi uma festa bacana, fez muito sucesso. Até hoje, a Droog Design faz sucesso, eles têm muito humor. São coisas muito bem boladas, a Holanda tem tradição em design, em arquitetura, do De Stijl, quer dizer, o histórico deles não é como o nosso. Porém, serviu para acreditar que a gente podia fazer alguma coisa. Lancei a idéia para uma pessoa conhecida, um crítico na área de design, o Vanni Pasca, e ele topou.

Pedimos um espaço no consulado brasileiro para montar a exposição porque lá era muito caro e difícil de se conseguir. O consulado aceitou,

e fizemos o primeiro O Brasil também Faz Design – era assim que se chamava – com apoio da *Casa Cláudia*. Na época, eu tinha um certo receio em selecionar os produtos, algum poderia passar despercebido ou receber crítica negativa. Na verdade, para realizar o evento, nós envolvemos, inclusive, empresas italianas que o Vanni Pasca conhecia. Ele é italiano e escrevia para algumas revistas, tinha contatos com indústrias e conseguiu algumas verbas. A Georgetti, empresa de móveis, a Luceplan e a Cassina foram patrocinadoras. Cada empresa deu mil dólares. O curioso é que a gente conseguiu, em nosso primeiro evento, patrocínio de empresas que não eram brasileiras, além de verba do consulado, muito receptivo. Na época, o cônsul era o José Botafogo, e, não fosse por ele, não teria acontecido. Às vezes, o pessoal prefere não fazer a se envolver com o que pode criar problemas. A *Casa Cláudia*, cujo diretor era o Roberto Dimbério, atual diretor da *Casa Cor*, acreditou também na idéia. Foi uma conjunção de coisas, era para acontecer.

Com relação à escolha dos produtos, eu dizia para o Vanni: *Eu quero que você veja também*. Eu queria uma pessoa de fora para dar o aval. *Marili, não vai dar para eu viajar. Nós estamos sem verba, sem nada. Escolha você*. Começamos assim, dividindo por áreas. Queria fazer um catálogo porque a documentação é importante, sempre tive isso na cabeça. Levamos tudo para o estúdio da Editora Abril, fotografamos e editamos.

A *Casa Cláudia* foi quem enviou e trouxe os produtos. Os irmãos Campana estavam começando na carreira. Muita gente ajudou, mas foi uma confusão. O Fernando Jaeger até



“Brasil Faz Design, Scuola Umanitaria”, Milão, Itália, 2000



“Brasil Faz Design”, MuBE, São Paulo, 2002

hoje me diz: *Marili, você vai fazer de novo? Tem coragem.*

Lembro que o piso do consulado era feio, e os Campana diziam: *Vamos colocar papel-cartão ondulado.* Era tanto papel-cartão por cima e por baixo, que hoje, com a lei antiincêndio, não passaria de jeito nenhum. E assim montamos a mostra, com diversas luminárias bacanas que a Luceplan emprestou. O projeto de montagem era do Marcelo Rosenbaum, que não recebeu pelo serviço, como todos os envolvidos. Eu não esperava tamanha repercussão, foi muita gente, inclusive empresários italianos. Produtos saíram publicados no *International Design Year Book*. Na época, nenhum outro país da América Latina tinha se apresentado com tanta força. Hoje, talvez.

Na segunda edição do evento, o Vanni sugeriu um concurso. *O pessoal não se inscreve em concurso. Nós temos que convidar os grandes e os bons. Já temos poucos, se os melhores não estiverem, como é que fica?* perguntei. Fiz uma seleção *hors concours* por convite. *Marili, não estou entendendo essa categoria.* Eu expliquei que se não fosse assim, não haveria uma boa seleção de produtos. Ele achava que, quando estivesse institucionalizado, o pessoal se inscreveria. Assim aconteceu. Por sorte, o secretário da cultura de Milão, Phillipe Daverio, veio a São Paulo no então governo de

Paulo Maluf, que estava intensificando o projeto de gemalagem entre os governos de Milão e de São Paulo. Fui me encontrar com o Daverio no hotel. Ele conhecia o Vanni, por isso conseguimos o espaço em Milão, de propriedade da prefeitura. Um espaço bárbaro, na praça Duomo. De Monet a Picasso ao lado de Brasil Faz Design, a montagem mais bonita que realizamos. Foi em 1996. Nessa época, já tínhamos enquadrado o projeto na lei de incentivo à cultura. O primeiro tinha sido um evento da *Casa Cláudia*. No segundo, o Dimbério, diretor comercial da *Casa Cláudia*, disse: *A gente não faz o evento. A gente apóia, você organiza e realiza*. Conseguimos, também, patrocínio da Tok & Stok.

A partir daí, o evento ficou mais ou menos institucionalizado. Sempre na lei de incentivo à cultura, era um concurso aberto, divulgado para todo o Brasil. A cada ano, temos que começar do zero, ir atrás de patrocínio, alugar espaço e tudo mais.

Na volta, a exposição é realizada em São Paulo. Antes, era na ida, eu achava mais fácil, mas o Dimbério achou mais bacana trazer do exterior do que levar. Ele sempre teve uma visão mais relacionada ao marketing. Procuramos, também, fazer na mesma época da Casa Cor, “pegar” esse movimento. Assim, tem ficado por volta de julho; em Milão, é sempre em abril. No ano passado, aconteceu no Ibrit, Instituto Brasil--Itália, muito bem localizado.

Tive mais uma idéia brilhante: já que existe a Casa Cor, que deixa os espaços bonitos, vamos deixar o espaço cultural brasileiro bacana e chamar um decorador. Será que alguém aceita? Foi uma empreitada difícil, trabalhar a instalação básica era ruim, a parte hidráulica era ruim. Levamos pia da Deca, piso da Eucatex, luminárias da Light Design, de Brasília – que doou todas as luminárias – e móveis. Era uma Casa Cor. Era para ter umas peças fazendo parte da decoração. O diretor, arquiteto amigo meu, topou. Desmontamos o instituto. O pessoal do consulado, meio em briga com o Ibrit, não acreditava. Ganhamos essa briga de presente, sem saber.

Em São Paulo, a última edição foi no MuBE (Museu Brasileiro de Escultura Marilisa Ratsam).

Temos feito parceria com o Sebrae; o Fábio Magalhães também é nosso parceiro nisso: *Estou no Itaú Cultural. Tem o MAM também, mas está mais para a arte*. O próprio pessoal do Sebrae dizia que o Itaú parecia estar com

glamour próprio, tecnologia, design. Eu havia pensado até no prédio da Fiesp, mas são espaços que não têm tradição nessa área.

Nós fazíamos sempre no Museu da Casa Brasileira, entretanto, o próprio museu tem um concurso, e as pessoas se confundiam um pouco: quem organizava o quê, o prêmio era do museu ou não. O do museu deve acontecer no final do ano. O nosso tem uma especificidade, que é expor no exterior. Procuramos ser bastante criteriosos na seleção dos produtos: que tenham característica brasileira e que sejam originais.

## **:: A bienal de St. Etienne**

Quando nos apresentamos no Spazio Consolo, em Milão, nos disseram que um pessoal da França queria conversar conosco. Começou, então, um contato com a Bienal de Design de St. Etienne, na França. Eles também ficaram espantados com a qualidade dos produtos, muito bem impressionados. O Brasil não tem tradição. Então, começou uma história. Conversei com todos os designers, cada um pagou uma taxa e financiou a ida. Fomos para a França. Era a primeira edição da bienal de St. Etienne.

Na segunda, organizou-se um outro grupo, por conta própria, sem minha participação, e foi criando ramificações.

Em 2000, a curadora francesa visitou nosso espaço: Como vai? A gente já está um pouco. Estamos



*fazendo uma exposição com questões ligadas ao ecodesign. Queria ver o que você tem. Poderia indicar alguém? Conversou, conversou, e fomos, eu e a Beatriz Saldanha, dar uma palestra no seminário de design e ecologia deles, O Design para um Mundo Sustentável. Levamos uma exposição só de produtos ecológicos. Eles se interessaram também por outro evento nosso, o Design & Natureza. Nesse ínterim, chega um fax da Esad, escola de design da cidade portuguesa do Porto, cujo diretor elogiava a exposição e solicitava um catálogo. Mostrei ao Fábio Magalhães. Eu toco tudo, mas ele é meu consultor: *Esse pessoal tem dinheiro. Como é que ele viu isso na cartinha? Por que você acha que o cara está perguntando quantos containers você vai levar?**

Mandei um catálogo, e ele se entusiasmou: *Achei de excelente qualidade, fico ainda mais aguçado em conhecer os produtos. Traga a exposição para cá. O Fábio sugeriu: Você vai levar para St. Etienne, já está na Europa, por que não oferece para levar ao Porto? No meio de tudo, o pessoal de St. Etienne: Tem uma feira em Paris, chamada Marjolaine, de produtos naturais, a Bio & Nature; acho que tem a ver com os seus produtos. Mande uns posters que a gente coloca lá.* Fizemos Paris, St. Etienne e Porto. Foi no ano passado.

72

## **:: A recepção do design brasileiro**

Alcançamos bastante espaço nas revistas, e só não ganhamos mais porque não temos uma assessoria de imprensa. Se tivesse como mandar catálogo para tudo quanto é museu, fazer um trabalho sistemático, poderíamos ter mais retorno. Em St. Etienne, eu pensava não alcançar muita repercussão, porém recebi um e-mail da revista inglesa *Wall Paper* pedindo foto de um produto feito por uma indústria do Sul. Ficaram superfelizes. Saiu no Design Boom, um site superbacana de design. Em 2000, tinha lá algumas fotos da Brasil Faz Design. Tem sido sempre interessante. Aquele meu medo inicial, que era de passar em branco, nunca aconteceu. A exposição da França saiu num encarte especial do *L'Express*, onde tem uma peça nossa.

St. Etienne também quer ser a capital do design internacional porque Milão tem a feira de móveis. Não é nessa área que eles pretendem se inserir, e sim na área de debates, de escolas de design. Estão investindo pesado para criar um centro de design.

Nós fomos à pré-inauguração desse centro. Eles fizeram posters, onde também tinha peças nossas. Isso emociona.

Na França, a comunicação é mais fácil. Primeiro, porque a Itália é ultra-competitiva, você está no meio de gente hiperespecializada. Então, conseguir espaço em Milão, ser notado, ser citado e as pessoas continuarem falando ainda hoje, é muita coisa. Tenho certo relacionamento com algumas revistas, como *Abitare*, para a qual escrevo uma vez por ano, a espanhola *Experimenta*, a *Domus*; no jornal *Corriere della Sera* escolheram como mostra top ten. Em todas, deu Brasil Faz Design. Nós poderíamos sair em mais revistas se os produtos fossem distribuídos lá.

## **:: Design & Natureza<sup>9</sup>**

A mostra Design & Natureza contempla produtos que têm preocupações com as questões ambientais e sociais.

Apresentamos projetos como o couro vegetal, da Tree Tap. A Beatriz Saldanha desenvolveu essa linha de produtos, como o látex aplicado em tecido de algodão. É um projeto que tem doze anos; começou na bienal, no Rio+10, e agora fez parceria com a holandesa Giant, a fábrica de bicicletas mais importante no mundo. A Beatriz desenvolveu duas bolsinhas para dois modelos diferentes de bicicletas. Um, que já é modelo deles, e outro, novo, que eles desenvolveram com preocupações ambientais.

Comecei o Design & Natureza com o Christian Ullmann, que era do Ibama e conhecia muito as madeiras da Amazônia. O Design & Natureza tem foco nos produtos da floresta. A idéia é utilizar como matéria-prima principal os recursos brasileiros naturais renováveis, dar-lhes destaque e valor. Como materiais complementares, os metais e plásticos reciclados. Os designers não podem trabalhar com matéria-prima virgem, só com a reciclável e reciclada.

É um projeto que propõe aos designers a possibilidade de se criar sem preocupação comercial com materiais novos ou com materiais pouco utilizados no mercado. Nós fornecemos madeiras certificadas.

Já no início do ano, fizemos reuniões com eles e discutimos o tema do ano, o que pode e o que não pode, onde comprar o material, qual a

---

<sup>9</sup> Mostra que exibe as mais novas, belas e criativas obras, dentro do chamado ecodesign. Móveis, luminárias, jóias, utensílios domésticos e outros objetos confeccionados com materiais inusitados, como sementes, fibras naturais, couro vegetal, cerâmica, óleos essenciais de espécies nativas, látex natural, cuias, coco, cipós, resina, algodão orgânico, papelão e sobras de madeira reaproveitadas.

semente; depois, os levamos ao IPT<sup>10</sup> para uma palestra. Enfim, a gente dá uma assessoria.

### **:: O design ecológico**

É utilizado hoje porque virou moda. Por um lado, é bom, vai criar mercado e um grupo de profissionais, mas duvido que as pessoas estejam realmente conscientes do que fazem. Acredito que a maioria dos designers envolvidos não tenham consciência da problemática ambiental. Trabalhamos com os melhores designers, e é difícil explicar para eles, embora enviemos e-mails duas vezes por mês, com páginas e páginas de textos, informações, critérios, conceitos, justificativas e tabelas de avaliação. É difícil o povo entender. Quanto mais você pesquisa, mais você se convence de quão complexo é o tema ambiental.

O mercado passa informação enganosa. Para certas empresas, toda madeira de reflorestamento é ecológica. Para mim, não é; só vale a que tiver certificação. Não sabemos o estado das florestas. O FSC é que avalia, e a gente trabalha com esse selo. Aí, lançam no mercado o painel OSB, que é só com lasca. Eu pensei que era lasca proveniente de madeira já utilizada. Nada. É tudo plantada, é igualzinha ao compensado, ao aglomerado, mas divulgam e promovem como produto ecológico. Então, mudar isso na cabeça deles fica complicado porque a informação é confusa.

Um fato me deixou estupefata durante a homenagem ao pau-brasil, em 2000. Era a árvore de maior resistência – sem ter um projeto de replantio – que nunca se destruiu. Como eram os 500 anos do descobrimento, fizemos o projeto. Acontece que uma moça, que era da comissão de organização dos eventos de 500 anos do Brasil na Suíça, veio de lá para Milão só por causa do pau-brasil e queria levar o projeto para outros eventos. Ela não gostava de uma coisa que eu também não gosto: a imagem estigmatizada do Brasil do futebol, do carnaval.

No Design & Natureza, vamos apresentar três indústrias que trabalham com produtos da floresta: a Natura, a Pirelli e a Mercedes Benz. Houve um resultado da parceria entre a Mercedes Benz e um centro de pesquisas do Pará. A partir da fibra de coco misturada com o látex, estão produzindo a poltrona do Mercedes Benz Classe A. É um bom projeto ambiental porque, para fabricar a espuma, deixa de utilizar o petróleo, que polui. São as

10 IPT – Instituto de Pesquisas Tecnológicas



Design Natureza

comunidades que colhem, que desfibram, que fornecem e vendem o coco para a fábrica. São ações pontuais.

Foi criado, há algum tempo, o comércio ético solidário para remunerar melhor essas comunidades. Hoje, as ONGs, e mesmo os ambientalistas, estão muito voltadas para questões socialmente justas, ecologicamente corretas e economicamente viáveis.

### **:: Características brasileiras**

Acho que não se pode pegar um caminho único. Mesmo no evento Brasil Faz Design, procuramos sempre apresentar um produto que tenha mais tecnologia e a maior diversidade possível, mostrar as duas coisas. Podemos colocar um produto tecnológico para não ficar muito só no artesanal. Achei interessante que os italianos que participaram do júri também escolheram produtos de sinalização, uma catraca. Eu conversei com uma jornalista italiana em Saint Etienne que achou que a bolsinha da Dina Broide era do tipo Campana, feita de retalhinho. Nós também expusemos alicate, ventilador. É isso que queremos vender como imagem brasileira.

A Brasil Faz Design tem como objetivo mostrar o que o Brasil faz. Quando os europeus viram a imagem do trator, gostaram. Outra coisa que os agradou foi o design urbano, um projeto do Guto Índio da Costa, do Rio, cujo escritório trabalha com tecnologia mais desenvolvida. Ele fez um abrigo de ônibus, que é de uma indústria francesa que entra na concorrência e fornece para as prefeituras. Depois, recupera o investimento através da publicidade, da exploração do espaço publicitário.

Em São Paulo, não acontece muito. Eu mesma vi, em várias cidades, a restauração das fachadas das casas. Fazem acordos com os lojistas para deixar aparecer as fachadas, e estão conseguindo. Aqui, é um descaso. Tem o pessoal do Viva o Centro, que briga muito para tirar os fios, para dar uma liberada naquela coisa horrorosa. Mas aí está. Também é uma ONG, é outro movimento social.

### **:: Critérios de seleção no evento Brasil Faz Design**

O que a gente procura selecionar? Produtos de qualidade entendidos como um todo. Outro critério é procurar sempre a nossa expressão, brasileira, autêntica. Ou seja, se é um sistema de armário embutido, o que na Itália eles fazem vinte vezes melhor, a gente procura não colocar. Às vezes, o produto pode ganhar o primeiro prêmio no Museu da Casa Brasileira e a gente não selecionar. Isso acontece com certa frequência.

No início, procuramos trazer um profissional de fora para o julgamento. Alguém que viesse com o olhar de fora, vendo o que você escolheu. Eu não ia selecionar uma máquina de lavar roupa, tem tantas na Europa. O Orlandini, italiano, disse: *Não. Tem um quê de diferente. Tem um quê de brasileiro.* É importante esse olhar. No último evento, convidamos o alemão Alfons Hug, que era o curador da Bienal Internacional de Arte. Temos sempre em mente que estamos mostrando – para um público de fora, estrangeiro – o que há de melhor entre os produtos brasileiros.

### **:: A identidade brasileira no design**

Uma vez, decidi não colocar uma peça do Hugo França, mas um jurado italiano achou que ela possuía alguma coisa, que era uma peça mais rústica produzida em madeira.

Nas introduções dos catálogos, sempre aparecem justificativas. Teve um texto muito bonito do meu ex-professor, o Orlandini, sobre a cultura

brasileira e a dificuldade de transmiti-la para um produto.

Ele escreveu uma cartinha que diz: *Estou voltando para a Itália e queria comunicar meus pensamentos enquanto as emoções ainda estão frescas. Essas observações foram feitas depois de termos avaliado os 397 projetos apresentados por profissionais brasileiros e uma pequena parte – por que tão pequena? – por estudantes. O conjunto forneceu uma imagem muito clara do Brasil Faz Design. Acredito que o caminho que o país está percorrendo deva necessariamente passar por duas fases. A primeira, na qual já se encontra há tempo e tende a se exaurir em poucos anos, é uma fase de imitação de outros países que fazem design há muito tempo. Nos últimos cinco anos, vi uma melhoria crescente nos produtos. Os produtos de hoje poderiam muitíssimo bem ser vendidos na Itália. Esse processo serve para o amadurecimento de*

Comissão de  
julgamento para  
seleção do Brasil Faz  
Design 2002 (Arthur  
de Mattos Casas,  
Alfons Hug e Fábio  
Magalhães)



Fotos: Arquivo Marli Brandão

*uma linguagem formal. Todos nós aprendemos imitando. É um caminho indispensável para se adquirir uma linguagem comum a todos que nos permita ser entendidos pelos outros. Isso não quer dizer necessariamente utilizar o plástico como matéria-prima. Existem as vossas maravilhosas madeiras, uma mina de possibilidades expressivas. Estão somente à espera de serem trabalhadas sempre com maior sofisticação, com a atenção a um detalhe. God is in detail. Devem ser encontradas aplicações tecnológicas, produtivas e inovadoras... (Ele acha que a madeira pode ser um material interessante, porque nós, no BFD, temos valorizado muito a diversidade da madeira desde que utilizada com tecnologia, não de maneira rústica.) ...explorando suas peculiaridades e propriedades mecânicas e físicas: elasticidade, condutividade térmica, flexão etc., talvez combinando com outros materiais para ampliar o*

*uso e exaltar a estética. Não é a quantidade de madeira que torna belo um produto, mas a qualidade formal do trabalho executado e de sua utilização que cria o jogo do design. A madeira é um bem precioso que, como foi bem colocado na avaliação de projetos de madeira, deve ser usado com respeito e parcimônia. A segunda fase prevê um processo de amadurecimento muito mais longo e difícil. Essa etapa só poderá ser atingida depois de superar a primeira fase, que deve levar à redescoberta, à criação, à invenção da própria identidade. Ele fala em duas fases, uma da cópia e a outra criar uma identidade. Cara Marili, o Brasil possui uma fórmula mágica que faz com que a vida seja leve. E o mundo não espera nada mais do que poder comprar um pouco dessa magia. O difícil é colocar tudo isso em um objeto, porém é o que espero de seus designers nos próximos anos. Trata-se de redescobrir os sinais, as cores, as sensações que desde sempre acompanharam as suas vidas. O caminho ainda é longo, mas o processo foi iniciado. E, de qualquer, maneira irá sempre em frente, não tem volta. Bonito, não é? É bacana que alguém que venha de fora observe desse jeito. Eles, que já estão lá na frente.*

### **:: Os nomes fortes no design brasileiro**

O Guto Índio da Costa é um. O trabalho da Beatriz Saldanha com couro vegetal não é só design, mas um processo como um todo. Recentemente, ouvi uma palestra muito bacana de um ex-assistente do Orlandini quando estudei em Milão, o Ricardo Zarino. Ele participa de um projeto que o Instituto Europeu de Design está fazendo, aqui, na cidade de Santa Gertrudes. Disse que lá tem uma cerâmica de qualidade muito boa. Na palestra, ele disse: *Santa Gertrudes possui uma riqueza que é a qualidade da cerâmica, por causa da terra de lá. Mas essa terra não é dos empresários, é do povo de Santa Gertrudes. O design pode ser, também, não o produto final, mas esse processo de desenvolvimento.* A Beatriz Saldanha entra nessa linha. A gente não avalia só o desenho da bolsa, mas todo o processo que ela desenvolveu em relação aos seringueiros, à comunidade, ou seja, com o que ela contribuiu para aquele grupo de pessoas.

Na área de design têxtil, eu conhecia uma menina que estampava para o Lino Villaventura, que fazia um trabalho muito interessante. Não sei quanto ela possuía de criativa ou quanto ela era o fornecedor técnico. Também as sandálias havaianas, que eu não sei como é que começou.

A moda desenvolveu muito desde Alexandre Herchcovitch. Apresentamos trabalhos dele na Brasil Faz Design de 98. É uma área que hoje está bem representada.

## **:: Design industrial e design artístico**

Os Campana industrializaram na Itália um trabalho que era tipicamente artesanal. Temos que ter claro que é uma indústria de ponta. Não é nem o aspecto tecnológico porque é tudo muito manual. A cadeira vermelha tem uma história muito engraçada. Eles não conseguiram explicar para o empresário italiano como é que se fazia aquilo. Então, filmaram o processo e mandaram. A empresa tinha visto a peça numa revista que mostrava como era feita a cadeira por fora e por dentro. O pessoal da fábrica viu que era de grande imagem o produto e o processo tecnológico simples, sem grande investimento. Aí começou essa história. A primeira vez que eles foram para Milão foi em 95, com a Brasil Faz Design.

Para ter peças deles, você precisa ser rico e ter a cabeça moderna, comprar para hall de entrada de hotel ou exportar para os Estados Unidos. São peças produzidas em baixa escala. Disseram que vender numa feira quatro sofás é lucro. A Edra é única no mundo a trabalhar com produtos de imagem muito forte. Não é qualquer empresa que trabalha com tal ousadia. As soluções de seus projetos muitas vezes nasceram da necessidade de adaptar e encontrar soluções. No fundo, porque não podiam fazer de um jeito, eles faziam de outro.

O Fernando Jaeger enxerga os móveis como parte de um ambiente. O Arthur Casas desenhava para seus projetos de interiores e hoje trabalha para produção em série também. Cada designer tem um perfil: o que investe na produção e tem a própria oficina, e outro que terceiriza, faz para a indústria, que são os escritórios. Ninguém faz uma máquina de lavar roupa nem vai terceirizar, nem vai produzir. Tem que ser contratado pela indústria.

Nós estávamos trabalhando para uma empresa importadora, a Art Home, para lançar uma linha de produtos nacionais na área de porcelana da Vista Alegre. Fizemos os primeiros desenhos com o Jaime Prades e com a Nuts Design, além de uma xícara para a Brasil Faz Design.

## **:: Brasil Faz Design 2004**

Não tem um tema específico. O Karl Heinz Bergmiller é a pessoa homenageada. Basicamente, é o mesmo sistema, e inclui a categoria Desenvolvimento Sustentável. No Design & Natureza, nós criamos critérios de avaliação de dez pontos, que viraram os dez mandamentos do produto ecológico. Como não existe um conceito claro de produto ecológico, eles servem como reflexão.

PS – Pelas dificuldades, 2004 foi a última edição da Brasil Faz Design.

São Paulo, 2008

Composto em Myriad no título e ITC Officina Sans, corpo 12 pt.

Adobe InDesign CS3

<http://www.centrocultural.sp.gov.br>