

casa & mercado

EDITORIAL
MAGAZINE

ANO VI
EDIÇÃO Nº 42
R\$ 8,30
WWW.CASAEMERCADO.COM.BR



CADA
UM COM
SEU
ESTILO

ESPECIAL
9 soluções
157 produtos

YES,
NÓS
TEMOS
DESIGN!

CENÁRIO:
A NOVA FRONTEIRA
DA ARQUITETURA

anos

A hora é agora

Com identidade própria e profissionais aclamados dentro e fora do Brasil, o design nacional mostra a sua força de expressão e qualidade singular.



A Loja Espasso, em South Hampton, Nova York (EUA), comercializa peças de designers brasileiros consagrados no Brasil e no exterior.

Há cerca de duas décadas, a grande preocupação das empresas nacionais fabricantes de móveis e objetos de decoração era trazer modelos provenientes de outros países, inspirados em tendências europeias, e copiá-los aqui no Brasil. A fórmula deu certo por algum tempo, até que o avanço da tecnologia possibilitou o acesso à internet a um número maior de pessoas, as viagens ao exterior ficaram mais acessíveis e, desta forma, o intercâmbio de informações mais intenso, o que acabou contribuindo para a formação de um público mais exigente e interessado em novidades no campo do design. "A sentença de morte às cópias foi assinada com a maior abertura das importações, no início da década de 90. O consumidor brasileiro passou a querer mais e as empresas nacionais a valorizar e dar mais destaque ao trabalho do designer", afirma Adélia Borges, diretora do Museu da Casa Brasileira e professora de História do Design Brasileiro na FAAP.

Já no fim da década de 90, outro fator, de ordem econômica, fez o movimento inverso: com a desvalorização do real e o custo proibitivo das importações, alguns fabricantes decidiram investir no design nacional, profissionalizando essa mão-de-obra. Com o fenômeno da globalização e um maior interesse do povo do Hemisfério Norte pelo Sul, outros países voltaram sua atenção para os nossos talentos, que hoje são exemplos de brilhantes carreiras de sucesso. É o caso de Humberto e Fernando, os Irmãos Campana, que desde 1983 atuam como designers, utilizando o conceito de que a matéria-prima pobre pode transformar-se em uma peça bela e funcional. "Nosso modo de pensar e viver é diferente do alemão, do japonês e de outros povos. O segredo do brasileiro é a espontaneidade, a capacidade de resolver os problemas com agilidade. A pobreza, apesar de ser triste, nos ensina a lutar", afirma Humberto Campana. A designer Kimi Nii, especializada em objetos de cerâmica de alta temperatura, compartilha da mesma opinião. "Na Holanda, por exemplo, onde o desenvolvimento tecnológico está muito à frente do Brasil, os designers são bem assessorados. Apesar de não ter todo o apoio necessário, aqui nós colocamos a mão na massa e produzimos peças mais artesanais. Isso salta aos olhos dos estrangeiros", opina Kimi, que tem suas peças representadas na Holanda pela Loja Paulista e, no Brasil, na Benedixt e em algumas galerias de arte como Art Deco, Múltipla e Mônica Filgueiras. "Indepen-



Humberto e Fernando Campana: criadores de peças que representam a construção do belo a partir do aparentemente dispensável.

dentemente do lugar que você esteja, se o que cria é autêntico, coerente com as suas crenças, mesmo sendo particular, essa visão acaba sendo compartilhada e admirada em outras partes do mundo", opina o designer Nagib Orro.

Experiência no exterior

Proprietário da loja Espaço, que comercializa móveis de design brasileiro em Nova York (EUA), Carlos Junqueira acredita que as criações brasileiras possuam ao mesmo tempo uma linguagem própria e universal. "A mistura de raças proporciona essa diversidade. O interessante em nossos profissionais é que estão tão próximos uns dos outros, mas mesmo assim conseguem produzir peças com estilos completamente diferentes", afirma Junqueira.

A Espaço existe há dois anos e possui peças assinadas por Oscar Niemeyer – duas cadeiras originais –, Etel Carmona, Cláudia Moreira Salles, Ricardo Fasanello, Luciana & Gerson e Carlos Motta. Este último, em visita à loja, vendeu produtos da sua linha Flexa ao renomado estilista Calvin Klein. "O público americano é bastante volátil. Se alguém badalado adquiriu uma peça sua, logo todos vão se interessar, diferentemente do europeu, por exemplo, que se preocupa mais em analisar qual o vínculo existente entre a sua produção e a sua cultura", opina Motta. O designer aponta o crescimento do interesse pelo Brasil baseado em sua própria experiência. "Estou há 26 anos no mercado e nunca houve um movimento tão intenso de pedidos. Antes, as negociações eram mais pontuais, mandava poucas peças para fora. Agora, me vejo em meio a grandes representações e pedidos em escala cada vez maior", aponta Motta.

Morando há 11 anos na Holanda, a arquiteta Leila Abe aproveitou o momento de boa aceitação para abrir, em maio último, a Loja Paulista, que representa o melhor do design brasileiro. "Mesmo com a proteção do comércio local, do altíssimo custo de importação e das dificuldades de lançar um novo produto em um mercado fechado e tradicional, o Brasil conta com a simpatia generalizada do povo europeu, que vibra com o nosso charme e beleza, reconhecendo a singularidade das nossas peças", constata Leila.

A arquiteta Leila Abe participou com a Loja Paulista da última Feira de Colônia, na Alemanha.



Nova safra

Apesar de gozarem de pleno sucesso atualmente, tanto os irmãos Campana como Carlos Motta não alcançaram o reconhecimento do dia para a noite, exatamente por seguirem a mesma filosofia de trabalho desde o princípio de suas carreiras. "O designer tem a função de transgredir, propor questionamentos seguindo o caminho dele e não as tendências, além de ter integridade no seu trabalho, o que é conquistado através de muita disciplina e humildade", acredita Fernando Campana.

Ex-estagiário do Studio Campana, Leo Capote trabalha há sete anos como designer e acredita que a experiência com a dupla foi muito importante. "Eles são mui-

to atenciosos. No estúdio tive a oportunidade de realizar a pesquisa de materiais e executar protótipos. Foi uma escola e tanto", afirma Capote. Ele trabalha o conceito de dar um diferente uso para objetos do cotidiano, como colheres, as quais utilizou em painéis e cadeiras; discos de vinil, que se transformaram em bancos e cadeiras; taças de vinho, jarras e ferro de passar roupa que viraram luminárias. "Estou me estruturando melhor agora, junto ao designer Rui Izzi, batizando o trabalho em cima de uma marca própria. Infelizmente, a margem de lucro de alguns lojistas é muito grande e inviabiliza a compra das peças", opina.

Vencedor da categoria estar social do

Prêmio Abimóvel do Design, em 2003 com a poltrona Multi 1, e premiado com a menção projeto Novos Materiais no Prêmio Salão Design Movelsul 2004, designer Paulo Fogiatto tem como missão o uso racional da matéria-prima. Há quatro anos no mercado, Fogiatto está desenvolvendo uma cadeira para ser comercializada pela Habitable design em Curitiba (PR). "Ainda não tenho uma marca, mas acredito que com o tempo vou conseguir me mostrar para o mercado. O momento é positivo para o designer brasileiro. O profissional deve persistir no que acredita e manter uma linguagem individual, pois é isso que vai destacar futuramente", afirma Fogiatto

A madeira de redescobrimto foi utilizada por Carlos Motta na confecção da cadeira *Asturias*.



Da designer Kimi Nii, o vaso *Bromélia* foi feito de cerâmica de alta temperatura.



A cadeira *Disco*, do designer Leo Capote, possui discos de vinil sustentados por estruturas circulares de aço inox 5 mm.

Protótipo da poltrona *Aprendiz*, de Nagib Orro, com grafite nas laterais feito por garotos do Projeto Aprendiz. A proposta é levar um pouco da arte de rua para dentro de casa.

