



## Made in Brazil

Lojas de decoração com produtos nacionais invadem o exterior e conquistam os estrangeiros

SUZANI FRUTUOSO

Linhas suaves em formas contemporâneas. Matéria-prima de encher os olhos. Uma manufatura impecável. Muitas são as razões que fazem o design brasileiro se consolidar cada vez mais como um dos melhores do mundo, em pé de igualdade com os europeus. Prova disso são as diversas lojas brasileiras de decoração que abrem suas portas em cidades cosmopolitas, em especial nos Estados Unidos. No começo de maio foi inaugurada em São Francisco, na Califórnia, a mais nova dessas ilhas de criatividade, talento e brasilidade: a Eco 21, que nasceu de uma parceria entre as nacionais Orro & Christensen e Casa 21 e é bancada por investidores americanos e brasileiros. Para marcar a abertura, o espaço apresenta a *Mostra do Design Brasileiro Contemporâneo*, até 20 de junho.

Com investimento de US\$ 1,5 milhão, a Eco 21 traz mobiliário e objetos de decoração de profissionais renomados. No time estão os irmãos Campana, Jacqueline Terpin, Della Berz e Claudia Moreira Salles, entre outros. "As peças brasileiras são únicas devido à individualidade e habilidade de fabricação. Qualidades que estão con-

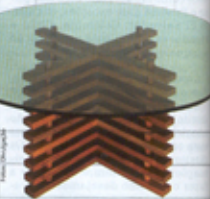
quistando o mercado americano", diz o presidente da empresa, o americano Adam Heller. "As pessoas estão encantadas com a identidade que temos com a madeira, como chefe dos produtos da Eco 21", ressalta o arquiteto Allan Maslow, vice-presidente de desenvolvimento de negócios. "Transformamos móveis em arte." As principais madeiras usadas são sycupina e pauferro, além de materiais como inox e vidro. É possível encontrar desde pratos de cerâmica, por US\$ 25, até mesas de jantar, a partir de US\$ 10 mil – dependendo do tamanho desejado pelo cliente. No início de 2006 outra loja será aberta em Los Angeles. Este ano já tem também Nova York, Chicago, Miami e países europeus, como Holanda e Alemanha.

Pioneira no mercado de decoração brasileira no exterior, a Artefacto aproveita a onda de coibição dos estrangeiros pelo trabalho nacional. Com investimentos – investimentos de US\$ 5 milhões cada uma – em Portugal, no México, na República Dominicana e nos Estados Unidos (Miami e Palm Beach), abriu no segundo semestre outras duas em ►

**ARTE POPULAR** Na Eco 21, sala de jantar da pernambucana Janete Costa, com madeira, cerâmica e nariz de coqueiro



**PIONEIRAS** A criatividade dos Campanas, como a cadeira Favela, abriu caminho para vários profissionais



**FORMAS**

A mesa de Claudio Moreira Salles e os pufes de Jacqueline Terpin, presentes na mostra



**REQUINTE** Pioneira no exterior, a Artefacto tem cinco lojas em quatro países e abrirá mais três. A potrona Cad virou hit por ter sido um dos presentes de casamento recebidos por Donald Trump

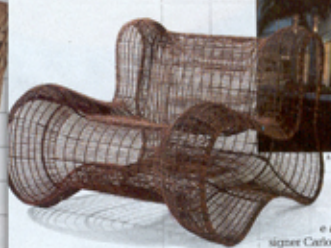


Foto: Designart

revenida de fibra vegetal, custa US\$ 1.800.

Mostrar um Brasil chique e artístico é a proposta do designer Carlos Jaquesira, proprietário da Espasso, que existe há três anos em Nova York e acaba de inaugurar a segunda loja em Los Angeles. Ele vende mobiliário de designers famosos, assim como a Eco 21. Uma mesa de jantar com seis cadeiras custa entre US\$ 16 mil e US\$ 20 mil. "As peças exóticas atraem o público classe A. Temos um design diferente do que os americanos estão acostumados, como móveis mais bem trabalhados para cozinhas, por exemplo." A madeira portuguesa também chama a atenção. "Eles fazem muito a linha politicamente correta. Comprar um produto certificado de preservação ambiental agrega valor", explica Jaquesira

território americano, Washington e Fort Lauderdale, e a primeira em continente africano – Casablanca, no Marrocos. "Fica falando a Ásia. Mas não está descafeinado", diz o diretor de estilo da empresa, Vair de Paula. Tamanho sucesso se deve, diz ele, ao tratamento que designers brasileiros dispensam ao trabalho no acabamento. Uma alta-costa do mobiliário. O hit do momento é a poltrona Cad, que ganhou fama por ser um dos presentes que o bilionário Donald Trump recebeu de casamento, em fevereiro. Com estrutura metálica

### Um colorido a menos

A Casa Cor desagradou a alguns dos principais decoradores no país

O maior evento de decoração de São Paulo terá baixa importância neste ano. A 11ª edição da Casa Cor, que vai de 25 de maio a 10 de julho, não contará com nomes renomados como Jolo Armentano, Sig Bergamini, Brunette Fraccaroli e Marcelo Faisal, entre outros. O descontentamento é devido ao tamanho que a mostra ganhou e ao alto custo para participar. Serão três casas – campo, praia e cidade –, com 87 ambientes criados por 110 profissionais. Al-

guns profissionais concluíam que, para chamar a atenção, teriam de fazer espaços muito caros e não obtiriam o retorno esperado. Para o decorador Marcelo Faisal, participar da Casa Cor é absurdamente caro. "Apresentar boas ideias não é necessariamente uma questão de luxo", diz ele. "Tudo isso com talento devem ter espaço, mas o critério de seleção também não é mais o mesmo." A busca por patrocinio se tomou desgastante, alega a decoradora Brunette Fraccaroli. "Um ambiente custa até R\$ 100 mil. Além disso, acho que a mostra

destaca que o reconhecimento do trabalho dos irmãos Campana abriu caminho para outros profissionais. "Antes deles, praticamente não existia informação sobre a produção brasileira. Hoje, publicações especializadas afirmam que nossos móveis serão itens de colecionador no futuro."

Quem concordou é a arquiteta Olga Krell, uma das principais consultoras de decoração no país. Ela diz que a matéria-prima encanta, mas o que impressiona é a audácia na criação. "As linhas são cheias de estilo, e quentes. Nossa informalidade permite desenhos mais soltos. Temos bom humor e jogo de cintura para pensar em situações. Tudo isso é uma vantagem em cima do europeu."

COM REPÓRTEM DE BEATRIZ MONTEIRO

está um pouco sem foco", lamenta. Brunette destaca, porém, a importância do evento para o mercado. "Trouxe oportunidade para muita gente, mas, de tão grande, ficou cansativo para o público."

A mostra cresceu em número de profissionais e espaço físico devido ao interesse que a própria Casa Cor despertou, explica o diretor-geral do evento, Roberto Dimêrio. "Precisamos atender bem o público e isso re-

quer legões maiores", afirma. Ao que entram, Dimêrio diz que as portas da Casa continuam abertas.

