

## **Entrevista a Jornal de Notícias** **Perguntas pela Designer Poliana Simões**

Entrevista completa. Excertos publicados dia 29 de Março de 2018

### **1) Na sua opinião quais são os aspectos que diferenciam um designer de uma artista?**

As relações entre design gráfico, de moda ou de produto com a arte, são distintas.

Eliminando à partida as questões de formação de cada profissional, que considero pouco relevantes, até porque o design é anterior à formação em design, a resposta redutora será que designer é quem projecta um produto, artista quem cria uma obra para expor. Trata-se de uma falsa resposta, pois um dos interesses das áreas é exactamente a sua indefinição e abertura, a forma como o design cruza diferentes áreas, da sociologia à filosofia, da engenharia às artes, sendo esta provavelmente a mais próxima.

Não considero que exista um conflito, mas sim ciclos, momentos de maior cruzamento, influência e afinidade, - como a arte nova, o pós-modernismo e Memphis, em que o objecto assume um carácter mais próximo das artes, em que o design é também exposto - e momentos de maior separação e distanciamento - como o modernismo tardio e o funcionalismo, em que o design procurou focar-se na função e subalternizar outros factores (curiosamente ficando esta fase conotada com o minimalismo, termo que tem origem também num movimento artístico).

O nosso século parece caracterizado por uma maior abertura e por uma diluição, indefinição de fronteiras, por existirem exemplos de bom design em todo o espaço entre uma maior procura de racionalidade e abordagens mais emotivas.

Parece existir uma maior elasticidade - tema da exposição *Design and the elastic mind*, no MoMA - e até espaço para o design ser exposto, assim como para a arte ser vivida e usada.

A alteração da lógica de produção massiva de modelos únicos, para todos - fordismo - em produção em menor escala, customizando para cada pequeno mercado, mercados acedidos worldwide pela internet em vez de mercado, tem potenciado o surgimento de produtos em pequenas séries, produzidos por companhias de menor escala. Neste contexto surge maior diversidade de produtos de consumo, e também mais produtos na fronteira entre design e arte, de produtos de design; à venda para uso, mas com abordagens artísticas e de manifesto, como o banco *Tree Bench* ou o *Chest of Drawers* da Tejo Remy para a Droog; a produtos industrializados e produzidos em escala, mas sem uma função específica, como o *L'Oiseau* dos irmãos Ronan e Erwan Bouroullec.

Mas, mais do que tudo, a suavidade e emoção da arte parecem ter contaminado e humanizado os produtos correntes de forma positiva.

Se design e arte são na prática áreas com objectivos distintos, um dos valores do design parece ser a sua abertura à contaminação e convivência com as diversas áreas que o circundam, pelo que a separação, a procura de uma catalogação clara do que é o quê, pode tender a condicionar essa liberdade e a reduzir design a uma disciplina técnica, a competência e serviço.

### **2) Acha que o público, de um modo geral, quando adquire uma peça de design leva em consideração que factores?**

O termo *peça de design* parece insinuar que determinados produtos são distintos de outros, que as peças assumem um carácter superior aos outros produtos, sendo interpretados como de acesso mais difícil, mais caros. Na minha perspectiva, a exclusão é um princípio que deve ter pouco espaço no design. O termo parece apresentar a palavra design como um aditivo, algo que nem todos os produtos incluem, sendo mais valorizados os que incluem esse extra. Mais ou menos conscientemente, todos os produtos são projectados, pelo que todas as coisas deveriam ser catalogadas como peças de design.

Deste ponto de vista, o termo autoria parece-me mais positivo.

Não existe na autoria, se não for adicionada apenas para aumentar o lucro ou excluir, nenhum conflito. Um produto que assume o seu autor importa com ele os seus princípios, a forma como se propõe melhorar o mundo, o prazer e o significado que um bom design coloca num produto.

A humildade do produto não é um exclusivo do anonimato. A valorização do autor pode aumentar a valorização do próprio produto, melhorar a ligação emocional do utilizador e por consequência aumentar a vida do objecto, ao contrário de algo que se compra apenas por motivos funcionais, mas que, pela ausência de ligação, se deita fora à primeira oportunidade.

A compra parece ser hoje bastante provocada pela pressão, pela grande valorização da posse e do novo. Seja qual for o tipo de produto, a identificação parece ser um factor bastante decisivo na decisão. Investe-se num objecto porque se acredita que nos identifica, que transmite aos outros e a nós próprios aquilo que acreditamos ser.

Outro factor é a noção de que, de alguma forma, nos vai mudar a vida, melhorar como nos sentimos. No caso de produtos funcionais, eventualmente menos conotados com a ideia de *peça de design*, a eficiência funcional tende a ser também um factor decisivo. O preço, a implicação de um maior esforço para adquirir um objecto, parece, na opinião de alguns autores, contribuir para a sua valorização, contribuindo também para a sua maior durabilidade.

### **3) Dentro daquilo que conhece sobre o que é feito no design de produto mundial qual é, para si, a peça de design mais "disparatada" dos últimos anos por não conseguir aliar função/usabilidade/estética?**

#### **Função-usabilidade-estética**

Não leio o design como combinação destes três factores. O acto de projectar é eventualmente muito mais complexo do que isso, implicando a consideração de contexto, aspectos sociais, sustentabilidade, significado, emoção, memória e familiaridade, entre outros factores que não podem ser ignorados.

Muito menos pode ser interpretada como uma fórmula, com pesos iguais entre factores, pois a exploração profunda de um factor pode ser suficiente para todos os outros se tornarem irrelevantes. O L'Oiseau anteriormente referido é um bom exemplo, eliminando aspectos funcionais e afirmando-se pela sua importância emocional. Alguns dos maiores sucessos do design, como a chaleira Bird Kettle, de Michael Graves, mais do que por aspectos funcionais, afirmaram-se e tornaram-se *best sellers* por razões emocionais, de libertação de um contexto de frieza dominante dos objectos da sua época.

Pessoalmente, para a escolha de um objecto que considero negativo, e citando o autor Terence Conran, que afirmou projectar tudo menos armas, escolheria a recente arma premium *Beretta 486* projectada por Marc Newson.

Embora se trate de um caso diferente, e possa mesmo ser interpretado como uma ironia, e não me considerando desprovido de humor, não simpatizo especialmente com a *Guns* de Philippe Starck para a *Flos*, parecendo-me pouco mais do que um exercício provocador de marketing e luxo.

Em princípio rejeito todo o produto que se afirma pela violência, exclusão, luxo, e no outro extremo, pela promoção da obsolescência, barato, de usar e deitar fora.

### **4) Um violino criado pelo estúdio de design IDEIA.M acaba de vencer o If Design Award. Acha que o design português tem evoluído de forma significativa ao longo dos anos?**

O panorama nacional do design parece-me claramente a melhorar.

Temos hoje muitos exemplos de excelentes designers e gabinetes, com projecção nacional e internacional, mais ou menos jovens, de Rui Alves, a Marco Sousa Santos ou Fernando Brízio, ou no design gráfico dos *R2* da Lizá Ramalho e Artur Rebelo, ao *White Studio* de Eduardo Aires, ao *SilvaDesigners* de Jorge Silva.

As iniciativas também são mais e melhores, da *Experimenta* curada por Guta Moura Guedes às publicações coordenadas por José Bártolo. De duas escolas existentes quando estudei, passou-se para dezenas, muitas de muito boa qualidade; de poucas dezenas de estudantes para muitas centenas, e dessa quantidade vem também alguma qualidade. A qualidade média poderá ter descido, mas acredito que há hoje mais quantidade de bons designers.

O futuro talvez passe por um caminho semelhante ao Italiano, não exactamente na exuberância, mas na passagem da lógica de apenas fabricante à criação de mais marcas, criando espaço para o crescimento de mais designers de qualidade.

Mas design por Portugueses, em Portugal ou emigrados, ou por não Portugueses em Portugal, não é necessariamente sinónimo de design Português. O design nacional não parece ter uma identidade clara - nem é certo que deva ter - como as noções trabalhadas por países como a Alemanha e Japão, no pós-guerra, financiadas e identificadas com conceitos coerentes com a forma de os povos se verem e com a imagem que procuraram transmitir para o exterior. Em Portugal, o design parece mais crescer a partir dos designers, projectando uma ideia de existência de qualidade de design em Portugal, mas não necessariamente de um design Português. Talvez seja essa a nossa identidade, a liberdade.