



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

ESCOLA DE ENGENHARIA

FACULDADE DE ARQUITETURA

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

**A IMPORTÂNCIA DA CULTURA E DO REPERTÓRIO CULTURAL
DO DESIGNER GRÁFICO NO DESENVOLVIMENTO
DE PROJETOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL**

Guilherme Körting

Porto Alegre

2014

Guilherme Körting

**A IMPORTÂNCIA DA CULTURA E DO REPERTÓRIO CULTURAL
DO DESIGNER GRÁFICO NO DESENVOLVIMENTO
DE PROJETOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL**

**Dissertação de Mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em Design da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul,
como requisito parcial para a obtenção
do título de Mestre em Design**

**Orientador:
Prof. Dr. Júlio Carlos de Souza van der Linden**

Porto Alegre

2014

Korting, Guilherme

A IMPORTÂNCIA DA CULTURA E DO REPERTÓRIO CULTURAL
DO DESIGNER GRÁFICO NO DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS
DE COMUNICAÇÃO VISUAL / Guilherme Korting. -- 2014.
193 f.

Orientador: Júlio Carlos de Souza van der Linden.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do
Rio Grande do Sul, Faculdade de Arquitetura,
Programa de Pós-Graduação em Design, Porto Alegre, BR-
RS, 2014.

1. A importância da cultura e do repertório cultural
do designer gráfico. 2. O repertório cultural do
designer gráfico. 3. A cultura do designer gráfico. I.
Carlos de Souza van der Linden, Júlio, orient. II.
Título.

Guilherme Körting

**A IMPORTÂNCIA DA CULTURA E DO REPERTÓRIO CULTURAL
DO DESIGNER GRÁFICO NO DESENVOLVIMENTO
DE PROJETOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL**

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de Mestre em Design,
e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Design da UFRGS.

Porto Alegre, 07 de maio de 2014.

Prof. Dr. Fábio Gonçalves Teixeira
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Design da UFRGS

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Júlio Carlos de Souza van der Linden (Orientador)
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Vinicius Gadis Ribeiro
Universidade Ritter dos Reis

Prof. Dr. Luis Henrique Alves Cândido
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Régio Pierre da Silva
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

AGRADECIMENTOS

Diversas pessoas e instituições colaboraram para a realização deste trabalho. Meus sinceros agradecimentos:

Ao meu orientador, professor Júlio van der Linden, por ter me recebido, pela confiança e pela disponibilidade em orientar com dedicação.

Aos professores Ângela Becker Maciel e Airton Cattani, por suas sugestões e contribuições durante as bancas de qualificação e aos professores Vinicius Gadis Ribeiro, Luis Henrique Alves Cândido e Régio Pierre da Silva, pela disponibilidade e contribuições na defesa final.

À minha amada, Renata Sansone da Costa Silva, por estar sempre ao meu lado, me incentivando, me apoiando e me ajudando durante o período duração do mestrado.

À minha família, meus pais Hercio Körting e Maria Janice, as minhas irmãs Vivian e Marjorie Körting, aos meus cunhados Daniel Wolf Behrend, Lucas Nunes Mandicaju e Guilherme Sansone da Costa Silva, a minha afilhada Luiza Körting Behrend e ao pequeno Felipe Körting Berhend, que me apoiam em todas as minhas decisões.

À minha sogra, Carmen Sansone e meu sogro, Renato Silva, por todo o apoio de sempre.

Ao amigo, designer, mestre e futuro Doutor Paulo Roberto Nicoletti Dziobczenski, que me ajudou e apoiou desde o processo seletivo do mestrado.

Aos amigos, Bruno Souto Rosselli, Mariah Carraro Smaniotto, Pedro Biz Eschiletti, Thiago Tavares da Silva, pela parceria, pelos divertidos e descontraídos momentos em que estamos juntos.

Aos designers, Clô Barcellos, José Antônio Verdi, Luiz Magalhães, Norberto Bozzetti, Paula Langie Araujo e Rafael Weiblen, pelas contribuições dadas a esta pesquisa.

Aos demais professores do PGDESIGN, que de alguma forma colaboraram com esta pesquisa.

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul e ao Programa de Pós-Graduação em Design pela oportunidade.

Enfim, as demais pessoas que contribuíram de alguma forma com esta pesquisa e não foram mencionadas anteriormente, o meu sincero agradecimento.

RESUMO

KÖRTING, Guilherme. **A importância da cultura e do repertório cultural do designer gráfico no desenvolvimento de projetos de comunicação visual**, 2014. Dissertação (Mestrado em Design) – PGDESIGN – UFRGS – Porto Alegre.

Os valores e a cultura dos designers fazem parte do processo projetual e podem ser considerados de extrema relevância, visto que a cultura do designer pode ser uma fonte de inovação e de criatividade no decorrer do processo projetual do design. Este trabalho aborda o papel das referências culturais do designer gráfico no seu processo de trabalho. Busca descrever como os designers gráficos atuantes no estado do Rio Grande do Sul, mais precisamente na cidade de Porto Alegre, percebem o efeito de suas atividades culturais e de seu ambiente cultural em seu repertório e na sua prática projetual. O estudo busca caracterizar a relação entre a cultura do designer e a prática de design gráfico, identificar a presença do repertório cultural no discurso dos designers gráficos e identificar os fatores que emergem como relevantes no discurso dos designers gráficos. Para isso foram realizadas entrevistas com seis designers gráficos atuantes em Porto Alegre. A análise das entrevistas sugere que, em todos os casos, o desenvolvimento profissional está relacionado com o repertório cultural, ficando claro o quanto esses designers reconhecem que sua atividade profissional é afetada por seu repertório e ambiente cultural. Foram identificados sete fatores que emergem como relevantes no discurso dos designers gráficos e que podem explicar suas trajetórias profissionais: formação orientada a uma profissão criativa desde a infância; busca por uma atividade criativa; influência das artes plásticas; conhecimento de outras culturas (viagens, história); aprendizagem por meio de troca com colegas experientes; ampliação constante do repertório (eventos culturais, cursos); e relacionamento com clientes.

Palavras-chave: design, design gráfico, cultura do designer, repertório cultural, projetos de comunicação visual.

ABSTRACT

KÖRTING, Guilherme. **Importance of the graphic designers' own culture and cultural repertoire on the development of visual communication projects**, 2014. Dissertation (Masters in Design) – PGDESIGN – UFRGS – Porto Alegre.

Values and culture of designers are part of design process and can be considered extremely relevant, since a culture of designer can be a source of innovation and creativity during design process of design. This study approaches the role of cultural references of graphic designer in their work process. Search describe how graphic designers actants in Rio Grande do Sul state, more precisely in the city of Porto Alegre, perceived the effect of their cultural activities and their cultural environment in their repertoire and their design practice. This study aims to characterize the relationship between culture of design and graphic design practice, identify presence of cultural repertoire in graphic designers' discourse and identify factors that emerge as relevant in the discourse of graphic designers. For that interviews with six graphic designers actants in Porto Alegre. Analysis of interviews showed that, in all cases, the professional development is related with cultural repertoire, becoming clear how much these designers recognize that their professional activity is affected by your repertoire and cultural environment. Seven factors were identified that emerge as relevant in the graphic designers' discourse and may explain their professional trajectories: formation oriented to creative profession since childhood; search for creative activity; influence of visual arts; knowledge of other cultures (travel, history); learning through exchanges with experienced colleagues; constantly expanding repertoire (cultural events, courses); and customer relationships.

Keywords: *design, graphic design, designers own culture, cultural repertoire, visual communication projects.*

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Perfil dos designers entrevistados.....	41
Quadro 2: Fatores relevantes que emergem do discurso dos designers entrevistados.....	74

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADG – Associação dos Designers Gráficos

AGDA – Associação Australiana de Designers Gráficos

ICOGRADA – Internacional council of graphic design

ICSID – International Council of Societies of Industrial Design

PGDESIGN – Programa de Pós-Graduação em Design

UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	11
1.1.	Delimitação da pesquisa.....	13
1.2.	Problema	14
1.3.	Objetivos de pesquisa	14
1.3.1.	<i>Objetivo geral</i>	14
1.3.2.	<i>Objetivos específicos</i>	14
1.4.	Justificativa.....	14
1.5.	Estrutura do trabalho	17
2.	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1.	Design.....	18
2.2.	Comunicação Visual	21
2.3.	Design Gráfico.....	22
2.3.1.	O Processo de Design Gráfico	24
2.4.	Cultura.....	25
2.4.1.	<i>Conceito de Cultura</i>	25
2.4.2.	<i>A influência de práticas culturais nos indivíduos</i>	29
2.4.3.	<i>Relação entre Design e Cultura</i>	30
2.4.4.	<i>A cultura do designer</i>	33
2.4.5.	<i>Cultura projetual</i>	33
2.5.	Considerações sobre a fundamentação teórica	35
3.	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	37
3.1.	Revisão bibliográfica	37
3.2.	Definição do amostra/corpus	38
3.3.	Ferramentas de coleta de dados.....	38

3.3.1.	<i>Entrevistas</i>	38
3.3.2.	<i>Entrevista com designers</i>	39
3.4.	Transcrição e análise das entrevistas	40
3.5.	Análise dos resultados	40
4.	RESULTADOS	41
4.1.	Realização das entrevistas	41
4.2.	Análise das entrevistas	43
4.2.1.	<i>A formação dos profissionais</i>	43
4.2.2.	<i>As influências no trabalho e carreira</i>	47
4.2.3.	<i>O processo projetual</i>	50
4.3.	As influências da cultura e do repertório cultural do designer na prática projetual	58
4.4.	Relação entre a cultura do designer e o seu processo projetual	63
4.5.	Considerações sobre as entrevistas	67
5.	CONCLUSÕES	76
5.1.	Atendimento aos objetivos	76
5.2.	Cultura do designer e o desenvolvimento de projetos de comunicação visual	77
5.3.	Sugestões de estudos futuros	78
	REFERÊNCIAS	79
	APÊNDICES	85
	ANEXOS	191

1. INTRODUÇÃO

Design é ao mesmo tempo uma esfera de valores e um tema fascinante de decisões, muitas das quais são na sua maioria técnicas. Há um limite acima do qual pode ser quantificado e é com bastante frequência é essa a tarefa do profissional: não tanto uma identificação de significado como ordenada. Além deste limiar, design é estritamente uma opção cultural (PORTER apud PRESS e COOPER, 2003). Diferentes fatores podem influenciar o desenvolvimento de projetos de design. Não apenas as propriedades físicas influenciam o processo, mas também questões subjetivas, como a cultura do designer. A relação entre cultura do designer e design e a dimensão de valor que essa relação pode criar ainda são pouco estudadas, não existindo um quadro teórico sólido que apresente o tema (RAZZAGHI; RAMIREZ, 2005).

O design é uma atividade criativa, com metodologia própria que busca a resolução de problemas (MOZOTA, 2010). A compreensão do processo projetual no design, pelo fato de que envolve diferentes processos, leva à necessidade de abordar fatores que contribuem para a criatividade nesse campo, entre os quais os fatores relacionados à formação do designer, tanto sua formação acadêmica, quanto profissional e pessoal. A prática do design tem sido investigada no decorrer do processo projetual bem como no discurso que os designers fazem sobre a sua prática (VAN DER LINDEN, 2012). Assim como as técnicas de geração de ideias, obstáculos comuns ao processo projetual (GOMES, 2004) e os meios de lidar com eles, e ainda, os níveis do processo criativo e suas particularidades.

É nesse contexto que, por estar amplamente ligada ao repertório cultural do indivíduo/designer, que a capacidade projetual, criativa, inventiva, mostra-se como algo dinâmico, em constante transformação. A criatividade no design pode ser definida, segundo Gomes como o conjunto de fatores e processos, atitudes e comportamentos que estão presentes no desenvolvimento do pensamento produtivo (GOMES, 2001).

Segundo Roque de Barros Laraia (2001), o homem é resultado do meio cultural em que foi socializado. Ele é um herdeiro de um longo processo acumulativo, que se reflete o conhecimento e a experiência adquirida pelas numerosas gerações que o

antecederam (LARAIA 2001). Nesse sentido, o ser humano, é o único ser dotado de capacidade intelectual, de pensamento e raciocínio, ao longo dos tempos nunca deixou de se relacionar, de questionar sobre si mesmo e sobre o mundo que o rodeia.

O ser humano tem necessidade de se relacionar em sociedade. De acordo com Matta (1986), a sociedade se apresenta como um conjunto de ações ordenadas que acontecem segundo regras que ela própria inventa, capazes de se reproduzirem e se projetarem em tudo o mais que a pertence.

Hannerz (1996) argumenta que todos os tipos de cultura aprendidas e adquiridas na vida social estão altamente integradas e atuam como pacotes de significado e de formas significativas. Isto leva que a atividade de design pode ser inconscientemente influenciada pelos valores dos designers, de sua bagagem e repertório cultural.

A originalidade para conceber produtos inéditos exigido do designer, que segundo Löbach (2001) se deve ao fato cada vez mais presente da novidade como estratégia poderosa do mercado competitivo. A principal prática do designer é produzir soluções novas para os produtos e este fato ocorre quando há a manifestação da criatividade. Pode-se dizer portanto, que é fundamental, ao designer, a capacidade criativa. Para Löbach (2001) a criatividade do designer se manifesta quando, baseando-se em seus conhecimentos e experiências, ele for capaz de associar determinadas informações com um problema, estabelecendo novas relações entre elas. A habilidade para resolver problemas, não é algo estático, mas crescente, cujo aprimoramento ocorre conforme o crescimento da experiência e aumento do conhecimento e da bagagem cultural do profissional.

A cultura é um dos aspectos mais importantes de nossas vidas e desempenha um papel fundamental ao influenciar o desenvolvimento de projetos de design (RAZZAGHI; RAMIREZ, 2005).

Sabendo que nos encontramos numa sociedade de interação simbólica, o império dos signos (tudo o que significa), dos símbolos (tudo o que remete a ideias) e das imagens (tudo o que representa o real) a par de uma sociedade que aprende,

pensa e atua através da recepção de mensagens visuais, a decodificação destes “fenômenos” é determinante para a reconstrução de novas e mais eficazes mensagens visuais, tornando a nossa sociedade culturalmente mais evoluída (COSTA, 2006).

Na transição para uma sociedade em rede e uma sociedade do conhecimento, os processos de projeto tendem a ser cada vez mais distribuído entre atores como culturas, motivação e desenvolvimento profissional diferentes (MANZINI, 2008).

Neste contexto, apresenta-se esta pesquisa de mestrado, que aborda a percepção dos designers gráficos, atuantes na cidade de Porto Alegre (Rio Grande do Sul), do efeito de suas atividades culturais e do seu ambiente cultural em seu repertório e prática projetual. Este trabalho aborda o discurso dos designers, a partir de uma concepção mais ampla.

O discurso do design é o tipo de fala que desenvolve nossos futuros modos de vida dentro do mundo material. Através da linguagem decidimos o que o designer é. Através da linguagem negociamos e aceitamos os deveres e narramos o futuro em que nossas intenções se tornarão reais. (KRIPPENDORFF, 2000, p. 92)

1.1. Delimitação da pesquisa

Esta pesquisa trata da relação entre a cultura do designer e a prática do design gráfico no ambiente profissional de Porto Alegre, Rio Grande do Sul. O escopo da pesquisa é o discurso dos designers gráficos sobre a influência do ambiente cultural e atividades culturais em seu repertório e sua prática projetual.

- Os designers entrevistados trabalham necessariamente em escritórios localizados na cidade de Porto Alegre.
- Os designers devem trabalhar com materiais gráficos, de comunicação visual.
- Pesquisa de caráter qualitativo e sem a intenção de generalizar os resultados obtidos.

1.2. Problema

O problema da pesquisa é definido da seguinte maneira: **Como os designers gráficos percebem o efeito de seu repertório cultural na sua prática projetual?**

1.3. Objetivos de pesquisa

Os objetivos da pesquisa são divididos em geral e específicos.

1.3.1. *Objetivo geral*

O objetivo desta pesquisa é descrever e analisar o efeito das atividades culturais e do ambiente cultural que estão presentes no discurso projetual de designers gráficos atuantes em Porto Alegre.

1.3.2. *Objetivos específicos*

- a) Caracterizar a relação entre a cultura do designer e a prática de design gráfico em Porto Alegre;
- b) Identificar a presença do repertório cultural no discurso dos designers gráficos entrevistados;
- c) Identificar fatores que emergem como relevantes no discurso dos designers gráficos entrevistados.

1.4. Justificativa

De acordo com os pesquisadores da Universidade de Estocolmo (STRIMLING; ENQUIST; ERIKSSON, 2009), ao adquirir cultura na forma de valores, ideias e atitudes ao longo de suas vidas, os humanos influenciam seu aprendizado futuro e sua capacidade para a evolução cultural. O número de oportunidades de aprendizado às quais uma pessoa é exposta tem grande importância para a evolução cultural desse indivíduo durante seu tempo de vida.

Como há muitas similaridades entre a evolução biológica e as mudanças culturais, a comunidade científica muitas vezes sugeriu que a teoria da

evolução biológica pode ser aplicada sem muitas alterações também como modelo para a evolução cultural. Usando esses métodos, os genes são substituídos pelos assim chamados *memes*, que são pequenos elementos culturais, e então os mesmos métodos são usados como na teoria evolutiva biológica. (STRIMLING; ENQUIST; ERIKSSON, 2009, p. 13870)

Segundo os pesquisadores, com o auxílio de modelos matemáticos, esses cientistas mostram que há diferenças entre a evolução cultural e a evolução biológica. “Com muitas oportunidades de aprendizado, as oportunidades do indivíduo de escolher ativamente entre variantes culturais diferentes são de grande importância para seu desenvolvimento” (STRIMLING; ENQUIST; ERIKSSON, 2009).

Escolhas anteriores formam uma fundação para escolhas futuras, e diferenças claras podem ser discernidas entre a evolução cultural de indivíduos diferentes que são limitados à quantidade de vezes que são expostos a influências culturais. (STRIMLING; ENQUIST; ERIKSSON, 2009, p. 13872)

Mohammad Razzaghi e Mariano Ramirez comentam em seu artigo *“The influence of the designers’ own culture on the design”* que os valores e a cultura dos designers fazem parte do processo projetual, como um substrato não explícito, e podem não ser facilmente reconhecidos pelos seus clientes, usuários e/ou público alvo (RAZZAGHI e RAMIREZ, 2005). A cultura do designer é um fator presente no desenvolvimento de projetos e pode ser considerado de extrema relevância, visto que a cultura do designer pode ser uma fonte de inovação e de criatividade no decorrer do processo projetual.

A importância da cultura, da bagagem cultural do designer, é reforçada por Van der Linden (2012), em seu projeto de pesquisa “Estudo do processo projetual de estudantes e profissionais de Design de Produto”, quando inclui no seu trabalho “verificar o efeito de fatores culturais e de experiência” dos profissionais entrevistados, tanto jovens como experientes e, também, quando apresenta os interesses da Associação dos Profissionais em Design do Rio Grande do Sul (ApDesign).

Relações com o Mercado: Incentivar as relações entre o designer e o mercado, para que sejam gerados resultados mais criativos, com maior qualidade e condições mais adequadas de competir no Brasil e no exterior.

Capacitação Profissional: Estimular a qualificação técnica e cultural dos profissionais de design, por meio da promoção de palestras, seminários, workshops, mostras, eventos culturais, comissões de estudo e programas de intercâmbio com entidades congêneres de outros estados¹.

A cultura projetual do designer é, em muitos casos, um conhecimento adquirido pelo designer apenas quando o mesmo encontra-se atuando no ambiente profissional, no decorrer da prática projetual no escritório de design (MATTÉ, 2009).

O processo de trabalho dos profissionais que atuam nas atividades projetuais, entre elas o design gráfico, produz constantemente novos conhecimentos com base nas suas próprias investigações e práticas. Contudo, esses novos conhecimentos gerados nos escritórios de design gráfico permanecem frequentemente restritos ao ambiente de trabalho desses profissionais, dissociados do ambiente acadêmico. Essa situação ocasiona, salvo exceções, provoca uma lacuna entre o conhecimento utilizado na prática profissional e os conhecimentos disponibilizados em cursos superiores de design. (MATTÉ, 2009, p.1)

A cultura do designer é um assunto pouco discutido e pesquisado tanto no meio profissional, quanto acadêmico. A relação entre a cultura dos designers e seus projetos ainda não foi investigada no campo da pesquisa em design (RAZZAGHI; RAMIREZ, 2005). O processo de geração de conceito no desenvolvimento de produtos é, em grande parte, iniciado por um designer, com suas diversas ideias para o novo produto (PORTO, 2008; WOLFF et al., 2010). Na revisão para esta pesquisa nada foi encontrado a esse respeito, além de Razzaghi e Ramirez. Dessa forma, o intuito desta pesquisa é descrever como os designers gráficos percebem o efeito da cultura e do repertório cultural no desenvolvimento de projetos de comunicação visual.

¹ Valores da Apdesign, disponíveis em <http://www.apdesign.com.br/sobre.html> (acesso em 01/02/2014).

1.5. Estrutura do trabalho

Esta dissertação está dividida em cinco capítulos, incluindo a Introdução. O capítulo 2 apresenta a fundamentação teórica para o desenvolvimento da pesquisa, abordando os temas design, design gráfico, comunicação visual, processo de design e cultura.

No capítulo 3, são apresentados os procedimentos metodológicos para o desenvolvimento desta pesquisa.

No capítulo 4, são apresentadas as questões abordadas nas entrevistas, análises das respostas e os resultados obtidos com as entrevistas.

Por fim, no capítulo 5 a pesquisa é concluída, discutindo o efeito das atividades e ambiente cultural no repertório cultural e na prática projetual do designer, assim como considerações sobre o método de pesquisa e sugestões para futuros estudos.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo da dissertação apresenta os fundamentos teóricos coletados na bibliografia para embasar a pesquisa a ser desenvolvida por meio de revisão de literatura, definições de design, design gráfico, comunicação visual, processo de design gráfico e cultura. Na sequência do capítulo são abordadas as relações entre design e cultura, a influência de práticas culturais nos indivíduos, cultura do designer e cultura projetual.

Dentre os diversos conceitos que possam existir para algum termo, é sempre viável que a mensagem a ser transmitida com seu uso seja a mais clara e direta possível, sem que haja variações ou interpretações do significado. Para André Villas-Boas, a melhor definição da terminologia do designer é necessária devido à pluralidade e à ambiguidade das nomenclaturas adotadas correntemente no Brasil. As definições da profissão apresentam distorções, e muitas vezes até mesmo profissionais da área encontram dificuldades para definir o que é design. “(...) a própria denominação da atividade é motivo de dúvida” (VILLAS-BOAS, 2003. p.38).

2.1. Design

O termo não possui sua origem na língua portuguesa, as definições encontradas apresentam ora um termo ora outro. Segundo Niemeyer (2000), desenho industrial foi a expressão adotada no Brasil, na década de 1950, quando o industrial design passou a ser referido no país, sendo inadequada, uma vez que contraria o significado original da palavra design, fazendo prevalecer a conotação da habilidade de desenhar e não a de projetar. A palavra design permaneceu sem uma denotação específica no Brasil, não particularizando a profissão ou o seu conceito (NIEMEYER, 2000). Nesse sentido, Ana Luisa Escorel afirma que:

Para abordar as origens do design, assim como suas perspectivas, talvez um bom começo seja aquele que ensaie uma definição. Partindo deste prisma, a atividade surge como uma das que têm acumulado o maior número de tentativas de conceituação, no contexto das profissões decorrentes da seriação industrial que, a partir de meados de 1800, revolucionou os modos

de produção vigentes, encerrando o primado do artesanato. Com efeito, muitas vezes contraditórias frequentemente excludentes ou antagônicas, as inúmeras definições de design que têm circulado revelam que, passado quase um século de seu surgimento, a atividade continua polêmica e pouco conhecida. Arte, prática de projeto, matéria tecnológica ou científica, campo de confluência interdisciplinar, atividade de apoio às técnicas de marketing. O design tem sido isso tudo ora simultaneamente, ora organizado em torno da predominância de um ou de outro desses aspectos, dependendo do viés intelectual de quem o aborde como terreno de reflexão. (SCOREL, 2000, p. 62)

O termo design, no Brasil, é um vocábulo importado da língua inglesa e que costuma causar confusão e dúvidas a respeito do seu significado exato. De acordo com Cardoso (2008), a origem mais remota da palavra design está no latim: designare, verbo que abrange dois sentidos, o de designar e de desenhar. A partir da origem etimológica, percebe-se a ambiguidade do termo, que ao mesmo tempo abrange um aspecto concreto, no sentido de designar, formar, configurar e outro abstrato que envolve desenhar, conceber, projetar. Sendo assim, pode-se definir que o design é a atividade que gera projetos trabalhando a junção de dois níveis, atribuindo forma material a conceitos intelectuais (CARDOSO, 2008).

Nacionalmente, uma das definições de design mais completa foi apresentada por Redig (1977), que a estruturou a partir de um processo construtivo conceitual. Essa definição mesmo com uma data de publicação antiga, ainda hoje pode ser aplicada à atividade do design.

O Desenho Industrial (Design) é o equacionamento simultâneo de fatores ergonômicos, perceptivos, antropológicos, tecnológicos, econômicos e ecológicos no projeto dos elementos e estruturas físicas necessárias à vida, ao bem estar, e/ou à cultura do homem. (REDIG, 1977, p. 32)

Bürdek (2006), ao discutir acerca da definição de design, relata que a primeira tentativa de compreender a base teórica da área de design ocorreu no ano de 1977, durante o Fórum Congresso do IDZ de Berlim.

Horst Oehlke ao invés de definir design, descreve-o como a tentativa de designar as metas, as tarefas e o objeto a ser produzido pela indústria a partir da experiência prática da atividade criativa e educadora (BÜRDEK, 1999).

Também durante o Congresso de Berlim, Bürdek (2006) apresenta quatro linhas de interesse que, naquele momento, orientaram a reflexão sobre teoria de design:

1. Tornar transparente o processo de design e obter métodos operacionais de projeção;
2. Obter controle sobre a quantificação dos fenômenos visuais;
3. Desenvolver uma teoria crítica em design;
4. Discutir o funcionalismo, visando um “funcionalismo ampliado”.

Para Bürdek (2006) a atividade de design é relacionada aos conceitos de criatividade, fantasia cerebral, senso de invenção e de inovação técnica. Igualmente, gera expectativas no sentido de ser um ato racional. Bernhard Bürdek define o design como:

O meio pelo qual nos comunicamos, definimos-nos em grupos sociais e marcamos nossa situação social. Portanto, parte-se do pressuposto que design é uma forma de comunicação. Toda comunicação nasce no estabelecimento de regras e objetivos, através de formas expressivas. Pode-se entender, dessa forma, que o design deve passar por um processo configurador, ou criativo, visando um objeto (produto) ou objetivo comunicativo. (BÜRDEK, 2006, p.11)

A mudança do paradigma projetual do design faz com que o designer deixe de ser somente um criador de objetos, para passar a assumir como um criador e um potenciador de experiências, sendo esta a ideia de experiência que deve passar a ser o ponto de partida e o foco central do design (PRESS e COOPER, 2003).

Manzini (1993) define design como a atividade de planejar, escolher, receber e processar estímulos, selecionar modelos de pensamento e sistemas de valores. Estas sucessivas escolhas e seleções são determinadas pelo olhar de cada profissional, ou

seja, o processo de tomada de decisão acontece pela utilização de filtros, que são característicos de uma determinada maneira de abordar a realidade. Com relação ao Design Gráfico, Frascara (1996):

(...) a palavra design é usada para se referir ao processo de programar, planejar, coordenar, selecionar e organizar uma série de fatores e elementos com objetivo na realização de objetos destinados a produzir comunicação visual. (FRASCARA, 1996, p. 19)

2.2. Comunicação Visual

Sendo a comunicação reconhecida como uma das mais importantes atividades humanas, ela assume diferentes questões e abordagens que devem ser analisadas e estudadas para a tentarmos definir corretamente. “Comunicar é tornar comum – é normativa, a comunicação. Faz comunicar – tornar comum – o que não deve permanecer privado” (Legendre, 1982, p.122).

Segundo Munari (2001), praticamente tudo o que os nossos olhos vêem é comunicação visual (desenhos, objetos, plantas, animais, etc.), contudo, os seus valores são diferentes, de acordo com o contexto onde se inserem e, em relação às mensagens, elas podem ser casuais ou intencionais. A comunicação intencional é algo que o ser humano faz para comunicar, através de um código e informações precisas. Uma comunicação casual pode ser interpretada livremente por quem a recebe. Contrariamente, numa comunicação intencional, a totalidade do significado da mensagem deveria ser compreendida pelo seu receptor (MUNARI, 2001).

Buscando a definição de outros autores, Berger (1989), nos coloca que comunicação visual é um processo que transmite mensagens, significados e informações através de materiais visuais. Comunicação visual inclui material textual, seja impresso ou eletrônico compreendendo principalmente imagens não verbais ou não linguísticas. Exemplos de comunicação visual podem ser representados em formatos impressos em livros, revistas, jornais e mídias eletrônicas, como cinema, TV e vídeos.

Da mesma forma, Kindborg define a comunicação visual como:

Comunicação apresentando informações de forma visual. Existe uma variedade de maneiras de apresentar informações visualmente, como gestos, linguagem corporal, vídeo, TV, imagens, diagramas, fotos, etc. (KINDBORG, 1991, p.9)

Berger (1989) diz que a comunicação visual é um aspecto central da vida das pessoas, e a maior parte desta comunicação é através dos meios simbólicos por palavras, sinais e símbolos de todos os tipos. Além disso, Berger diz que as emoções, sentimentos, ideias e conceitos das pessoas são refletidos, representados, modificados e desenvolvidos através de expressões visuais e simbólicas. Portanto comunicação visual transmite e representa mensagens, informações, ideias através de formatos visuais por meios impressos e/ou digitais. Um trabalho eficiente de comunicação visual cria a um público um forte impacto e uma impressão duradoura.

2.3. Design Gráfico

Esta área do design consiste em conceber as linhas e as imagens gráficas destinadas a representar a identidade de uma empresa, as suas marcas e os seus produtos. O termo design gráfico está sujeitos a uma série de interpretações, que segundo Frascara (2004), a linguagem cotidiana tem contribuído para a falta de precisão na compreensão do trabalho do designer gráfico. Villas-Boas corrobora com este pensamento, segundo ele:

Definir o design gráfico é essencial, especialmente num momento em que ele vive uma crise patente – seja pela exaustão dos cânones nos quais se firmou ao longo do século 20, seja pela vulgarização e pela massificação de sua prática que acompanham os inegáveis e espetaculares avanços obtidos através da informatização do processo projetual. (VILLAS-BOAS, 2003, p.8)

Segundo a ADG Brasil (2013), a atividade de design gráfico é um processo técnico e criativo que utiliza imagens e textos para comunicar mensagens, ideias e conceitos, com objetivos comerciais ou de fundo social; definição que corrobora o conceito exposto pelo ICOGRADA (International Council of Graphic Design) o design gráfico é uma atividade interdisciplinar e de solução de problemas que combina

sensibilidade visual com habilidade e conhecimento nas áreas da comunicação, tecnologia e negócios.

André Villas-Boas se refere ao design gráfico como:

(...) a área do conhecimento e a práticas profissionais específicas relativas ao ordenamento estético-formal de elementos textuais e não textuais que compõem peças gráficas destinadas à reprodução com objetivo expressamente comunicacional. Ele envolve a realização de projetos gráficos (cartazes, revistas, capas de livros e discos etc.) – projetos serializados, destinados à reprodução em escala e que têm como suporte (preponderantemente) o papel e como processo de reprodução a impressão. (VILLAS-BOAS, 1998, p.13)

Jorge Frascara define o design gráfico como design de comunicação visual:

(...) eu diria que o design de comunicação visual, visto como uma atividade é o processo de conceber, programar, projetar e realizar a comunicação visual que são normalmente produzidas por meios industriais e destinam-se a transmissão de mensagens específicas a setores específicos do público. Isto é feito com vistas a ter um impacto sobre o conhecimento do público, atitudes ou comportamentos no sentido pretendido. (FRASCARA, 2004, p.2)

Ainda segundo Frascara (2004), é bom entender o projeto de design como um processo de programar, planejar, coordenar, selecionar e organizar uma série de fatores e elementos para a realização de objetos destinados a produzir comunicação. Fuentes assinala que a expressão e a informação estão intencionalmente vinculadas à comunicação. Segundo o autor a relação entre expressão e comunicação, assim como a nossa tendência em enfatizar sua vinculação inseparável, certamente surgirá em várias ocasiões nessa proposição metodológica (FUENTES, 2006, p.31). Frascara reforça a ideia de que a comunicação é a área que fornece a razão de ser do design gráfico e representa a origem e o objetivo de todo o trabalho (FRASCARA, 2000, p.61).

Newark (2002) afirma que o design gráfico pode distinguir uma empresa ou organização, ou até mesmo uma nação da outra. Por exemplo, na publicidade, distingue uma empresa da outra, e informa as características de suas produções através de imagens.

Para este trabalho, design gráfico será definido como uma forma de comunicação visual que transmite ideias, significados, com palavras, imagens e outros elementos visuais que sejam efetivamente comunicados dentro de um ambiente predominantemente bidimensional. O design gráfico pode identificar e distinguir uma entidade de outra através do uso de recursos e padrões em suas representações visuais, podendo comunicar inclusive os valores e crenças de um determinado grupo.

2.3.1. O Processo de Design Gráfico

Encontra-se na literatura disponível no âmbito do design, diversos autores que defendem o processo de design como um processo de estruturação e solução de problemas (entre outros BAXTER, 1998; LÖBACH, 2001; MUNARI, 2001). Há também um consenso na literatura de que a competência em design só pode ser adquirida pela experimentação prática do processo de design como um evento de resolução de problemas. Contudo o processo de design não envolve configuração visual aleatória, embora se articulem livremente cores, formas e materiais, são determinados por condições e decisões de caráter tecnológico, econômico, político e pragmático. No projeto se considera o contexto de desenvolvimento econômico, tecnológico e cultural, os fundamentos históricos, as condições de produção técnica, os fatores ergonômicos ou ecológicos e as exigências artístico-experimentais.

Segundo Best (2006), o processo de design é a série específica de eventos, ações ou métodos pelos quais um procedimento ou conjunto de procedimentos devem ser seguidos, a fim de alcançar uma finalidade, objetivo ou resultado.

A Associação Australiana de Designers Gráficos (AGDA) define processo de design gráfico como:

(...) um processo de resolução de problemas, que exige conhecimentos de inovação, criatividade e técnica substancial. Uma compreensão do produto de um cliente ou serviço e objetivos, seus concorrentes e do público-alvo é traduzido em uma solução visual criada a partir da manipulação, combinação e utilização de forma, cor, imagens, tipografia e espaço. (AGDA, 2013)

O processo de projeto consiste em uma série de atividades e métodos que são desenvolvidos em conjunto de uma forma que atenda aos requisitos de um problema ou projeto. Embora existam semelhanças que podem ser vistos em vários estudos de casos referenciados por acadêmicos e profissionais, há, de fato, muitos processos de projeto diferentes, que variam dependendo do tamanho, da escala e da natureza do problema (CLARKSON; ECKERT, 2004).

2.4. Cultura

Neste item são apontadas definições de cultura de alguns pesquisadores, e o conceito de cultura que será utilizado nesta pesquisa, com o objetivo de verificar o efeito e a influência de práticas culturais nos indivíduos, no caso deste trabalho, dos designers gráficos.

2.4.1. Conceito de Cultura

As referências à cultura podem ser encontrados em muitos debates sobre design. Press e Cooper em uma interpretação mais ampla, definem cultura como “padrões característicos da vida social que refletem valores, crenças e significados compartilhados que são expressas em objetos materiais, serviços e atividades preferenciais” (PRESS E COOPER, 2003).

O antropólogo social britânico Edward Tylor em 1871 foi a primeira pessoa que definiu o conceito de cultura como o comportamento aprendido, aquilo que independe de uma transmissão genética; tudo o que inclui conhecimento, crença, arte, moral, capacidade de lei, costume, e quaisquer outros hábitos e capacidades adquiridos pelo homem como membro da sociedade (HATCH, 1997, p.203).

Mais tarde, cultura é definida por estudiosos como padrões de ideias humanas e noções, transmitidas por símbolos ou sistemas simbólicos que são moldados pelo comportamento humano (KROEBER; PARSONS, 1958; KOTTAK, 1987; BANCOS; MCGEE, 1989).

Com base em estudos anteriores, Hofstede (2001) desenvolveu uma definição de cultura como a programação coletiva da mente que distingue os membros de um grupo ou categoria de pessoas de outro. O grupo de pessoas pode consistir em indivíduos que estão dentro de uma nação, de uma região, uma organização.

Para Hofstede (2001) os valores são um elemento central da cultura. O autor acredita que os valores são invisíveis até que se torne evidente no comportamento, mas a cultura se manifesta em elementos visíveis também. Segundo ele, a construção de identidades vale-se da matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais. Para resumir a teoria de Hofstede, a cultura é inseparável da comunicação para expressar significados culturais. A parte central da cultura são os valores, os quais são transmitidos através de símbolos e sistema de símbolos por diferentes comportamentos da comunicação (HOFSTEDE, 2001).

Similar à teoria de Hofstede, Collier e Thomas (1988) definem a cultura em um sentido conciso, como um sistema historicamente transmitido de símbolos e significados, e normas. Em contraste com as definições anteriores de cultura, Linton considera a cultura meramente do ponto de vista comportamental. O autor afirma:

A cultura é uma configuração de comportamentos aprendidos e os resultados de comportamento cujos componentes são compartilhados e transmitidos pelos membros de uma determinada sociedade. (LINTON, 1945, p. 32)

Damen (1987) define a cultura como padrões e modelos que os seres humanos compartilham a vida cotidiana. Por outro lado, estes padrões e modelos desempenham um papel essencial na vida social dos seres humanos, que reagem em todas as partes de ações sociais.

Segundo Cucho (1999), cultura significa um modo de vida, um sistema de valores aceito e difundido em um determinado grupo, e que, por assim fazê-lo, sustenta um padrão de integração e inter-relacionamento que agrega seus membros constituintes. Com isso, ao homogeneizar diversos comportamentos e convergir as mais variadas opiniões, a cultura garante a existência de todo e qualquer agrupamento

humano, visto que é responsável pela consistência, coerência e solidez de tais agrupamentos. Ainda segundo Cuche (1999), a cultura permite ao homem não somente adaptar-se a seu meio, mas também adaptar esse meio a si próprio, às suas necessidades e aos seus projetos.

Pode-se então dizer que cultura é um conjunto complexo que inclui conhecimento, arte, moral, direito, costumes e quaisquer hábitos e capacidades adquiridas pelo homem enquanto membro da sociedade. Esse conjunto complexo representa um código de símbolos inconscientes que trazem significado a vida dos seres humanos, consistindo em tudo aquilo que o indivíduo tem de conhecer ou acreditar para operar de maneira aceitável dentro de sua sociedade.

O antropólogo brasileiro Roberto da Matta assim se refere a essa concepção de corriqueira de cultura:

Quando falamos que 'Maria não tem cultura', e que 'João é culto', estamos nos referindo a um certo estado educacional dessas pessoas, querendo indicar com isto sua capacidade de compreender ou organizar certos dados e situações. Cultura aqui é equivalente a volume de leituras, a controle de informações, a títulos universitários e chega até mesmo a ser confundido com inteligência, como se a habilidade para realizar certas operações mentais e lógicas (que definem de fato a inteligência) fosse algo a ser medido ou arbitrado pelo número de livros que uma pessoa leu, as línguas que pode falar, ou aos quadros e pintores que pode, de memória, enumerar (...) Nesse sentido, cultura é uma palavra usada para classificar as pessoas e, às vezes, grupos sociais, servindo como arma discriminatória contra algum sexo, idade ('as gerações mais novas são incultas'), etnia ('os pretos não tem cultura') ou mesmo sociedades inteiras, quando se diz que 'os franceses são cultos e civilizados', em oposição aos americanos que são 'ignorantes e grosseiros'. (MATTA, 1986, p. 122)

Um conceito para tornar-se científico necessita ter sua definição acessível a um método de abordagem do fenômeno por ele descrito. Inicialmente, há duas acepções para a cultura que a Antropologia rejeitará como não científicas. A primeira acepção vem da Filosofia iluminista, sobretudo de origem francesa, que confia excessivamente no progresso promovido pelo pensamento racional, e considerará cultas apenas

aquelas pessoas que dominam conhecimentos filosóficos, científicos e artísticos consagrados pelos padrões da razão iluminista. A segunda acepção vem de uma concepção pseudocientífica racista que considera que determinadas raças já nascem geneticamente superiores, biologicamente mais evoluídas, possuidoras de padrões hereditários que justificariam seus padrões de cultura. Por coincidência essas raças consideradas superiores eram as que constituíram as populações europeias colonizadoras dos povos da América, da África e da Ásia.

A nova ciência da cultura, a Antropologia, nega à biologia seu caráter determinante sobre as formas simbólicas, mentais, intelectuais e artísticas de vida dos grupos sociais. Afirma que todos os grupos sociais possuem cultura e que cada cultura, em princípio, está adaptada às condições ambientais de sobrevivência dos grupos sociais que a compartilham. Nesse sentido, nenhuma cultura é superior ou inferior à outra, mas apenas melhor adaptada ou não às suas reais condições ambientais de vida.

Assim, as culturas podem ser comparadas e até mesmo classificadas, pois algumas são letradas e outras não, mas não podem ser hierarquizadas de modo que o topo da sua evolução venha a ser a cultura científica europeia. Esta mudança de perspectiva se deveu inicialmente ao inglês E.B. Tylor, que publicou *Primitive Culture* em 1871, definindo Cultura como “um todo complexo de crenças, costumes etc., característico de uma sociedade particular, diferenciando-a das demais” (THOMPSON, 1995 apud SOUZA, 2011).

Esse conceito descritivo de cultura define a chamada concepção funcionalista da vida simbólica dos grupos sociais. Nessa concepção, cada cultura é referida a uma realidade própria e única, e, portanto, os fenômenos culturais são definidos em seus próprios termos. Cada cultura é possuidora de uma lógica própria.

Por meio da educação e da socialização dos indivíduos, a cultura consegue se perpetuar frente às mais diversas gerações, o que denota a outra característica da cultura: seu caráter acumulativo. Todo ser humano é essencialmente um ser de cultura, e, por isso, herdeiro de um longo processo de acumulação, que reflete o conhecimento e a experiência adquiridos pelas numerosas gerações que os antecederam. Esse caráter acumulativo da cultura permite aos indivíduos a transmissão de experiências

e conhecimentos de geração para geração, criando assim um interminável processo de acúmulo de aprendizagem, que beneficia toda a espécie. (LARAIA, 2001, p. 45)

As modificações em um sistema cultural podem se dar ou por motivos internos, isto é, resultar da dinâmica do próprio sistema cultural, ou ainda por motivos externos, decorrendo do contato de um sistema cultural com outro. Independentemente das razões pelas quais a cultura se modifica, o fato é que ela está em constante evolução, conforme aponta Cuche ao afirmar que “toda cultura é um processo permanente de construção, desconstrução e reconstrução” (CUCHE, 1999, p. 137). Este caráter dinâmico da cultura é decorrente do fato de que os seres humanos, diferentemente dos outros seres, têm a capacidade de questionar seus próprios hábitos e modos de viver e, assim, modificá-los ou aperfeiçoá-los segundo sua vontade.

Para Mello Filho (1988), a cultura é o resultado das atitudes, ideias e condutas compartilhadas e transmitida pelas pessoas de uma sociedade, juntamente com as respectivas transformações, isto é, invenções, métodos de investigações do ambiente. Por isto é importante a filosofia de vida e visão do mundo que presidem a cultura, na construção do dinamismo dia a dia. Hannerz (1996) argumenta que todos os tipos de cultura aprendida e adquirida na vida social são altamente integrados e agem como os pacotes de formas de significado e sentido. Isto sugere que a atividade de projeto pode ser inconscientemente influenciada por valores e preferências culturais dos designers.

Em conclusão, cultura é definida para este trabalho, como um conjunto de valores, atitudes, conhecimentos, crenças e ideias que fazem parte da vida em sociedade e que são aprendidos, compartilhados e transferidos de pessoa para pessoa, ou por um grupo de pessoas de uma geração para outra. É o aparato de conhecimento produzido que caracteriza um indivíduo.

2.4.2. A influência de práticas culturais nos indivíduos

As mobilidades sociais, escolares ou profissionais, pequenas ou grande, imprimem suas marcas nos perfis culturais individuais (LAHIRE, 2006). O conjunto de práticas e as redes de significados compartilhados em grupamentos sociais formam o

processo cultural. Tem permanência de tempo, tem caráter de coletividade e tem continuidade, além da vida de quem a cria (LARAIA, 2001).

Hofstede (2001) argumenta que cada pessoa carrega dentro de si padrões de pensar, sentir e agir que foram aprendidas durante a sua vida. Hofstede relaciona as principais manifestações da cultura, como valores, rituais, heróis e símbolos. Indicando que os símbolos expressam a camada mais superficial, enquanto que valores compõem a camada mais profunda da cultura.

Os indivíduos vivenciam, segundo Bernad Lahire, “de forma mais ou menos duradoura condições materiais e culturais de existência diferentes, que ocuparam posições diferentes na hierarquia social, cultural e profissional, e que, portanto, são o produto do conjunto dessas experiências socializadoras heterogêneas” (LAHIRE, 2006, p. 403). Análises estatísticas mostram o efeito da prática de atividades culturais durante a infância sobre as praticas culturais durante a vida adulta.

(...) pessoas que praticaram na infância pelo menos quatro de cinco atividades culturais, a saber, leitura, museu, teatro-concerto, práticas culturais amadoras e cinema, tem três vezes mais chances de ter ido a um museu ao longo dos últimos 12 meses do que aquelas que não vivenciaram nenhuma atividade em questão. (...) aqueles que não foram estimulados por seu meio familiar a praticar atividades culturais tem chances de viver em contextos culturalmente mais favoráveis durante sua vida adulta, e que, para eles, nem tudo se definiu na infância: outras influências socializadoras (conjugais, de amigos, profissionais, etc.) substituíram socializações culturais que faltavam. (LAHIRE, 2006, p. 403)

2.4.3. Relação entre Design e Cultura

A relação entre design e cultura tem sido observada sob diferentes contextos, como a interculturalidade, usabilidade centrada no usuário e aspectos ergonômicos de produtos. Seguindo a mesma linha, também foram estudados os aspectos culturais influenciando as áreas de marketing, negócios, psicologia, gestão, política e outras ciências sociais. Os impactos culturais também já foram pesquisados por exercer

influência em projetos de arquitetura, design de interiores, design de embalagem e design de interação.

Para Flusser (1979), as coisas que são objeto da cultura se misturam, resistem a uma ordem acabada, plasmam-se em novas e inusitadas configurações, de modo que o objeto da cultura não é mais o mundo, mas sim ela própria que acabou por plasmar o mundo em seu magma.

A cultura permeia o sistema. O mais significativo de tudo isso é a criação do novo papel do designer como um intermediário cultural, compreendendo o usuário e criando para ele formas de consumo cheias de significado (PRESS E COOPER, 2003). Segundo os autores o design como experiência

(...) analisa os contextos, a prática e papel dos designers, (...) conecta entre si duas ideias principais e fundamentais. A primeira é que design deve ser cada vez mais considerado como o processo que gera experiências cheias de significado para as pessoas. A criação de produtos, comunicações ou ambientes são apenas um meio para chegar a este fim. Desenhar a experiência em design supõe colocar as pessoas em primeiro plano, ver o mundo através de seus olhos e sentir com os seus sentimentos. A segunda ideia consiste que ser um designer é radical e irrevogavelmente, algo em mudança; surgem novas tarefas, métodos e atividades que dão maior relevância a investigação inovadora e transcendente, associada a métodos criativos, a comunicação eficaz e a uma iniciativa empresarial proativa. (PRESS E COOPER, 2003, p. 18)

Samuels (2002) sugere a necessidade de redefinir o processo projetual, a fim de incluir a cultura em um contexto mais amplo da definição do design, como uma meta para otimizar a vida dos usuários. Os usuários não são apenas seres físicos e biológicos, mas seres socioculturais (DE SOUZA; DEJEAN, 1999). Segundo Moalosi et al. (2005), a globalização é vista como uma força que deve ser combatida por resultar na unificação da cultura dos usuários por meio da padronização de produtos.

O processo projetual pode ser influenciado por fatores desconhecidos e difíceis de gerenciar, como a cultura dos próprios designers e seus valores, seu senso de

conexão com o que está sendo projetado, suas emoções, preferências estéticas, dentre outros aspectos (RAZZAGHI; RAMIREZ, 2005).

De modo geral, fatores como a de experiências agradáveis, a emoção e a alma de um produto são muitas vezes ignorados em favor dos aspectos físicos de concepção, ou seja, de fatores como usabilidade, ergonomia e funcionalidade. Segundo Razzaghi e Ramirez (2005), a cultura:

(...) desempenha um papel fundamental ao influenciar o desenvolvimento de projetos de design. O fator cultural integrado no processo de design pode resultar na evolução do processo projetual, bem como gerar benefícios tangíveis para os usuários do produto. (RAZZAGHI; RAMIREZ, 2005, p. 1)

Os usuários esperam encontrar produtos que correspondam às suas necessidades culturais e, muitas vezes, os próprios usuários se ajustam aos produtos que estão disponíveis às suas necessidades. Para Razzaghi e Ramirez (2005), os designers não são educados para entender e incorporar sua própria cultura em favor das exigências culturais de um grupo de usuários em potencial. Ainda segundo os autores os produtos podem ser considerados como um conjunto de códigos físicos e não físicos pelos quais os designers devem comunicar seus próprios desejos e de seus usuários.

Significados de produtos e sinais podem atravessar fronteiras socioculturais e geográficas. Ao mesmo tempo, é necessário ter em conta que os sinais estão ligados a significados específicos de acordo com a cultura em que as pessoas vivem, ou seja, os significados são culturalmente incorporados. Por exemplo, argumenta-se que crenças culturais e práticas sociais criam e reforçam os quadros de significados que determinam modos de relação com um produto. Este enquadramento cultural condiciona a forma como as pessoas usam ou não usam um determinado produto. Segundo Press e Cooper (2003) é a cultura que dá significado a produtos, fornece rituais em que os artefatos são utilizados e os valores que muitas vezes refletem em sua forma e função.

Barnlund (1989) relaciona comunicação e design, dizendo que é através da comunicação que se adquire cultura; a através do modo como nos comunicamos que

mostrarmos nossa singularidade cultural. As pessoas recebem a cultura através de diferentes formas de comunicação, no entanto, as pessoas representam suas culturas pelas várias formas de comunicação. Segundo estudo de Barnard (2005) a cultura é representada por diversas formas visuais que se comunicam com as pessoas de modo visual. Segundo o autor o estudo da comunicação é o estudo da cultura e que a cultura é a criação e utilização de formas significativas, que incluem claramente design gráfico (BARNARD, 2005, p. 63).

2.4.4. A cultura do designer

A necessidade de integrar a cultura na concepção de produtos já foi amplamente defendida por diversos pesquisadores e designers (DE SOUZA, 1999; SALIMI; 2002, HIDAKA, 2003).

Segundo Razzaghi e Ramirez (2005), o processo de geração de conceito no desenvolvimento de produtos é, em grande parte, iniciado por um designer, com suas diversas ideias para o novo produto. Durante esta etapa, imagens e ideias são criadas a partir do conhecimento e impressões do designer (LLOYD; SNELDERS, 2001). Ainda segundo os autores, muitos aspectos de um produto são ignorados ou negligenciados na maioria dos projetos, incluindo dentre outros fatores, a experiência, a emoção, o senso de conexão com o produto e a alma do produto e da cultura.

2.4.5. Cultura projetual

O termo cultura projetual possui diferentes interpretações. Por exemplo, Leon (2005) associa a cultura projetual com a cultura do design, e considera-a uma cultura artesanal, no sentido de que os saberes do designer são determinantes para o desenvolvimento de projetos complexos,

a cultura projetual, ou seja, a cultura do design, é uma cultura artesanal. Tanto assim que os produtos mais complexos, que envolvem grandes saberes, são produzidos artesanalmente. É o que Júlio Katinsky chama de artesanato moderno: grandes telescópios eletrônicos, naves espaciais e mesmo grandes máquinas, construídas sob encomenda, são objetos

artesanais, entendidos como aqueles em que o investimento na inteligência (no saber de seus construtores) é maior do que o investimento em ferramental. (LEON, 2012, p. 65-66)

Krippendorff (2000), ao abordar a ideia de design centrado no ser humano trata a cultura projetual como uma cultura que reconhece sua realidade como construída e não descoberta. Na sua visão, a cultura projetual veio substituir a cultura modernista baseada na ciência e está permeando quase todas as áreas da vida.

Por outro lado, Lessa (2013) não define cultura projetual, mas utiliza o conceito ao discutir os efeitos da formação do designer na sua visão profissional,

Cada designer, por exemplo, identifica consistência ou qualidade em um projeto com base na sua formação acadêmica, no seu desenvolvimento profissional e nas opções conceituais e práticas relativas a este desenvolvimento. Na dependência dos diferentes alinhamentos práticos e teóricos que recortam o campo, variam as concepções do “bem ou mal resolvido”, do peso relativo entre fatores projetuais etc (LESSA, 2013, p. 27)

Por fim, André Villas-Boas se refere a cultura projetual como

(...) uma série de princípios que devem ser apreendidos pelo estudante visando a uma futura atividade projetual criativa, crítica e inovadora e que, por seus procedimentos no processo de projeção, justifiquem a existência do design como campo próprio, atividade profissional específica e objeto de um curso de nível superior. A cultura projetual se desdobra na consciência de determinados princípios projetuais historicamente determinados (e no posicionamento do designer perante eles, ao gerar suas alternativas de solução), na adoção de dados procedimentos metodológicos, na consolidação de um repertório visual recorrentemente consultado para nortear as soluções de projeto e na capacidade de identificar referências, influências e implicações das soluções do projeto em andamento. A cultura projetual – da qual faz parte a cultura visual, cuja formação ou consolidação se espera ser conduzida ou oferecida ao estudante pelos cursos de graduação – distingue o profissional de design do diletante, do amador ou do micreiro, por exemplo. Qualquer pessoa pode organizar elementos visuais numa superfície bidimensional, e, possivelmente, parte significativa delas pode alcançar um resultado minimamente razoável – justamente

porque lida a todo instante com os paradigmas que as regem (nos outdoors, nos jornais e nas revistas, na televisão, nos folhetos, na internet etc.). No entanto, a maior parte dessas pessoas certamente não disporá de elementos que permitam a análise crítica da própria organização que criou e não terá a autonomia necessária para gerar com segurança e discernimento novas alternativas a partir daquela originalmente criada, visando à adequação à situação de projeto, ao aperfeiçoamento e/ou à inovação. (VILLAS-BOAS, 2009, p.2-3)

Ainda segundo André Villas-Boas (2009), cultura projetual é uma das maiores características que distingue o profissional de design tanto dos amadores como de outros profissionais assemelhados com os quais frequentemente mantêm uma relação de interdependência na consecução de projetos. O designer que deseja ser um agente na criação de uma sociedade baseada no desenvolvimento sustentável precisa necessariamente interagir com o projeto num nível muito mais amplo que o ergonômico, estético e formal, assim desenvolvendo uma cultura projetual voltada para uma realidade complexa e não só para princípios disciplinares (VILLAS-BOAS, 2009).

Para esta pesquisa, utilizaremos o entendimento de cultura projetual como o conhecimento, a postura do designer frente ao fazer projetual, a metodologia e seus desdobramentos, a qual se refere a interpretação de Villas-Boas.

2.5. Considerações sobre a fundamentação teórica

Este estudo explorou a relação entre cultura e design, com base em revisão na literatura, de modo a embasar a pesquisa desenvolvida com designers gráficos. Design, comunicação visual e design gráfico estão diretamente relacionados à cultura como manifestações de um tempo e um lugar; igualmente, embora menos evidente, a importância da cultura do designer no decorrer do processo de design. O principal objetivo deste capítulo foi encontrar na teoria questões que demonstrem a importância da integração dos fatores culturais no processo projetual. A compreensão do aspecto cultural pode auxiliar na criação de novas experiências, que irão beneficiar

os usuários preservando sua identidade cultural, heranças, identidades e valores. Além disso, as aplicações do estudo de como os designer gráficos percebem a o efeito das atividades e do ambiente cultural, gerando novos conhecimentos, formas de pensar e lidar com questões projetuais do design, e que possam influenciar a criatividade e a inovação nos projetos. A compreensão da importância da cultura do designer para o seu crescimento profissional e, provavelmente, crescimento pessoal, aponta um novo campo a ser estudado. Conforme citado anteriormente, falta conhecimento do designer ao integrar seus valores culturais ao projeto, decorrente de uma lacuna na sua formação (REESE 2002).

Para Razzaghi e Ramirez (2005), o designer deve reconhecer e extrair os valores culturais e, mais tarde, interpretar esses valores em seus aspectos significativos de conceitos, o que requer amplo conhecimento das áreas de design, cultura, sociologia, antropologia, psicologia, entre outros. Neste mesmo sentido um profissional que lê muito, interessa-se por arte, é observador e busca conhecimentos em várias áreas, é capaz de criar relações aprofundadas que demonstram como sua profissão se reflete na sociedade, e qual seu papel enquanto sujeito crítico. Isso acontece quando o profissional possui vocabulário visual, cultura visual e cultura projetual.

Este profissional é capaz de projetar tendo como base princípios oriundos de sua formação acadêmica, técnica profissional, de sua vivência, formação humana, e de toda aquela cultura interdisciplinar aprendida durante suas buscas por conhecimento e que de certa forma, fazem parte de sua identidade.

Segundo Whiteley (1998), o aluno (designer) precisa dessas perspectivas como um primeiro passo em direção à compreensão da questão de valores: precisa delas para se tornar informado, consciente e crítico (no sentido amplo da palavra) da situação atual.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo aborda os procedimentos metodológicos realizados para alcançar os objetivos de pesquisa.

A metodologia utilizada nesse trabalho é baseada em princípios de pesquisa qualitativa, por Gaskell (2003) e Gibbs (2009), baseada em pequenas amostras que proporcionam percepções e compreensão do contexto do problema apresentado. Na pesquisa qualitativa os dados são colhidos na forma de entrevistas em grupos ou individuais. Os resultados são amostras que proporcionam insights e compreensão do problema (VILAS BOAS, 2005). As variáveis tratadas na pesquisa são qualitativas, pois não têm por objetivo serem quantificadas e/ou traduzidas em números, e envolvem procedimentos projetuais, aspectos metodológicos e criativos, em suas dimensões conceituais e técnicas. Essa abordagem gera muitas informações interpretáveis, e enfatiza mais o processo da pesquisa do que o produto resultante. As categorias de análises não são definidas a priori, mas devem emergir das respostas conforme uma das estratégias de análise de conteúdo apresentadas por Gibbs (2009). A estrutura do roteiro, suas perguntas, visa conduzir as entrevistas, mas não limita as possibilidades de análise.

A pesquisa qualitativa pode ainda ter abordagens classificadas como diretas e indiretas. Nas diretas, os objetivos da pesquisa são revelados aos entrevistados; já as indiretas os objetivos do projeto são disfarçados dos respondentes (MALHOTRA, 2001).

Nesta pesquisa, optou-se pela abordagem direta aplicada aos profissionais cujas relações de trabalho permeiam o tema pesquisado.

3.1. Revisão bibliográfica

A revisão bibliográfica teve por objetivo aprofundar os conhecimentos nas principais áreas de estudo desta pesquisa. Segundo Gil (2002), as fontes bibliográficas podem ser livros, publicações periódicas (jornais e revistas) e impressos diversos. Para esta pesquisa, buscaram-se referências bibliográficas em livros, anais de congressos de

design, periódicos nacionais e internacionais, além de dissertações e teses relacionadas aos temas.

3.2. Definição do amostra/corpus

A seleção dos entrevistados atende aos seguintes critérios:

- profissionais que tenham sido premiados nas edições do Prêmio Bornancini (ver apêndice A);
- profissionais que sejam reconhecidos pelos pares como de atuação destacada.

O objetivo de convidar profissionais que tenham recebido premiação em edições do Prêmio Bornancini é de encontrar nas entrevistas com designers que tenham trabalhos relevantes, de elevado padrão ou que tenham a atuação destacada por colegas de profissão os aspectos que possam influenciar o seu processo projetual e prático profissional.

Os profissionais foram convidados a participar desta pesquisa por meio de correio eletrônico, com o envio de uma breve apresentação sobre esta pesquisa. O convite e a apresentação deixam claro que a concordância em participar da pesquisa implicaria no atendimento de um prazo pré-determinado para a resposta.

3.3. Ferramentas de coleta de dados

3.3.1. Entrevistas

O roteiro de perguntas (ver apêndice B) foi elaborado com base no objetivo geral e em referências da literatura. Considerando a natureza da pesquisa, optou-se por seguir um roteiro semiestruturado de modo a permitir a manifestação dos entrevistados de forma aberta.

A estrutura do roteiro foi validada por meio de dois pré-testes. Foram realizadas entrevistas com designers gráficos que não participarão da amostra, com o

objetivo de testar o método de pesquisa e aplicar melhorias para as entrevistas realizadas com os demais designers.

O primeiro pré-teste foi feito com uso de um formulário eletrônico, que não será utilizado, mas que permitiu o retorno mais rápido. Como resultado, observou-se a necessidade de adotar perguntas específicas quanto à influência da cultura do designer no desenvolvimento de projetos, que não foi atendida na primeira versão. O apêndice D traz a nova versão das questões (a primeira parte do instrumento, que contempla dados do entrevistado e orientação permanece a mesma apresentada no apêndice B).

A nova versão do roteiro foi testada através da realização de um segundo pré-teste com novo entrevistado, com formação em design gráfico, mas que assim como o primeiro pré-teste não faz parte da amostra final de entrevistados. Foi utilizado software de conversa por áudio e vídeo, o qual permitiu a interação da entrevista de forma muito próxima a da presencial. Após a realização do segundo pré-teste foram aprovadas as questões do roteiro e definido que as entrevistas deveriam ocorrer de forma presencial para não ocorrer quaisquer problemas durante a entrevista, como interrupções por problemas de conexão, falhas no software ou na gravação e captação do áudio.

3.3.2. Entrevista com designers

As entrevistas foram todas realizadas de modo presencial, com o uso de ferramentas para gravação do áudio. As anotações das entrevistas foram transcritas, seguindo as orientações de Gibbs (2009) como forma de proporcionar precisão, fidelidade e interpretação dos dados.

As entrevistas ocorreram no período de julho de 2013 até dezembro de 2013.

3.4. Transcrição e análise das entrevistas

Na transcrição das entrevistas foi feita a opção de, na medida do possível, respeitar integralmente a fala, evitando a opção por "arrumar" o texto, considerando que os erros, os desvios, as exclamações, entre outras, são de interesse para esta pesquisa.

Se o estudo está mais voltado ao conteúdo factual do que foi dito, a organização dos textos é aceitável. Por outro lado, claramente se perde a sensação de como os respondentes estavam se expressando e, se isso for importante para seu estudo, você terá que captar isso na transcrição (GIBBS,2009, p. 32).

3.5. Análise dos resultados

Na etapa final, com base na revisão bibliográfica e nas entrevistas com os profissionais, foi possível caracterizar a relação entre cultura do designer e a prática de design gráfico e identificar a presença do repertório cultural no discurso dos designers, cumprindo assim com os objetivos desta pesquisa. Através da análise dos resultados obtidos foram realizadas considerações finais da pesquisa e sugestões para futuros trabalhos.

4. RESULTADOS

Este capítulo aborda os resultados obtidos com as entrevistas com os designers. O número de designers entrevistados nesta pesquisa, cujo perfil está resumido no quadro 1, resultou menor do que o esperado inicialmente no projeto. No total foram entrevistados 6 designers gráficos do total de 14 selecionados. Vale ressaltar que nesse tipo de pesquisa um número muito grande de entrevistados apresenta dificuldades operacionais, principalmente quando não são utilizados recursos computacionais de análise qualitativa, o que é o caso desta pesquisa. No entanto, o volume de informação produzido e as diferentes experiências desses designers permitiram atender os objetivos desta pesquisa.

Todos os designers entrevistados foram classificados como experientes, uma vez que já estão no mercado há mais de cinco anos, tendo atuação de destaque e projetos premiados.

Quadro 1: Perfil dos designers entrevistados

Designer	Formação	Atuação
Norberto Bozzetti	Arquitetura	Proprietário de Escritório de Design Gráfico
José Antônio Verdi	Publicidade	Proprietário de Escritório de Design
Luiz Magalhães	Arquitetura	Proprietário de Escritório de Design
Paula Langie Araujo	Escola técnica de design Publicidade Artes Plásticas	Proprietária de Escritório de Design Gráfico
Rafael Weiblen dos Santos	Design	Designer
Clô Barcellos	Jornalismo Artes Plásticas	Proprietária de Escritório de Design Editorial

4.1. Realização das entrevistas

As entrevistas foram realizadas em situações diversas: no local de trabalho do entrevistado, em local de estudo do entrevistado e em local público.

A primeira entrevista foi com Norberto José Pinheiro Bozzetti e ocorreu na casa do entrevistado que possui um estúdio de trabalho. A entrevista foi realizada no

estúdio por sugestão do entrevistado, pois ele teria mais tempo disponível para responder as questões, visto que não perderia tempo de deslocamento até outro local e também por se sentir mais confortável em seu local de trabalho. O entrevistado não demonstrou pressa nenhuma durante a entrevista que aproximadamente uma hora e quarenta minutos, excluindo a fase inicial de apresentação dos objetivos da pesquisa. Após a finalização da entrevista ainda ficou cerca de vinte minutos conversando sobre a sua percepção da importância do tema do estudo proposto.

A segunda entrevista com José Antônio Verdi ocorreu no local de estudo do entrevistado, que está com mestrado em andamento. A entrevista teve um limitante de tempo de uma hora e trinta minutos, já que após esse tempo o entrevistado teria o início de sua aula. O tempo foi suficiente para responder as questões previstas. A entrevista durou pouco mais de meia hora, excluindo a fase inicial de apresentação dos objetivos do projeto.

A terceira entrevista foi com Luiz Francisco Karam de Magalhães, no seu escritório, por sua sugestão. O entrevistado não demonstrou pressa para responder as questões e durou cerca de hora e vinte e seis minutos excluindo a fase inicial de apresentação dos objetivos do projeto.

A quarta entrevista, realizada com Paula Langie Araújo, ocorreu na sala de reuniões de seu escritório. Durou cerca trinta minutos, excluindo a fase inicial de apresentação dos objetivos do projeto.

A entrevista com Clô Barcellos ocorreu em seu apartamento, onde também fica localizado o seu escritório, por sua sugestão. A entrevista durou aproximadamente uma hora, excluindo a fase inicial de apresentação dos objetivos do projeto. Durante a entrevista ocorreram algumas interrupções, por necessidades da entrevistada em resolver questões urgentes de projetos em andamento.

A entrevista com o designer Rafael Weiblen dos Santos ocorreu em uma cafeteria próxima ao seu local de trabalho, assim como os demais entrevistados o tempo disponível para responder as questões foi suficiente.

4.2. Análise das entrevistas

4.2.1. A formação dos profissionais

A entrevista com o Norberto Bozzetti levou ao período da formação dos pioneiros em Design no Brasil, antes da criação dos primeiros cursos superiores. No seu relato, ele descreve como a partir do seu interesse pelo desenho e por conta de fatores familiares teve contato com o ambiente profissional da ilustração já na sua infância. Aos nove anos de idade trabalhou com desenho de histórias em quadrinhos, na cidade de São Paulo. Após uma experiência em vários veículos de comunicação como desenhista em São Paulo e no Rio de Janeiro, em 1963 ingressou no curso de Arquitetura da UFRGS, por

ser a coisa mais próxima do que eu queria (...) Mas não sabia o nome (...) Nem onde poderia estudar. Nunca tinha ouvido falar em ESDI nem coisa nenhuma. A ESDI é de '62, Né, por aí.'63, por aí? É a primeira escola de design no Brasil. (BOZZETTI, 2013, p.94)

Na Faculdade de Arquitetura da UFRGS ele teve contato com os professores Cláudio Araújo e Nelson Petzold, através dos quais veio a conhecer Aloísio Magalhães e a ESDI, e por meio deles teve a sua formação em design fortemente influenciada pelas ideias da HFG Ulm. Além desses, teve contato com “grandes nomes do design brasileiro [que vinham à UFRGS] para fazer conferências e palestras” (BOZZETTI, 2013), entre os quais citou Sérgio Rodrigues. Na época em que ingressou na Faculdade de Arquitetura ele trabalhava em uma agência de publicidade, com o convívio com as ideias sobre design resolveu abandonar a publicidade e criar “meu próprio escritório para fazer design”.

José Antônio Verdi relata que no começo da sua atividade profissional, quando fundou junto com seu irmão Mário Verdi em 1995, não sabia muito bem o que realmente era design, “quando a gente começou a empresa a gente conhecia muito pouco do que era design, meu irmão tinha um pouco mais de ideia disso, porque ele já lia a respeito. Eu não sabia nada da teoria” (VERDI, 2013). Foi no mesmo período que Verdi começou sua formação superior. “Eu não me formei em design, me formei em publicidade”, no entanto ele destaca a importância de seu trabalho anterior, “antes

disso, eu tinha trabalhado em gráfica. Eu trabalhei em duas gráficas, sendo arte-finalista. E o que me deu embasamento” (VERDI, 2013).

José Antônio Verdi considera que sua formação em publicidade não é uma formação técnica, segundo Verdi

não vai me dar muita ferramenta técnica, ainda mais... me formei na UFRGS, que nem tinham cadeiras de software, de computação gráfica, essas coisas, então não tive embasamento específico, né, mas não considero um conhecimento jogado fora, né. A publicidade ela dá um conhecimento genérico talvez, não sei se essa é a melhor palavra, mas... desde linguística, semiótica... depois, no final do curso é que acaba sendo específico, né, pra publicidade, pra parte de campanha promocional, mas redação é legal, linguística é legal, política, né. (VERDI, 2013, p.118)

Na sua entrevista Luiz Magalhães contou que embora tivesse o sonho projetar automóveis optou por fazer o curso de Arquitetura por conta da existência de um mercado consolidado. Cinco anos após a sua formatura, resolveu cursar uma especialização em design de produto, que propiciou a entrada em um mercado que desconhecia o de projeto de pontos de venda (PDV). A sua entrada se deu por meio da oportunidade de “se juntar a uma agência de publicidade pra fazer a área de PDV, de ponto de venda. Não que eu tenha ido pra outro extremo, porque na área gráfica eu nunca atuei, eu tinha a parte de produto dentro de uma agência” (MAGALHÃES, 2013). Embora enfatize que não atuava como designer gráfico, essa experiência lhe abriu outras perspectivas a partir do convívio com publicitários, como descrito na citação a seguir.

(...) Mas eu praticamente, acho que por seis meses, um ano e depois em diferentes etapas, talvez, por outros cinco anos, né, eu tenha ficado recebendo muita informação que eu não tinha a menor ideia, né, então, a área de comunicação, os princípios de comunicação, é, que são outros, né, e são bem pertinentes pra área de projeto gráfico, né, pra área de design, que é mais de identidade visual, enfim. Então daí, aí eu comecei a entrar noutro mundo, assim, que daí são vários profissionais com os quais eu convivi, assim, que tiveram influência direta, mas isso muito da área de publicidade. (...) conseguir entender um pouquinho desse outro lado que eu não tinha a

menor ideia, né, eu entrei nesse mundo, assim, meio... e... e depois essa convivência, assim, de mundos diferentes. (MAGALHÃES, 2013, p. 133)

A formação da designer Paula Langie começou muito cedo. Natural de Pelotas, quando teve que decidir se iria fazer o ensino médio tradicional ou escola técnica, acabou decidindo fazer a escola técnica. Segundo Paula, “nesse momento eu já tive que decidir qual era o curso que eu queria escolher, e eu não tive nenhuma dúvida, assim, né” (ARAÚJO, 2013). Paula nos contou em sua entrevista que sempre gostou de atividades manuais, “sempre fui uma criança que gostou de pintar, desenhar, né, de enfim, fazer bijuteria, fazer bichinho de conchinha da praia, né, então sempre gostei de trabalhos manuais” (ARAÚJO, 2013). Segundo Paula esses trabalhos que envolvem criatividade e habilidade manual acabaram levando ela para escolha do curso de desenho industrial. Dentre os cursos da escola técnica, existia o curso de desenho industrial, “eu conhecia o curso de desenho industrial, aliás, eu escolhi ir pra escola técnica em função do curso de desenho industrial” (ARAÚJO, 2013). Ao final do curso Paula fez o estágio obrigatório em uma pequena agência de Pelotas, “foi a primeira experiência, só que isso me deu muita segurança pra começar a faculdade com outro olhar” (ARAÚJO, 2013).

Após a formação na escola técnica Paula foi buscar o que fazer na faculdade. “Acabei escolhendo fazer publicidade e propaganda na PUC e fiz artes plásticas na UFRGS” (ARAÚJO, 2013). Paula comenta que essa junção da sua formação de publicidade com as artes plásticas, e a escola técnica de desenho industrial, a qual considera surpreendente é o que criou o seu repertório a respeito de design.

A formação acadêmica foi muito importante na formação de Paula Langie Araujo, porém ela ressalta a importância do trabalho, onde obteve o aprendizado na prática. “Eu acho que essa experiência de mercado pra mim foi uma escola também” (ARAÚJO, 2013). Paula destaca a importância de sua passagem por um período de quatro anos no escritório GAD’ Design.

(...) no final da faculdade que eu consegui um estágio no GAD’ design, né, que no início era um estágio de verão, eu passei janeiro e fevereiro lá, sem ganhar nada também, né, mas sentando do lado dos designers e

observando e... (...) depois de uns seis meses me chamaram, se eu queria trabalhar lá, como júnior, né, começar... Então eu comecei a trabalhar antes de me formar, né. Quando eu me formei eu já tava trabalhando. O que eu acho que é uma supervantagem porque tu sai pro mercado de trabalho, mas tu já ta, né, posicionado. Eu fiquei quatro anos no GAD', né, então, o GAD' foi uma superescola. (ARAÚJO, 2013, p. 150)

Rafael Weiblen dos Santos contou que antes de iniciar sua formação acadêmica “já desenhava, fazia ilustração, fazia quadrinhos, fazia revista, acabava por me envolver com um pouco da produção ali de design, mas não tinha essa... não tinha esse nome o que eu fazia, né” (SANTOS, 2014). Weiblen considera seu começo de atividade projetual muito intuitiva e experimental, segundo ele “o que eu conheci era muito do jornalismo, que acaba que os jornalistas acabam fazendo muito por intuição, (...) alguém já mostrou pra eles como eles faziam antigamente” (SANTOS, 2014). Durante a sua formação Rafael Weiblen dos Santos destaca o lado experimental, tanto com a sua turma de faculdade, quanto com os amigos que eu acabou fazendo durante o curso. “Tinha muito de experimentar, de testar algumas coisas novas, e tudo mais (...) é aprender fazendo mesmo” (SANTOS, 2014).

Clô Barcellos expõe em sua entrevista que sua definição por qual faculdade cursar não foi uma decisão fácil.

Não existia faculdade de design. O nome designer não tinha, não existia. Eu entrei em 78 na faculdade de comunicação, comunicação jornalismo. E tava muito frustrada com o mundo, o mundo é uma droga... e eu tenho que fazer alguma coisa, o que que eu vou fazer, na verdade eu queria arquitetura, acabei em jornalismo. (BARCELLOS, 2014, p. 172)

Após cursar dois anos de jornalismo Clô Barcellos não gostava do que estudava e queria buscar um curso que se sentisse mais realizada.

Eu preciso fazer outra coisa, rapidamente. Eu tinha, eu tinha... 20 anos. (...) então eu fui para as artes para, para poder respirar, sabe? Então eu fiz artes, aí fazendo licenciatura, na UFRGS, eu tive que fazer várias coisas, estudar várias coisas, voltar lá pra seção áurea, voltar para as questões da história da arte, que é maravilhoso, (...) eu preciso saber a história da arte, né? É fundamental. (BARCELLOS, 2014, p. 172)

Clô Barcellos iniciou suas atividades profissionais como revisora de uma editora e foi devido aos erros que ocorriam no processo de diagramação, revisão e redação que ela começou a trabalhar como diagramadora.

(...) deu menos texto. Daí abria os buracos assim. Aí os guris, e agora? O que que eu faço esse desenho não vai dar pra fazer aqui, e sobrava um buracão. O que a gente fazia, eu fazia... Daí porque que eu passei da revisão para o negócio das artes, porque na prática lá, não batia os diagramas, então eu tinha que salvar a página na colagem, eu adorava, imagina? Isso aqui, bota isso aqui mais pra cá, não mas isso aqui vai entrar a coluna, mas que coluna? Não estou vendo nenhuma coluna, é branco aqui, vou botar mais pra cá. Então não tinha, o diagrama, era... aquela. O que que ele quer grifar? Bota título? A gente fazia outra página. Daí começou a história da diagramação, não tinha computador na época. (BARCELLOS, 2014, p. 174)

4.2.2. As influências no trabalho e carreira

Ao ser indagado sobre as influências que recebeu, Norberto Bozzetti fez diversas referências, uma delas merece atenção por demonstrar de forma sintética como uma relação profissional se constitui e se amplia com vínculos de amizade e admiração. A sua relação com Paulo Vellinho, descrita brevemente na citação a seguir, permitiu não apenas que ele tivesse acesso ao mercado profissional, mas principalmente a uma cultura de design a que não teria acesso na época.

Uma influência, por exemplo, importantíssima foi a do Paulo Vellinho, que era presidente da Springer, uma grande companhia nossa aqui, produzindo aparelhos eletroeletrônicos nos anos '60. E ele me conheceu e começou a me trazer material do exterior, me botando em contato com o design que tava sendo feito. E ele era ligado à Admiral, já que era Springer-Admiral, e eu passei a trabalhar pra ele. E trabalho até hoje [risos]. É uma amizade que vira e mexe a gente tá jantando junto, eu tenho uma admiração, é um cara sensacional, me levou pra FIERGS, é empreendedor. E ele me trouxe muita informação, eu tava sempre up to date em relação ao que tava acontecendo no design no mundo. Me botou em contato com revistas especializadas, né... (BOZZETTI, 2013, p. 98)

Bozzetti também destacou o seu convívio com “Bornancini, mas também do Petzold, né, que o Bornancini tinha uma filosofia para o design. E isso é muito importante, né. Ele tinha maneiras de pensar” (BOZZETTI, 2013).

José Antônio Verdi destaca o meu irmão Mário Verdi como sua grande influência. “Quem me botou na área foi o meu irmão. O Mário começou a empresa até um pouco antes de mim, ele trabalhava em casa e quando ele resolveu abrir o escritório ele me chamou” (VERDI, 2013). Verdi também destaca a importância dos designers anteriores a sua geração.

(...) eu gosto muito, respeito muito o trabalho do Bozzetti, um cara que, acho que ajudou a criar um segmento de mercado, que é o que a gente atua. Sei lá, tem uma série de pessoas aí que eu poderia citar que ajudaram, eu acho que os pioneiros, aí, talvez uma geração um pouquinho antes da minha ali que ajudou a criar o mercado que nos ajudaram a dizer assim “esse é o caminho, dá pra viver disso. (VERDI, 2013, p.119)

O designer Luiz Magalhães relatou como ocorreu o processo de aprendizagem recíproca, de troca, entre ele e outros colegas de uma agência de publicidade onde atuou inicialmente responsável pela parte de projeto de produto de PDV. Como descreve nas citações a seguir, trabalhando com publicitários começou a se envolver com comunicação visual e projeto gráfico.

É, muitos, né, vamos dizer, como eu levei pra dentro da agência uma informação mais técnica, ãh, não exis... eu era a referência técnica dentro da agência. Mas eu praticamente, acho que por seis meses, um ano e depois em diferentes etapas, talvez, por outros cinco anos, né, eu tenha ficado recebendo muita informação que eu não tinha a menor ideia, né, então, a área de comunicação, os princípios de comunicação, é, que são outros, né, e são bem pertinentes pra área de projeto gráfico, né, pra área de design, que é mais de identidade visual, enfim. Então daí, aí eu comecei a entrar noutro mundo, assim, que daí são vários profissionais com os quais eu convivi, assim, que tiveram influência direta, mas isso muito da área de publicidade. (...) são todos que trabalharam na agência, né, eu tive, assim, o prazer de conviver lá com o Roberto Callage, com o Roberto Miguez são vários nomes, assim, de pessoas que têm um trabalho já consolidado e que foram importantes pra eu conseguir entender um pouquinho desse outro lado que

eu não tinha a menor ideia, né, eu entrei nesse mundo, assim, meio... e... e depois essa convivência, assim, de mundos diferentes (...) eu levei pra dentro da agência a cultura de projeto, de planejamento, de pensar materiais antes de fazer os layouts, mundos, assim, ó, um mundo que eles, ah, eu não tinha essa ideia, mas a área de design e arquitetura são áreas muito bem preparadas frente à publicidade. (MAGALHÃES, 2013, p. 133)

Paula Langie Araujo relatou que o escritório GAD' Design, em especial na pessoa do designer Valpírio Monteiro tiveram importância e influenciaram muito o seu início de carreira, conforme mostra a citação abaixo.

(...) o GAD' teve uma influência bem grande, assim, na figura do Valpírio, inclusive, que é um dos diretores. Porque eu me lembro que durante a faculdade, (..) a gente assistiu uma palestra do GAD' que o Valpírio ministrou, e eu tava fazendo estágio em agência de publicidade, né, uma pequeninha, uma agência bem pequeninha daqui, mas eu já sabia que não era bem aquilo... E quando eu ouvi o Valpírio falando, eu disse eu vou trabalhar nessa empresa, não importa o que tiver que fazer, mas eu vou trabalhar nessa empresa. Isso me influenciou bastante também, né, a fala do Valpírio sobre como eles viam o design, né, isso lá em 99, no início, 98, 99. Então o design ainda tava se estruturando, né, como atividade no Rio Grande do Sul, e tal. Eu acho que o Valpírio teve esse peso, assim, né, de também influenciar nessa minha decisão. Foi ele que me escolheu também pra fazer o estágio curricular lá no GAD'. (ARAÚJO, 2013, p. 151)

Rafael Weiblen dos Santos destaca que suas grandes influências na carreira, tanto no durante sua formação acadêmica como atualmente são os tipógrafos, dentre os quais destaca os nomes de Nardi, Frutiger e Bringhurst.

O Henrique Nardi aqui no Brasil, é uma pessoa que acaba influenciando bastante por ele criar essa movimentação em torno da tipografia, e tudo mais, uma coisa que na época da minha formação era muito pequena, era muito, era bem fraca, digamos assim, o Nardi acaba sendo uma referência... que ele cria esse movimento todo em volta. E todos os outros tipógrafos tanto daqui do Brasil como de fora... o Frutiger acaba sendo uma grande referência por tudo o que ele construiu, por tudo o que ele documentou em relação ao processo dele. Então, assim, é uma grande referência pra qualquer um. O Bringhurst acaba sendo uma outra. Porque o que eles

escreveram é base pra qualquer um que começa a trabalhar com tipografia ou com design gráfico. (SANTOS, 2014, p. 160)

A designer Clô Barcellos destacou assim como Paula Langie Araujo, o nome do designer Valpério Monteiro, como uma grande referência em sua carreira, conforme mostra o trecho abaixo.

Aí quando eu fui para a revista, para plural, do Polidório, lá o negócio era outro. (...) Valpério Monteiro, era o máximo, da GAD' Design. Aí, ele era o meu herói, ele ficava numa coisa de vidro assim, eu ficava olhando ele trabalhar, ele colar. Tinha uma sala inteira pra ele, com um monte de revista pra cortar e colar, sabe? Era muito bom, muito bom. Daí ele... comecei a fazer aqueles jornaisinhos, então às vezes o projeto gráfico era dele e eu tinha que desenvolvê-lo, aí eu tinha que falar muito com ele, e eu adorei o Valpério. (BARCELLOS, 2014, p. 175)

Clô Barcellos também citou o nome de outros colegas, com os quais trabalhou e trabalha. Dentre eles o que ganhou destaque foi o de Jorge Polidoro. “O Polidoro era um, ele foi designer, assim de, sei lá... ele foi um artista gráfico” (BARCELLOS, 2014).

4.2.3. O processo projetual

a) Processo de pesquisa, inspiração e criação

Norberto Bozzetti contou que muitas vezes ao ser contratado para desenvolver um projeto, verificava que o problema não era aquele. Descobria além de outros problemas, principalmente ótimas soluções. Após passar por algumas agências e escritórios, no final dos anos setenta, Bozzetti fundou com outros sócios seu escritório de design.

E criamos então a Ideia Comunicação que chegou a ser a quarta maior agência do Estado. Tínhamos contas bem pesadas(...) E durante 15 anos nós trabalhamos com a Ideia que fazia design, fazia comunicação de um modo geral, né, inclusive design editorial, desenvolvemos uma série de comunicações, e éramos um modelo sendo copiado no Brasil. E criamos o paradigma do escritório de design. Da onde ele brotou? Da minha experiência com o escritório de arquitetura com a minha experiência em

escritório de publicidade. Então, da publicidade eu captei a coordenação, a abertura de jobs e coisas desse tipo assim, né, circulação, fluxograma, atendimento. E da arquitetura eu peguei toda a codificação sistemática, vamos dizer, desenho técnico, aspectos de apresentação gráfica, coisas desse tipo, né. Então surgiu o escritório de design. Empiricamente. (BOZZETTI, 2013, p. 103)

Na parte da criação dos projetos, Norberto Bozzetti falou que a fase de geração de alternativas deve ser validada por dois pontos principais, conceito e aplicabilidade. “Tem uma janela aberta que é conceito (...) se passou na primeira, vai pra segunda janela. E nas aplicações, isso vai funcionar na prática?” (BOZZETTI, 2013).

José Antônio Verdi colocou que a metodologia utilizada no desenvolvimento de projetos é dividido em três etapas principais: planejamento, desenvolvimento e implantação.

(...) quando a gente começa um projeto, a fase de levantar informações e cada vez mais ressignificar o problema, né, é bem importante, interpretar o problema. Eu diria que se não é o mesmo peso ela é até mais importante do que a fase de projeto em si, porque muitas vezes o que o cliente quer não é exatamente a melhor solução, né. A fase de projeto ela passa a ser, vamos dizer assim, o básico que tu tem que saber, né, isso é o que o cliente espera de ti, então quando tu é chamado para um trabalho, muitas vezes, né, como a visão do designer no mercado ainda não é de um cara tão estratégico, né, de que vai... repensar o negócio, repensar o produto, a gente normalmente é chamado pra resolver um problema mais específico. Então isso é o mínimo que tu tem que oferecer, né. Então ressignificar o problema é importante, daí a fase de projeto passa a ser o mínimo necessário, né, tu tem que ter pelo menos o necessário pra entregar, né. E a fase de implantação, que eu acho que muita gente peca aí, né, isso vale pra design, vale pra arquitetura, vale pra qualquer fase, pra qualquer atividade projetual que depende de um terceiro pra executar. E aí se tu não tá lá na ponta olhando, ãh, isso pode dar problema. Como eu vim da gráfica, né, então eu dou muito valor. (VERDI, 2013, p. 119)

Luiz Magalhães levantou em sua entrevista a questão da valorização da profissão. Segundo Magalhães o design requer pra ser exercida como atividade, que

uma série de questões sejam pontuadas e segundo ele a atuação dos designers vai se ampliar.

(...) muitas empresas não se têm, não se propõem antes de que alguém venha a exigir aquilo, né, ou questionar, e tal. Então, eu acho, eu acredito, assim, que a área de atuação dos designers ela vai se ampliar muito. A gente tava comentando aqui a questão de produto ela tem um pouco de restrição, por quê? Ah, os produtos são lançados e um mês depois tem cópia igual e é difícil o processo, né, poucas empresas desenvolvem ou têm capacidade de gerar coisas novas. A própria... e o designer, e arquiteto, e publicitário, enfim, toda essa turma, né, essa nossa turma tem que se cuidar porque a gente fala muito em referência e fazer a partir de referência é uma repetição, não é uma cópia. (MAGALHÃES, 2013, p. 134)

Com relação ao processo de trabalho Luiz Magalhães destacou a importância do designer em se afastar, de uma tentação de desenvolver o que já esteja consagrado ou consolidado, “porque não é uma... um desvio de conduta profissional, é uma... são informações que já estão tão consolidadas que é difícil a gente sair de fora delas” (MAGALHÃES, 2013). Ele reforça que isso ocorre em diversas áreas e ressalta a importância em construir o projeto, definindo os objetivos que o trabalho deve cumprir, com perguntas e respostas, desenvolver um trabalho coerente, sustentável, defensável.

(...) não é só no produto, não é só na comunicação visual, na arquitetura, olha a quantidade de prédios que a gente passa e que são zero de projeto e são todos iguais, todos copiados do mesmo que foi malfeito então a repetição de pouco valor e então eu acho que a primeira, o primeiro ponto que a gente deveria valorizar muito na nossa atividade é eleger bem os objetivos que a gente precisa cumprir num trabalho. Porque isso vai determinar vári... são várias as coisas e várias as respostas que vão começar a dar uma cara nesse trabalho. A gente não precisa inventar nada, o trabalho ele tem que ser construído. Construir é equacionar bem, fazer as perguntas certas e ir respondendo elas, dentro do possível. E isso vai ficar um trabalho coerente, sustentável, defensável, ele pode não ficar um trabalho maravilhoso, né, nem sempre a gente faz um trabalho superbacana, agora, eu acho que a gente tem que ter convicção de que aquele trabalho foi o melhor que a gente conseguiu equacionar, responder.

(...) Qual é o conceito dele... tem muitas empresas que também se tu não tiver uma boa revelação de um conceito, de uma ideia, também não o que traduzir, né, não tem muito como inventar, daí ficam aquelas coisas, são iguais, são... então acho que uma parcela, um peso grande, acho que é essa questão assim de estabelecer os princípios e os condicionantes e o que que precisa ser atendido, porque acho que ali a gente já tá projetando boa parte do produto ou da ideia, enfim. E outra parcela que eu acho que é bacana, assim, a gente, é a gente enriquecer o repertório ou buscar referências em outras áreas. (MAGALHÃES, 2013, p. 134-135)

Paula Langie Araujo relatou que antes de iniciar o processo de geração de alternativas faz muita pesquisa antes, “geralmente primeiro pesquisa online, né, então, né, etnografia, que a gente chama, né, vai pro computador e pesquisar mesmo” (ARAÚJO, 2013). Em alguns projetos, Paula Langie comentou da necessidade de realizar a pesquisa de campo, “vai até a empresa do cliente, para conhecer, entender como é o processo da empresa”, a fim de embasar melhor o projeto que será desenvolvido.

O designer Rafael Weiblen dos Santos destacou que seu processo projetual já sofreu algumas mudanças. “Esse processo mudou bastante,(...) ele vem sendo, ele vem sendo alterado muitas vezes durante toda a minha formação, e depois também” (SANTOS, 2014). Weiblen comentou da importância do designer reconhecer aquilo que ele sabe sobre o tema do projeto. “E com aquilo que tu sabe sobre esse tema tu acaba jogando algumas técnicas que vão te ajudando” (SANTOS, 2014). Rafael colocou algumas técnicas que ele utiliza da área de arquitetura da informação, como entrevistas com usuários, pesquisa etnográfica (a fim de conhecer as pessoas pra quem o designer está projetando). Weiblen destacou porém estas pesquisas “não tem a obrigatoriedade de me entregar uma conclusão. A conclusão vai ser o resultado” (SANTOS, 2014).

A gente entregou pro cliente uma máquina fotográfica descartável, pra, antes de começar o projeto, pra ele fotografar coisas que ele imaginaria, ãh, a gente entregou um roteiro assim de coisas... tipo, ãh, coisas que são referência pra marca dele, serviços que são referência pra marca dele. Então ele saiu fotografando coisas que são interessantes pra marca dele antes da gente começar a desenhar, desenvolver a embalagem ou a marca. Então

não tinha um objetivo específico, assim, de se chegar a um final, o objetivo era conhecer mais sobre aquele, sobre aquela pessoa, sobre aquele cliente, antes de chegar num negócio. (SANTOS, 2014, p. 161)

Clô Barcellos possui diversos projetos que se destacam pelo seu design autoral. Muitos de seus projetos gráficos remetem a um trabalho conceitual, experimental, com um viés artístico. Clô Barcellos citou alguns projetos desenvolvidos para a RBS Publicações, dentre os quais destaco Lendas Gaúchas citado no trecho abaixo.

(...) por exemplo, lendas gaúchas, é um livro que eu fiz pra, pra RBS, acho até que eu tenho aí. Mas assim, chegaram as lendas em texto, lendas do Barbosa Lessa, lendas de vários autores, tá, mas eu tenho que fazer alguma coisa com isso, vou fazer o que? Vou colocar os textos das lendas? Aí eu fiquei, girando, girando, girando, girando no sentido de olhar, olhava uma coisa, olhava outra, tudo. (...) eu perguntei pra esposa do Barbosa Lessa, mandei perguntar, né? Pela RBS. Eu disse vai lá e pergunta pra ela, olha a pesquisa, vai lá e pergunta pra ela assim, que terra no Rio Grande do Sul, que pó, que terra, seria a terra gaúcha? Assim, qual terra, a terra o que, lá da serra, das missões, a terra... e ela “as missões, de Santa Rosa”, (...) Liguei pra minha mãe, “mãe... traz pra mim um torrão lá, eu preciso...” (...) a esposa do Barbosa Lessa falou, e tem que ser terra de cupinzeiro... (BARCELLOS, 2014, p. 177)

b) Discurso sobre o uso de referências teóricas e culturais no processo projetual

Realizar pesquisas para verificar o estado da arte, conhecer perfeitamente quem são os concorrentes, como funcionam os produtos, quais são os pontos fortes dos concorrentes, os pontos fracos, quem é o público-alvo, são os primeiros itens estudados por Bozzetti. “Eu projeto para os clientes do meu cliente. Ele vai ter que entender isso. Talvez ele não goste do que eu fiz, mas eu não to preocupado com o que ele gosta ou não gosta. To preocupado com o que a empresa dele precisa” (BOZZETTI, 2013).

Bozzetti comentou sobre as metodologias utilizadas em seus projetos, “inclusive as próprias que eu mesmo escrevi, desenhei, né, então eu tenho uma série de métodos que eu fui aperfeiçoando” (BOZZETTI, 2013). Para ele o designer deve ter

foco no objetivo final e dar atenção especial a conceituação do projeto conforme mostra o trecho abaixo.

Sem ter um alvo, não adianta tu ter o arco e a flecha, (...) ou seja, toda uma conceituação, e isso é design. Isso é o que eu tento botar na cabeça das pessoas, eles acham que design é... tem um problema, tá, senta, vamos começar... Não tem que riscar nada! Tem que pensar antes de riscar. (BOZZETTI, 2013, p. 107)

José Antônio Verdi destacou que o designer ao longo da carreira, conforme vai adquirindo experiência, aumenta o repertório de soluções e tem a convicção de que o projeto será bem sucedido.

A gente vai agregando bagagem cultural, mais... teu repertório de soluções aumenta, e até mais segurança, tu sente, né. (...) E quando tu vai adquirindo bagagem cultural, a solução acaba vindo mais rápido, tu tem mais convicção que aquilo vai dar certo. Eu acho que isso faz muita diferença. (VERDI, 2013, p. 120)

A metodologia utilizada por ele na Verdi Design segue três fases bem definidas, planejamento, desenvolvimento e implantação. São etapas comuns a todos os tipos de projetos e de acordo com o tipo de trabalho ocorre alguma etapa específica. “uma identidade visual vai ter algum desdobramento diferente de um projeto lá de sinalização. Então vai ter etapas um pouco diferentes” (VERDI, 2013).

Para José Antônio Verdi não existe um projeto bem-sucedido com superficialidade. Por isso ele destaca imersão, como uma palavra chave para o processo projetual da Verdi Design.

Imersão passa pela busca de informação qualificada, não adianta ir ali e pesquisar no Google só a respeito daquele mercado, daquele cliente, porque aquilo o próprio cliente pode fazer e certamente já fez, né. Então, eu tenho dito pra minha equipe lá, ó, se tu só pesquisar no Google, tu não vai levar nada de novo pro projeto. Então a primeira pergunta é: onde é que nós vamos buscar informação pra esse trabalho? E aí depende do tipo de trabalho, pode ser na loja, na rua, no concorrente, às vezes, uma pesquisa cruzada na internet vai ajudar, que o cliente ainda não fez, né, mas trazer informação nova é muito importante. (VERDI, 2013, p. 121)

Luiz Magalhães comentou sobre a produção de arquitetura, música, arte, design no Brasil. “Tem uma arquitetura rica em todos os sentidos, né, de péssima qualidade atualmente, de uns tempos pra cá (...) não sei que percentual a gente poderia dizer, mas é de péssima qualidade de projeto arquitetônico” (MAGALHÃES, 2013). Segundo Luiz Magalhães o Brasil já teve arquitetos modernos que provocaram uma revisão da arquitetura, ainda segundo Magalhães “é muito difícil achar coisas que realmente renovem, né, assim como foi a arquitetura com Niemeyer, (...) na arquitetura a gente tem muita informação boa pra seguir e ruim pra se afastar” (MAGALHÃES, 2013). Luiz comentou também que vai frequentemente visitar exposições. Se obriga a fazer isso,

tem uma exposição vou visitar, me obrigo, as pessoas do escritório... a gente quase que periodicamente vai ao museu olhar as obras que tem na Bienal, no Iberê, ah, e como forma de tu ampliar o teu repertório, porque não é especificamente a arte e a arquitetura, o cinema, o teatro (...) uma escultura que tu vê na rua, um móbile do Calder (Alexander Calder) lá, que, né... esse tipo de influência é que eu acho que faz sentido, assim, pra gente poder enriquecer o repertório. (MAGALHÃES, 2013, p. 136)

A importância de enriquecer o repertório para Luiz Magalhães se deve ao fato de que, segundo ele, “tem muita gente fazendo a mesma coisa, aí, então, né, se alimentando do mesmo mercado, tem que mudar um pouco, o mercado não vai mudar. O mercado é esse. Então tem que mudar a forma de fazer” (MAGALHÃES, 2013). O destaque a qualidade e quantidade de informação e o conceito do projeto foram muito valorizados e destacados por Luiz Magalhães.

É uma análise das condições, sejam dimensionais, de implantação, de fluxo, aonde que vai ser implantado isso (...) tecnicamente tu tem que ter toda informação possível. São visitas que, a gente... se é, se cabe um local, se faz uma visita, se acha que viu tudo, e se volta lá e ainda vê que tinham mais coisas pra serem vistas, serem observadas, gastar um tempo nessa observação, né, perceber o que que existe ali. (...) mas eu acho que se a gente conseguir reunir bem a questão conceito, de conceito, né, o que que a gente precisa, do que a gente vai falar, e como que a gente vai falar, acho que é a base do trabalho. (MAGALHÃES, 2013, p. 138)

Paula Langie Araujo comentou que devido a sua formação de graduação e pós-graduação em artes plásticas pela UFRGS, teve um contato muito próximo com o pessoal das artes plásticas e da história da arte, “tenho amigos artistas, to sempre vendo os trabalhos deles, procuro ir nas exposições, né, então, vou sempre nas bienais, em São Paulo”.

Charles Watson² recebeu grande destaque por Paula Langie Araujo, “até das referências teóricas que ele traz, assim, é uma pessoa que tem contato também com a arte muito forte e fala sobre o processo criativo e tem muita coisa do que ele fala que eu enxergo, assim, no andamento do projeto”, (ARAÚJO, 2013). Paula Langie Araujo falou da importância de “ter um entusiasmo no sentido de uma energia, de ta disposto a investir aquela energia a fundo, né, e uma persistência de não desistir no primeiro percalço, porque todo processo criativo é assim, né” (ARAÚJO, 2013), por isso Paula define as duas palavras-chave, pra definir o processo, entusiasmo e persistência.

Rafael Weiblen dos Santos comentou que tem trabalhado muito com relação a explorar meios diferentes de projetar, novas técnicas e formas de buscar informações para o desenvolvimento do trabalho. Para Weiblen o trabalho é “bem vivo, assim, mutante, (...). Sempre que eu pego uma referência nova de técnica ou de processo diferente a gente vai mudando ele e vai tentando encaixar, de acordo com o que o projeto permite”.

No desenvolvimento de um dos seus projetos Rafael relatou como foi a etapa inicial pela busca de informações e referências, conforme mostra o trecho abaixo.

No trabalho que a gente tá fazendo pra embalagem de perfume, então a gente usou, antes de começar, a gente coletou um monte de referências que seriam de acordo com, com... a empresa era da França, então pra nós

² Charles Watson é um educador e palestrante especializado em Resolução Criativa de Processos. Possui um extenso projeto de pesquisa sobre o processo criativo que hoje abrange uma variedade de disciplinas, como ciência, negócios, literatura, música, filosofia e arte, concentrando-se nas semelhanças encontradas no desenvolvimento de conceitos inovadores.

era algo desconhecido e todo esse cenário de perfume era desconhecido. Então a gente selecionou vários itens assim, então ia de música, ia de filme, de literatura... então a gente pegou uma abrangência que não só a de, ãh, visual e tátil” (...) e acabou que o mais forte do projeto, o que tornou ele diferente do outro é tudo aquilo que a gente coletou anteriormente. Então, tipo, no caso foi o livro, O Perfume, que a gente escolheu pra ler, e pra perfume, pra tu conhecer um pouco, tipo, aquilo ali é uma porta de entrada absurda. (SANTOS, 2014, p. 163)

Clô Barcellos comentou sobre a importância do conceito no seus projetos que são muito sensoriais, “eu uso muito os recursos de ter artistas comigo, né, então, eu nem sei se eu posso dizer que poderia ser só sensorial, porque é muita técnica” (BARCELLOS, 2014). Clô destaca que seus projetos por utilizar muita fotografia, muita arte, deve ser muito técnico, “a estrutura, a construção, ela é técnica porque ela tem que servir a um propósito. (...) eu não consigo interferir, (...) eu acho que eu to a serviço dos artistas de um modo assim meio protetor”.

4.3. As influências da cultura e do repertório cultural do designer na prática projetual

Norberto Bozzetti nos contou que “o fato de ser professor e estar na ativa, né, me obriga a estar permanentemente participando de eventos, discutindo, conversando” (BOZZETTI, 2013). Norberto destaca que todas as disciplinas que leciona têm trabalhos em equipe, pois segundo ele existe “uma dificuldade crescente nisso aí. Todo mundo quer ser o cavaleiro solitário hoje, né, e esquece que há uma interdependência tremenda da equipe. As equipes são multidisciplinares e não tem como tu ser bom em tudo” (BOZZETTI, 2013). Ele destacou a importância de ter trabalhado em diferentes áreas que estão ligadas com o design e da aplicação desse conhecimento no desenvolvimento dos projetos.

Eu tive a oportunidade de conviver com tudo isso lá dentro, quer dizer, eu dirigi filmes, eu participei da edição de filmes, sonorizei e editei, né. Ou seja, eu criei storyboards, eu montei trilhas, eu compus trilhas, né. Ou seja, então eu tenho uma vivência prática gigantesca em várias áreas que de certa maneira estão dentro do cadinho do design. (...) eu pra poder fazer um livro

ia pra dentro das gráficas pra saber e a lombada vai ter quanto e quantas páginas eu posso ter capa dura, não posso... ou seja, isso tem que saber. E não vejo as pessoas interessadas em se munir desse cabedal cultural específico. (BOZZETTI, 2013, p. 111)

José Antônio Verdi comentou o fato de ser, segundo ele, autodidata. “Eu não vim com uma bagagem teórica pra depois ir pra prática. Isso tanto eu quanto o meu irmão que começou o negócio, então, ambos fomos autodidatas, né, vou dizer assim” (VERDI, 2013). Ele destacou que muitas vezes quando, no decorrer de um projeto, “tu sente carência de informação (...), tu vai ir buscar um livro a respeito” (VERDI, 2013). Para José Antônio o designer deve realizar uma imersão no projeto.

(...) pra mim, a primeira coisa que eu tenho que fazer é me passar pelo usuário, pelo cliente, pra ver como é que eu consigo, né, entender o problema, reinterpretar, acho que se a gente não passa por isso, tu peca, né, naquela parte sensorial do design. Bah, eu vou ler, posso ler as melhores soluções pra um determinado problema, mas se eu não vivenciei ele na pele, né, não senti coisas que tão, que são difíceis de passar num livro, numa coisa... até porque a literatura também, tem que levar em conta aonde é que ela foi escrita, né. O problema normalmente ele é num local específico, numa data específica, né. Então a literatura vai te ajudar a entender o negócio macro. Mas e aquele local específico, aquele momento específico, né? O projeto é pra um momento e pra um lugar, né. Eu acho que isso é único, né. (VERDI, 2013, p. 122)

José Antônio Verdi destacou também que atividade projetual, que passa por desenho, passa por imaginação, criatividade, recebe influência de outras áreas.

(...) a arquitetura nos influencia demais, né. Acho que a arquitetura é um modo de pensar semelhante e entrega uma coisa diferente (...). E, então, pô, acho que vários pensadores aí, e, né... agora me faltou o nome lá do cara que faz o Museu Guggenheim, lá de Bilbao, o Frank Gehry, né, tem um filme³, (...) sobre o processo de criação do Frank Gehry que eu acho bem

³ O título do filme mencionado por José Antônio Verdi é *Esboços de Frank Gehry (Sketches of Frank Gehry)*, lançado em 2005, direção de Sydney Pollack.

legal, que ele começa projetando pela maquete, pela estrutura física, um processo bem solto, acho legal às vezes trazer isso pra gente, assim. Pessoal de design de produto, também, tem gente que é muito crítica aos Campana, ao, sei lá, ao Philippe Starck, sabe... eu já tive esse olhar também, ah, que coisas inúteis que esses caras fazem. Aí tu começa a ver, pô, o cara é questionador, o cara tem muito mais que uma proposta estética, ali há um questionamento, né. E isso tem a ver com a arte, né. Então é o design se aproxima da arte porque é questionador. (VERDI, 2013, 123-124)

José Antônio Verdi, assim como havia comentado Luiz Magalhães, entende que muitas vezes designers e arquitetos ficam presos a um momento, a um estilo, conforme mostra a sua citação abaixo, segundo ele o Niemeyer, foi extremamente inovador, inspirador, “mas não é mais, né. Outra coisa tem que vir aí” (VERDI, 2013).

(...) uma obra lá do... sei lá... do modernista, não parece nada novo, mas em 1940 o cara projetar um negócio lá quadrado era completamente questionador, né. (...) a arquitetura, na verdade, ainda tá presa, a maior parte dos caras tão presos no modernismo. E o modernismo, pra mim, já é velho, né. O arquiteto modernista pra mim é um cara que eu não quero me inspirar nele. (VERDI, 2013, p. 124)

Para Luiz Magalhães, toda informação pode ser importante, “acho até... as coisas ruins também são boas de serem vistas, né” (MAGALHÃES, 2013). Luiz destacou a leitura, o cinema, o teatro, a arte, a fotografia, exposições e palestras, como forma de ampliar seu repertório cultural e ajuda-lo a criar projetos diferentes, inovadores, contextualizados, defensáveis, pois segundo ele, “boa parte do meu trabalho é essa captação assim de informação, de coisas pra que a gente pudesse ampliar o nosso trabalho, ou a forma de fazer, ou melhorar a forma de fazer” (MAGALHÃES, 2013).

Então eu acho que na leitura, tu vê que é uma ferramenta bastante diferente do que a gente usualmente utiliza nos projetos de design. Mas ler um bom texto nos reforça, muitas vezes, a capacidade daquele escritor de te passar uma ideia, de te vender uma ideia com poucas palavras, né, então, por exemplo, isso pro trabalho de PDV é fundamental. E tu perceber isso te cria convicções suficientes, suficientemente fortes para que tu não aceite uma primeira ideia, né, tu diz assim, ah, ta bacana. Não, não ta bacana, ela ainda é muito cheia de coisas e ela não é absoluta (...) cinema menos, assim,

porque ele revela muito plasticamente, né, na imagem, ele tem muito, uma ferramenta muito forte, assim que várias situações exigem menos de outras, né, (...) Tem um filme... o cinema assim é, tem aquele, é, tem aberturas de cinema que são trabalhadas graficamente, assim, com perfeição, né, aquele filme Catch me if you can, ah, tem um projeto gráfico que é putz, fantástico! Aquilo ali a gente tem que ver e rever milhões de vezes (...) a gente não tem a pretensão de fazer ah o PDV, aí, bah, aquele filme que eu vi... quer dizer, para aí um pouquinho, são mundos distantes, isso é um estágio de arte, de produção, uma coisa fantástica, mas que, acho que a gente tem que se enriquecer. (MAGALHÃES, 2013, p. 138-139)

Paula Langie Araujo citou designers e artistas plásticos (alguns que foram seus colegas na faculdade de artes plásticas da UFRGS), Daniel Escobar, Cildo Meireles que são referências para o seus projetos. O nome do designer gráfico Stefan Sagmeister foi destacado devido ao viés artístico de seus projetos.

(...) tive o prazer de conhecer ele este ano, fiz o workshop dele... que realmente pra mim é uma referência, assim. Porque é o cara que mistura, pra mim, o olhar artístico com o design, assim. Ele não tão preocupado com o olhar negócio, assim, ele tem um viés, né, mais artístico e eu acho que ele conseguiu criar um nicho pra ele sustentável no sentido comercial, assim, que é o mais difícil, né. Tu ter um perfil artístico assim e conseguir ter um lugar, vamos dizer, no espaço que é comercial, mercado, né. (ARAÚJO, 2013, p. 155)

Paula comentou que vai frequentemente a exposições de arte, “eu vou todo mês, pelo menos uma ou duas exposições, eu vou, né” (ARAÚJO, 2013). Ela comentou também sobre o fato de ter realizado trabalhos manuais e trabalhos nas artes plásticas. “Eu já fiz tecelagem, né, já fiz bijuteria, (...) e as atividades de artes, que na verdade eu tenho feito bem poucas, (...) pintava, fazia exposições, tem várias exposições de arte no meu currículo, assim, e foto, né, sempre gostei de foto” (ARAÚJO, 2013).

Rafael Weiblen dos Santos após sua formação passou por um processo no qual, segundo ele, “emergi muito dentro do detalhe do detalhe do detalhe do design, assim, tipo, era muito teoria, muita prática sobre o detalhe de uma curva de uma letra”

(SANTOS, 2014). Quando finalizou este projeto ele comentou que teve um período “de não vou olhar, e foi um período onde eu comecei a olhar coisas pra fora do design” (SANTOS, 2014). Foi então que por causa de amigos, colegas de trabalho, que trabalhavam com etnografia, que Rafael começou a ler muito sobre etnografia.

(...) acabei lendo por causa da arquitetura de informação, acabei lendo sobre behaviorismo e psicologia comportamental, e... aí então vamos dizer, se eu tivesse que dizer três áreas hoje que eu estudo, é, que me acrescentam mais, seria: a etnografia, o behaviorismo, ali, comportamento, ãh, e, e mais... seria administração. Seria com start ups e, e, esse processo que na teoria é business model canvas todas essas técnicas que elas vêm da administração de empresas, que elas são novas, pelo que eu conheço do... novas no sentido de serem mastigadas, já, estão prontas, assim, pro design. Então hoje eu bebo dessas três fontes. E eu acho que essas três elas complementam o meu processo de uma maneira assim, tipo, muito bacana, assim, muito legal, assim. Porque tu tem o usuário, tu tem a cultura do teu usuário com a etnografia, tu tem o comportamento das pessoas de uma maneira bem científica, que é o behaviorismo, né, da psicologia comportamental, e tu tem a meta de um negócio, e não só o designer, de fazer aquilo lá e por si só. (...) Então, acho que misturar essas três, essas três fontes assim, acho que mantém o que a gente já tem de experiência, de habilidade, e acrescenta coisas que vão defender todo esse modo de operação do que a gente desenvolve. (SANTOS, 2014, p. 166)

Weiblen comentou que o fato de trabalhar no centro de Porto Alegre facilita sua ida a museus, galerias, mas destacou que atualmente a literatura tem exercido uma grande influência em seu trabalho.

Ãh, tipo, tanto de quadrinhos, literatura mesmo, literatura mesmo, ãh... tipo autores, autores de ficção, que tu acaba lendo, biografias que tu lê, isso tem bastante influência, assim, que acaba sendo tangencial. (...) acaba que no meu trabalho eu tenho, tipo, autores que não são do design que são, tipo, Amir Klink, Bernardinho, são esportistas que acabam influenciando o pro... como eu trabalho, né. Outros de ficção que tu acaba lendo, que tu mistura tudo e tu gera... (SANTOS, 2014, p. 168)

Clô Barcellos percebe uma influência direta principalmente de cinema e literatura em seus trabalhos. “(...) leitura, assim, olha, to desesperada pra ler o Daniel

Galera, já pedi pelo amor de Deus que alguém me dê esse livro, senão eu vou ter que comprar e não tem graça nenhuma comprar o livro” (BARCELLOS, 2014). Clô pegou alguns livros durante a entrevista (estavam na sala sobre a mesa e alguns em uma grande estante que tem na sala de sua casa) e apontou detalhes como os acabamentos, o cuidado da editora com a impressão, fez comentários sobre as cores, escolha de fotos e ilustrações.

(...) eu vou, fui na Feira do Livro comprei um monte de livro, contos... às vezes compro só pela capa. A capa desse livro que eu to falando, tá ali em cima, é demais! Quer ver? Vou te trazer, sabe por quê? Porque daí tu vai ver o que eu mais li recentemente, os últimos três. Tão ali. (...) adoro ler, mas assim, não é a autora que me leva, não é... eu nem conheço as pessoas, entende? Esse aqui, claro, ele me convidou, eu fui e li, mas ainda não consegui... é uma leitura, pra mim, ou... se ele fizer realmente um filme aqui, eu consigo ler. Se ele contar um filme. Porque eu só consigo ler um livro quando ele aparece na minha frente. (...) eu gosto muito de comprar livro, folhear livro, sabe? Eu acho que eu mais curto ter os livros, comprá-los, manuseá-los, olhá-los muitas vezes, que é um prazer pra mim, assim como ver televisão, entende? (...) É como se de alguma forma a gente procurasse sofisticar o que sabe, né. Pra que isso se reflita. Porque sabe, porque assim, ó, eu não to procurando nada específico, mas quanto mais eu receber informação visual ou de cinema. Eu prefiro cinema e livro. Tanto pra olhar quanto pra ler. (BARCELLOS, 2014, p. 186-187)

4.4. Relação entre a cultura do designer e o seu processo projetual

Norberto Bozzetti comentou que “é raro o dia que eu não to no supermercado vendo as embalagens que surgiram, as técnicas de venda etc. etc., a própria loja, né, a iluminação errada” (BOZZETTI, 2013).

Para ele a cultura do designer é o alicerce, é o que vai sustentar todo processo. Segundo Bozzetti, “numa pirâmide maslow⁴ para o design, eu colocaria a cultura na base dela. Eu acho que ali tu vai pescar... tu não pode dar o que tu não tens, né. Tu não pode pensar numa coisa que tu nunca ouviu falar” (BOZZETTI, 2013).

Segundo Bozzetti, “enriquecer culturalmente alguém é prepará-lo não só pra atividade de design, mas em qualquer atividade” (BOZZETTI, 2013), conforme mostra a sua citação abaixo.

Alguns médicos resolvem o problema porque ocorreu pra eles que na área phyto, vamos dizer, as plantas resolvem isso de tal maneira, quem sabe se vai funcionar na biologia, no caso de seres humanos. (...) Geralmente a decisão vem de coisas que não tinham sido cogitadas num primeiro momento. (BOZZETTI, 2013, p. 113)

José Antônio Verdi destacou que as pessoas deveriam incorporar na sua vida, atividades relacionadas a questões culturais. Ele destacou que nos últimos anos tem viajado para outros países, aproveitando para absorver um pouco da cultura local como forma de enriquecer o seu conhecimento geral.

Praticamente todo ano eu viajo pra fora e... aquela coisa... não vou lá pra tirar foto no monumento turístico, tu vai lá pra ver o que que tem de arte legal, absorver a cultura, né, daquele lugar. E uma coisa que eu acho que também, de viajar bastante, começar a entender que a cultura não tá só na galeria, né. A galeria vai ali, faz tu pensar, faz tu conhecer épocas diferentes, mas, vamos dizer assim, a cultura de um lugar tá na rua, não tá exatamente naquela galeria, na galeria... ou no museu. (VERDI, 2013, p. 125)

Para Verdi a relação entre cultura do designer e o desenvolvimento dos projetos de design é indissociável, “ela faz ...te dá mais segurança e aumenta teu repertório de soluções” (VERDI, 2013). Segundo ele, em muitas reuniões pra se avaliar um projeto, ou mesmo na hora até de argumentar com os clientes, “ao utilizar

⁴ A hierarquia de necessidades de Maslow, também conhecida como pirâmide de Maslow, é uma divisão hierárquica proposta por Abraham Maslow, em que as necessidades de nível mais baixo devem ser satisfeitas antes das necessidades de nível mais alto.

referências de outras coisas porque tu viveu aquilo, dá muito... te dá uma assertividade maior” (VERDI, 2013). Imersão é considerado por Verdi como um ponto chave para o sucesso de um projeto.

(...) então eu acho que o bom projeto, por isso que eu falo que é imersão, né, é aquele que às vezes tu nem começou a projetar pro cliente, o cliente ainda nem te contratou, e tu já, só porque ele te falou o que ele precisa, tu já tá pensando nele de noite, vendo televisão, quando tu vai tirar um filme, então a coisa acontece naturalmente. (VERDI, 2013, p. 126)

Luiz Magalhães comentou sobre alguns trabalhos diferenciados que estiveram expostos em Porto Alegre, e que a provocação, “provocação no te fazer olhar, e identificar, ver, outras, outro ambiente, outro foco sobre o mesmo tema, enfim, né, outras maneiras de abordar um problema” (MAGALHÃES, 2013), são pontos que devem ser explorados pelo designer a fim de enriquecer o desenvolvimento projetual em seus trabalhos.

Teve um trabalho agora, dois recentemente, né, aqui, expostos aqui em Porto Alegre, do William Kentridge, que é um artista sul-africano, ah, é um trabalho com desenho e uma produção... o cara deve ter seus 50, 60, 70, não sei, mas ele representa, assim, uma figura de um burocrata, parece, né, não é aquele estereótipo do artista e é um cara que tem uma produção, eu nunca vi tão moderno, o tipo de trabalho que eles montaram aqui no Iberê (...) daí tu vê, vê um trabalho aí, teve uma exposição do Waltercio Caldas, eu acho, e daí afora toda, o trabalho dele é mais assim, menos, mais limpo, assim, as peças... provocativo, talvez, da mesma forma, mas... e daí tu olha assim, as peças, eu perguntei lá, o pessoal diz que ele produz geralmente com o mesmo pessoal, que envolve metalurgia e tal, mas de uma precisão, é o polimento até uma parte, aí a partir dali a pintura é preta, com uma cobertura meio epóxi, assim, quer dizer, a arte, usualmente, não se atém a tanto detalhe assim de produção, né, e esse cara é um aficionado por isso, né, as peças dele têm isso, né... tu pega umas obras lá no Iberê... e tu pensar assim, o que que move aquilo ali, né, por que, quanto tem de informação, quanto tem de... isso... então, eu acho que cada um desses trabalhos é uma oportunidade de a gente investigar um pouco o nosso mundo a partir do que eles tão propondo, né. (MAGALHÃES, 2013, p. 146-147)

Paula Langie Araujo, comenta novamente sobre as ideias de Charles Watson, sobre processo de evolução da espécie, “ele fala que é o gene inútil que faz a humanidade evoluir. Ou seja, é um gene que a princípio não teria muita funcionalidade na prática e que acaba garantindo a sobrevivência ou não pra uma determinada espécie” (ARAÚJO, 2013). Paula relacionou essa questão com o processo criativo, ou seja, ter uma repertório grande te garante mais possibilidades de usar aquilo que pode parecer inútil.

Então, acho que ter um repertório cultural logicamente, aumenta tuas possibilidades na hora de criar, de tu fazer uma associação com aquilo que tu viveu, né, que tu tem como repertório, não só cultural, mas qualquer repertório. Tem muita gente que foi morar fora do país e isso é uma experiência rica, e tal, cheia de envolvimento, que se a pessoa tiver um feeling, né, uma sensibilidade, ela também acessa isso como uma informação pro processo criativo, né. Mas com certeza, todo esse envolvimento cultural eu acho que enriquece muito o processo criativo. (ARAÚJO, 2013, p. 158)

Rafael Weiblen dos Santos percebe atualmente uma influência muito grande, da época em que ele fazia fanzines. “Aquilo tinha muita influência em como eu me expressava, em como eu desenhava, em como eu decidia as coisas” (SANTOS, 2014). Rafael comentou que com o passar do tempo, conforme o repertório foi aumentando as soluções já não seriam as mesmas. “Eu olho trabalhos que eu fazia, que hoje eu faria completamente diferente, né, com muito mais informação do que eu tinha naquela época. Então ela tem influência forte, assim, no resultado final do que a gente faz” (SANTOS, 2014). Para ele existe uma relação de sinergia entre a cultura do designer e o desenvolvimento dos projetos.

O resultado final ele depende daquele caminho que tu tá fazendo. Ele se alimenta daquele movimento. Então vamos dizer, todo o resultado que a gente gera ele se alimenta da nossa bagagem cultural. Mas é por uma solução de sinergia, assim, tipo, tu vai indo, vai indo, sem um objetivo final, mas acaba que aquele movimento que tu faz gera todos os outros resultados que tu esperava, assim. Ele é uma ligação, ãh, ele chega a ter uma dependência do outro, mas ele não freia o teu resultado. Ele aumenta, ele potencializa o teu resultado. Vai gerar um resultado melhor, quanto maior for a tua bagagem cultural. (SANTOS, 2014, p. 171)

Clô Barcelos comentou sobre seus projetos que buscam ser diferentes, ricos nos detalhes, no acabamento, na escolha das fotos, das ilustrações. Muitos dos seus trabalhos são projetos autorais. “Eu preciso ter um trabalho que vá além da diagramação” (BARCELLOS, 2014). Para Clô, a conexão da cultura do designer com os projetos por ele desenvolvidos é o ponto que cria o diferencial no trabalho.

4.5. Considerações sobre as entrevistas

No artigo “*O designer valorizado*”, Nigel Whiteley (1998), destaca que o modelo do designer valorizado reconhece a diversidade do design e dos seus valores, bem como as mudanças no papel do designer, argumentando contudo que essa mudança não é simples nem linear. Whiteley, também destaca as mudanças necessárias na relação entre teoria e prática e a importância do crescimento da interdisciplinaridade.

Para o novo milênio, precisamos formar designers que sejam tão inteligentes e capazes de se expressar verbalmente quanto criativos em termos visuais já não se trata mais de uma questão e/ou. Qual quer que seja a sua especialidade em design ou o seu posicionamento pessoal/político/social, os designers precisam estar cientes dos valores e da implicação destes. Esse tipo de consciência e de conhecimento contribuirá não somente para as soluções e metodologias projetivas do designer mas também para as suas atitudes e sensibilidades como cidadão. (WHITELEY, 1998, p. 75)

Trazendo isso para o objeto desta pesquisa, é possível estabelecer alguns pontos de contato. Por exemplo, Luiz Magalhães em sua entrevista destacou que o trabalho do designer deve ser mais técnico, segundo ele, esse é um ponto que deve ser trabalhado pelos designers para que a profissão tenha uma maior valorização.

(...) eu acho que a gente tem que batalhar por ser cada vez mais técnica essa área, porque ela, de criatividade, ela já está contextualizada, ou enraizada, né, todo mundo quer fazer diferente, fazer bacana, etc., etc. Eu acho que falta uma base mais técnica no nosso trabalho, desde apresentações, toda, essa questão profissional, eu acho assim que, acho que a atividade se beneficiaria muito se fosse assim, se tivesse uma dedicação mais técnica. Eu acho que é uma coisa que a gente ainda peca, de um modo geral, e como

argumento essa multiplicação, assim, de referência, que a gente não fique olhando o nosso trabalho, que a gente fique olhando outras coisas que são muito mais impressionantes, né, e que são conteúdos, são conteúdos que de uma forma ou de outra contribuem, né. (MAGALHÃES, 2013, 141)

Luiz também destacou que falta no mercado um amadurecimento do designer: “O cara não sai fazendo projeto. Até porque é uma... por um lado é um contrassenso, o cara não tem bagagem pra fazer” (MAGALHÃES, 2013). Segundo Luiz

falta uma base, a gente quer, acho que é o sinal dos tempos, né, a gente tem uma ansiedade, tem uma informação que no início do curso de arquitetura eu jamais pensaria em querer projetar um prédio, né (...) falta profundidade, e eu acho que uma coisa que atrapalha é essa pretensão de apertar dois botões e o negócio sair, entendeu? Então isso atrapalha. Por quê? Porque eu me julgo capaz de fazer um negócio que eu ainda não tenho a base pra fazer. E então tem que esperar isso dar, movimentar essa roda e dar um resultado bacana, porque vai dar, porque as pessoas não tão travadas lá, e elas têm um... essa liberdade dá essa atrapalhão. (MAGALHÃES, 2013, p. 143)

Os profissionais Luiz Magalhães e José Antônio Verdi apresentam características opostas na sua formação acadêmica e início de atuação profissional. Magalhães partiu de uma formação que ele considera técnica, devido ao conhecimento de projeto obtido na faculdade de arquitetura e nos primeiros anos de atuação como arquiteto e ao longo da carreira se dirigiu para a área de comunicação. Por outro lado Verdi considera sua formação em publicidade fraca nesse sentido, segundo suas palavras, “ela não é muito técnica, não vai me dar muita ferramenta técnica” (VERDI, 2013). Porém, ao longo de suas carreiras os dois conseguiram desenvolver habilidades projetuais em alto nível e uma ampla bagagem de conhecimentos em design, com perfis de atuação diferentes.

Norberto Bozzetti e Luiz Magalhães, a partir de uma formação comum em arquitetura, desenvolveram suas carreiras na área do design por caminhos distintos. Bozzetti iniciou no design devido a formação acadêmica em arquitetura e atuação em agências de publicidade. Segundo Bozzetti, “da publicidade eu captei a coordenação, a abertura de jobs (...) fluxograma, atendimento. E da arquitetura eu peguei toda a

codificação sistemática, vamos dizer, desenho técnico, aspectos de apresentação gráfica” (BOZZETTI, 2013). Magalhães antes de ingressar na arquitetura desejava ser um designer de automóveis, acabou construindo o seu caminho no design após fazer um curso de especialização e ver surgir a oportunidade de atuar em projeto de pontos de venda, ao

se juntar a uma agência de publicidade pra fazer a área de PDV, de ponto de venda. (...) eu levei pra dentro da agência a cultura de projeto, de planejamento, de pensar materiais antes de fazer os layouts, mundos, assim, ó, um mundo que eles, ah, eu não tinha essa ideia, mas a área de design e arquitetura são áreas muito bem preparadas frente à publicidade. (MAGALHÃES, 2013, p. 132)

Nos casos desses três designers (Verdi, Magalhães e Bozzetti) pode-se observar a importância da associação dos conhecimentos de técnicas projetuais, que a arquitetura ofereceu para dois deles, com os conhecimentos de comunicação e de negócios, que a publicidade aportou para os três (um na graduação e outros dois em agências). O fato de não ter a formação projetual levou o Verdi a aprender na prática, “(...) o conhecimento técnico, específico, foi na prática mesmo. Aí tinha que olhar, observar, aprender fazendo e principalmente com pessoas que acabaram trabalhando com a gente, que também nos ensinaram” (VERDI, 2013).

Outro tópico que emerge da análise, está na importância do conceito no desenvolvimento de seus projetos destacada por Norberto Bozzetti, Luiz Magalhães e Clô Barcellos. O conceito no projeto pode ser entendido como o aspecto teórico da prática projetual, ou seja, como os designers refletem no momento em que estão transformando o briefing em algo (uma identidade visual, um material de ponto de venda, um livro). Bozzetti comenta que em um determinado projeto foi contatado pelo telefone

(...) eles me deram um pré-briefing dizendo que tinha que ter as duas letras, mas principalmente ter um ser humano no centro de tudo. Né, um ser humano vitorioso, como essência do trabalho. Eu desliguei o telefone e já tinha a ideia razoavelmente pronta. Porque eu sei que fatores tem que usar, que aplicações vai ter, né. (...) tu tem que abrir duas janelas, tá gerando

alternativa, tem uma janela aberta que é conceito. Essa geração aqui atende o conceito? Não. Esquece. Né? E se passou na primeira, vai pra segunda janela. E nas aplicações, isso vai funcionar na prática? Não, não vai. Então esquece. (BOZZETTI, 2013, p. 106)

Para Magalhães são várias respostas que vão começar a dar uma cara em um trabalho, segundo ele, “a gente não precisa inventar nada, o trabalho ele tem que ser construído. Construir é equacionar bem, fazer as perguntas certas e ir respondendo elas, dentro do possível”. Ainda segundo Luiz Magalhães a base para os projetos é a investigação, as respostas dos porquês e a revelação de um conceito.

(...) que perfil esse produto ou esse cliente quer, precisa ou... o que que ele revela? Qual é o conceito dele... tem muitas empresas que também se tu não tiver uma boa revelação de um conceito, de uma ideia, também não o que traduzir, né, não tem muito como inventar, daí ficam aquelas coisas, são iguais, são... então acho que uma parcela, um peso grande, acho que é essa questão assim de estabelecer os princípios e os condicionantes e o que que precisa ser atendido, porque acho que ali a gente já ta projetando boa parte do produto ou da ideia, enfim. E outra parcela que eu acho que é bacana, assim, a gente, é a gente enriquecer o repertório ou buscar referências em outras áreas. (MAGALHÃES, 2013, p. 135)

Clô Barcellos comenta sobre o seu trabalho ser muito experimental, “então, assim, é experimentando mesmo. (...) então assim, eu tive que ver todas as fotos e ver qual é que mais se adequava, então, o processo ali é olhar muito, olhar muito...” Segundo Clô, é nos pequenos detalhes que ela cria o conceito do projeto, através da escolha das fotos, ilustrações, conforme mostra o trecho abaixo no qual ela se refere a um livro que tinha em mãos no momento da entrevista.

(...) aí botei a costura, né, tentei fazer um pequeno conceito, que é isso aqui, né, que é essa trança aqui, essa foto é do, do..., então eu tentei passar pra cá, então, no conceito todo dele essas linhas aqui elas têm um, ãh, um por quê? Porque esse livro é sobre pessoas simples, pessoas, pessoas mais pobres, então pensei na costura, na costura política, na costura... (...) Então por que que eu peguei a costura? Porque eu pensei, eu quero ver como é que é esse lugar, como é que são essas pessoas, quem são, de quem elas tão falando, né. (...) Então é sensorial no sentido de que tem que usar todas as,

(...) porque as fotos, só elas, bom... faziam tudo. Então, a edição de imagem, esse casamento com a... com o que tá escrito, isso é design. (BARCELLOS, 2014, p. 184)

A formação multifacetada da designer Paula Langie Araújo é uma questão interessante. Paula iniciou a escola técnica de design em Pelotas aos 14 anos.

Eu comecei a entender o que que era design já nessa época, com 14 anos. Antes disso, eu sempre gostei de atividades manuais, né, que é o que a gente mais ou menos, ah, liga a quem gosta da criatividade, então assim, sempre fui uma criança que gostou de pintar, desenhar, né, de enfim, fazer bijuteria, fazer bichinho de conchinha da praia, né, então sempre gostei de trabalhos manuais. E aí isso acabou levando pra essa escolha do curso de desenho industrial. (ARAÚJO, 2013, p. 149)

Após a formação na escola técnica de design que Paula concluiu aos 18 anos, foi buscar o que fazer na faculdade. “Não existia um curso de design aqui, a não ser o da ULBRA, mas os professores diziam, ah, é muito parecido com o currículo do desenho industrial de Pelotas” e por esse motivo, Paula decidiu cursar publicidade e propaganda e posteriormente cursou mestrado em artes plásticas, que segundo Paula, “essa junção da publicidade com as artes plásticas, né, que fez esse, vamos dizer, essa mistura, né, do meu repertório a respeito de design” (ARAÚJO, 2013).

O nome de Charles Watson, foi citado por Paula em diversos momentos, pois os projetos de Watson possuem um contato, uma grande relação com a arte, que segundo ela, “tem muita coisa do que ele fala que eu enxergo, assim, no andamento do projeto, né, aqui dentro”, se referindo aos projetos desenvolvidos pelo seu escritório de design gráfico.

Norberto Bozzetti e Paula Langie Araujo, comentaram a importância de estar sempre atento a tudo, de adquirir conhecimento mesmo que num primeiro momento possa parecer inútil. Segundo Bozzetti “tu não pode dar o que tu não tens, né. Tu não pode pensar numa coisa que tu nunca ouviu falar. Então... é comum. As pessoas têm um repertório muito pequeno. A cultura é pequena e o repertório, idem” (BOZZETTI, 2013). Seguindo a mesma linha ele coloca que não conseguimos usar algo em um projeto se não conhecermos ele. Ainda segundo Bozzetti, “enriquecer culturalmente

alguém é prepará-lo não só pra atividade de design, mas pra qualquer atividade” (BOZZETTI, 2013). O designer comenta que a informação de coisas que parecem inúteis, “a chamada cultura inútil, pode trazer muitas soluções. E geralmente traz. Geralmente a decisão vem de coisas que não tinham sido cogitadas num primeiro momento” (BOZZETTI, 2013). Seguindo a mesma linha de pensamento, Paula Langie Araujo comenta que em um de seus cursos com Charles Watson, “ele fala que é o gene inútil que faz a humanidade evoluir. Ou seja, é um gene que a princípio não teria muita funcionalidade na prática e que acaba garantindo a sobrevivência ou não pra uma determinada espécie” (ARAÚJO, 2013). Seguindo esse pensamento, Paula comenta que “tu ter um repertório grande te garante mais possibilidades de usar aquilo que parece inútil, né, no teu dia a dia, num momento de processo criativo” (ARAÚJO, 2013). Ainda segundo Paula Langie Araujo,

ter um repertório cultural logicamente, né, aumenta tuas possibilidades na hora de criar, de tu fazer uma associação com aquilo que tu viveu, né, que tu tem como repertório, não só cultural, mas qualquer repertório. Tem muita gente que foi morar fora do país e isso é uma experiência rica, e tal, cheia de envolvimento, que se a pessoa tiver um feeling, né, uma sensibilidade, ela também acessa isso como uma informação pro processo criativo, né. (ARAÚJO, 2013, p. 158)

José Antônio Verdi, ao destacar também o valor das experiências em viagens para a sua vida, resume a importância que o repertório cultural tem para qualquer pessoa,

(...) praticamente todo ano eu viajo pra fora e... aquela coisa... não vou lá pra tirar foto no monumento turístico, tu vai lá pra ver o que que tem de arte legal, absorver a cultura, né, daquele lugar. E uma coisa que eu acho que também, de viajar bastante, começar a entender que a cultura não tá só na galeria, né. A galeria vai ali, faz tu pensar, faz tu conhecer épocas diferentes, mas, vamos dizer assim, a cultura de um lugar tá na rua, não tá exatamente naquela galeria, na galeria... ou no museu, normalmente, tá o registro de uma época, né. Mas eu gosto muito, assim, de artes plásticas, cinema, adoro. (...)

Desde criança meu pai botava a gente, metia num motor home e a gente ia aqui pra Argentina, Chile, só de tu conhecer outras culturas, né, dentro do Brasil também tem outras culturas, né, bem diferentes da nossa. Mas essas vivências já me fizeram gostar de viajar e, de certa maneira, acho que quando tu tem isso facilita o teu aprendizado de outras coisas, né. Tu quebrar paradigmas, assim, é bem importante. (...) Eu não gosto de ser elitista de achar que as soluções melhores estão lá, pelo contrário, né, eu acho que... o Bornancini? Fala isso, né, que a gente tem que procurar soluções, a tecnologia endógena, que ele fala, né, que a solução não tem que vir pronta, quando eu li aquilo nele, eu achei... é muito do que eu acredito, mas tu ver, vivenciar e dizer, putz como é que os caras chegaram nisso. Às vezes mil anos atrás os caras já tinham uma certa solução pra algumas coisas... é, te dá um repertório, assim, bem importante. (VERDI, 2013, p. 127)

E Norberto Bozzetti, com sua resposta para a questão “Que palavras você utilizaria para definir a relação entre cultura e o seu processo projetual?”, mostra como para ele a cultura, em sentido amplo, é fundamental para o designer gráfico,

Alicerce, né. Diria que a cultura é o alicerce de tudo que tu estiver desenvolvendo. Né, vai sustentar todo aquele processo. Numa pirâmide maslow para o design, eu colocaria a cultura na base dela. Eu acho que ali tu vai pescar... tu não pode dar o que tu não tens, né.(BOZZETTI, 2013, p. 107)

Um conjunto de fatores que emergem dos discursos desses designers e que podem ser considerados relevantes para sua formação é apresentado no quadro 2.

Quadro 2: : Fatores relevantes que emergem do discurso dos designers entrevistados

Designer	Fator emergente
Norberto Bozzetti	Formação orientada a uma profissão criativa desde a infância Conhecimento de outras culturas (viagens, história) Aprendizagem por meio de troca com colegas experientes Ampliação constante do repertório (eventos culturais, cursos) Relacionamento com clientes
José Antônio Verdi	Conhecimento de outras culturas (viagens, história) Aprendizagem por meio de troca com colegas experientes Ampliação constante do repertório (eventos culturais, cursos)
Luiz Magalhães	Formação orientada a uma profissão criativa desde a infância Aprendizagem por meio de troca com colegas experientes Ampliação constante do repertório (eventos culturais, cursos)
Paula Langie Araujo	Formação orientada a uma profissão criativa desde a infância Conhecimento de outras culturas (viagens, história) Busca por uma atividade criativa Aprendizagem por meio de troca com colegas experientes Influência das artes plásticas
Rafael Weiblen dos Santos	Formação orientada a uma profissão criativa desde a infância Aprendizagem por meio de troca com colegas experientes Ampliação constante do repertório (eventos culturais, cursos)
Clô Barcellos	Busca por uma atividade criativa Aprendizagem por meio de troca com colegas experientes Influência das artes plásticas

Pela natureza do protocolo utilizado nas entrevistas, esses fatores emergiram de forma natural no discurso de cada designer. Assim, alguns são explicitamente compartilhados e outros surgiram apenas no discurso do designer. No caso dos que não foram explicitamente compartilhados, não significa que não tenham sido relevantes, apenas não se fizeram presentes por conta do rumo que cada entrevista tomou.

O primeiro fator, "Formação orientada a uma profissão criativa desde a infância" refere-se a escolhas conscientes ou inconscientes que levaram a uma aproximação com o design, que na maior parte dos casos deste estudo se deu a partir de outra formação profissional. O segundo, "Busca por uma atividade criativa", que só foi identificado em um caso, aponta para a insatisfação com relação à vida profissional que leva a uma mudança de rumo. Em vários casos ficou claro o fator "Influência das artes plásticas" como um vetor na vida profissional do designer, seja por meio de uma

formação acadêmica na área, seja pela aproximação não sistemática ou informal. O "Conhecimento de outras culturas (viagens, história)" emerge como um fator de ampliação da visão de mundo, de grande importância em particular para aqueles que desenvolvem trabalhos que de alguma forma transcendem as fronteiras locais. A "Aprendizagem por meio de troca com colegas experientes" surge como um fator que contribui para explicar como, sem o conhecimento prévio de uma cultura do design alguns dos entrevistados, conseguiram dar início ou incrementar sua carreira como designers gráficos. O fator "Ampliação constante do repertório (eventos culturais, cursos)" remete à prática de usufruir e compartilhar experiências estéticas e de aprendizagem teórica como meio para ampliar o potencial pessoal e profissional. Por fim, o "Relacionamento com clientes", muito presente no discurso de um dos designers, demonstra como a construção de um vínculo de longo prazo com aqueles para quem realiza projetos pode levar ao desenvolvimento de uma cultura de design orientada a negócios, extremamente importante para uma profissão que pode contribuir para o desenvolvimento econômico de uma sociedade.

5. CONCLUSÕES

Nesse capítulo são retomados os objetivos e apresentadas as conclusões, realizam-se as considerações em relação as entrevistas, ao método de pesquisa e ao resultado das análises. Ao final, são apresentadas as sugestões para estudos futuros.

5.1. Atendimento aos objetivos

O objetivo desta pesquisa foi descrever como designers gráficos atuantes em Porto Alegre percebem o efeito de suas atividades culturais e de seu ambiente cultural em seu repertório e na sua prática projetual. Inicialmente se esperava atingir um grupo mais amplo de designers, mas as dificuldades de contato para agendamento das entrevistas e os prazos a serem atendidos levaram a que apenas seis tenham se envolvido com esta pesquisa. Mesmo assim, a riqueza do conteúdo das entrevistas permitiu que fossem atendidos os objetivos, geral e específicos.

Com relação do objetivo específico “Caracterizar a relação entre a cultura do designer e a prática de design gráfico” ficou claro o quanto esses designers reconhecem que sua atividade profissional é afetada por seu repertório e ambiente cultural. Ao longo das entrevistas foi possível também “Identificar a presença do repertório cultural no discurso dos designers gráficos”, na medida em que, especialmente, Norberto Bozzetti e Luiz Magalhães fizeram referências diretas ao seu repertório. Por fim, o terceiro objetivo específico, “Identificar fatores que emergem como relevantes no discurso dos designers gráficos” foi atingido, com a listagem dos fatores a seguir:

- Formação orientada a uma profissão criativa desde a infância;
- Busca por uma atividade criativa;
- Influência das artes plásticas;
- Conhecimento de outras culturas (viagens, história);
- Aprendizagem por meio de troca com colegas experientes;
- Ampliação constante do repertório (eventos culturais, cursos); e
- Relacionamento com clientes.

5.2. Cultura do designer e o desenvolvimento de projetos de comunicação visual

Os entrevistados ao mesmo tempo que manifestaram relações semelhantes, similares, entre suas respostas, apontam em outros momentos ambivalências, alternâncias, nas respostas do roteiro. Em alguns casos, foi possível observar a influência de experiências durante a infância, no decorrer da formação acadêmica e da formação profissional. A influência de familiares, amigos e colegas de trabalho, dentro de contextos limitados do ponto de vista espacial e temporal. Segundo Bernard Lahire, “numerosas pesquisas estatísticas mostraram o efeito da prática de atividades culturais durante a infância sobre as práticas culturais durante a vida adulta” (LAHIRE, 2006, p. 403). O estudo possibilitou abordar aspectos das influências na cultura e no repertório cultural do designer no decorrer de sua formação pessoal (indivíduo) e profissional (designer) e o seu discurso sobre a prática projetual no desenvolvimento de projetos de design gráfico.

O recurso cultural mais útil é constituído por algum conhecimento prático tirado de numerosos gêneros culturais, combinado a uma boa compreensão do tipo de cultura que se deve utilizar em cada contexto. Mas o melhor “aprendizado” para uma tal “variedade cultural” é o contato com um grande número de pessoas socialmente diferenciadas. Ao longo de sua vida, todo indivíduo contrói seus saberes culturais com pessoas e em contextos diferentes: os membros de sua família, seus diversos amigos sucessivos, seus colegas de sala de aula, seus professores, seus companheiros de trabalho, etc. (LAHIRE, 2006, p. 413)

Entre os entrevistados nesta pesquisa foi possível constatar que a formação acadêmica fora do design (publicidade ou arquitetura) levou à necessidade de busca por conhecimentos que, teoricamente, teriam adquirido se tivessem graduação em design. No caso dos que tiveram sua formação inicial em publicidade tiveram necessidade de desenvolver suas habilidades projetuais. Já os que se formaram em arquitetura tiveram que ampliar o seu conhecimento teórico em comunicação e desenvolver sua visão de mercado.

Em todos os casos, o desenvolvimento profissional está relacionado com o repertório cultural, sempre em transformação, já que como desenvolvedores de bens

culturais a prática no escritório gera um constante aprendizado, envolvendo sempre expressivo aporte de novas informações sobre a cultura contemporânea (tanto na dimensão artística, em alguns casos de projeto editorial, como na dimensão da vida cotidiana e dos negócios).

Embora todos sejam profissionais atuantes no mercado e apenas um deles tenha longa experiência como professor, observa-se a presença de uma teoria do design emergindo de cada discurso. Em particular a importância do conceito, que foi ressaltada por alguns, demonstra a necessidade de também considerar os aspectos teóricos da prática projetual. Com exceção da Paula Langie Araújo e do Rafael Weiblen dos Santos, todos refletiram, ou melhor, teorizaram sobre suas vidas profissionais nos livros “Pensando Design” e “Pensando Design 2”, organizados pela ApDesign.

5.3. Sugestões de estudos futuros

Para dar continuidade a este tema em futuros estudos, sugerem-se algumas recomendações relacionadas abaixo:

- a) Testar, por meio de abordagem quantitativa, a relevância dos fatores identificados neste estudo;
- b) Analisar por meio de abordagem quantitativa a existência de associação entre repertório cultural e a qualidade da produção de designers gráficos;
- c) Analisar experimentalmente a relação entre repertório cultural e a prática projetual;
- d) Desenvolver um sistema de indicadores de fatores culturais que influenciam de forma mais direta ou indireta a prática projetual, baseado nos itens observados nesta pesquisa.

REFERÊNCIAS

ADG Brasil - Associação dos Designers Gráficos. Disponível em: <http://www.adg.org.br/>. Acessado em 08 de maio de 2013.

AGDA - Associação Australiana de Designers Gráficos. Disponível em: <http://www.agda.com.au/>. Acessado em 12 de março de 2013.

ARAÚJO, Paula Langie. **Entrevista 4**. [out. 2013]. Entrevistador: Guilherme Körting. Porto Alegre, 2013. entrevista4.m4a (27min). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice H desta dissertação.

AZEVEDO, Wilton. **O que é design**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

BARCELLOS, Clô. **Entrevista 6**. [jan. 2014]. Entrevistador: Guilherme Körting. Porto Alegre, 2014. entrevista6.m4a (58min). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice J desta dissertação.

BARNARD, Malcolm. **Graphic design as communication**. New York: Routledge, 2005.

BARNLUND, Dean C. **Communicative styles of Japanese and Americans: Images and realities**. Belmont, CA: Wadsworth, 1989.

BAXTER, Mike. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. São Paulo: Blucher, 1998.

BERGER, Arthur A. **Seeing is believing: An introduction to visual communication**. Mountain View, CA: Mayfield, 1989.

BEST, Kathryn. **Design Management: Managing Design Strategy, Process and Implementation**, AVA, 2006.

BOZZETTI, Norberto José Pinheiro. **Entrevista 1**. [out. 2013]. Entrevistador: Guilherme Körting. Porto Alegre, 2013. entrevista1.m4a (91min). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice E desta dissertação.

BÜRDEK, Bernhard E. **Diseño. Historia, teoría y prácticadeldiseño industrial**. Barcelona: Editora Gustavo Gili, 2ª edição, 1999.

BÜRDEK, Bernhard E. **História, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Editora Blucher, 3ª edição, 2008.

CLARKSON, P.J.; ECKERT, C.M. **Design process improvement** - a review of current practice, Springer, 2004.

COLLIER, M. J; THOMAS, M. **Cultural Identity: An Interpretive Perspective**, 1988.

COSTA, Joan. **Imagem corporativa en el siglo XXI**. Buenos Aires: La Crujía, 2006.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: Edusc, 1999.

DAMEN, Louise. **Culture learning: The fifth dimension in the language classroom**. Reading, MA: Addison-Wesley, 1987.

DE SOUZA, Marília F; DEJEAN, Pierre-Henri. **Relações entre Culturas e Produtos em um Ambiente Globalizado**. Anais P&D Design. 3º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, PUC-Rio. Rio de Janeiro, 1999.

DE SOUZA, Marília F. **Interculturality and design: Is culture a block or encouragement to innovation**, 2009.

SCOREL, Ana Luisa. **O Efeito Multiplicador do Design**. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

FLUSSER, Vilém. **Natural:mente**. Vários acessos ao significado de natureza. São Paulo: Duas Cidades, 1979.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. Org: Rafael Cardoso. Trad.: Raquel Abi-Sâmara. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.

FRASCARA, Jorge. **Communication Design: Principles, Methods, and Practice**. New York: Allworth Press, 2004.

FRASCARA, Jorge. **Diseño Gráfico y Comunicacion**. Buenos Aires: Infinito, 2000.

- FRASCARA, Jorge. **Diseño Gráfico para la Gente**. Buenos Aires: Infinito, 1996.
- FUENTES, Rodolfo. **A Prática do Design Gráfico: uma Metodologia Criativa**. São Paulo: Editora Rosari, 2006.
- GASKELL, George. **Entrevistas individuais e grupais**. BAUER, M. W; GASKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Petrópolis: Vozes, 2003.
- GIBBS, Graham. **Análise de Dados Qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GOMES, Luiz Vidal Negreiros. **Criatividade – Projeto, Desenho, Produto**. Santa Maria: Editora Schds, 2004.
- GOMES, Luiz Vidal Negreiros. **Desenhismo**. 2 ed. Santa Maria: Editora da UFSM, 2001.
- HANNERZ, Ulf. **Transnational connections: culture, people, places'**, Routledge, New York, 1996.
- HATCH, M. J. **Organization theory: modern symbolic and postmodern perspectives**. New York: Oxford University Press, 1997
- HOFSTEDE, Geert. **Culture's Consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations**. 2ª ed. Sage Publication, Thousand Oaks, CA, 2001.
- ICOGRADA - Internacional council of graphic design. Disponível em: <http://www.icograda.org/>. Acessado em 19 de março de 2013.
- ICSID - International Council of Societies of Industrial Design. Disponível em: <http://www.icsid.org/>. Acessado em 14 de fevereiro de 2013.
- KINDBORG, Mikael. **Visual techniques for orientation in hypermedia structures**. Stockholm University of Stockholm Press, 1991.
- KRIPPENDORFF, Klaus. Design centrado no ser humano: uma necessidade cultural. **Estudos em Design**, v. 8, n. 3, 2000, p. 87-98.
- LAHIRE, Bernard. **A cultura dos indivíduos**. Porto Alegre: ARTMED, 2006.

LAMBOURNE, R.; K. FEIZ, B. RIGOT. **Social Trends and Product Opportunities**: Philips Vision of the Future Project. Paper presented at the CHI97 (Computer-Human Interaction) Human Factors in Computing Systems, Atlanta, Georgia, USA, 1997.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 14 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

LEON, Ethel. Design e artesanato: relações delicadas. **D'ART**. São Paulo, n. 12, 2005.

LESSA, Washington Dias. Objetivos, desenvolvimento e síntese do projeto de design: a consciência do método. In WESTIN, Denise; COELHO, Luiz Antonio (org.). **Estudo e prática de metodologia em design nos cursos de pósgraduação**. Rio de Janeiro: Novas Idéias, 2013. p.18-54.

LINTON, Ralph. **The cultural background of personality**. New York: Appleton-Century-Crofts, 1945

LLOYD, P.A.; SNELDERS, H.M.J.J. **What was Philippe Starck Thinking of?** Designing in Context, Delft University Press, Delft, p. 241-256, 2001.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

MAGALHÃES, Luiz Francisco Karam Correa de. **Entrevista 3**. [out. 2013]. Entrevistador: Guilherme Körting. Porto Alegre, 2013. entrevista3.m4a (86min). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice G desta dissertação.

MANZINI, Ezio. **A Matéria da Invenção**. Lisboa: Porto, 1993.

MANZINI, Ezio. **New design knowledge**. Introduction to the Conference Changing the Change. Turim, 2008. Disponível em: <http://www.sustainable-everyday.net/manzini/>

MATTA, Roberto da. **“Você tem cultura?”** In: Explorações: Ensaios de Sociologia Interpretativa. Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

MATTÉ, Volnei A. **O conhecimento da prática projetual dos designers gráficos como base para o desenvolvimento de materiais didáticos impressos**. Santa Maria, 2009.

304 p. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento – Universidade Federal de Santa Catarina, 2009.

MELLO, Filho J. **Concepção psicossomática**: Visão atual. 5a ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1988.

MOALOSI, Popovic; HICKLING, Hudson e KUMAR. **Integrating Culture within Botswana Product Design**. International Design Congress, Yunlin, Taiwan, Novembro, 2005.

MOZOTA, Brigitte Borja de. **Gestão do Design**: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. Porto Alegre: Bookman, 2010.

MUNARI, Bruno. **Design e Comunicação Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

NEWARK, Quentin. **What is Graphic Design?** Graphic Design for the Real World; Sussex: RotoVision, 2002.

NIEMEYER, Lucy. **Design no Brasil**: origens e instalação. 3ª. Edição. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.

PRESS, M.; COOPER, R. **The design experience**: the role of design and designers in the twenty-first century', Ashgate, Aldershot UK, 2003.

RAZZAGHI, Mohammad, e RAMIREZ, Mariano. J. R. **The influence of the designers' own culture on the design aspects of products**. Paper presented at the 6th EAD Conference: Design, System, Evolution, 2005.

REDIG, Joaquim. **Sobre Desenho Industrial**. Rio de Janeiro: ESDI, 1977.

REESE, William. **Behavioral Scientists Enter Design**: Seven Critical Histories. Creating breakthrough ideas: the collaboration of anthropologists and designers in the product development industry, Bergin & Garvey, Westport. pp. 17-43, 2002.

RIBEIRO, Júlio. **Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar**. São Paulo: Atlas, 1995.

SAMUELS, A. **Redefining industrial design**. Industrial Design: ID., Vol. 49, No. 4, pp. 6, 2002.

SANTOS, Rafael Weiblen dos. **Entrevista 5**. [jan. 2014]. Entrevistador: Guilherme Körting. Porto Alegre, 2014. entrevista5.m4a (42min). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice I desta dissertação.

STRIMLING, Pontus; ENQUIST Magnus; ERIKSSON, Kimmo. **Repeated learning makes cultural evolution unique**. Proceedings of the National Academy of Sciences, volume 106, Edição nº 33, 2009. Disponível em: <<http://www.pnas.org/content/106/33/138700>>. Acessado em 18 de dezembro de 2013.

VAN DER LINDEN, Júlio Carlos de Souza. **Racionalidade e Afetividade no Design de Produto**: análise do discurso projetual. Relatório de Pesquisa, UFRGS, 2012.

VERDI, José Antônio. **Entrevista 2**. [out. 2013]. Entrevistador: Guilherme Körting. Porto Alegre, 2013. entrevista2.m4a (30min). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice F desta dissertação.

VILLAS-BOAS, André. **Utopia e Disciplina**. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

VILLAS-BOAS, André. **O Que é (e o que nunca foi) design gráfico**. 5. Ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

VILLAS-BOAS, André. **Sobre análise gráfica, ou algumas estratégias didáticas para a difusão de um design crítico**. Revista Arcos nº. Rio de Janeiro: ESDI Escola Superior de Desenho Industrial, 2009.

WHITELEY, Nigel. **O designer valorizado**. Revista Arcos, v. 1, n. único, outubro 1998. Disponível em: <http://www.esdi.uerj.br/sobreakos/p_arcos_1.shtml>. Acessado em 10 de novembro de 2013.

APÊNDICES

Apêndice A – Protocolo para entrevista

1. Dados do entrevistado

- a) Nome
- b) Formação Acadêmica (Graduação / Pós-Graduação)
- c) Prêmios e títulos

2. Orientações gerais

- a) Apresentar os objetivos da pesquisa;
- b) Demonstrar a importância do conhecimento para a formação dos novos profissionais;
- c) Explicar que as perguntas serão inicialmente abertas e que, de acordo com as respostas, poderão ser feitas perguntas mais fechadas;
- d) Iniciar a entrevista pelo primeiro tópico do roteiro (Sobre a carreira) e conforme a resposta avançar para Questões Gerais e, quando for o caso, para Questões Específicas. O próximo Tópico Guia dependerá da evolução dessa primeira parte, como regra deve-se seguir para o segundo, posteriormente para o terceiro e assim sucessivamente, porém eventualmente essa ordem pode ser alterada sempre que for necessário para acompanhar a linha de raciocínio do entrevistado, evitando perder contribuições relevantes. A retomada do próximo tópico guia obedecerá ao mesmo critério.

Apêndice B – Roteiro de entrevistas (versão inicial)

Sobre a sua carreira.
Como você iniciou a carreira como designer gráfico?
O que ou quem foi de grande influência em seu trabalho e em sua carreira?
Sobre o futuro de sua carreira?
Qual a sua aspiração?
Se for um profissional experiente/reconhecido: O que você ainda aspira projetar?
Se é um profissional jovem/iniciante: O que você aspira projetar?
Como enxerga o teu trabalho no futuro? Daqui a alguns anos (cinco dez anos?).
Sobre os resultados de seu trabalho?
Qual foi o seu maior sucesso (ponto alto)? (O que você diria que foi seu grande sucesso)
De todos os seus trabalhos, qual mais gostou de fazer?
De qual mais se orgulha?
O que diferencia o seu trabalho dos outros escritórios/profissionais? (Processo)
Os seus projetos têm um estilo pessoal? (Produto)
Sobre como você trabalha?
Segue um mesmo procedimento na hora de realizar seus trabalhos?
Como é o seu o processo de criação, inspiração e pesquisa de seus trabalhos?
Utiliza alguma referência teórica para o seu processo projetual?
Que palavras você utilizaria para definir o seu processo projetual?

Apêndice C – Entrevista (pré-teste 1)

1. Dados do entrevistado

- a) **Nome:** Márcia Oliveira Ferreira (49 anos de idade e 27 de trabalhos gráficos)
- b) **Formação:** Publicidade e Propaganda com passagem de 4 anos pela arquitetura (ambos na Unisinos)
- c) **Prêmios e títulos:** nenhum

Sobre a sua carreira. Como você iniciou a carreira como designer gráfico?
Quando ainda cursava arquitetura (1981 a 1985), comecei a trabalhar fazendo cartazes à mão para treinamentos pelo Brasil de empresa de alimento, para instrução em escolas sobre a merenda. Em paralelo fazia o letreiramento da coleção de Quadrinhos da LPM Editora (38 revistas: Hagar, o Horrível, Recruta Zero, Valentina, Spirit...). Nesta época não tínhamos ainda o recurso do computador, os trabalhos eram feitos manualmente. As artes finais eram a nanquim e colagens de letraset ou composição. Logo depois surgiram trabalhos de arte-finalista em agências e alguns freelancers de anúncios e identidade visual.
O que ou quem foi de grande influência em seu trabalho e em sua carreira?
Meu pai arquiteto (Antonio Carlos Brunet Ferreira). Me apoiava e discutíamos muito sobre os trabalhos gráficos. Adorava livros grandes de design, quando podia comprava. Os trabalhos da empresa Gad Design também eram uma referência importante, admirava muito. Mais tarde trabalhei lá por um período curto (5 meses), mas de grande aprendizado.
Sobre o futuro de sua carreira? Qual a sua aspiração?
Meu futuro nesta área é incerto. Hoje me questiono sobre continuar no design gráfico, já ando afastada. Por quê? Acredito que pela vontade de ter um trabalho mais autoral. O design gráfico para clientes exige uma perfeita adequação ao briefing. Ótimo, sempre adorei este desafio, e deu muito certo. Sempre pesquisei concorrência, a área de atuação, procurava chegar lá de uma forma certa, apresentando apenas uma opção. Clientes agregam muito no teu trabalho, pois eles sabem muito mais do você sobre o seu negócio, mas tem alguns que não sabem lidar com especialistas, querem ser donos também de áreas que não lhes pertencem. Aí começa um desgaste que, em certa altura da vida, você começa a se questionar se, quem sabe, seria mais interessante despender essa energia para algo seu. Talvez tudo isso tenha me acontecido por não ter um perfil empreendedor, administrativo. Gosto do prazer de criar e apreciar o resultado. Em suma, hoje me direciono para um design autoral, de produto.

Se for um profissional experiente/reconhecido: O que você ainda aspira projetar?
Produtos de design autoral.
Se é um profissional jovem/iniciante: O que você aspira projetar? Como enxerga o teu trabalho no futuro? Daqui a alguns anos (cinco, dez anos)?
Em suma, hoje me direciono para um design autoral, de produto.
Sobre os resultados de seu trabalho?
Considero como meu maior sucesso a satisfação dos clientes, dos que percebia que a emoção ia muito além de suas expectativas. Esse prazer não tem preço, nem prêmios.
Qual foi o seu maior sucesso (ponto alto)? (O que você diria que foi seu grande sucesso)
Resposta na questão anterior.
De todos os seus trabalhos, qual mais gostou de fazer?
Tenho um orgulho pessoal de ter participado com minha letra da Coleção de Quadrinhos da LPM Editora. Era um trabalho "artesanal" de tipografia e diagramação.
De qual mais se orgulha?
Resposta na questão anterior.
O que diferencia o seu trabalho dos outros escritórios/profissionais?
Não sei se a palavra seria diferenciar de outros, mas com certeza me joga com muita paixão nos trabalhos, não costumo entregar nada que não consiga assinar embaixo.
Os seus projetos têm um estilo pessoal?
Acredito que sempre exista um estilo pessoal, mesmo que os trabalhos tenham estéticas muito diferentes uns dos outros. Até porque cada briefing é um briefing. Mas penso que em algum momento, existe um viés de pensamento criativo ou organização visual que entrega o estilo.
Sobre como você trabalha? Segue um mesmo procedimento na hora de realizar seus trabalhos?
Começo sempre com uma pesquisa, uma grande pesquisa de imagens que possam me inspirar com base de causa (concorrência, modernidade na área,...). Hoje temos a internet, nossa grande facilitadora. Sigo esse procedimento sempre, mesmo que tenha alguma ideia

em mente, não a proponho sem fazer uma pesquisa maior. Podemos depois argumentar nosso trabalho final com mais firmeza, um procedimento indispensável. Para mim é o momento mais trabalhoso e demorado, busco nas imagens detalhes inspiradores e conexões diversas. Depois é só alegria, tudo vai fluindo. Se empaca, tem que dar um tempo.

Como é o seu o processo de criação, inspiração e pesquisa de seus trabalhos?

Resposta na questão anterior.

Utiliza alguma referência teórica para o seu processo projetual?

Não. Estou aprendendo no mestrado que pode fazer diferença.

Que palavras você utilizaria para definir o seu processo projetual?

Motivação, prazer e paixão.

Apêndice D – Roteiro Final

Sobre sua carreira.
O que você conhecia sobre design antes de sua formação (ou seu envolvimento profissional)?
Como você iniciou a carreira como designer gráfico?
O que ou quem foi de grande influência em seu trabalho e em sua carreira?
Sobre como você trabalha.
Como é o seu o processo de pesquisa, inspiração e criação de seus trabalhos?
Você costuma utilizar referências culturais nos seus trabalhos?
Você utiliza alguma referência teórica para o seu processo projetual?
Que palavras você utilizaria para definir o seu processo projetual?
Sobre as influências no seu trabalho.
O que lhe influenciou e/ou influencia no seu trabalho?
<ul style="list-style-type: none">• O que você leu ou lê que lhe influenciou e/ou influencia?• Quais autores (teoria) lhe influenciam e/ou influenciaram?• O que você viu que lhe influenciou e/ou influencia?• Que designers lhe influenciam e/ou influenciaram na prática?• O que lhe influenciou e/ou influencia fora do design?
Sobre a influência da cultura no seu trabalho.
Qual o seu envolvimento com atividades culturais além do design?
<ul style="list-style-type: none">• Como produtor (criando produtos culturais – arte, música, fotografia, imagens...)• Como consumidor (cinema, música, teatro, exposições...)
Como você percebe a influência de seu repertório cultural na sua prática projetual?
Que palavras você utilizaria para definir a relação entre cultura e o seu processo projetual?
Considerações Finais
Você tem alguma outra questão a respeito do assunto?

Apêndice E – Entrevista 1 – Norberto José Pinheiro Bozzetti

Sobre sua carreira.

O que você conhecia sobre design antes de sua formação (ou seu envolvimento profissional)?

...primeiro, eu com nove anos tava desenhando história em quadrinhos em São Paulo, ou seja, e me envolvendo com pessoas com um pensamento que era comum na época, assim. Segundo a cidadezinha lá onde eu estudei primeiro e segundo grau, na época, primário e ginásio, né, quem não sabia código morse, quem não sabia era um fiasco, né. Ter cultura era uma condição básica, assim. Nós nos desafiávamos a ter cultura básica. A primeira aula de história que eu tive, né, o professor tinha enchido o quadro de termos gregos, né, radicais, prefixos, sufixos, né, aí todo mundo se espantou com aqueles termos, e ele explicou cada um e disse que fazem parte da nossa vida no dia a dia se não nós não vamos entender. No Brasil nós temos um grave problema de semântica, é a última Flor do Lácio, por isso mesmo muito falha, né, e nós temos problemas de linguagem muito sérios no Brasil, muito sérios, que afetam o aspecto cultural, né.

- Pode seguir.

- Ahã. Isso que eu to te falando eu tinha onze anos, né.

- Onze anos. Isso aí vai diretamente ao encontro das primeiras questões, né, que eu vou te fazer sobre tua carreira, né, e te pergunto o que você conhecia sobre design antes da sua formação? Né, ou do seu envolvimento profissional. Então é justamente isso.

- É a pergunta já no ar?

- Essa é a pergunta no ar, mas como tu tava respondendo, entendeu?

- Sim, sim.

- Só vou aproveitar pra gravar e a gente seguir. Não tem...

- É. Eu realmente, a minha formação ela foi sempre multifacetada. O que é bom, né. Eu não acho que foi ruim, né... eu tive muito envolvido com questões artísticas, né, tanto que até hoje sou músico. ãh... envolvido com desenho,

ilustração, fui cartunista, fui uma série de coisas. Capista de livros. ãh, me envolvi com esportes também, que eu gostava e nunca consegui jogar futebol, que eu era muito ruim, mas... [risos] fui pra outros esportes. E isso me deixava assim um pouco preocupado com que atividade, na época era [barulho de móvel sendo arrastado] quase que lei tu terminares um científico, como era o caso, e depois de cinco, quatro, nove, três, doze, doze anos de estudo tu ia fazer um vestibular, né. Com muita sorte tu ia passar, porque o vestibular era considerado uma barreira necessária. Então os professores se davam por muito felizes quando reprovavam 80, 90 por cento. Era uma meta. Eu passei numa turma de oito.

- É mesmo?

- Trinta vagas na faculdade de arquitetura.

- Numa turma de oito?

- Eu entrei, entramos oito brasileiros...

- Oito?

- ... e vinte e dois estrangeiros.

- Bah...

- Abriram vagas para os representantes de outros países e coisa assim, né. Então se falava mais espanhol do que português na minha aula, né. E saíram dali pessoas que hoje comandam no Brasil, né, de certa maneira, como o Francisconi (Jorge Guilherme de Magalhães Francisconi), um Comas (Carlos Eduardo Dias Comas), aí, um Mizoguchi (Ivan Mizoguchi). Os arquitetos de peso nacional, né. Essa mesma turma trouxe grandes nomes do... do mundo para fazer conferências pelo centro acadêmico [riso], né. Terminadas as aulas nós íamos pra biblioteca discutir conceitos filosóficos. Nós acompanhamos a pesquisa que estava sendo feita em São Paulo a respeito de compor músicas de Beethoven sem Beethoven...

... a partir do uso da, do computador, que era uma novidade absoluta que tava surgindo. Nem as pessoas sabiam o que era computador.

- Sim.

- Ou seja, nós fomos a Brasília tentar modificar o currículo da, da estrutura da universidade, né. Ou seja, um grupo de oito. [riso] Ou seja, era outro tempo, outro nível.

- Que ano era isso, Bozzetti?

- Isso foi no final da década de '60.

- Final da década de '60...

- Eu entrei na faculdade em '63... Bem, lá eu queria encontrar professores do porte de um Fayet (Carlos Maximiliano Fayet), de um Cláudio Araújo, né, ou seja, figuraças, né. E um professor como o Petzold, né, que era meu professor e se encantou com a minha habilidade de desenhar letras e fazer coisas assim e me convidou pra trabalhar com ele e o Bornancini. Então daí, e principalmente através do Cláudio Araújo, que era muito ligado a ESDI e ligado a pessoal... através dele eu conheci grandes nomes, como Aloísio Magalhães, e tal. Ou seja, até ali eu tinha escolhido arquitetura porque era a coisa mais próxima do que eu queria, né. Eu sabia o que eu queria.

- Sim. [riso]

- Mas não sabia o nome...

- Sim, e não tinha a...

- ... nem aonde poderia estudar. Nunca tinha ouvido falar em ESDI nem em coisa nenhuma. A ESDI é de '62, né, por aí. '63, né? É a primeira escola de design no Brasil.

- Sim.

- E totalmente Ulmaniana, né, com aqueles conceitos básicos que me influenciaram muito, ah...

- Mas vamos voltar um pouquinho...

- Sim.

- Sobre antes da formação profissional, antes do teu envolvimento. Né, tu

começou falando lá, com nove anos, da questão das aulas de história, do...

- Sim.

- Lá, desde lá tu já tinha esse interesse que tu comentou também sobre a música...

- Sim.

- Já, já tocava algum instrumento?

- Com doze anos era profissional tocando acordeom. E foi quando passei no vestibular eu... pra chegar a conclusão que não podia ter duas vidas paralelas, né... Tinha que escolher uma. A faculdade ia me exigir de um jeito que... Na época eu trabalhava como publicitário, tava dentro de uma agência de propaganda, sendo diretor de criação, tinha 20 anos, e deixei a música como *hobby*, então. Cerca de 20 anos depois fui reencontrar um grupo de amigos músicos e retomamos o nosso *hobby*. Luís Fernando Veríssimo, e tal, e montamos um grupo de, de jazz...

- Ah, legal.

- ... e voltamos a tocar. Mas, ãh, de qualquer maneira, ãh, eu tinha... eu comento com os alunos três decisões profissionais: quando eu tinha 10 anos, 11, imagina, na época a gente pensando em tomar decisões profissionais, né, hoje... nem pensar, né, um cara com 20 não sabe o que vai fazer. Tem gente concluindo o curso de design se perguntando que curso é esse e o que eu vim fazer aqui, né, e o que se faz com esse diploma. Eu... a primeira delas eu resolvi que ia ser desenhista. Então as paredes da minha casa eram todas riscadas, eu desenhava sem parar, sem parar, sem parar, o tempo todo, né, e desenvolvi muita habilidade, né, nisso, a tal ponto que com nove anos, como eu te disse, eu fui morar com tios em São Paulo e trabalhar na editora La Selva como desenhista. Depois passei a trabalhar pra revista Manchete, no Rio de Janeiro, já que a diretora era minha conterrânea, não é. E fazia lances de gol. Ia pro Pacaembu assistir às partidas e desenhava os lances de gol. Recebia 50 cruzeiros [risos] por lance desenhado. Então eu não tinha a menor dúvida que a coisa que eu mais queria era desenhar. Aí em determinado momento eu lia muito, e num primeiro momento, lendo história em quadrinho,

lendo livrinhos policiais, assim, né, decidi ser detetive. Meu pai não gostou muito da ideia e ali morreu uma vocação [risos]. E em terceiro, eu queria ser um pesquisador. Eu tinha muita vontade de me envolver com pesquisa. Nem imaginava outras alternativas. E eu comento com os alunos por que exatamente o que que é um designer, né? É um detetive, um pesquisador e um desenhista [risos].

- É verdade!

- Então essa característica de detetive, de estar investigando tudo, o tempo todo, descobrindo oportunidades em vez de dificuldades, né, e procurando criar e inovar, isso foi uma constante na minha vida e permanece, né. Bem, ãh, no científico, que correspondia aos três últimos anos de estudo preparatório para a faculdade, eu optei pela arquitetura. Fiquei sabendo, passei aqui tinha assim recém sido criada a faculdade de arquitetura da UFRGS, né, eu me encantei, Niemeyer tava em alta na época, né, e Brasília, aquela história toda, né...

- Sim.

- E eu vi que ali era desenho. Porque eu não queria ir pra uma escola de artes, queria desenhar sem ir pra uma escola de artes, e também não me considerava engenheiro, né.

- Sim.

- Então onde, né, onde está o meio-termo disso, né? Encontrei na arquitetura, onde naquele livro que eu escrevi sobre o... tu chegaste a ver o Pensando...

- Sim, o Pensando Design, ahã.

- É... ali tem um bom desenvolvimento dessa história. Eu encontrei ali o ambiente para o design. Vou te dizer que a escola de design hoje não tem o ambiente pro design que tinha a arquitetura nos anos '60. Fantástico. Exposição permanente de mobiliário, trazendo Sérgio Rodrigues, trazendo grandes nomes do design brasileiro pra fazer conferências e palestras, né. Então era um ambiente formigado assim de criatividade, pensamentos, desafios, né. A gente tava entusiasmado. Aí eu parei com a tal da publicidade e criei meu próprio escritório

para fazer design.

- Isso vai de encontro à nossa próxima pergunta que é como tu iniciou tua carreira no design gráfico?

Como você iniciou a carreira como designer gráfico?

- Certo. Bem, design gráfico de certa maneira já era o que eu fazia mesmo trabalhando em editoras, né, desenhos pra revistas e tal, design gráfico, né. Então tinha ótimos conhecimentos de design editorial, tipos de papel, tipografia, né, isso aí eu conhecia um monte. Um monte. E somava-se a isso dois fatores que me ajudavam muito na atividade profissional liberal que eu tinha na época, que era a cultura e a extrema noção de percepção das coisas que estavam acontecendo. Eu digo que o olho do designer é um olho de ver, né, enquanto o dos outros é de olhar. Então a gente olha alguma coisa e vê o que os outros não tão vendo ali, né. Eu acho... e isso era quase paranormal em mim, assim, tanto que fui parar na FIERGS, fui parar em grandes órgãos, dando opiniões sobre como produzir carvão no Rio Grande do Sul [riso], ou seja, envolvido com questões que não eram meramente de desenho. E era o que eu queria, né.

- Hm-hum. Legal.

- Então a... eu me envolvi com isso e conheci o termo design então dentro da faculdade de arquitetura, através, principalmente do Cláudio Luiz Araújo, que é um injustiçado no design gaúcho. Ele teve um papel fabuloso, embora arquiteto. E os primeiros designers do, do Brasil foram quase todos arquitetos, né.

- Sim.

- Então, Mackenzie tinha faculdade de arquitetura no setor de design. Eu mesmo recebi um convite depois de formado para montar um setor tecnológico de design na faculdade de arquitetura. Que pretendia ter arquitetura da cidade, urbanismo, arquitetura de edificação, arquitetura propriamente dita, e a arquitetura do objeto. Então fui convidado pelo Petzold para ser, que era o diretor da arquitetura, pra ser responsável por um curso de design. Eu fiquei ofendido [risos]. Né, tu sabe a minha luta pelo design há quanto tempo, criei o curso de design em

Santa Maria, no peito, na raça, vão agora transformar o design num capítulo da arquitetura?

- Capítulo da arquitetura...

- E vou te dizer, pra mim, a grande verdade é que a arquitetura é um capítulo do design. E é verdade... o design é projeção...

- Sim.

- Então, ah... foi realmente um momento complicado... E até hoje se entende muito mal o aspecto do design... não sei se respondi a pergunta...

- Não, respondeu, sim! E, bom, tu já respondeu um pouquinho, mas dá pra gente de repente pegar mais alguma coisa?

O que ou quem foi de grande influência em seu trabalho e em sua carreira?

O que ou quem foi uma grande influência no teu trabalho no começo da carreira? Foram justamente esses professores ou tem mais alguma coisa que tu possa...

- Tem influências de diferentes tipos, né. Uma influência, por exemplo, importantíssima foi a do Paulo Vellinho, que era presidente da Springer, uma grande companhia nossa aqui, produzindo aparelhos eletroeletrônicos nos anos '60. E ele me conheceu e começou a me trazer material do exterior, me botando em contato com o design que tava sendo feito. E ele era ligado à Admiral, já que era Springer-Admiral, e eu passei a trabalhar pra ele. E trabalho até hoje [risos]. É uma amizade que vira e mexe a gente tá jantando junto, eu tenho uma admiração, é um cara sensacional, me levou pra FIERGS, é empreendedor. E ele me trouxe muita informação, eu tava sempre *up to date* em relação ao que tava acontecendo no design no mundo. Me botou em contato com revistas especializadas, né. Por outro lado, dentro do, de uma editora que tínhamos aqui chamada Nação, publicava livros e revistas em alemão, um dos diretores começou a me passar informações sobre design, grids, né, diagramação, tipos de letra, fonte, composição, tudo em alemão. Mas eu aprendi de boa escola, né, e eu tava sempre atento. Ele me abasteceu o tempo todo com isso, né, então eu não estava na faculdade ainda e já sabia um

bocado de coisas sobre design gráfico, né. Então foram influências não professores. Tive uma influência de infância, que essa é pra mim extremamente significativa, de um professor de história, que foi o tal que escreveu em grego né, e era uma sumidade. Ele falava vários idiomas, e ele tinha sido violino *spalla* da orquestra de Varsóvia, ele era polonês, tinha uma cultura... a biblioteca na casa dele era o meu sonho, né [risos]. Eu tava sempre lá, me abeberando das coisas dele até o ponto que virei professor de história, né. A minha primeira atividade, assim, didática foi na área de história da arte, né, e me envolvi muito, por isso me dou tão bem com a Paula, né [risos]. Realmente, tenho uma formação excelente em história, né, mas uma história de nível, né, contada por alguns que foram personagens da história. Então esse professor chamava Czerny era neto do criador do método Czerny de piano e tal. E ele era um professor notável. Todos que passaram pela mão dele, comigo, hoje, que eu conheço, que um dia foram alunos desse cara foram influenciados e tocados por ele. E ele me levou pra uma preocupação cultural, né, eu li a *Ilíada* e a *Odisseia* com 14 anos, quer dizer, então, é outro mundo, né. O dia que eu descobri que a biblioteca pública da minha cidade me deixava ler quantos livros eu quisesse, de graça, desde que eu devolvesse o anterior, eu passei a ler um a cada dois dias. Então eu devorava livros, assim. E tinha interesse por tudo, até bula de remédio me interessava, né [risos]. E isso é uma coisa que eu sinto falta dessa abertura para o mundo. E hoje a informação tá tão disponível, né, então... e o pessoal entre o lixo que tem e o que presta, prefere o lixo. Quer dizer, come a casca e joga a banana fora. É realmente uma questão que vem dentro desse enfoque cultura, né. A gente tinha uma cultura que, eu falo com os meus amigos daquela época, que estão vivos, né, e realmente, nós tínhamos uma informação que... quase todos nós falávamos pelo menos um pouco de francês e inglês. Eu ia ao cinema não lia as legendas me obrigando a dominar a língua. Então, ou seja, havia uma busca de formação cultural. Em Porto Alegre encontrei cabeças pensantes notáveis, né, eu que me achava o bom na minha cidade, né, vi que eu não era nada perto dessa gente. Então, saímos da faculdade e vamos pro chopp, né, e vamos discutir diretor de cinema e vamos discutir filósofos. Eu li filósofos encarreirados assim, montes. E aí quando me perguntavam alguma coisa, eu dizia assim, olha, isso é muito relativo, acertava

sempre, né [risos] porque tudo é relativo. Os caras achavam que eu era um gênio. Mas eu convivi com pessoas de um nível cultural muito elevado. E isso me cobrava. E eu me sentia muito bem, era justamente o que eu queria, me sentia enriquecido, né. A mesma coisa musicalmente, né. Eu convivi com algumas pessoas excepcionais na música brasileira, né, aprendi um monte, e hoje eu venho da Ritter direto pro piano em casa que é a maneira de eu me acalmar um pouco.

- Legal.

- E essa influência do Bornancini, principalmente do Bornancini, mas também do Petzold, né, que o Bornancini tinha uma filosofia para o design. E isso é muito importante, né. Ele tinha maneiras de pensar... Primeiro: ele seguia o conceito do Roberto Menna Barreto, né, que diz que projetar é BIP, né, precisa estar numa boa, precisa ser irreverente, não achar que o que tu não sabe te impede de fazer as coisas, né, e, principalmente, tem que ter pressão. O P é pressão. Se não tiver pressão, um trabalho que recebeste em novembro, tu vai aprontar ele em junho, né. Então, tem que ter pressão pra o subconsciente botar pra fora as coisas que estão maquinando.

Sobre como você trabalha.

Como é o seu o processo de pesquisa, inspiração e criação de seus trabalhos?

- Muito bem. Vamos falar um pouquinho então sobre como tu trabalha. Como é que é o processo de pesquisa, inspiração e criação dos trabalhos.

- Bem, frequentemente sou contratado pra fazer um trabalho e faço outro. E isso não é um problema meu, li do Raymond Loewy, né, eles contam histórias semelhantes, que eles eram contratados para fazer uma coisa e diante do problema verificavam que o problema não era aquele. E descobriam outros problemas, principalmente ótimas soluções. Então o Raymond Loewy que eu levo pras palestras que eu faço pras crianças sobre o que é design, que eu acho que a gente tem a obrigação de difundir, eu levo a história dele. E ele simplesmente desenhou a feição final da garrafa de Coca-Cola, né, fez o símbolo da Shell, desenhou os primeiros móveis metálicos do mundo e culminou fazendo o foguete Saturno que levou o homem à Lua. [risos] Isso é design! Aí pergunta – qual foi a metodologia que ele

usou pra fazer o foguete Saturno. Claro que ele usou metodologia, mas isso é um primeiro passo já tá até... é que nem tu fazer a primeira e a segunda no carro. Tu vai pensar no que é que tu vai fazer. Não sei. Já tá integrado em ti, tu faz isso intuitivamente, até. Agora, me preocupa muito, e já existem 38 engenharias e nós caminhamos pra trigésima nona, que se chama engenharia do design. Neste momento eu to em guerra franca contra isso, né, e levando chumbo de muitos lados, né. Mas não sou de ficar em cima do muro. Nós temos que impedir essa mecanização, porque eu vejo no design um dos últimos redutos da humanização. Vejo pessoas querendo implantar chips, nós caminhamos pra uma cidade desumanizada. Um dos maiores valores, inclusive culturais, né, são colocados pra máquina. E isso me lembra o Fahrenheit, aquele, aquela obra clássica do... fala de um tempo no futuro em que as pessoas vão queimar os livros, né, e vão se entregar pras máquinas por inteiro. Como eu trabalho... ãh...

- É, vamos falar um pouquinho mais do processo, de repente, né.

- Com frequência eu sou procurado por alunos e até colegas... [algo o interrompe]. Uma água?

- Não, tudo certo.

- Uma coca-cola, cerveja, whiskey... [risos]

- Só vim ver se tava gravando ok.

- Nós começamos sem ter um paradigma de trabalho, começamos no final dos anos '70 a ter um escritório que chamamos de Ideia Comunicação. Porque nós chegamos à conclusão que... o que é o fazer a comunicação... no sentido mais amplo... Infelizmente confundem comunicação com publicidade. E não tem nada a ver. Aliás, tem tudo a ver, mas a comunicação é bem maior, né. Bem, a comunicação signif... design é comunicação. E eu tinha essa noção. Tinha alguns conhecimentos, tanto que eu criei o curso de comunicação social também em Santa Maria, fui um dos criadores, lá, nós três. E foi um dos primeiros cursos a contemplar algumas especializações, que na época nem se cogitava, né. Então eu to sempre preocupado com isso. ãh, tinha boas condições de comunicação, fiz alguns cursos, inclusive, de

oratória e expressão corporal, coisas desse tipo, assim, no sentido de poder dar aulas bem. Eu dava aula em cursinhos, aulas de história, né. E me preocupei, então, em ver como é que eu ia entrar no mercado. Primeiro o mercado veio a mim. Ou seja, eu descobri um dia que eu tinha mais clientes que a empresa onde eu trabalhava, então, pra que eu vou trabalhar pra empresa, né. Montei meu escritório. Então eu já nasci com muitos clientes, mas principalmente com muitas ideias. Então vários dos cases assim que eu participei ativamente foram premiados pela inovação. Muitas das coisas pioneiras no Rio Grande do Sul, primeiro shopping center teve grande participação, primeiro hipermercado teve participação, então, muitas coisas assim que foram uma participação minha muito ativa. Sempre em nível de pioneirismo. Bem, e tendo cliente era só fazer o trabalho. Então nós começamos a desenvolver um conjunto que de repente tinha umas dez frentes e chegou ao ponto de ter 50 funcionários trabalhando comigo, né, com sinalização, embalagem, né, a própria comunicação veiculada, né, design de produto, nós abrangíamos tudo isso. E principalmente a apresentação. Essa é uma questão que não se ouve falar em design. Eu digo criar um projeto até não é das coisas mais difíceis, ter um aprovado sim [riso]. E quantos ótimos projetos estão engavetados porque foram mal apresentados. Então nós começamos a desenvolver técnicas para nós e para os nossos clientes de como se comunicar com o público. Não havia ainda uma hipermídia, mas nós já começamos a trabalhar... eu fiz apresentações com 25 projetores de slides conjugados em computadores etc., apresentações com gelo seco etc., etc. [riso], né, pra grandes públicos. Nós dominávamos muito isso, inclusive filmes, fizemos vários. Então estava tudo conjugado. Era uma equipe multidisciplinar, e verificamos que tínhamos uma frente mal. Um fato que continua hoje: nós tínhamos dificuldades de ser remunerados à altura do projeto que se fazia e da importância dele, né. Isso é histórico. E isso acontece com a arquitetura, acontece com várias outras atividades projetuais. E em compensação, as agências de propaganda, né, que tinham verbas grandes, ganhavam 20% da mídia, davam de presente até os projetos de design. Eles me contratavam para fazer projetos, me pagavam, vendiam pros clientes deles, a partir daí geravam mídia, né. E aí eram verbas de 1 milhão, 2 milhões de dólares, né, pega 20% disso dá, dá um dinheirinho

legal. Pior, né, quando o cliente pensava em fazer design, a primeira coisa que ele lembrava era de uma agência de propaganda. Pra ele criatividade era coisa para publicitários. Então em determinado momento eu reuni os meus sócios, vamos dizer, né, e discutimos a possibilidade de entrar na área da publicidade. Isso foi considerado uma ofensa pessoal, né, meu irmão saiu do grupo, e coisa assim, e eu disse nós não vamos fazer propaganda, nós vamos fazer comunicação. Às vezes é melhor ser midiada, às vezes não, ou seja, nós vamos cuidar da comunicação dos nossos clientes e fechamos a porta pra quem tá lá pra fazer, né... porque senão nos desestabilizávamos, né. As agências iam lá e ofereciam de graça o que eu tava cobrando, né. E com a qualidade que pode se imaginar, né. Bem, nessa época a gente já tava ganhando prêmios, inclusive nacionais, etc. etc. E criamos então a Ideia Comunicação que chegou a ser a quarta maior agência do Estado. Tínhamos contas bem pesadas, né, Adubos Trevo, Grupo Bettanin, coisas assim, e verbas consideráveis, né. E durante 15 anos nós trabalhamos com a Ideia que fazia design, fazia comunicação de um modo geral, né, inclusive design editorial, desenvolvemos uma série de comunicações, e éramos um modelo sendo copiado no Brasil. E criamos o paradigma do escritório de design. Daonde ele brotou? Da minha experiência com o escritório de arquitetura com a minha experiência em escritório de publicidade. Então, da publicidade eu captei a coordenação, a abertura de *jobs* e coisas desse tipo assim, né, circulação, fluxograma, atendimento. E da arquitetura eu peguei toda a codificação sistemática, vamos dizer, desenho técnico, aspectos de apresentação gráfica, coisas desse tipo, né. Então surgiu o escritório de design. Empiricamente. Mesmo assim, vinha gente de fora pra nos copiar algumas coisas. Porque a gente era muito organizado, desde o contrato que nós fazíamos, como ele era, né. Então a gente estabeleceu paradigmas, assim, dentro dessa área. Foi muito legal. Contamos com o auxílio de pessoas que nós trouxemos até de São Paulo, e tal, para colaborar conosco nisso. E se montou um escritório modelo. Modéstia à parte. Num edifício de três andares, vamos dizer, né, com 50 funcionários etc. E em determinado momento eu verifiquei que eu tava perdendo alguns clientes. Boa parte desses clientes eram clientes de 15 anos, 20 anos, né. Ou seja, eram clientes que faziam parte, né, e é ótimo tu projetar pra organizações que tu conhece muito

bem, né. Não tem erro, é que nem chutar pênalti sem goleiro. E eu verifiquei que esses clientes tavam passando a trabalhar com agências de propaganda. Os caras ficaram loucos, né. Se tem o melhor aqui, né... Três dos nossos clientes tinham passado de sétimo, oitavo lugar no ranking pra primeiro, graças à comunicação bem feita, né. E esses caras tavam atrás de uma agência de propaganda?! Aí eu vi que eu não tinha como competir. As armas que as agências usavam eu não sabia usar e nem queria. Quer dizer, eu não vou... não recebo comissão de ninguém, não dou comissão pra ninguém, não arrango programas pros diretores das empresas, ou seja, não faz o meu gênero. Nunca fiz e não vou fazer. Aí eu não sou competitivo. Perdi três, quatro clientes assim, por razões absurdas, inclusive. Aí verifiquei que eu não tinha como manter no Rio Grande do Sul uma estrutura daquele porte sem contar com um lastro de clientes com boas verbas. Então enxugamos a empresa, fizemos um *downsize*, eliminamos a atividade de publicidade como predominante, e passamos a design, de novo, né, mas agora com novo enfoque e mais: com a novidade do computador. Nós tínhamos, teve época de a gente ter 14, 15 desenhistas com as suas pranchetas e réguas etc., né. E isso acabou. Nos preparamos, botamos primeiro uma plataforma sinc, depois uma Mac etc., fomos tentando fazer algumas coisas, e isso virou um grupo de umas 10, 12 pessoas. Mesmo assim, o *downsize* continuou. E eu verifiquei que o que os clientes tavam cobrando da gente, e isso é um fator importante, muito mais do que o projeto, era o conhecimento. Eles queriam ter uma consultoria. Como ainda querem. De graça [risos]. Tu encomenda um projeto pro Guilherme, o Guilherme pra fazer aquele projeto tem que saber um monte de coisas, trazer ideias, propor, e... olha aí, tá o Guilherme conosco. E até, a gente dá uns trocos pra ele fazer um projeto. Cheguei a criar uma empresa só de consultoria em design chamada Conta, mas a Conta, né, ninguém queria contratar. Eles queriam que isso viesse embutido no projeto de design. E era o nosso grande diferencial, nós criamos coisas assim que as pessoas nem acreditam, hoje, fomos nós que fizemos. E... mas isso não era encarado como uma prestação de serviço. Isso ia de carona com o design. A partir daí então foi mudando a estrutura, conversei muito com o Maurício Andrade, que fez um trabalho muito bom sobre o fluxo de trabalho de design nas empresas, foi um

trabalho de mestrado, eu acho, e tivemos “n” reuniões. E realmente eu expus a ele a ideia que eu tinha de acabar com o escritório propriamente dito, nós teríamos um escritório virtual, né, que é o que temos hoje, né. Nós temos uma meia dúzia de designers de muito boa qualidade ligados a nós, então, cuidando dessas questões de arquitetura que têm os nossos clientes, né, todas as questões partem de mim. Eu conceituo, desenvolvo, penso etc. em pensamento unificado, pesquiso, me informo, né, funciono muito bem na relação com as empresas e organizações, porque tenho muita prática nisso, sei distinguir quem é a pessoa que vai me dar a informação e que eu preciso, né. E essas equipes trabalham praticamente pra Bozzetti Design porque nós temos um volume de demanda bastante significativo. Mas eles estão liberados pra trabalhar pra quem quiserem. E então hoje nós temos esses grupos trabalhando e a gente se comunica via Skype, via e-mail, via telefone, vale tudo, de vez em quando nos reunimos até e trocamos ideia para o projeto. Quase o mesmo com os clientes, né, predomina ainda uma relação virtual, e de vez em quando a gente vai pra empresa, tem uma reunião com a diretoria, [alguém atende um telefone e começa a falar junto com o entrevistado] discutir questões mais amplas, ou traz pra cá na apresentação de projetos, e tal, faz a apresentação aqui.

- E tratando mais agora do projeto em si, né, como é que funciona a questão da inspiração dos teus trabalhos, no desenvolvimento do projeto.

- Essa é uma palavra que é muito mal vista, né.

- É, na verdade, assim, né, a pergunta é como é o processo de pesquisa, inspiração e criação. Né. Um pouquinho do processo de pesquisa tu já tinha comentado, né, por isso eu coloquei mais inspiração e criação agora pra ti falar um pouquinho disso.

- Lá dentro de casa tem uma biblioteca junto com o meu estúdio onde eu trabalho, né, que deve ter, pelo menos, uns 15 a 20 livros sobre criatividade, inspiração [riso] e inovação. Bem, inspiração foi muito mal levada como termo, no final do século XIX no Brasil, quando virou exemplo pra poetas e iluminados, né, que tinham a inspiração das luzes, e tal, então as coisas caíam do céu. Eu não sei se caiu do céu, mas pelo menos muita coisa caiu do meu subconsciente, né, foi abastecido

devidamente, né, e a capacidade de perceber quando tu tá com a joia na mão, né. Tá ali, um tempo, peneirando, e tal, daqui a pouco tem uma pepita ali no meio e... 90% das pessoas não vê essa pepita. E isso é função de uma visão global cultural. Então o que acontece? Eu às vezes saio de uma reunião com a solução já pronta. O *briefing* já me deu tudo... já tá até criado. Por exemplo, recebi um telefonema de Brasília, do Partido Progressista... criar a identidade visual pra eles, a única coisa que tinha era o nome, que era PP e dois fracassos: foram fazer um concurso para criar essa identidade, que não deu em nada, com 1.200 concorrentes e mil rolos. E depois foram contratados mais gente de propaganda pra fazer, que também não deu em nada. Aí pelo telefone eles me deram um pré-*briefing* dizendo que tinha que ter as duas letras PP, mas principalmente ter um ser humano no centro de tudo. Né, um ser humano vitorioso, como essência do trabalho. Eu desliguei o telefone e já tinha a ideia razoavelmente pronta. Porque eu sei que fatores tem que usar, que aplicações vai ter, né. O que eu sempre ensino na parte de criação que tu tem que abrir duas janelas, tá gerando alternativa, tem uma janela aberta que é conceito. Essa geração aqui atende o conceito? Não. Esquece. Né? E se passou na primeira, vai pra segunda janela. E nas aplicações, isso vai funcionar na prática? Não, não vai. Então esquece. Isso vai elimin... eu já faço isso assim, em altíssima velocidade, sem precisar... faço só de cabeça, né. Mentalmente faço essa seleção de alternativas. Às vezes, talvez eu leve... mas não levo mais que dois dias pra fazer um projeto. Então isso tu chamaria de inspiração? Não sei, né..

- Sim.

- ... eu acho que é uma prática criativa, assim como tem prática, tem cara que consegue dar salto mortal de motocicleta e coisa... ou seja, é uma prática que a gente tem de separar o joio do trigo e caminhar na direção certa do alvo, né.

- Perfeito.

Você costuma utilizar referências culturais nos seus trabalhos?

- Sim. Com frequência. Uma das primeiras pesquisas que eu faço é do estado da arte, né, mas principalmente os conteúdos culturais que tem em cada um dos trabalhos que eu estou apreciando, né. E isso me encanta, porque é uma parte

muito lúdica, né, e muito agradável do processo de pesquisa. Às vezes na pesquisa pra uma coisa tu te encaminha pra solução de outra, né, então eu procuro ir guardando essas informações, esses conhecimentos, eu já to com o HD externo lotado, to partindo pro segundo, né, justamente porque eu vou guardando isso tudo, né. E realmente eu acho é que falta pra pessoa é referência... tá partindo do zero, né. Eu gosto muito da frase do Dawson que é um inglês, designer, dizendo que eu não tenho por que começar do zero, eu começo de onde os outros pararam, né. Por que que eu vou descobrir o que já foi descoberto, ainda correndo o risco de ser considerado um plagiador.

Você utiliza alguma referência teórica para o seu processo projetual?

- Necessariamente, né. Inclusive as próprias que eu mesmo escrevi, desenhei, né, então eu tenho uma série de métodos que eu fui aperfeiçoando e botando... e aspectos teóricos, eu tenho que saber o uso da cor, o uso da forma, questões de ergonomia, né, são aspectos fundamentais num projeto e que são fundamentação teórica, né, do projetista. Isso é que eu não acredito no autodidata em design.

Que palavras você utilizaria para definir o seu processo projetual?

- É foco no objetivo final. Eu acho que sem ter um alvo, não adianta tu ter o arco e a flecha. Acho que saber desenhar é assim, objetivo final, ir além do que está sendo esperado, verificar qual realmente é a tua oportunidade em termos de situação final bem definida. Eu acho que se começa pelo fim, né. Eu acho que tem que saber aonde eu quero chegar e tudo e se existe possibilidades. Aí, se volta pro princípio gerador dentro das metodologias clássicas, né. Mas, é, eu acho que a maioria das pessoas não sabe pra onde tá indo quando tá criando. Perde muito tempo. E... eu fui chamado pra resolver embalagem pro xarope, pra refresco, era uma gosma que vendiam lá, né, os caras tinham tanques e tanques nessa indústria de essências com sabores de frutas. Eu perguntei pra eles por que eles não botavam água e gás naquilo e transformavam num refrigerante. Sempre fui considerado meio maluco, assim. Sabe o que é refrigerante, cara, nós vamos brigar com a Coca-Cola, com a Pepsi, Guaraná da Antarctica [riso] isso não existe, nós não temos nem estrutura pra isso, distribuição e tal. Monta. Né. Quer oportunidade... Ah, vocês já têm um *know-how* razoável. Aí vim pra casa, discutimos eu e a Lourdes, uma semana

depois eu tava com Fruki lá em Lageado, né, apresentando uma proposta de um refrigerante gaúcho. Isso aconteceu com a Enxuta, aconteceu com uma série de produtos, Isabela, com biscoito de 200 gramas que não existia, só vendia bolacha, né. Ou seja, toda uma conceituação, e isso é design. Isso é o que eu tento botar na cabeça das pessoas, eles acham que design é... tem um problema, tá, senta, vamos começar... Não tem que riscar nada! Tem que pensar antes de riscar. Quando eu vou riscar, já to com a solução pronta, geralmente. Pelo menos encaminhada. Então o meu processo é esse. E me informar muito, principalmente sobre o estado da arte, né. Conhecer perfeitamente quem são os concorrentes, como funcionam, quais são os pontos fortes dos concorrentes, os pontos fracos, quem é o público-alvo. Eu apresento um quadro que tem uma pessoa sem rosto, assim, né, esse é o público-alvo da maioria dos designers aí, não sabe quem é, com quem que ele tá falando, a quem que ele se dirige. Eu uso a expressão 'eu projeto para os clientes o meu cliente', não projeto pro meu cliente, projeto para os clientes do meu cliente. Ele vai ter que entender isso. Talvez ele não goste do que eu fiz, mas eu não to preocupado com o que ele gosta ou não gosta. To preocupado com o que a empresa dele precisa.

Sobre as influências no seu trabalho.

O que lhe influenciou e/ou influencia no seu trabalho?

- O que você leu ou lê que lhe influenciou e/ou influencia?
- Quais autores (teoria) lhe influenciam e/ou influenciaram?
- O que você viu que lhe influenciou e/ou influencia?
- Que designers lhe influenciam e/ou influenciaram na prática?

- Em 2007, eu acho, não lembro bem o ano, 2006, a professora, lá, da UFRGS atualmente, né, Maria do Carmo, junto com um aluno dela na FEEVALE, naquela época, fizeram um trabalho sobre a minha trajetória profissional, e chamaram de Bozzetti – um modernista contemporâneo. Eu gostei muito da expressão. Me senti muito lisonjeado. Porque a maioria dos modernistas continua modernista. Ou seja, ele não abre mão daquilo, os caras vão usar helvética, vão usar proporção áurea, vão fazer quadrados e círculos, né. E hoje eu to cobrando meus alunos que eles tenham identidades visuais com animação, com movimento, não usam mais carimbo, né. Precisa ter som... to em contato com alguns escritórios brasileiros que tão botando

som em identidades de marca. ãh, ou seja, eu tenho que pensar em algo que tá acontecendo agora e que vai acontecer nos próximos anos. Então não há mais espaço para certas coisas. E isso não é fácil. Os nossos alunos têm uma visão mais conservadora do que o rei dos conservadores. E se consideram criativos. Então é um trabalho enorme desafiá-los, né, para pensar um pouco fora da casinha e tentar romper com padrões tão obsoletos. Hoje a maioria dos livros que foram escritos na nossa área do design, antes de '90, 2000, tem muitas deficiências. Então eu diria pra ti que o grande problema que se vive hoje, e é o que eu faço, é tá de olho no mundo. Eu leio muito, surgiu um livro sobre design, no outro dia tá aqui em casa, né. Ou então baixo em pdf o que tenha na internet, ou alguma coisa assim. Eu to o tempo todo pesquisando, por exemplo, né, teses de doutorado etc. em design porque ali se pesca alguma coisa muito interessante, apesar de erros que eles herdaram de um ensino meio falho, né. Um dos principais deles é terminologia, né. Ou seja, nós temos dificuldade de conversar um designer com o outro porque nós não usamos os mesmo termos para nos referir às mesmas coisas. Essa é uma batalha atual que eu to fazendo também de instalarmos um mínimo de termos comuns no design. O que é um layout, o que é um esboço, o que é um debuxo, né, o que é isso? Tem cliente pedindo um "longotipo", deve ser um logotipo de três metros, não sei [riso]. ãh, há um problema seríssimo de terminologia. E nós somos culpados porque a primeira coisa que tem se que fazer com num cliente de design é dar algumas aulinhas de design pra ele pra viabilizar o diálogo. No Paraná eles fazem algo que eu acho notável que é proporcionar reuniões de design com empresários. Pra cada um dizer o que vê no outro, né, olho no olho, contar experiências bem-sucedidas e malsucedidas, até pra que realmente o empresário possa receber o melhor do seu designer.

O que lhe influenciou e/ou influencia fora do design?

- Sim, né, tudo influencia. Eu posso estar dirigindo, paro porque vi alguma coisa que me chamou a atenção na rua, né, estaciono onde puder e vou lá olhar de perto, né. É aquele famoso ver, né. Então eu sou influenciado por sons, por cores, por técnicas, eu vejo um tipo de letra que eu não conhecia eu fico louco. Vou atrás... isso tudo me influencia. E principalmente olhar crítica, positivamente os trabalhos

de design que eu encontro e em outras áreas. Por exemplo, temo que a arquitetura hoje esteja vivendo um dos seus piores momentos, né, envolvida com a especulação imobiliária e sem o atendimento às construções. A não ser as que estão se envolvendo com urbanismo. Eu acho que a arquitetura olhada isolada do urbanismo ela não é arquitetura. Então vamos fazer um bangalô pro cara no deserto do Saara, vai, tudo bem, mas... compromisso... porque hoje ninguém... nós somos interdependentes, né, então essa interdependência... então, por exemplo, urbanismo é uma coisa que me fascina, né, e que tá, e que não é design propriamente dito, né. Eu acompanho o que tá sendo feito em cidades por aí e fico impressionado que as pessoas nem sabiam que isso estava acontecendo. Né. Em Tóquio tão tendo sistemas de comunicação subterrânea, né, para, porque tu resolve todos os problemas no computador, menos os físicos. Como é que tu faz um produto chegar na mão de alguém fisicamente? Complicado, né? E tem as questões de logística. Eu em 2003 escrevi um artigo com a revista de São Paulo que eu chamei de MEL – M,E,L – partindo do princípio que as três, os três fatores que eu julgava fundamentais para a área empresarial no século XXI seriam, já desde aquele momento, marca, o M, né, quer dizer, tu não vende mais o produto da tua empresa; as pessoas compram a marca da tua empresa e os produtos que ela abrange e protege e diferencia. ãh... *e-business*, ou seja, tu vai ter que tá atento ao *e-business*, que cada vez mais vai ser a forma de se trocar coisas, né. E logística. O L. Eu acho que se resolve tudo, menos a logística, no computador. Hoje com o *just on time*, onde tu não tem estoque etc. etc. tem problemas seríssimos a serem resolvidos. O que eu leio sobre logística tu não imagina, né. O tempo todo atento, lendo livros novos que surgiram. Agora mesmo os alunos estão pensando num sistema de embalagens que facilite o transporte etc. a estocagem. Ou seja, são questões muito importantes pra mim. Ou seja, nem sempre tem a ver com o design. Às vezes não tem nada, né.

- Ou tudo, né. [riso]

- Como diz o Paul Rand, né, o Paul Rand tem umas dez frases dele que são ontológicas, né. Ele diz que o design é tudo. E o nosso amigo da Apple lá, o Steve

Jobs dizia quase a mesma coisa, que o mundo existe pelo design.

Sobre a influência da cultura no seu trabalho.

Qual o seu envolvimento com atividades culturais além do design?

- Eu tenho parado um pouco com algumas atividades, mas o fato de ser professor e estar na ativa, né, me obriga a estar permanentemente participando de eventos, discutindo, conversando, né. E principalmente eu tenho pensado muito na área da didática. Eu acho que esse é um ponto... os professores reclamam dos alunos, né, que eles não estudam, e nós estudamos? Quantas vezes tu vai na biblioteca e encontra um professor lá [riso], né? Ou seja, nós estamos estudando? E teriam que estudar didática. Eu tentei fazer uma experiência, que depois acabou não indo além, no Colégio Farroupilha sobre ensino de segundo grau, pô, a coisa foi longe, né. Nós começamos a montar uma sala de aula que tu nunca reconheceria naquilo uma sala de aula, né. Então essa é uma coisa que me interessa muito, até porque eu pratico, eu procuro... eu, por exemplo, simulo demais a criação em equipe, né. Então todas as disciplinas que eu leciono têm trabalhos em equipe. E eu sinto uma dificuldade crescente nisso aí. Todo mundo quer ser o cavaleiro solitário hoje, né, e esquece que há uma interdependência tremenda da equipe. As equipes são multidisciplinares e não tem como tu ser bom em tudo.

• **Como produtor (criando produtos culturais – arte, música, fotografia, imagens...)**

- É isso que eu te digo, que eu sou muito sortudo, né. Eu tive a oportunidade de conviver com tudo isso lá dentro, quer dizer, eu dirigi filmes, eu participei da edição de filmes, sonorizei e editei, né. Ou seja, eu criei *storyboards*, eu montei trilhas, eu compus trilhas, né. Ou seja, então eu tenho uma vivência prática gigantesca em várias áreas que de certa maneira estão dentro do cadinho do design. Por outro lado, né, alguns consideram isso uma visão primitiva e prática, né. A palavra 'prática' tem uns que cospem no chão quando falam, né, então... pior ofensa que pode fazer é o cara ganhar dinheiro com design, né, isso não existe, né, isso é pra capitalistas, exploradores, e coisas assim. Essa visão é até um pouco ingênua e superada, né. Dificulta muito os projetos. Eu vejo alguns projetistas defendendo pontos de vista... como tu vai projetar uma peça que vai ser feita por injeção de plástico sem saber o que é o molde de injeção? Sem saber que vai ter um bico de

injeção que vai ficar aparente? Quer dizer, isso é prática? Isso é teoria [riso]. Então eu vejo gente que por não conviver... eu pra poder fazer um livro ia pra dentro das gráficas pra saber e a lombada vai ter quanto e quantas páginas eu posso ter capa dura, não posso... ou seja, isso tem que saber. E não vejo as pessoas interessadas em se munir desse cabedal cultural específico.

• **Como consumidor (cinema, música, teatro, exposições...)**

- ãh... arquitetos, músicos e designers têm algo em comum que é ser extremamente, às vezes, exageradamente, doentamente críticos. Eu não fujo disso, né. Eu olho as coisas e já vejo, eu vou, assim, a uma orquestra, to sentindo um violino que tá desafinando. Um no meio daqueles lá. Pô, o cara não pegou a corda mi, não deu um... ãh... fico indignado como é que o cara é profissional e não soube afinar o seu instrumento. Noventa e nove vírgula alguma coisa por cento das pessoas nem sabe que tem um violino desafinado lá no meio daquilo tudo. Esse desafinar eu posso figurativamente passar pra outros campos, né. Pode estar desafinado alguém que faz um projeto e onde deixa falhas, né, onde não fala a linguagem que deveria falar... e não chega a mensagem que teria que passar. Às vezes passa até uma antimensagem. Então, esse aspecto crítico ele é muito importante.

Como você percebe a influência de seu repertório cultural na sua prática projetual?

É raro o dia que eu não to no supermercado vendo as embalagens que surgiram, as técnicas de venda etc. etc., a própria loja, né, a iluminação errada, que quase todas têm, e luz na nossa profissão é vital. E as pessoas não estudaram ótica, não tão sabendo que muitas coisas são vitais para um visual. É óbvio, né. É óbvio, mas não se faz. ãh... vou descobrir fontes que estão usando que são inadequadas, né, ontem comprei um produto que pra tu ler as instruções tem que “por quatro”. Então, quer dizer, então... como é que alguém faz isso e põe na rua, né? Tá esperando o quê? Só pra dizer que cumpriu a lei. Realmente é complicado. Eu to de olho nisso o tempo todo e dali vão surgindo ideias. Eu comecei a ver que quase todos os potes de geleia eram tronco-cônicos ou até cilíndricos, o que significa pouca face de exposição na prateleira. Porque ele tem a deformação de perspectiva,

na realidade eu tenho um terço da minha largura aproveitável visualmente. Então passei a fazer potes de seção triangular, retangular, de bordas redondas, e tal, pra ter mais face no ponto de venda. Então são questões assim, que mostram que é o crítico, né, que tá lá olhando e vendo onde tem furo e onde tem oportunidade.

Que palavras você utilizaria para definir a relação entre cultura e o seu processo projetual?

- Alicerce, né. Diria que a cultura é o alicerce de tudo que tu estiver desenvolvendo. Né, vai sustentar todo aquele processo. Numa pirâmide *maslow* para o design, eu colocaria a cultura na base dela. Eu acho que ali tu vai pescar... tu não pode dar o que tu não tens, né. Tu não pode pensar numa coisa que tu nunca ouviu falar. Então... é comum. As pessoas têm um repertório muito pequeno. A cultura é pequena e o repertório, idem. Conseqüentemente, ela não tem como usar alguma coisa que ela não conhece. Então enriquecer culturalmente alguém é prepará-lo não só pra atividade de design, mas em qualquer atividade. Alguns médicos resolvem o problema porque ocorreu pra eles que na área *phyto*, vamos dizer, as plantas resolvem isso de tal maneira, quem sabe se vai funcionar na biologia, no caso de seres humanos, né. Então essa informação de coisas que parecem inúteis, a chamada cultura inútil, pode trazer muitas soluções. E geralmente traz. Geralmente a decisão vem de coisas que não tinham sido cogitadas num primeiro momento.

Você tem alguma outra questão a respeito do assunto?

Considerações Finais

- Muito bem, as... agora as questões que tu acha importante colocar a respeito ali do nosso objetivo, né, de verificar essa relação entre cultura e design, entre cultura e prática do design gráfico, que a gente veio conversando no início da nossa conversa, aqui, e eu acabei te interrompendo pra começar a gravar.

- Olha, eu acho que eu fiz uns caminhos tortuosos aí, né, até porque é um assunto que com frequência eu to falando também com outros estudantes e professores, ãh... eu vejo que nós adentramos um período do design onde mais do que nunca nós temos que ter uma base cultural muito sólida. Porque as soluções

parecem simples, prontas, e tu vai estar num processo permanente de muitas escolhas. A cada momento tu tem que decidir, fico de pé, fico sentado, respiro ou não respiro, abro a boca ou fecho a boca? Ou seja, é um processo de decisões instantâneas que tu só pode tomar tendo paradigmas já estabelecidos. A cultura é isso. Ela te mune, né. É que nem tu escrever com um dicionário do lado. Ou seja, tu tem dúvida numa palavra, vai lá na tua base e resolve isso. Então muitas vezes ocorre alguma coisa, né, por exemplo, vou fazer Natal, vai ter um Papai Noel etc. Por que um Papai Noel? Por quê? Qual é a essência do Natal, o que tá por trás dele, né, que tipo de mensagem eu tenho que passar. Então isso raramente acontece. A maioria das pessoas pega os paradigmas. Eu montei um quadro há longos anos atrás, foi em '95, onde tem 36 figuras geométricas lado a lado. Formando seis por seis filas. Dessas 36, 35 são quadrados. Entre eles tem um único círculo. Aí tu olha aquela malha e tu vê o círculo. Então a meta da nossa equipe sempre foi ser o círculo no meio dos quadrados. Então a Nike consagrou o swoosh á, o swoosh passa a ser usado por todo mundo, Amanco, não sei... todo mundo tem uma curvinha daquelas, é o me too, né? Eu acho que falta capacidade, né, de se insultar com isso, né, e reagir contra o lugar comum. Eu penso que design é encontrar novos caminhos, permanentemente. E eu vejo as pessoas se repetindo muito. Tem soluções já... o argumento que eu ouço alguns é que pelo que pagam pra ele tá muito bom. E o que tu paga pra ti, tu tá satisfeito com isso, tu te sente realizado? Então eu penso que nesse momento a facilidade de obter "n" soluções dificulta muito tu encontrar qual é a solução. E tu vai encontrar fatores de avaliação a partir da cultura que tu tens. Por exemplo, tu vai fazer, o cliente nos pediu pra fazer uma embalagem com dominância de preto, né, ele achou que ia dar um status pra ele, né, aí eu na hora já apresentei pra ele quatro, cinco situações em que o preto foi um fracasso. Não funcionou naquele tipo de produto, até porque o grande problema... o tipo de loja onde ele vai vender tem uma iluminação deficiente. Então ele precisa ter uma presença visual mais forte. Bem, todos esses casos que eu citei, isso é cultura, são coisas que eu tinha acumulado, são conhecimentos, informações, e eu tenho boa memória, né, então, isso é muito importante. Muito importante tu ter uma sacola onde buscar coisas. E isso é a cultura que tu formaste. Por isso que tu não vai

formar essa cultura em um dia, uma semana, né. É um processo sempre se atualizando, sempre renovando, que cada vez é, é cumulativo, né, cada vez mais amplo.

Uma questão que eu considero fundamental, né, que era uma batalha que o Bornancini defendia, né, que nós trabalhamos na criação de objetos e mensagens utilitários. O fator utilitário tem que estar presente, né. Nós temos uma responsabilidade com a sociedade, nós temos um compromisso, né, por sermos cabeças pensantes pra encontrar caminho. Que não pode ser levado assim, de inspiração súbita. Então a cultura ela te permite não viver apenas em, de algo que caiu do céu, né, mas te dá elementos para partir de alguma coisa sólida... Além do mais, tu saber que já foram feitas certas coisas, que é um fator cultural, daqui a pouco vai ter alguém inventando o barco a vapor e coisas assim, né. Alguém vai tá inventando coisas que já foram inventadas, né. O cara não conhece as... coisas que não deram certo, por que que não deram certo? É isso que eu dizia de não começar do zero. Começar... e isso é a cultura que vai te dar. Agora, junto com os fatores culturais, e talvez um deles, são os fatores éticos e morais. Diferenciando o que é ética e o que é moral, eu creio que isso vai ser um divisor de águas no design. Quando nós formos chamados à responsabilidade de assinar por uma embalagem, né, se der problemas, nós somos os culpados. Quando nós tivermos que assumir responsabilidades, quando houver um código de ética para uma profissão regulamentar.

- Aí é... realmente vai mudar bastante a...

- Mas tremendamente. Então hoje qualquer pessoa inconsequentemente e irresponsavelmente propõe coisas... tu vê... eu coleciono algumas loucuras e nocivas, né. E hoje a questão da propriedade, por exemplo, que existe tem um repertório muito grande, repertório também é cultura. Como tu sabes que o que tu estás fazendo já não foi feito e até patenteado, registrado. Então eu acho que são questões que tu tem que tá por dentro, né, tem que tá muito informado. Hoje mesmo recebi um parecer de um laudo técnico que eu fiz pra um trabalho de trade dress, né trade dress é um plágio, vamos dizer, né. Então de vez em quando sou

procurado pra emitir um parecer técnico. É uma atividade que tá aberta para o designer. E os critérios que eu tenho. Eu faço com enorme facilidade porque eu tenho todas as referências, boa parte delas já introjetadas, né, não dependo de consultar, tenho na cabeça. Então acho que esse é o fator cultural que é importante, quer dizer, ter repertório. E tu saber aonde pode parar o teu projeto. Por exemplo, fulano de tal fez um projeto nesse campo e aconteceu isso e aquilo de nocivo. Pronto. Tu sabe disso. A pessoa que não sabe talvez vá cometer o mesmo erro. Então a cultura te ajuda a distinguir o certo do errado, o bom do mau. E o aspecto de cultura é sempre muito amplo, né, isso da música, por exemplo, já criei uma série de coisas fundamentado nos conhecimentos de música que eu tenho que são matemática pura, né, porque a música é matemática, né. Então a... é válido? É valido. Tu conhecer música, história em quadrinho, tu conhecer cinema. Fiz animação quadro a quadro, ainda com 16 quadros por segundo e coisas assim, né, ou seja, sei como é que se faz animação, sei quem foram os principais nomes disso, sei aonde eu vou re... na hora de fazer busca, os alunos apanham pra fazer uma busca na internet. Eu fico impressionado. Poxa, quem tem que entender disso são vocês dessa geração, e não eu, né. Passei metade, mais, dois terços da minha vida sem saber que existia computador, né. E não existia. Então como é que vocês que nasceram com um computador na mão não sabem...

- E a dificuldade...

- E me perguntam onde que tu encontrou essa informação? Na internet. Mas eu já vou direto, né, não perco tempo procurando nas bordas, eu vou no essencial. Como é que fulano de tal resolveu esse problema, né. Eles nem sabem que fulano de tal existiu... Fiquei sabendo que em alguns centros hoje de design, a coisa começou com o politécnico de Milão, lá com o Flaviano Celaschi, que era o diretor lá, ele queria que o design fosse visto não como uma atividade para objetos específicos, mas como uma maneira de pensar. O famoso design thinking. Ele foi o primeiro a defender esse princípio. Depois se perderam. Tentaram ensinar esse design thinking aí e o politécnico virou uma casa de gatos. E... mas ele tá correto no ponto de vista que design é mais que nada uma pessoa muito bem abastecida de informações e uma cabeça muito ousada, com muita coragem de partir pra novas ideias. E... e eu

não vejo isso sendo ensinado hoje nem estimulado. Porque alguém vai ter que provar que aquilo tá certo e que funciona matematicamente. Não tem. Não tem. O próprio Einstein dizia, né, que a ciência não é nada perto da imaginação, né.

Ãh, o professor Mário Ferreira, né, querido amigo, que estruturou e conseguiu a aprovação do MEC para o curso de design, a faculdade de design hoje, mas, na época, curso, né, no UniRitter, na época Ritter dos Reis, defendia alguns princípios interessantes, embora nós tivéssemos algumas discórdias em outros. Mas um, em particular, que me chamou a atenção foi a preocupação enorme dele com as atividades complementares, que ele chamava assim. Ele queria que os alunos fossem estimulados, e até cobrados, a terem atividades extra aula, vamos dizer, né, de formação cultural. Ele não podia entender, como eu também não, um design que não tem uma base cultural no mínimo razoável. Então, ir assistir a um concerto de uma orquestra, ir ver uma exposição de obras de arte, né, ir à apresentação de um químico ou de um físico apresentando teses e propostas, né, isso é muito importante para o design. Então isso deve valer horas de aula. Apenas não concordei com ele com a maneira como isso foi inserido, né, como um apêndice do processo, quando ele não é um apêndice. Deveria permear durante todo o curso, então deveria ter sido pensada uma forma de não ficar tão disperso, mas ser uma coisa especificamente planejada durante o curso.

Apêndice F – Entrevista 2 – José Antônio Verdi

Sobre sua carreira.
O que você conhecia sobre design antes de sua formação (ou seu envolvimento profissional)?
<p>- Bom, a minha atividade profissional começou junto com a minha formação superior, né. Eu não me formei em design, me formei em publicidade, mas a empresa, quando eu comecei a Verdi junto com o Mário, em '95, eu tava entrando na faculdade. E aí, antes disso, eu tinha trabalhado em gráfica. Eu trabalhei em duas gráficas, sendo arte-finalista. E o que me deu embasamento, né, é verdade que quando a gente começou a empresa a gente conhecia muito pouco do que que era design, meu irmão tinha um pouco mais de ideia disso, porque ele já lia a respeito. Eu não sabia nada da teoria, mas eu sabia como é que a gráfica funcionava. Então, eu entrei por essa perna, assim... No início eu era mais o produtor gráfico.</p>
Como você iniciou a carreira como designer gráfico?
<p>- Bom, aí, a formação, né, de publicidade, ela não, digamos assim, ela não é muito técnica, não vai me dar muita ferramenta técnica, ainda mais... me formei na UFRGS, que nem tinham cadeiras de software, de computação gráfica, essas coisas, então não tive embasamento específico, né, mas não considero um conhecimento jogado fora, né. A publicidade ela dá um conhecimento genérico talvez, não sei se essa é a melhor palavra, mas... desde linguística, semiótica, sei lá... depois, no final do curso é que acaba sendo específico, né, pra publicidade, pra parte de campanha promocional, mas redação é legal, linguística é legal, política, né. A gente teve também cadeira de design, então é uma visão, assim, de mundo que eu acho útil até hoje, assim. Várias coisas, ter uma base de, é, de comunicação comparada, né, tu analisar criticamente as mídias de massa... Designer também faz, na área que a gente atua, que é design gráfico, ele tá inserido nesse contexto da comunicação. Então ele não deixa de ser útil. Mas o conhecimento técnico, específico, foi na prática mesmo. Aí tinha que olhar, observar, aprender fazendo e principalmente com pessoas que acabaram trabalhando com a gente, que também nos ensinaram, né.</p>

O que ou quem foi de grande influência em seu trabalho e em sua carreira?

- Bom, quem me botou na área foi o meu irmão. O Mário começou a empresa até um pouco antes de mim, ele trabalhava em casa e quando ele resolveu abrir o escritório ele me chamou. Então ele foi a minha primeira inspiração, assim, né. E o contato dele com o design começou antes, ele tinha uma marca de camiseta, desenhava, eu, por conviver com ele eu vi todo esse processo acontecendo, de desenhar estampas e tal, eu sempre achei legal, né, e era um processo, na época, de serigrafia que a gente fazia. E depois, trabalhando em gráfica, eu vi que, pô, era um negócio que eu gostava de fazer. Depois disso, né, então, a gente começa a ver outras referências, né, e eu gosto muito, respeito muito o trabalho do Bozzetti, um cara que, acho que ajudou a criar um segmento de mercado, que é o que a gente atua. Sei lá, tem uma série de pessoas aí que eu poderia citar que ajudaram, eu acho que os pioneiros, aí, talvez uma geração um pouquinho antes da minha ali que ajudou a criar o mercado que nos ajudaram a dizer assim “esse é o caminho, dá pra viver disso”, né.

Sobre como você trabalha.

Como é o seu o processo de pesquisa, inspiração e criação de seus trabalhos?

- Tá. Bom, eu entendo ali três passos básicos, assim, na metodologia, né, é... planejamento, desenvolvimento e implantação. Pesos muito parecidos, né, então quando a gente começa um projeto, a fase de levantar informações e cada vez mais ressignificar o problema, né, é bem importante, interpretar o problema. Eu diria que se não é o mesmo peso ela é até mais importante do que a fase de projeto em si, porque muitas vezes o que o cliente quer não é exatamente a melhor solução, né. A fase de projeto ela passa a ser, vamos dizer assim, o básico que tu tem que saber, né, isso é o que o cliente espera de ti, então quando tu é chamado para um trabalho, muitas vezes, né, como a visão do designer no mercado ainda não é de um cara tão estratégico, né, de que vai ofe... repensar o negócio, repensar o produto, a gente normalmente é chamado pra resolver um problema mais específico. Então isso é o mínimo que tu tem que oferecer, né. Então ressignificar o problema é importante,

daí a fase de projeto passa a ser o mínimo necessário, né, tu tem que ter pelo menos o necessário pra entregar, né. E a fase de implantação, que eu acho que muita gente peca aí, né, isso vale pra design, vale pra arquitetura, vale pra qualquer fase, pra qualquer atividade projetual que depende de um terceiro pra executar. E aí se tu não tá lá na ponta olhando, ãh, isso pode dar problema. Como eu vim da gráfica, né, então eu dou muito valor.

- Tem uma preocupação forte aí.

- É, eu dou muito valor pra isso, então, tipo, ir lá olhar...

- Não adianta um projeto bem feito e mal executado.

- É uma coisa que tem que trabalhar até na equipe, assim, pra que a galera não fique só no computador, sentada ali, que tire a bunda da cadeira e vá lá olhar, né.

Você costuma utilizar referências culturais nos seus trabalhos?

- Ah, acho que isso é indissociável. Quanto mais a gente vai agregando bagagem cultural, mais... teu repertório de soluções aumenta, e até mais segurança, tu sente, né. Quando eu comecei na atividade, por não ser... por não ter formação, né, por ser inexperiente, eu era muito inseguro, né. E então acaba que tu trabalha mais, tu tá mais sujeito a não conseguir dialogar com o cliente, tentando convencer ele da tua ideia ou, né, enfim, é uma fase que tu tá... mais absorver e aprender na tentativa e erro, né. E quando tu vai adquirindo bagagem cultural, a solução acaba vindo mais rápido, tu tem mais convicção que aquilo vai dar certo. Eu acho que isso faz muita diferença. Muita diferença mesmo.

Você utiliza alguma referência teórica para o seu processo projetual?

- É... tu diz em termos de metodologia?

- De metodologia, de...

- Bom, a gente descreveu a metodologia da Verdi nesses passos básicos que eu te falei, que é aberto dependendo do tipo de trabalho. Se é uma identidade visual vai ter algum desdobramento diferente de um projeto lá de sinalização. [interferência do ambiente] Então vai ter etapas um pouco diferentes. Há pouco a

gente tava até confrontando isso com metodologias, né, de autores, né, de design, pra ver que qual é a nossa referência e como é que a gente poderia ajustar. A nossa se aproxima mais do Bonsiepe, né, metodologia projetual, que, digamos, tem essas três fases bem claras, né, de planejamento, desenvolvimento e de implantação, e que visa essa simplificação, né. Não adianta, a gente acredita que não adianta engessar muito a metodologia porque o tipo de projeto acaba indo pra um lado ou pro outro.

Que palavras você utilizaria para definir o seu processo projetual?

- Eu acho que uma delas é imersão, né. Acho que não existe um projeto bem-sucedido sem... com superficialidade. E imersão passa pela busca de informação qualificada, não adianta ir ali e pesquisar no Google só a respeito daquele mercado, daquele cliente, porque aquilo o próprio cliente pode fazer e certamente já fez, né. Então, eu tenho dito pra minha equipe lá, ó, se tu só pesquisar no Google, tu não vai levar nada de novo pro projeto. Então a primeira pergunta é: onde é que nós vamos buscar informação pra esse trabalho? E aí depende do tipo de trabalho, pode ser na loja, na rua, no concorrente, às vezes, uma pesquisa cruzada na internet vai ajudar, que o cliente ainda não fez, né, mas trazer informação nova é muito importante. E imersão na fase de projeto, né, então é muito intensivo daí, como a gente trabalha em equipe, eu acredito que isso qualifica, né. O designer autônomo, sozinho, ele não tem esse confronto que uma equipe pode trazer. Também a fase de projeto acaba tendo essa imersão, né, de confrontar ideias, de selecionar aqueles caminhos melhores e tal. E também a implantação, eu acho que é, por exemplo, nos projetos de sinalização, que tu tem que conviver no ambiente, eu acho que a imersão é bem importante, assim.

Sobre as influências no seu trabalho.

O que lhe influenciou e/ou influencia no seu trabalho?

- O que você leu ou lê que lhe influenciou e/ou influencia?
- Quais autores (teoria) lhe influenciam e/ou influenciaram?
- O que você viu que lhe influenciou e/ou influencia?
- Que designers lhe influenciam e/ou influenciaram na prática?
- O que lhe influenciou e/ou influencia fora do design?

- O que influenciou...

- É. ãh... em vários aspectos, leitura, até mesmo na parte de teoria, ãh, o que que tu vê no dia a dia, né...

- Bom, acho interessante essa pergunta aí... eu não me... apesar de eu estar fazendo um mestrado agora, eu não me considero um cara teórico. Eu não vim com uma bagagem teórica pra depois ir pra prática. Isso tanto eu quanto o meu irmão que começou o negócio, então, ambos fomos autodidatas, né, vou dizer assim. E eu acho que trazer essas referências, né, a literatura e tal, ela é importante e a gente busca fazer isso até quando tu sente carência de informação num determinado projeto, tu ir buscar um livro a respeito. Mas essa bagagem cultural, eu acho que isso é, como eu falei, é indissociável. Então... ah, vou fazer seja um trabalho pra uma loja, bom, o que que eu já tive de experiência a respeito daquilo; fazer pra um sistema de transporte, o que que eu já vivenciei daquilo. E aí vem o negócio da imersão, né, eu não com... pra mim, a primeira coisa que eu tenho que fazer é me passar pelo usuário, pelo cliente, pra ver como é que eu consigo, né, entender o problema, reinterpretar, acho que se a gente não passa por isso, tu peca, né, naquela parte sensorial do design. Bah, eu vou ler, posso ler as melhores soluções pra um determinado problema, mas se eu não vivenciei ele na pele, né, não senti coisas que tão, que são difíceis de passar num livro, numa coisa... até porque a literatura também, tem que levar em conta aonde é que ela foi escrita, né. O problema normalmente ele é num local específico, numa data específica, né. Então a literatura vai te ajudar a entender o negócio macro. Mas e aquele local específico, aquele momento específico, né? O projeto é pra um momento e pra um lugar, né. Eu acho que isso é único, né.

- E algum, tem algum designer que te influencia no desenvolvimento de projeto, que seja alguma referência forte na...

- Algum profissional ou escritório, tu fala?

- É. Isso, isso.

- É... bom, como ultimamente, né, tu ter um escritório, ter que gerenciar uma equipe, eu acabo me envolvendo muito com a gestão, né. E obviamente eu não olho

pro escritório só que tem a melhor qualidade técnica, eu olho praquele que tem uma gestão bem estruturada. No Brasil, hoje, eu considero alguns escritórios relevantes e que têm algo a me ensinar, vamos dizer assim, que eu tenho o que aprender, então, esses escritórios maiores de branding, né, como o GAD', a Tátil, recentemente eu fiz uma troca aí com um escritório lá em São Paulo chamado Pande, que é mais na área de embalagem, mas também tem uma área de branding e tem uma gestão muito profissional. Enfim, desses três que eu citei, eu conheço um pouquinho da estrutura dos três, o GAD' até por já... por ser aqui do sul e eu já ter convivido com várias pessoas que trabalharam ali, conheço um pouco a estrutura. E, assim, às vezes até a gente olha e pensa "bah, esse trabalho eu poderia fazer melhor, diferente e tal", mas a maneira de gestão de um escritório desses é extremamente complexo e tem algo a nos ensinar, né. Hoje eu diria, assim, a Tátil ela tem mais relevância, né, porque eu acho que ela tem valores mais próximos do que eu acredito. A Tátil tem esse olhar também pro design voltado à sustentabilidade, eles usam o termo até do... não é o biodesign, mas acho que é a mimética, se não me engano, que é buscar inspiração na natureza, que não é bem a batida que a gente traz, né. Então, eu acho legal a abordagem deles, a gente tem um pilar, né, de acreditar na sustentabilidade, de trazer isso para o projeto, mas não com esse mesmo olhar da inspiração visual, assim. A gente tenta interpretar isso em todos os aspectos, mão de obra, impacto da matéria-prima, e tal, independente do resultado estético.

O que lhe influenciou e/ou influencia fora do design?

- Ah, tem, com certeza. Eu acho até legal buscar sempre, porque...eu acho que...a gente tem uma atividade projetual, e que passa por desenho, passa por imaginação, então... a arquitetura nos influencia demais, né. Acho que a arquitetura é um modo de pensar semelhante e entrega uma coisa diferente, que são prédios, são estruturas que são mais duráveis, vamos dizer assim, né. E, então, pô, acho que

vários pensadores aí, e, né... agora me faltou o nome lá do cara que faz o Museu Guggenheim, lá de Bilbao, o Frank Gehry, né, tem um filme⁵ dele, a vida é um s... não, a vida é um sopro é do Niemeyer, tem um filme do, sobre o processo de criação do Frank Gehry que eu acho bem legal, que ele começa projetando pela maquete, pela estrutura física, um processo bem solto, acho legal às vezes trazer isso pra gente, assim. Pessoal de design de produto, também, tem gente que é muito crítica aos Campana, ao, sei lá, ao Philippe Starck, sabe... eu já tive esse olhar também, ah, que coisas inúteis que esses caras fazem. Aí tu começa a ver, pô, o cara é questionador, o cara tem muito mais que uma proposta estética, ali há um questionamento, né. E isso tem a ver com a arte, né. Então é o design se aproxima da arte porque é questionador.

- Perfeito.

- Então, inspiração na arte eu acho fundamental, assim. Sempre buscar esse acervo visual e se tu entender por que que alguns artistas são famosos sempre é porque ele foi questionar, questionador na sua época. Assim como na arquitetura, né. Ah, hoje tu olhar uma obra lá do... sei lá... do modernista, não parece nada novo, mas em 1940 o cara projetar um negócio lá quadrado era completamente questionador, né. E hoje já é... eu acho, eu sou crítico ao cara que fica preso, né, tipo, a arquitetura, na verdade, ainda tá presa, a maior parte dos caras tão presos no modernismo. E o modernismo, pra mim, já é velho, né. O arquiteto modernista pra mim é um cara que eu não quero me inspirar nele.

- Sim.

- O próprio Niemeyer, o Niemeyer foi extremamente inovador, inspirador, mas não é mais, né. Outra coisa tem que vir aí, né. Um Frank Gehry já é mais, uns caras mais malucos aí da arquitetura eu já me inspiro mais do que nele.

⁵ Nota: creio que o nome do filme seja Esboços de Frank Gehry (*Sketches of Frank Gehry*), lançado em 2005, direção de Sydney Pollack.

Sobre a influência da cultura no seu trabalho.

Qual o seu envolvimento com atividades culturais além do design?

- **Como produtor (criando produtos culturais – arte, música, fotografia, imagens...)**

- **Como consumidor (cinema, música, teatro, exposições...)**

- Envolvimento?

- É.

- Com atividades culturais?

- É. Pode ser tanto como produtor, tá, criando produtos de cultura, arte, música, fotografia, imagem, quanto consumidor, né, ãh, de cinema, música, teatro...

- Bom, no momento eu diria que é só como [risos] amante e usuário, né, que vai, visita e vê, até bem menos do que gostaria. Eu tenho... acaba que o meu envolvimento de tempo, de dedicação tá mais ligado a essas questões de gestão de empresa, então, associações que eu participei. Hoje eu to numa entidade chamada Junior Achievement que é sobre empreendedorismo jovem, uma atividade que, vamos dizer assim, vai me ajudar tanto no meu negócio e também é um trabalho social. Mas cultural, eu acho que isso a pessoa tem que incorporar na sua vida, né. Então hoje eu sei que eu to visitando e vendo muito menos coisas até do que deveria, agora, praticamente todo ano eu viajo pra fora e... aquela coisa... não vou lá pra tirar foto no monumento turístico, tu vai lá pra ver o que que tem de arte legal, absorver a cultura, né, daquele lugar. E uma coisa que eu acho que também, de viajar bastante, começar a entender que a cultura não tá só na galeria, né. A galeria vai ali, faz tu pensar, faz tu conhecer épocas diferentes, mas, vamos dizer assim, a cultura de um lugar tá na rua, não tá exatamente naquela galeria, na galeria... ou no museu, normalmente, tá o registro de uma época, né. Mas eu gosto muito, assim, de artes plásticas, cinema, adoro. Fiz, até acho isso legal, também, cadeira de cinema na faculdade. Cheguei a escrever... [riso] a gente teve um professor muito bom na faculdade e mesmo já trabalhando com design, sabia que nem ia trabalhar com design, com publicidade ou com cinema, eu sei escrever storyboard, escrevi dois, três durante a faculdade, né, de curtas, e às vezes tem até que fazer. Hoje já se usa

storyboard no design, né, como técnica de criar cenários e tal, então eu sempre me lembro daquilo, e tal, né. Eu consigo analisar, digamos, um filme por aquela técnica do cinema, assim, né. As coisas básicas ali do enredo, de como é que se cria, como é que se prende a atenção, e tal. Coisa básica pra um cara que também gosta de cinema vai conseguir fazer. Mas eu tive essa oportunidade lá. Mas é isso assim. Eu acho que arte a gente tem que estar sempre absorvendo.

Como você percebe a influência de seu repertório cultural na sua prática projetual?

- Bom, eu acho que até já respondi nas outras ali. É indissociável, ela faz ...te dá mais segurança e aumenta teu repertório de soluções. Então quando eu vejo assim que a gente vai fazer uma reunião pra avaliar um projeto, ou um brainstorming, ou na hora até de argumentar com o cliente, e tu puxa referências de outras coisas porque tu viveu aquilo, dá muito... te dá uma assertividade maior. Acho que não tem como tu bloquear isso. Às vezes até eu me pergunto, pensando, né, num cara, num teórico aí que eu... os caras que estão falando da pós-modernidade, né, do Zygmunt Bauman, da Modernidade Líquida, que já fala... não tem mais essa história do trabalho, separar o trabalho do lazer, que tu começa a fundir as duas coisas, o horário de trabalho não é mais aquele rígido, né. E apesar de eu trabalhar numa empresa que tem horário, tem equipe que eu tento manter uma disciplina, porque ainda não conseguimos quebrar esses paradigmas, assim, totalmente, mas eu me dou conta várias vezes que eu to no meu horário de lazer e to pensando no projeto. Né, e às vezes é isso, é... quando eu travo num projeto, a primeira coisa que eu vou fazer é tentar ir numa galeria, num museu, numa biblioteca, que seja, né, tipo, se tu travou é porque tá faltando alguma referência cultural. E... então eu acho que o bom projeto, por isso que eu falo que é imersão, né, é aquele que às vezes tu nem começou a projetar pro cliente, o cliente ainda nem te contratou, e tu já, só porque ele te falou o que ele precisa, tu já tá pensando nele de noite, vendo televisão, quando tu vai tirar um filme, então a coisa acontece naturalmente, assim.

Que palavras você utilizaria para definir a relação entre cultura e o seu processo projetual?

- É, imersão, diversão, eu acho importante, né, eu acho que se tu não... se tu tomar isso também como um trabalho, ah, então eu tenho que ir em tal lugar, tu não vai absorver sensorialmente, assim, aquela cultura. Eu acho que manter um bom clima, né, afinal um clima... escritório de design é um trabalho, tem rigidez, mas se algo for... se ali for um ambiente de estresse predominante, né, mais do que a sensibilidade que existe nas artes e no design, também, né, eu acho que compromete um pouco, assim, a qualidade até do que tu vai entregar, né. Então essa imersão é importante, mas entender que também... que aquilo é parte da vida, né, não é mais importante do que a vida, aquele trabalho. Então tem que ser legal, tem que ser bom de fazer.

Você tem alguma outra questão a respeito do assunto?

Considerações Finais

- Bom, é, não, eu achei bem legal quando tu propôs o tema porque... é... daí é uma vivência bem pessoal e uma visão minha, assim, que eu fui... viajar... eu gosto de viajar, assim, pro exterior. Desde criança meu pai botava a gente, metia num motorhome e a gente ia aqui pra Argentina, Chile, só de tu conhecer outras culturas, né, dentro do Brasil também tem outras culturas, né, bem diferentes da nossa. Mas essas vivências já me fizeram gostar de viajar e, de certa maneira, acho que quando tu tem isso facilita o teu aprendizado de outras coisas, né. Tu quebrar paradigmas, assim, é bem importante. E eu viajei pro exterior até tardiamente, assim, nem me lembro quantos anos eu tinha, mas deve fazer uns cinco anos atrás aí, eu tinha mais de 30 anos, ãh, quando eu fui viajar a primeira vez e, quando eu fui pra Europa pela primeira vez, né, e depois eu já fui mais umas três vezes, três ou quatro, e é incrível, né, o que mudou o meu repertório. Eu não gosto de ser elitista de achar que as soluções melhores estão lá, pelo contrário, né, eu acho que... o Boncini? Fala isso, né, que a gente tem que procurar soluções, a tecnologia endógena, que ele fala, né, que a solução não tem que vir pronta, quando eu li aquilo nele, eu achei... é muito do que eu acredito, mas tu ver, vivenciar e dizer, putz como é que os caras chegaram nisso. Às vezes mil anos atrás os caras já tinham uma certa solução pra algumas coisas... é, te dá um repertório, assim, bem importante. Então isso é uma coisa que hoje eu dou um valor que antes, há dez anos atrás, eu, né, como eu nunca tinha ido

pra Europa eu achava não tá o cara foi, achava que era uma coisa meio elitista, uma bobagem, mas eu acho que é bem importante, assim. E não tem só.... design europeu não é só aquele que vem na mídia aí, como o que saiu em Milão, que saiu em Paris, e que saiu... não. Tem muito design crítico lá também, né. O design que é feito nos países nórdicos tem um olhar muito crítico da sociedade de consumo e tal, mas também serve praquela cultura, né, pro Brasil ele é um design frio, né. Aí o italiano também é questionador por outro lado, que ele quer ser alegre, quer ser não sei o quê... mas aí se torna, chega no Brasil como uma coisa extremamente fútil, né, sai nas revistas aqui as coisas que viraram, né, a modinha da vez e tal, então, se não olha com os teus olhos é bem diferente. Realmente, quem olha nas revistas, ah, o que saiu, sei lá, as tendências, né, as tendências de Milão, as tendências de Paris. Normalmente, aquilo ali tu vai ver é a visão de um jornalista que chegou ali com a sua bagagem, ou nem foi e já buscou de uma revista, e quando tu vai pra uma mostra lá, pra uma feira lá, ou mesmo viver a cultura ali um tempo, tu vê que tem todo tipo de design lá, que tem gente fazendo o que tá, né, na bola da vez da moda e tem o cara do lado criticando ele e convivendo lado a lado, e o design, sei lá, nórdico, e eles querendo entender como é que é o do Brasil, da América do Sul e do Oriente também, né, cada vez mais presente. Então tá tudo convivendo lá ao mesmo tempo, né.

Apêndice G – Entrevista 3 – Luiz Francisco Karam Correa de Magalhães

Sobre sua carreira.

O que você conhecia sobre design antes de sua formação (ou seu envolvimento profissional)?

- É... pra mim, é um prazer, assim, colaborar com a área, com o setor. Eu acho que todo tipo de informação que se puder registrar e multiplicar e dividir entre os colegas dessa atividade, vem a formar um pouco desse tema que tu tá colocando aqui, que é a cultura, e que é tão pouco, acho, falado ou investigado. E eu acho, achei bem interessante a oportunidade. Porque, na verdade, acho que cada um, como uma atividade nova, como ela está, hoje, né, ela é uma atividade relativamente nova, a arquitetura tem um histórico muito maior, né, de mestres, de referências, ãh, isso falando em Brasil, mas de uma forma geral, e... e que é uma atividade bem próxima, a arquitetura também, a publicidade já mais na parte de design gráfico, que já cola um pouquinho com publicidade. A publicidade também é uma atividade que já se organizou, há bem, bastante mais tempo. Então a área de design eu acho que depende ou carece desses, dessas discussões e de recuperar um pouco esse tempo de não, de pouco tempo de organização como atividade. Ainda que seja uma atividade muito mais antiga, tão antiga quanto a arquitetura, arte, né. Porque eu acho que a atividade do designer, como profissional, é uma atividade igual à de um artesão, que passou de fazer um produto e produz cinco pares de sapato, cinco mocassins lá, costurados com cordão, à mão, enfim, e que ele ali racionaliza o material, pra cortar o menor possível, é, pra baixar custo, fazer a costura de uma melhor forma, que fique bacana, que fique um produto atraente e que seja fácil de ele produzir e ele demande menos tempo pra produzir aquela unidade. E isso é uma minifábrica, quer dizer, esse cara é um designer, né. Então isso, vamos dizer que essa atividade, assim, de artesão, é, a gente... eu gosto muito de uma definição sobre design que fala, é, design é a arte aplicada à indústria, né. Então, enquanto não é aplicável à indústria, repetível, que não tem uma repetição, que não tem um planejamento, mesmo que numa pequena escala, como eu tava falando do artesão, esse cara planeja, né, aí a gente pode deixar no âmbito de considerar arte, mas no momento que ele começa a ter todos esses princípios ou

atender ou ter como objetivo atender esses princípios, ele vai tá fazendo design. E então é uma atividade assim só por nesse contexto, assim, nesse cenário, ela já é rica, né, é uma atividade que é fantástica porque acho que ela também une esses mundos entre a arquitetura e publicidade e hoje eu consigo ver muito isso e valorizar muito isso porque eu me formei nesse meio, assim. Então eu acho que... eu gosto muito do que eu faço e gosto muito da forma como eu consegui viabilizar isso, né, porque a minha ideia, pegando aí a tua pergunta no início, assim, eu sempre gostei de desenhar, então o design como atividade tem, vamos dizer que a gente pode botar uma grande, um grande peso, na, na... no saber desenhar, no saber ver, no saber projetar, não precisa ser o desenho, especificamente, pode ser qualquer ferramenta, mas tem que ter domínio sobre essa ferramenta. Tu pode substituir, tu pode fazer escultura, tu pode fazer direto um 3D no computador, ou, enfim, o que for, mas tu tem que ter domínio disso. Porque é como querer escrever um livro, ser um redator ou ser um escritor e não ter domínio da língua. Eu posso escrever em qualquer língua, eu posso escrever, ãh, é, como eu to lendo um livro fantástico agora, do Valter Hugo Mãe, que a pontuação é toda diferente, né, um angolano, acho que é angolano, é influência portuguesa, e não tem letra capitular, não sei que e tal, é outra forma, mas o cara domina aquilo ali e aquilo é um relato que tu não tem condições de parar de ler. Tu começa e... então é... esse domínio pro design é... isso é importante porque essa parcela sobre o desenho é uma das ferramentas, mas é a ferramenta principal do, da atividade de um designer. E eu sempre tive essa ligação assim com desenho, sempre gostei, tive uma ligação assim, tem um avô meu que desenhava muito bem e então a minha diversão de pequeno era desenhar, desenhar, desenhar, desenhar... e eu canalizei isso pra arquitetura por uma série de questões. Não existia curso de desenho industrial aqui no Rio Grande do Sul, na época, eu gosto muito de arquitetura, também é uma atividade que envolve planejamento, organização de espaço, né, enfim, esse... isso não é nada dissociável, é uma aplicação um pouco diferente, e tal. E a arquitetura, como tem um comprometimento maior, assim, não um comprometimento, mas talvez uma, passa até por essa... é maior tempo já de atividade organizada, e tal, eu acho que a produção de arquitetura ela é um pouco mais aprofundada tecnicamente. Então isso

me ajudou muito quando eu quis depois de fazer arquitetura, trabalhei cinco anos como arquiteto, fizemos bons projetos, tivemos umas oportunidades, não os projetos finais que tenham sido bons, eu falo bons, boas oportunidades de trabalho, assim, de projetar, assim, casas, fazenda, umas coisas bem legais, assim. E daí, ãh, eu já estava fazendo uso desse desenho como ferramenta, quer dizer, eu já era, já tinha uma realização, assim, por tá usando isso que eu sempre gostei e tal.

Como você iniciou a carreira como designer gráfico?

- E daí, então, ah, só que ao mesmo tempo que eu fiz arquitetura por gostar de arquitetura, eu sempre tive um olho pro produto. O meu sonho era desenhar carro. Esse era o meu sonho. Eu passava desenhando carro. E eu me afastei disso por uma, por um... eu acho hoje, assim, uma falta de determinação, eu me acho bem determinado pra um monte de coisas e acho que por um período aí eu não achei que pudesse... e daí não fui atrás de um curso de desenho industrial, enfim, e porque o mercado é muito mais restrito, quer dizer, existe agora um mercado de arquitetura, pronto, eu queria produzir, eu quero produzir, eu não quero, né, ficar... e daí eu fiz arquitetura. Foi essa a linha, assim, né, de... e depois de cinco anos eu comecei a retomar um pouco essa vontade aí, e por saber que existia um curso de pós-graduação na PUC, ali, ligado à engenharia, que era desenho industrial pro desenvolvimento de produto. Dois anos o curso e tal. E eu fiz esse curso. E a gente, e daí eu tive um pouco de oportunidade de experimentar, assim, prototipar, é, uma escala menor, ou materiais, ir a petroquímica ver processo de fabricação de plástico, o que que é uma extrusão, o que que é isso, o que... e comecei a reforçar toda essa vontade de me ligar a produto, né. E daí aconteceram duas coisas interessantes: uma foi, assim, reforçar o por quê que eu não tinha me dedicado nisso desde o início porque eu consegui falar consegui uma entrevista com o cara que é o cara do departamento lá de desenvolvimento de produto lá da Volkswagen, o Luis Alberto Veiga, e ele me contou a história dele e eu fiquei abismado, assim. O cara, ele começou desenhando os manuais de peças, aquela coisa chatíssima, né, de carros, e vista explodida, parafusinho, papapapá, e era aquilo a atividade dele e ele é um cara técnico, ele não é formado em design, e ele, na época que eu falei, que eu tive essa entrevista com ele, 2000, é 90, talvez, ele era o cara, ele era o cara da

Volkswagen. Ele era o coordenador de toda a equipe de desenvolvimento de produto. Tinham já desenvolvido aquele projeto Bx, que eles chamam, que foram os primeiros Gols, Parati, Voyage, e me mostrou apaixonadamente os desenhos dele e como é que ele se formou e não sei o quê e já imaginou... não, o cara faz... e....vem pra São Paulo, eu faço... né... eu te dou umas dicas de como fazer os, adaptar a linguagem pro desenho de carro e tal, né. Então foi um negócio, assim, que me mostrou, pô, cara, dava pra fazer, né, e, quer dizer, dava pra lutar por isso, não que fosse fazer, enfim. E daí, claro, eu já tava, assim, mais, tinha alguns vínculos aqui em Porto Alegre, e daí não botei à frente isso, mas botei bem à frente esse curso que eu fiz, e na época apareceu, vamos dizer o que, de um extremo a arquitetura já, olhando sempre pra essa área de produto, né, que é uma área contígua assim tem uma relação bem próxima de proje... projetual, enfim, ah, apareceu uma oportunidade no outro extremo do design, que é a parte gráfica, que foi, é, se juntar a uma agência de publicidade pra fazer a área de PDV, de ponto de venda. Não que eu tenha ido pra outro extremo, porque na área gráfica eu nunca atuei, eu tinha a parte de produto dentro de uma agência. Produto, o que... eu levei pra dentro da agência a cultura de projeto, de planejamento, de pensar materiais antes de fazer os layouts, mundos, assim, ó, um mundo que eles, ah, eu não tinha essa ideia, mas a área de design e arquitetura são áreas muito bem preparadas frente à publicidade. A publicidade é mais, é bem mais empírica, é um curso que demanda uma criatividade, uma aeração e uma riqueza de referências, de questionamentos, tal, que é fantástica, é outra atividade bonita, tanto quanto a que a gente desenvolve. Mas é completamente desprovida, assim, de toda uma sequência, um planejamento, tal, e isso foi muito bem valorizado, assim, dentro da agência. E era uma atividade que não se fazia aqui em, quase que no Brasil, existiam indústrias que forneciam PDVs, mas estruturado, assim, como um departamento, como uma empresa que pensa isso, que, enfim... E a gente colheu os frutos disso. A gente desenvolveu bastante, desenvolveu equipe, tivemos assim um desenvolvimento bem, bem... como empresa, depois esse núcleo virou uma empresa e tal. Então eu diria, assim, que as oportunidades, ou essa aproximação com o design foi primeiro por origem, assim, por gostar muito de desenho, e segundo por, com o curso de arquitetura, começar a

ver oportunidade de aplicar isso na área de PDV, que é uma área menos nobre, assim, que produto, né. Ela é produto? É produto, tu tem que projetar, tu tem que dimensionar, tu tem que especificar materiais, e isso depois começa a virar produção em série, né, que são menores, né, não vai à venda, ele é comprado por um cliente só, que é uma coisa boa, e que foge um pouquinho dessa dificuldade que a gente antes tava falando aí sobre o mercado de produto, né. Mas eu acho que foi isso, foi a junção assim de ter uma formação em arquitetura, que me ajudou muito, pra projetar bem, pra pensar processos, e antecipar os problemas, e essa, e esse campo, assim, ainda não muito explorado da área de comunicação no ponto de venda.

O que ou quem foi de grande influência em seu trabalho e em sua carreira?

- É, muitos, né, vamos dizer, como eu levei pra dentro da agência uma informação mais técnica, ãh, não exis... eu era a referência técnica dentro da agência. Mas eu praticamente, acho que por seis meses, um ano e depois em diferentes etapas, talvez, por outros cinco anos, né, eu tenha ficado recebendo muita informação que eu não tinha a menor ideia, né, então, a área de comunicação, os princípios de comunicação, é, que são outros, né, e são bem pertinentes pra área de projeto gráfico, né, pra área de design, que é mais de identidade visual, enfim. Então daí, aí eu comecei a entrar noutro mundo, assim, que daí são vários profissionais com os quais eu convivi, assim, que tiveram influência direta, mas isso muito da área de publicidade. E, assim, não sei se tu... citar nomes?

- Se tu achar importante poderia citar, senão não...

- É... é que, assim, são, cara, são todos que trabalharam na agência, né, eu tive, assim, o prazer de conviver lá com o Roberto Callage, com o Roberto Miguez são vários nomes, assim, de pessoas que têm um trabalho já consolidado e que foram importantes pra eu conseguir entender um pouquinho desse outro lado que eu não tinha a menor ideia, né, eu entrei nesse mundo, assim, meio... e... e depois essa convivência, assim, de mundos diferentes, ah, eu acho que é o que se pode pensar pras, pra formação hoje e daqui pra frente, né. Porque eu acho que a... toda atividade, mesmo a atividade do design, ela ta com uma ênfase, uma valorização

superbacana porque ela de fato tem argumentos de trabalho, ela questiona, ela requer pra ser exercida como atividade, ela exige que uma série de coisas sejam pontuadas. Coisas que muitas... né, informações ou posicionamentos, que muitas empresas não se têm, não se propõem antes de que alguém venha a exigir aquilo, né, ou questionar, e tal. Então, eu acho, eu acredito, assim, que a área de atuação dos designers ela vai se ampliar muito. A gente tava comentando aqui a questão de produto ela tem um pouco de restrição, por quê? Ah, os produtos são lançados e um mês depois tem cópia igual e é difícil o processo, né, poucas empresas desenvolvem ou têm capacidade de gerar coisas novas. A própria... e o designer, e arquiteto, e publicitário, enfim, toda essa turma, né, essa nossa turma tem que se cuidar porque a gente fala muito em referência e fazer a partir de referência é uma repetição, não é uma cópia. A gente, evidente, tem maus profissionais que fazem uma cópia, mas tem excelentes profissionais que não têm o tempo suficiente ou não têm um mercado preparado o suficiente pra desenvolver coisas realmente novas, então faz boas adaptações, faz releituras, processos completamente válidos.

Sobre como você trabalha.

Como é o seu o processo de pesquisa, inspiração e criação de seus trabalhos?

- Pois então, é bom a gente... a gente pode partir do que eu tava comentando, assim, que a, que o processo de desenvolvimento é, acho que primeiro, até pra gente se afastar, assim, de uma tentação de desenvolver coisas que já estejam consagradas e consolidadas, porque não é uma... um desvio de conduta profissional, é uma... são informações que já estão tão consolidadas que é difícil a gente sair de fora delas. E quando a gente vê uma coisa nova, a gente pensa assim, bah, que bacana, aquilo impressiona, isso em tudo, não é só no produto, não é só na comunicação visual, na arquitetura, olha a quantidade de prédios que a gente passa e que são zero de projeto e são todos iguais, todos copiados do mesmo que foi malfeito então a repetição de pouco valor e então eu acho que a primeira, o primeiro ponto que a gente deveria valorizar muito na nossa atividade é eleger bem os objetivos que a gente precisa cumprir num trabalho. Porque isso vai determinar vári... são várias as coisas e várias as respostas que vão começar a dar uma cara nesse trabalho. A gente não precisa inventar nada, o trabalho ele tem que ser

construído. Construir é equacionar bem, fazer as perguntas certas e ir respondendo elas, dentro do possível. E isso vai ficar um trabalho coerente, sustentável, defensável, ele pode não ficar um trabalho maravilhoso, né, nem sempre a gente faz um trabalho superbacana, agora, eu acho que a gente tem que ter convicção de que aquele trabalho foi o melhor que a gente conseguiu equacionar, responder... Então eu acho que a base, assim, de investigação, do que que a gente precisa, os porquês, né, por que que... que perfil esse produto ou esse cliente quer, precisa ou... o que que ele revela? Qual é o conceito dele... tem muitas empresas que também se tu não tiver uma boa revelação de um conceito, de uma ideia, também não o que traduzir, né, não tem muito como inventar, daí ficam aquelas coisas, são iguais, são... então acho que uma parcela, um peso grande, acho que é essa questão assim de estabelecer os princípios e os condicionantes e o que que precisa ser atendido, porque acho que ali a gente já tá projetando boa parte do produto ou da ideia, enfim. E outra parcela que eu acho que é bacana, assim, a gente, é a gente enriquecer o repertório ou buscar referências em outras áreas.

Você costuma utilizar referências culturais nos seus trabalhos?

- É, eu acho que talvez por... é uma série de questões. Eu acho que a arquitetura, a gente no Brasil tem uma arquitetura rica em todos os sentidos, né, de péssima qualidade atualmente, de uns tempos pra cá um produto, assim, um total do que se produz em arquitetura, eu acho que... não sei que percentual a gente poderia dizer, mas é de péssima qualidade de projeto arquitetônico. A gente já teve uma arquitetura moderníssima, né, ícones, caras que são referência no mundo inteiro provocando uma revisão da arquitetura. Tem um título que chama “Quando o Brasil era moderno”, são vários... é uma edição aí superbacana, que fala isso, né, quer dizer, o Brasil já foi mais moderno do que é hoje. A gente já teve na música uma coisa inusitada, inovadora, né, que era a Bossa Nova, tudo no mesmo período, a arquitetura moderna, modernista, então é... eu acho que na arquitetura a gente tem toda essa riqueza de informação, de ruim e de boa. Agora se a gente for ver umas produções mais recentes a gente vai ver um resgate assim de um modernismo, de uma arquitetura mais retilínea e tal, isso tem no mundo inteiro, entendeu, esse igual, isso não... não é... é difícil, é muito difícil achar coisas que realmente renovem,

né, assim como foi a arquitetura com Niemeyer, enfim. Então eu acho que na arquitetura a gente tem muita informação boa pra seguir e ruim pra se afastar. Nas artes, da mesma forma. A gente tem uma produção de arte, é muito material, a gente tem, eu particularmente tenho pouco contato, assim, sempre que to em algum lugar que tem uma exposição vou visitar, me obrigo, as pessoas do escritório... a gente quase que periodicamente vai ao museu olhar as obras que tem na Bienal, no Iberê, ah, e como forma de tu ampliar o teu repertório, porque não é especificamente a arte e a arquitetura, o cinema, o teatro... agora, recentemente teve o Porto Alegre em Cena teve aí, deve ter tido muito espetáculo bacana, eu fui ver um deles, que vai ficar na minha cabeça por cinco anos, eu acho. Um cenário montado pela... é, acho que é Daniela Thomaz, ah, é um cenário todo projetado sobre as paredes, tem projeto, não é uma ideia, bonitinha ou diferentezinha, não, é projeto. E é usável, e as pessoas caminham e se deitam pelas paredes, uma forma absurda. Um bom projeto de iluminação, eu nunca vi cenário, aqueles grandes espetáculos lá, ah, todos os clássicos aqueles, americanos, são, todo mundo canta bem, todo mundo interpreta bem, tem 400 pessoas no palco, entrando e saindo, e todos cantam... e não sei o quê, e cenários fantásticos... isso sai fora, não, não precisa, tipo, um espetáculo daquele deve envolver não sei quantos milhões de investimento, isso aqui investe 100 mil e é uma coisa inovadora, enfim. Então, é... uma peça dessas de teatro, uma interpretação, uma escultura que tu vê na rua, um móbile do Calder (Alexander Calder) lá, que, né... esse tipo de influência é que eu acho que faz sentido, assim, pra gente poder enriquecer o repertório e tentar fazer um trabalho justo. Né, eu não to, acho que a gente aqui não consegue fazer um trabalho ah! inovador, o troço mais... cara, mas é um trabalho... né, porque se a gente for buscar referência no mesmo segmento, é difícil, complementar, então... isso eu acho em várias áreas, né. Eu esses dias tava lendo um negócio sobre medicina, um cara, um médico falando um troço, e ele falando, assim, que ele é convicto de que na medicina deveria ter duas disciplinas de arte, duas disciplinas de não sei o quê, entendeu, pra ampliar... o que eu acho que... a gente tem uma formação hoje que a gente fala assim, pô, mas tem muita gente, tem muita gente fazendo a mesma coisa, aí, então, né, se alimentando do mesmo mercado, tem que

mudar um pouco, o mercado não vai mudar. O mercado é esse. Então tem que mudar a forma de fazer. Né, e esse cruzamento de informação é que eu acho que pode ser... pode ser rico, né, pra... achei legal esse cara falar de um curso, tu vê, medicina, não é nada... então eu acho que na nossa atividade... ela é, ela é perfeita pra isso porque ela, quando a gente ta numa atividade que tem como estrutura central planejamento, pensar, né, e equacionar e atua sobre um cenário que pra um lado liga à arquitetura, pra outro ligado liga à publicidade, comunicação, né, une esses dois mundos assim numa, ainda envolvendo arte e tal, é um negócio muito rico, né, pra pensar que a gente tem que buscar, que a gente tem que ficar se olhando, assim, fazendo as academias pra... então, acho que... a gente tem muita, muita informação à volta, assim, muita... é um meio rico de informação, né, de... informação, enfim, pra gente poder desenvolver o nosso trabalho..

Você utiliza alguma referência teórica para o seu processo projetual?

- Aí é uma questão que eu acho que aqui, no escritório, a gente ainda desenvolve, eu adaptei, assim, a parte de projeto, como eu, né, lido assim na questão de... a partir da formação de arquitetura, eu adaptei pra área de design. Então eu não tenho assim uma aplicação de uma metodologia teórica, a gente... e eu acredito, assim, que pouco nessas... a gente ta há uns... essa migração assim da arquitetura pra essa área, isso aí a gente começou em 89, então a gente ta há uns 24, 25 anos aí, trabalhando nessa área, e eu me sinto bem confortável assim de entender que a metodologia de projeto de arquitetura e design elas são bem... elas na verdade tratam, assim, duma mesma, quase que uma mesma metodologia. E então, acho que, dependendo do projeto, tem projetos que a gente provoca, né, a gente tem tido essas experiências que pra mim acho que é o desdobramento pro nosso negócio aqui, pra atividade acho que é uma boa oportunidade, ah, a gente provocar situações e já equacionar elas, né, trazer, não esperar por um briefing... a gente teve esse ano aí, ah, duas oportunidades bem interessantes aí de identificar uma situação e botar essa... um esforço assim de trabalho e daí já propor. E essa é uma... um projeto que a gente ta em fase bem de implantação, assim, que foi positivo o resultado. A gente já tinha tido uma experiência com um cliente que a gente tem algumas demandas e fora essas demandas a gente identificou um

negócio, foi lá, apresentou e então... por quê? Porque tem projeto que quando tu faz, né, o processo todo, é quase que inevitável, né, a aprovação, a implementação, a não ser que tenha fugido alguma coisa assim muito... tipo isso aqui a gente ta descontinuando, um negócio que não tem futuro no mercado e que... bah, que pena. Mas fora isso, assim, tem alguns pontos que, claro, pode, a gente com certeza corre risco de não conhecer a variável mais interna, tipo de estratégia da empresa, mas é claro que a gente não vai ta arriscando fazendo uma coisa... mas tem algumas oportunidades que são muito identificáveis, né, a gente convive com coisas que não tão bem equacionadas, que podem ser melhor desenvolvidas, quer dizer, a primeira, esses, agora, recentemente, a gente tava apresentando um projeto e colocaram uma outra situação, não era sobre esse trabalho que a gente tava fazendo, é, e nos pediram uma avaliação, e a gente começou a consideração a partir de que... valorizando que aquilo que tinha sido feito era uma etapa de trabalho, né, porque é muito fácil chegar lá e ta bah, isso aqui pode ser assim, assim, assim. Bah, que legal. Sim, mas a gente ta falando isso porque já tem esse trabalho, né, então, também isso, então, acho que a gente convive com muitas situações que já foram trabalhadas, bem trabalhadas, e que podem ser mais adiante melhoradas, enfim.

Que palavras você utilizaria para definir o seu processo projetual?

- É... se a gente for... assim, as principais, é... informação é muito genérico, cabe muita coisa dentro, né, mas dentro dessa informação é uma análise das condições, sejam dimensionais, de implantação, de fluxo, aonde que vai ser implantado isso, quer dizer, daí tu começa a abrir portas, né, isso aí, é, muitas que eu acho que todas cabem dentro de um conjunto, assim, técnico. Tecnicamente tu tem que ter toda informação possível. São visitas que, a gente... se é, se cabe um local, se faz uma visita, se acha que viu tudo, e se volta lá e ainda vê que tinham mais coisas pra serem vistas, serem observadas, gastar um tempo nessa observação, né, perceber o que que existe ali. E informações, ah, então, informações técnicas, e algo, quer dizer, quase ou mais peso do que isso a questão de conceito, né, o que que a gente tem a revelar, ou o que que a gente, na identidade, a gente, essa, teu trabalho versa bastante sobre identidade visual, né, projetos gráficos, tal, e eles são como... não, a nossa identidade... né, então, se eu não tenho perfil, se eu não tenho minhas

convicções e tal, como é que eu vou me apresentar, né, eu não tenho condições. Vou ser uma farsa. Então são esses projetos que podem ser copiados, que são iguais a um, igual a outro. Por quê? Porque não tem o que dizer. Então muitas vezes a gente tenta tirar, tirar, tirar, e não tem, não tem um diferencial, são empresas que são iguais, são, ah, agora, eu acho que todo negócio, todo, toda empresa, ah, nasce com um sonho, assim, com uma convicção, não, eu vou fazer isso aqui e tal, diferente do mercado, a melhor, ou mais barato, ou mais rápido. Então, ter, identificar, ou saber, receber isso do cliente ou saber identificar, ajudar o cliente a identificar e eleger um desses pontos que sejam fortes o suficiente para serem trabalhados na identidade, né. E acho que muitas coisas, a gente, mas eu acho que se a gente conseguir reunir bem a questão conceito, de conceito, né, o que que a gente precisa, ah, do que a gente vai falar, e etc., e como que a gente vai falar, acho que é a base do trabalho, né.

Sobre as influências no seu trabalho.

O que lhe influenciou e/ou influencia no seu trabalho?

- O que você leu ou lê que lhe influenciou e/ou influencia?
- Quais autores (teoria) lhe influenciam e/ou influenciaram?
- O que você viu que lhe influenciou e/ou influencia?
- Que designers lhe influenciam e/ou influenciaram na prática?
- O que lhe influenciou e/ou influencia fora do design?

- É, eu acho que toda informação, se a gente tivesse mais tempo, podia fazer uso de toda informação. Eu acho até... as coisas ruins também são boas de serem vistas, né. Então eu acho que na leitura, não é uma... tu vê que é uma ferramenta bastante diferente do que a gente usualmente utiliza nos projetos de design. Mas ler um bom texto nos reforça, muitas vezes, a capacidade daquele escritor de te passar uma ideia, de te vender uma ideia com poucas palavras, né, então, por exemplo, isso pro trabalho de PDV é fundamental. E tu perceber isso te cria convicções suficientes, ah, suficientemente fortes para que tu não aceite uma primeira ideia, né, tu diz assim, ah, ta bacana. Não, não ta bacana, ela ainda é muito cheia de coisas e ela não é absoluta, não é encantadora como, né... então a gente lê dez livros, um tu vai realmente pensar assim, bah, isso é muito diferente, muito... né, então, eu acho assim, desde né, as... eu acho que... depois o livro ou o cinema, cinema menos,

assim, porque ele revela muito plasticamente, né, na imagem, ele tem muito, uma ferramenta muito forte, assim que várias situações exigem menos de outras, né, por exemplo, o teatro, como eu tava falando desse cenário, é um projeto, essa profissional já foi premiada, esse projeto já foi premiado na Espanha, enfim, eu não sei te dar os dados agora, mas é um projeto, é uma profissional reconhecidíssima na área de cenário. Por quê? Porque é inovadora, é um proje... ela tem trabalho, já tem experiência, já tem trabalhos possivelmente não tão legais ou tão diferentes, mas com o tempo vai começando a formar, né... um trabalho tão bacana assim. E tu vê, aí tava lendo, né, como eu te falei, assim, tem vários livros que tem muito conteúdo bacana, rico, e daí de repente tu te depara com um que não, é... que poderia... é uma história... agora a forma como é relatada é inovadora. Tem um filme... e cinema assim é, tem aquele, é, tem aberturas de cinema que são trabalhadas graficamente, assim, com perfeição, né, aquele filme Catch me if you can, ah, tem um projeto gráfico que é putz, fantástico! Aquilo ali a gente tem que ver e rever milhões de vezes, o Desventuras em série, ah, eu não tenho muito registrado nomes tal, mas são trabalhos que... esse Desventuras em série, todo o filme, ele plasticamente ele tem um, não existe uma... ele é atemp... não é atemporal, mas ele é indefinível... a época que é o filme. Que tem umas coisas muito modernas e outras muito fantasiosas, é puro... então os cenários, os carros, todo objeto, toda arquitetura, é uma coisa assim que tu não sabe o que que é aquilo, se é, não, puro... e... pô, esses trabalhos eu acho que... quando eu penso em fazer um trabalho de ponto de venda é... eu não penso que eu pode... que a gente pudesse trazer pra um projeto, assim, essa riqueza desses exemplos que a gente ta falando aqui, mas eles tão de alguma forma por aí, né, quer dizer, a gente não tem a pretensão de fazer ah o PDV, aí, bah, aquele filme que eu vi... quer dizer, para aí um pouquinho, são mundos distantes, isso é um estágio de arte, de produção, uma coisa fantástica, mas que, acho que a gente tem que se enriquecer aí pra... com essas, com esses outros exemplos, né. Então eu acho que a nossa, o nosso exercício de profissional ele tem que ta, ele tem que ser um trabalho, ah, eu acho que, assim, eu acho que a gente tem que batalhar por ser cada vez mais técnica essa área, porque ela, de criatividade, ela já está contextualizada, ou enraizada, né, todo mundo quer fazer diferente, fazer bacana,

etc., etc. Eu acho que falta uma base mais técnica no nosso trabalho, desde apresentações, toda, essa questão profissional, eu acho assim que, acho que a atividade se beneficiaria muito se fosse assim, se tivesse uma dedicação mais técnica. Eu acho que é uma coisa que a gente ainda peca, de um modo geral, e como argumento essa multiplicação, assim, de referência, que a gente não fique olhando o nosso trabalho, que a gente fique olhando outras coisas que são muito mais impressionantes, né, e que são conteúdos, são conteúdos que de uma forma ou de outra contribuem, né. Então, quando eu li esse negócio do médico aí, eu tava pensando assim, tá, de fato, é um cara que sabe ver além do... quer dizer, essa sensibilidade vai ser importante no momento de dizer alguma coisa pra um paciente, quer dizer, esse é o, né, a diferença, que não é imediata, e por isso é muitas vezes é... não tem aplicação, ou fica pra um segundo momento, enfim.

Com relação a parte técnica, o que tu achas que deve ser melhorado para que tenhamos uma profissão mais valorizada.

- Eu acho que é... eu imagino a arquitetura quando era uma atividade dentro da engenharia civil, lá, um, dois anos, divisão dentro da engenharia tinha uma... e... e não tinha o peso, como tem hoje, né, de respeito, do profissional, tal. Então eu acho até que a terminologia, o comprometimento de prazos, comprometimento de etapas... a atividade, eu, a gente passa aí bastante pessoas em formação e eu acho que falta uma base, a gente quer, acho que é o sinal dos tempos, né, a gente tem uma ansiedade, tem uma informação que no início do curso de arquitetura eu jamais pensaria em querer projetar um prédio, né. Porque... cara, e eu desenhava casas e carros desde os cinco anos de idade, era uma doença. E entrando na faculdade eu não queria sair projetando um prédio, eu me vi num mundo assim cara tem concreto, ta, mas eu vou calcular? Sim, tu vai calcular pra poder falar depois com o calculista. Então, na arquitetura, a gente passa pelo cálculo de concreto, do ferro dentro do concreto, da posição do ferro, do afastamento do ferro, e calcula. Calcula. Então aquilo ali, de duas, uma: ou o cara faz um bom uso daquilo e... já é falecido um dos principais calculistas, do escritório de cálculo estrutural aqui no, em Porto Alegre, foi de um arquiteto. O cara se formou em arquitetura só que gostou

demais de estrutura, o que é um trabalho que geralmente, usualmente é... faz o projeto, acompanha com o calculista e depois manda pra um escritório calcular todas e detalhar todas as estruturas. Ele fazia isso. Porque gostou. Imagina, o cara com toda informação de arquitetura, por isso que foi um dos principais escritórios de cálculo aqui... ta tudo certo. Isso, né, umas exceções, a maioria dos arquitetos viram aquilo, calcularam aquilo e nunca mais usaram. Só que nunca mais não é nunca mais, quando tu projeta um negócio, tu já projeta sabendo que é mais ou menos isso, e tu vai falar, ou tu vai exigir de um calculista um negócio que tu sabe que tu pode provocar ele, né, conseguir um resultado mais legal, então assim é quando tu vai falar com uma gráfica, ó, não dá pra fazer isso? Não, dá. Quem sabe vamos fazer isso... quer dizer, eu não me formei nesse mundo, só que eu acompanhei demais, madrugadas, pra impressão de embalagem pra comida pra animal de estimação. E hoje eu tenho uma segurança no processo gráfico, eu falo com qualquer impressor, entendeu, lá do lado da máquina, ó, cara, me baixa a carga disso aqui, se tu compensar isso aqui, não sei, posso falar um monte de asneira, mas eu, eu...

- Tu tem um conhecimento, tu...

- A gente tem a base pra conseguir expressar o que a gente quer, né. Ele vai fazer diferente, ele vai dizer, ta, Luiz, não é baixar... mas eu vou fazer isso aqui e vou chegar onde tu quer. É isso aí.

- Eu noto muito isso, assim. Eu faço muita questão de acompanhar e de... e percebo que tem muito escritório que não se preocupa, parece que o resultado final, o resultado final não, o material pronto não faz parte do projeto. O projeto é simplesmente tu...

- É dissociado.

- É. É tu finalizar o arquivo, e não ele pronto. Eu acho isso incrível.

- É, o projeto, é, isso muito, dissesse bem, o projeto não é o que [01:00:08 - celular vibrando] o cliente quer, né, ele não quer um projeto, ele quer uma coisa final lá, um cartão, uma peça gráfica. Então o projeto é uma ferramenta. Então falta

profundidade, e eu acho que uma coisa que atrapalha é essa pretensão de apertar dois botões e o negócio sair, entendeu? Então isso atrapalha. Por quê? Porque eu me julgo capaz de fazer um negócio que eu ainda não tenho a base pra fazer. E [01:00:42 - celular vibrando] então tem que esperar isso dar, movimentar essa roda e dar um resultado bacana, porque vai dar, porque as pessoas não são travadas lá, e elas têm um... essa liberdade dá essa atrapalhação, mas dá também um desenvolvimento maior, então tem que achar o caminho. Não é que esse é o fim do mundo, né, eu já achei que fosse o fim do mundo, mas eu acho que não... é achar uma forma disso dar resultado bom, né, porque daí o cara consegue aproveitar isso de... de desde o início... a outra característica que a gente tem muito assim, eu acho que em particular no Brasil, deve ter alguns outros lugares que são assim, mas, ah, tanto na arquitetura quanto no design, é, existem estruturas que... quando o profissional se forma, essas estruturas absorvem essa novidade no mercado, né, esse novo, essa nova... e... esse novo profissional, com novas ideias, a capacidade de querer colocar coisas novas e tal dentro de uma estrutura formada, e isso vai movimentando. O cara não sai fazendo projeto. Até porque é uma... por um lado é um contrassenso, o cara não tem bagagem pra fazer, não tem. E aqui, usualmente, não existem estruturas fortes de escritórios capazes, né, em alguns setores têm, advocacia tem vários escritórios que tem uma sala com bibliografia, com isso, aquilo, e daí vão se agrupando lá, que eles chamam os associados, né, e tal. Em arquitetura não se formou nunca isso, então os caras mais famosos aqui em Porto Alegre fecharam seus escritórios quando ficaram velhos, ele e mais os sócios dele, e os dois desenhistas foram, sei lá, assim vários, vários nomes, caras que construíram muito do que a gente vê aqui eram escritórios pequenos. E então tu te formando tu te vê meio obrigado a fazer por ti. É bacana, é oportunidade, mas também é reinventar uma roda que já tá também andando lá e poderia desenvolver muito mais, né. Então no design acontece isso, os caras não são nem formados e já são reinventando uma roda que...

- Daí tu vai cometer erros, nem erros, né, vai ter que passar por um processo de aprendizagem que daqui a pouco tu...

- Claro. Então qual o resultado disso? É o mercado fica meio desacreditado

porque tem várias aberturas de trabalhos que não são assim maduros ou suficientemente... a valorização profissional, né, o discurso, então imagina um profissional desses que se forma, entra dentro de um escritório que tem 50 pessoas e pega, vai pegando aqui, bah, hoje eu fiz reunião com um cara lá e vi o discurso dele e vi a apresentação e tatatã, daqui cinco, dez anos ele forma uma outra, um outro time, né, é outra etapa. E eu acho que em alguns outros mercados não existe isso de tu sair da faculdade e abrir... e aqui, eu comecei assim também, né, eu me formei e busquei... eu tive a oportunidade de fazer um projeto bacana, assim, uma fazenda, então era um negócio grande, né, e eu tentei com dois arquitetos muito, que têm um trabalho superbacana, e eram, são, eram sócios, e eu estagiei com eles por um bom tempo, e desenhava lá e tal, durante a faculdade. E daí eu achei que eles pudessem tocar esse projeto e eu ficar associado neste projeto pra eu, assim, aprofundar mais ainda a... eu já tinha estagiado bastante lá com eles, então, eles têm um trabalho, mas não fechou essa ideia e tal. E daí eu me vi obrigado a... eu busquei um colega que tinha se formado um ano antes, já tava com acompanhamento de obra, com mais corrida de obra, e a gente enfrentou isso meio... não é, né, racionalmente, não é... poderia ter tido essa oportunidade aí e explorado ela com toda vontade assim de projetar e não sei o quê, mas num grupo maior. Então são modelos, não é, eu acho que é menos... o resultado de produção da atividade eu acho que perde com isso. Profissionalmente cada um de nós perde por um lado e ganha por outro. Porque a gente se vê... tem que fazer. E daí é uma experiência bacana, a gente experimentar e ver que pode fazer e ir experimentando, né, então eu acho que pra formação profissional, eu acho que é um outro modelo, assim, não é melhor nem pior. Mas pro trabalho, pra atividade, talvez seja, né, não sei.

Sobre a influência da cultura no seu trabalho.

Qual o seu envolvimento com atividades culturais além do design?

- **Como produtor (criando produtos culturais – arte, música, fotografia, imagens...)**
- **Como consumidor (cinema, música, teatro, exposições...)**

- Isso tu já colocou, né, como consumidor de cinema, música e teatro. E se

existe também teu envolvimento como produtor. Se criou produtos culturais em algum sentido, assim, de arte, música, fotografia, imagens, o que que tu...

- Eu acho que... não produção que ligasse assim algum projeto mais estruturado, eu produzo muito pra mim, foto, gosto demais de fotografia, to sempre fotografando, já fiz umas coisas aí de registro que eu gosto muito e como um, como hobby assim. E a gente, assim, produção nossa ligada à arte não, mais é essa questão de consumir isso. Mas não... tu colocou ali a questão de?...

- É a influência da cultura no teu trabalho, né, o teu envolvimento com atividades culturais além do design, né, como consumidor, né, que a gente já conversou, e como produtor. Né, seja criando um...

- É, como consumidor eu acho que eu sou bem disciplinado, assim, porque eu tenho me provocado a realmente participar mais, né. Esse ano passado, agora, no inverno, teve aí a exibição de um filme pré-bienal, um filme de um inglês que fez o filme todo baseado em cima da história do Tamisa, e a relação da sociedade com o rio. Né, e que... ah, é uma viagem, o filme. E daí o, mas tinham umas coisas interessantes, que trata disso, né, a luta daquela população à volta daquele rio pra, quase como uma queda de braço, assim, de conseguir transportar ele, de conseguir tirar algumas coisas dele, e depois do momento, e depois isso virou uma metrópole à volta e tem milhões de ponte, ninguém mais vê o rio. As pessoas passam em cima e tu não olha aquele rio. A grande média ali. Então assim, esse tema é o rio, é saber olhar, né, mas tá, o rio é o rio, maravilhoso, bonito, não sei o que, mas o cara fez um tratado, né, em cima daquilo ali. E daí fizeram a projeção aqui no... num barco, no trajeto pelo Guaíba, né, começou de noite e foi até... era um dos dias mais frios do inverno agora, se tava zero grau no Guaíba tava abaixo de zero [risos]. Cara, aquela projeção, mas foi um evento assim, um troço, e ver a cidade iluminada, né, coisa que eu não tenho assim muita ligação, não faço esse tipo de programação, uma coisa impressionante. E daí... então isso tava disponível aí numa programação pré-bienal, e tal, que era, assim, não era aberto ao público, mas eu me movimenteiei pra ir nisso. Tem umas, uns eventos aí no Iberê pra abertura de todas as exposições que são palestras com os curadores, e são oportunidades

fantásticas de ampliação do nosso mundo. Então, ah, né, essas fronteiras do pensamento, então eu tenho usado o tempo, é, eu tenho, assim, outra questão que eu faço também, eu gosto muito de conviver a cidade, a cidade eu acho, acho que a nossa cidade é bacana, tem milhões de problemas aí, mas... e a gente trata bastante, trabalha boa parte do tempo em relação a ponto de venda, então boa parte do meu trabalho é essa captação assim de informação, de coisas pra que a gente pudesse ampliar o nosso trabalho, ou a forma de fazer, ou melhorar a forma de fazer. Então eu acho que como consumidor, eu acho que a minha vontade e objetivo é de ampliar isso cada vez mais. Se puder consumir o meu tempo com... consumindo [risos], isso aí pra mim tá ótimo. E poder aplicar de vez em quando no trabalho. E como produção mesmo a gente nunca teve produção cultural mesmo, um retorno assim, nesse sentido a gente nunca teve.

Como você percebe a influência de seu repertório cultural na sua prática projetual?

Que palavras você utilizaria para definir a relação entre cultura e o seu processo projetual?

- Eu acho que se a gente for pegar assim, é a gente poderia dizer que é provocação, provocação no te fazer olhar, e identificar, ver, outras, outro ambiente, outro foco sobre o mesmo tema, enfim, né, outras maneiras de abordar um problema. E acho que outra palavra assim, né, isso é rico, pô qualquer... ah, alguns filmes, como a gente tava falando aqui, é uma riqueza de produção, de detalhes, que tu pensa assim, cara, um projeto gráfico que requeira isso, é nada, né, então dá uma vontade assim de realmente, ó, tem que se dedicar aos projetos que a gente tem na mão, que eu acho que nenhum deles é tão complexo quanto uma produção dessas, assim, que envolve um espetáculo, uma, enfim. E é investigativo, assim, de uma certa forma, né, porque por exemplo, antes e ver um espetáculo desses, tu não tem, tu pode ser, tu pode ter uma expectativa que não se revele, né, então eu acho que todo trabalho... teve um trabalho agora dois recentemente, né, aqui, expostos aqui em Porto Alegre, do William Kentridge, que é um artista sul-africano, ah, é um trabalho com desenho e uma produção... o cara deve ter seus 50, 60, 70, não sei, mas ele representa, assim, uma figura de um burocrata, parece, né, não é aquele

estereótipo do artista e é um cara que tem uma produção, eu nunca vi tão moderno, o tipo de trabalho que eles montaram aqui no Iberê é um trabalho moderníssimo, de muito valor, um troço realmente muito diferenciado. Daí tu vê, vê um trabalho aí, teve uma exposição do Waltercio Caldas, eu acho, e daí afora toda, o trabalho dele é mais assim, menos, mais limpo, assim, as peças... provocativo, talvez, da mesma forma, mas... e daí tu olha assim, as peças, eu perguntei lá, o pessoal diz que ele produz geralmente com o mesmo pessoal, que envolve metalurgia e tal, mas de uma precisão, é o polimento até uma parte, aí a partir dali a pintura é preta, com uma cobertura meio epóxi, assim, quer dizer, a arte, usualmente, não se atém a tanto detalhe assim de produção, né, e esse cara é um aficcionado por isso, né, as peças dele têm isso, né... tu pega umas obras lá no Iberê... e tu pensar assim, o que que move aquilo ali, né, por quê, quanto tem de informação, quanto tem de... isso... então, eu acho que cada um desses trabalhos é uma oportunidade de a gente investigar um pouco o nosso mundo a partir do que eles tão propondo, né. Tem um trabalho de dois... é um casal de Caxias, eles tão com uma exposição que trata de, que chama assim Alfabeto infinito, então eles tratam tudo a partir do alfabeto, né, então eles dividem algumas coisas em 23 partes, que significa o ABC completo e daí montam palavras a partir daqueles novos signos. Então são trabalhos, cada um envolve uma série de, um conteúdo todo que cada um desses artistas ou escritores tratam e de uma forma que tu, ao entrar em contato com aquilo ali, tu também te provoca, né. Isso eu acho bacana, porque eu acho que o design também ele tem essa, esse desafio, assim, né, de tu propor e realizar uma coisa que a pessoa em parte entenda o que tu ta colocando ou use da forma como tu pensou, né. E também acrescenta aquilo ali, de repente veja um pouco além do que tu tava... porque cada um vê dum jeito, enfim..

Você tem alguma outra questão a respeito do assunto?

Considerações Finais

- Eu acho assim, Guilherme, ta bacana, embora eu não tenha me fixado muito na questão que tu tem colocado é... pra mim, eu começo a falar num negócio... mas eu acho o tema é rico porque eu acho que é... toda atividade depende desse conhecimento passado em frente, né, dessa cultura que vai se formando, né, com o

tempo, e tal, pra nós, assim, a questão a área de design eu acho que depende, dependeria bastante eu acho da um tema importante assim, e urgente, né, de se começar a produzir a partir disso, desses questionamentos, que é, ah, a gente lida com uma produção cultural, assim, deveria lidar, né, e eu acho que nem sempre ta contemplado, né, o trabalho. E outra que a gente ta num meio que eu acho que começa a ser presente em vários outros, mas a nossa cultura ela começou por uma mistura, né, então a gente convive com muita coisa, a gente convive com um modelo mais preestabelecido, e ao mesmo tempo com modelos mais artesanal, mais naturais... a gente tem indústria de plástico e tem palha e redes não sei o quê, quer dizer, a gente tem uma riqueza bacana, né. Então eu acho que a nossa produção na área de design pode ser bem valorizada. Por essa questão, assim, que eu acho que a gente tem uma... a cultura que a gente tem aqui ela tem muita, ela reúne muitas coisas diferentes, né, e por influências... e diferente de outros lugares. Por exemplo, uma Itália produz, é referência até hoje no mobiliário, indústria, mas será que, se perguntar assim, será que tu pega a Itália, tu pega qualquer... é tanta, é um passado tão rico, tão... que não existe o será, né. Tu pega qualquer mobiliário bem desenhado porque, imagino, continuam tendo escolas que aprofundam, que respeitam a questão de projeto, que fazem uso desse conhecimento, mas isso não precisa ser exemplo pra tentar se aplicado aqui e a gente ficar sempre correndo atrás dessa falta de toda essa bagagem, falta de todos esses anos de atividade, da indústria e do não sei o quê e tentar fazer uns mobiliários que só saem uns arremedos, umas cópias malfeitas do que vem de fora. Então acho que a gente tem outro campo, a gente tem uma riqueza de coisas diferentes, né, pra misturar e sair fora desse cenário, né, e ter valor tanto quanto.

Apêndice H – Entrevista 4 – Paula Langie Araújo

Sobre sua carreira.

O que você conhecia sobre design antes de sua formação (ou seu envolvimento profissional)?

- Ta. Na verdade, a minha formação começou muito cedo. Eu sou de Pelotas, e quando eu tinha que decidir se eu ia por segundo grau tradicional ou se eu faria uma escola técnica, que tinha lá em Pelotas, eu acabei decidindo fazer a escola técnica. E nesse momento eu já tive que decidir qual era o curso que eu queria escolher, e eu não tive nenhuma dúvida, assim, né. Dentre os cursos que tinham da escola técnica, ah, existia o curso de desenho industrial, isso em 96, eu acho, não, antes, bem antes, 92. Eu me formei na escola técnica em 96. 92, 93, por ali, eu tinha o que... sei lá, 14 anos, e eu tinha que decidir o curso e não tinha nenhuma dúvida. Eu conhecia o curso de desenho industrial, aliás, eu escolhi ir pra escola técnica em função do curso de desenho industrial.

- Legal.

- Então eu comecei a entender o que que era design já nessa época, com 14 anos. Antes disso, eu sempre gostei de atividades manuais, né, que é o que a gente mais ou menos, ah, liga a quem gosta da criatividade, então assim, sempre fui uma criança que gostou de pintar, desenhar, né, de enfim, fazer bijuteria, fazer bichinho de conchinha da praia, né, então sempre gostei de trabalhos manuais. E aí isso acabou levando pra essa escolha do curso de desenho industrial. Só que eu fiz o curso de desenho industrial e me formei com 18 anos e fui buscar o que que eu ia fazer na faculdade. Não existia um curso de design aqui, a não ser o da ULBRA, mas os professores diziam, ah, é muito parecido com o currículo do desenho industrial de Pelotas, porque era tudo iniciante naquela época. Então eu acabei escolhendo fazer publicidade e propaganda na PUC e fiz artes plásticas na UFRGS. Então na verdade, a minha formação é um início no desenho industrial, né, que eu, muito jovem, assim, mas bem embasado, assim, um curso que eu acho surpreendente assim pra uma fase de vida que tu ta ali, entre os 14 e os 18 anos, muito jovem, com bastante formação, a gente foi visitar empresas em São Paulo, a gente visitou a Brastemp,

muito jovem, assim, né. E depois essa junção da publicidade com as artes plásticas, né, que fez esse, vamos dizer, essa mistura, né, do meu repertório a respeito de design.

Como você iniciou a carreira como designer gráfico?

- Pois é, como eu fiz o curso de desenho industrial lá em Pelotas, a gente tinha já estágio obrigatório. Então assim, aos 17 anos eu fiz estágio em Pelotas numa editora, na verdade não era uma editora, era uma pequena agência que fazia anúncios pra classificados. Super [risos] bacana... o meu estágio não era remunerado, eu ia lá todas as tardes pra ficar fazendo anúncio de classificados, assim, né. Foi a primeira experiência, só que isso me deu muita segurança pra começar a faculdade com outro olhar. Então assim, eu comecei a faculdade já tendo trabalhado. Né, então, os meus colegas da publicidade nunca tinham tido nenhum contato, né, e eu já tinha tido uma primeira experiência. Então eu consegui estágio muito fácil, assim, eu acho que no segundo ou terceiro semestre da faculdade eu já tava fazendo estágio numa pequena agência aqui de Porto Alegre, né. E como eu fazia as duas faculdades, às vezes era difícil de conciliar, então eu fazia estágios menores, assim. Eu procurei dar muita ênfase pra parte de aprendizado, então nesse início da minha carreira, assim, com certeza as faculdades tiveram bem mais peso do que o estágio, mas foi chegando no final da faculdade e eu fui buscando então estágios mais fortes, vamos dizer assim, e foi no início, ah, e foi no final da faculdade que eu consegui um estágio no GAD' design, né, que no início era um estágio de verão, eu passei janeiro e fevereiro lá, sem ganhar nada também, né, mas sentando do lado dos designers e observando e... e eles, né, por algum motivo, gostaram de mim, assim, eu saí do estágio, depois de uns seis meses me chamaram, se eu queria trabalhar lá, como júnior, né, começar... Então eu comecei a trabalhar antes de me formar, né. Quando eu me formei eu já tava trabalhando. O que eu acho que é uma supervantagem porque tu sai pro mercado de trabalho, mas tu já tá, né, posicionado. Eu fiquei quatro anos no GAD', né, então, o GAD' foi uma superescola, assim, claro que toda a minha formação acadêmica eu considero extremamente importante, mas no GAD' eu tive um aprendizado prático muito grande, assim, que

eu acho essencial. O pessoal hoje em dia acho que sai da faculdade e já quer ter seu negócio e tal. Eu acho que essa experiência de mercado pra mim foi uma escola também, assim. O GAD' tem esse caráter, porque eu tenho muitos colegas que eram do GAD', que acabaram depois saindo e tal. Então, foi mais ou menos assim que começou.

O que ou quem foi de grande influência em seu trabalho e em sua carreira?

- Nossa, muitas pessoas, assim. Difícil de dizer todo mundo. Mas na época eu namorava um arquiteto, né, e ele fez desenho industrial comigo também, né, a gente se formou juntos no desenho industrial, e aí ele foi pra arquitetura, e isso influenciou de certa forma porque eu pensei em fazer arquitetura, cheguei até a fazer o vestibular. Porque era uma dúvida, eu gostava de todas essas áreas que o design mistura [risos]... como ele escolheu arquitetura, isso pesou pra mim, tipo, ah, não vou fazer a mesma coisa que ele, eu vou escolher outra, outro enfoque pra isso, né, e acabei então escolhendo a publicidade e as artes plásticas, que seriam as três áreas complementares, vamos dizer assim, né. Hoje eu nem to mais com essa pessoa, mas na época isso me influenciou a tomar essa decisão. Ah, então, acho que ele influenciou, né, esse meu início de carreira, ah, eu me lembro que o GAD', o GAD' teve uma influência bem grande, assim, na figura do Valpério, inclusive, que é um dos diretores. Porque eu me lembro que durante a faculdade, eu tava cursando publicidade, e publicidade não é bem design, né, a gente assistiu uma palestra do GAD' que o Valpério ministrou, e eu tava fazendo estágio em agência de publicidade, né, uma pequeninha, uma agência bem pequeninha daqui, mas eu já sabia que não era bem aquilo... e quando eu ouvi o Valpério falando, eu disse eu vou trabalhar nessa empresa, não importa o que tiver que fazer, mas eu vou trabalhar nessa empresa. Isso me influenciou bastante também, né, a fala do Valpério sobre como eles viam o design, né, isso lá em 99, no início, 98, 99. então o design ainda tava se estruturando, né, como atividade no Rio Grande do Sul, e tal. Eu acho que o Valpério teve esse peso, assim, né, de também influenciar nessa minha decisão. Foi ele que me escolheu também pra fazer o estágio curricular lá no GAD' e tal. E uma outra pessoa foi a minha sócia, que começou comigo a Néktar, né, que foi uma pessoa

com quem eu trabalhei quatro anos no GAD', a gente fechou, assim, se deu muito bem, né, no trabalho, e ela me acompanhou na Néktar durante cinco anos. Daí, ela saiu em 2010? É... final de 2009, início de 2010, né, ela saiu da sociedade, mas com certeza foi uma pessoa que me influenciou, porque ela era mais velha que eu e já tinha bem mais experiência, né, e enxergou em mim um potencial e me incentivou, né, a montar um negócio com ela. Claro que eu só montei porque ela tava junto comigo, né, [08:48 - interrupção para café]. Então é uma pessoa que também me influenciou, assim. Agora, ídolos de design, assim, eu não me lembro do início da carreira de ter assim, sabe... eu me lembro muito, assim... a Tátil é uma empresa que eu sempre admirei desde o início. Então, assim, quando eu pensei né, no início da carreira, bah, qual é a empresa que eu acho que é muito legal, eu pensei numa referência assim, tipo, ah, a Tátil é uma empresa que é muito legal, mas enfim. Não me lembro assim se eu tinha um ídolo designer, até porque na época acho que não era muito presente isso.

Sobre como você trabalha.

Como é o seu o processo de pesquisa, inspiração e criação de seus trabalhos?

- Ah, varia muito, assim, né, de caso pra caso, assim, mas a gente faz geralmente primeiro pesquisa online, né, então, né, etnografia, que a gente chama, né, vai pro computador e pesquisar mesmo, assim. Algumas vezes pesquisa de campo, então, desde ir até a empresa do cliente, conhecer melhor, entender como é que é o processo dele, poder se embasar melhor do que que é a vida desse cliente, até ir até o supermercado, ver como é que é o comportamento do produto na gôndola, dar uma olhadinha como é que as pessoas se comportam em relação à compra, né, ah, ler muito site de pesquisa, e hoje em dia a gente tem essa facilidade, assim, em relação a nove anos atrás, que é o tempo que existe a Néktar, né. Nossa, incrível, bom, do tempo que eu trabalhava no GAD', então, nem se fala. A gente pesquisava foto em banco de imagem livro, né, não é essa facilidade, né, que a gente tem hoje entrar ali, entra no banco de imagem, já selecionar foto free, né, baixar vetor free, enfim, é outra relação hoje, assim. Então a pesquisa ela acaba sendo mais fácil, né. Tu acessa os sites de pesquisas e tu encontra conteúdo sobre aquele mercado que tu quer saber mais, então é muito mais uma questão de buscar

na internet ou nesse contato com o cliente ou em visitas de campo, né, ah, mais informação. Bom, inspiração e criação mesma coisa, hoje em dia tu tem muitos sites pra buscar inspiração, né, então, tu tem desde o [11:24 ?], que é lá o portfólio de muitos designers online, né, até blogs, né, de marcas e tal, e a gente tá sempre olhando isso, né, então, é costume ficar olhando regularmente, né, esses, essas referências, assim. Acho importante não tanto até, não só como inspiração, mas também como balizador pra ti não fazer coisas muito parecidas, enfim, e o imaginário coletivo funciona, assim. A gente acaba vendo muita coisa parecida, às vezes não é cópia, mas ta todo mundo no mesmo clima, assim.

- ... um pouco o que fazer pra fugir disso, né...

- Exatamente. Então ta olhando o que ta se fazendo é importante. Né, pelos dois lados, pra te inspirar e também pra te deixar ligado, tipo assim, não vou fazer uma coisa muito modinha ou que ta muito, né, em evidência, assim. Ah, mas eu acho que é isso.

Você costuma utilizar referências culturais nos seus trabalhos?

- Nossa. Muito. Pela minha formação, né, então, como eu vim das artes plásticas, na verdade, eu fiz a faculdade de artes e fiz mestrado depois, né, meu mestrado foi em história, teoria e crítica, então era bem focado, ah, na área teórica, né. Eu tive uma bibliografia que era muito extensa, em francês, inclusive, que foi um esforço grande, né, ter que lidar com essa bibliografia, mas enfim, eu tive um contato com o pessoal das artes e com a história da arte e com, vamos dizer, novos artistas, também, que me desenvolveu um gosto muito grande por isso. Então, assim, eu to sempre olhando coisas, né, de arte, né, então, é uma coisa que eu uso bastante, né, nos meus trabalhos, geralmente... é aquela coisa, um repertório que vai sendo construído, né. Como eu passei seis anos dentro do instituto de artes, tendo aula, falando sobre isso, ah, logicamente isso influencia, assim, né. Mas eu tenho amigos artistas, to sempre vendo os trabalhos deles, procuro ir nas exposições, né, então, vou sempre nas bienais, em São Paulo, tipo, toda bienal de São Paulo eu tenho um grupo de amigas que a gente faz uma viagem pra visitar,

tipo, já é meio tradição, assim, sabe, sempre nós três vamos fazer essa viagem pra bienal de São Paulo, a gente até as vezes inventa um trabalho pra aplicar, de artes assim, nessa viagem, então acho que o meu repertório cultural, muito mais com relação às artes visuais, né, eu tenho pouco contato, assim... literatura, adoro ler, acho que, né, também ajuda, mas não tenho muito tempo, hoje em dia [riso], pra ler, né, e música também adoro música, né, mas, enfim, da cultura, assim, vamos dizer, o que mais eu utilizo é realmente as artes visuais.

Você utiliza alguma referência teórica para o seu processo projetual?

- Olha, eu já fiz os três cursos do Charles Watson, não sei se tu já fez algum curso com ele...

- Não...

- ... na verdade acho que ele não é uma referência teórica, né, é uma referência viva [risos]. Ah, mas hoje em dia, cada vez mais, como a gente tem um acesso à informação diferente, assim, acho que ficar só na teoria... o livro ali que tu leu, e é teórico, já não, né, te conecta tanto, né, com a informação. Então, ah, no caso dele, eu acesso muita informação dos cursos dele, assim, e até das referências teóricas que ele traz, assim, é uma pessoa que tem contato também com a arte muito forte e fala sobre o processo criativo e tem muita coisa do que ele fala que eu enxergo, assim, no andamento do projeto, né, aqui dentro, assim. Claro, que tem referências teóricas, por exemplo, da área de gestão, né, que a gente acaba usando, assim. Acho que as referências teóricas da área de design mais no sentido, ah, teoria das cores, enfim, isso, né, acaba ficando lá no inconsciente, assim, não é uma coisa que eu acesso, né, frequentemente, assim.

Que palavras você utilizaria para definir o seu processo projetual?

- Assim, até mesmo no, não, né, no que tu utiliza hoje aqui na metodologia do escritório, o que que daqui a pouco...

- Que tenham a ver com o processo de criação? Processo do projeto?

- É... é. Do projeto de criação.

- Mas tu quer palavras-chaves, assim?

- É, ou alguma palavra-chave que, né, tu vá...

- Arram... olha, eu acho que tem muito de esforço, não é bem esforço a palavra, talvez persistência, né. Tem uma coisa do olhar, né, de perceber as coisas com um olhar diferente, né, de poder fazer associações através desse olhar, assim, né, associar conceitos, e também muito de persistência. Acho que foi o Charles mesmo que falou, assim, que tem uma coisa de entusiasmo e persistência. Talvez fossem as duas palavras que eu associasse, né, pra definir o processo, assim. Eu acho que tu tem que ter um entusiasmo no sentido de uma energia, de ta disposto a investir aquela energia a fundo, né, e uma persistência de não desistir no primeiro percalço, porque todo processo criativo é assim, né. Ver uma página em branco e ter que inventar do nada é angustiante, é tenso, é... e a maioria das pessoas eu vejo assim, que têm muitas ideias, mas não conseguem executar, né, porque daí tu chega na hora da execução, bah, não ficou tão perfeito, isso aqui não sei como fazer, desisti, né, não vou levar adiante. Então acho que essas duas palavras pra mim são bem importantes, assim. Entusiasmo e persistência... um casamento, vamos dizer.

Sobre as influências no seu trabalho.

O que lhe influenciou e/ou influencia no seu trabalho?

- O que você leu ou lê que lhe influenciou e/ou influencia?
- Quais autores (teoria) lhe influenciam e/ou influenciaram?
- O que você viu que lhe influenciou e/ou influencia?
- Que designers lhe influenciam e/ou influenciaram na prática?
- O que lhe influenciou e/ou influencia fora do design?

- Nossa, tem muita gente que eu admiro o trabalho, assim, né. No design, ah, o cara que pra mim, assim, eu olho muito é o Sagmeister, inclusive tive o prazer de conhecer ele este ano, fiz o workshop dele... que realmente pra mim é uma referência, assim. Porque é o cara que mistura, pra mim, o olhar artístico com o design, assim. Ele não ta tão preocupado com o olhar negócio, assim, ele tem um viés, né, mais artístico e eu acho que ele conseguiu criar um nicho pra ele sustentável no sentido comercial, assim, que é o mais difícil, né. Tu ter um perfil

artístico assim e conseguir ter um lugar, vamos dizer, no espaço que é comercial, mercado, né. Ele é um cara que eu admiro bastante, assim, bom, em termos de artistas, tem vários também que eu admiro e influenciam o meu projeto, o meu trabalho, né. Ah, deixa eu pensar... aqui de Porto, só aqui de Porto Alegre tem o Daniel Escobar, que foi meu colega, que eu gosto muito do trabalho, tem a Marina... ah, esqueci o sobrenome dela... que também foi minha colega nas artes plásticas, que tem um trabalho já reconhecido internacionalmente, um trabalho muito legal. Ainda dentro das artes plásticas, gosto muito do Cildo Meireles, enfim, tem pessoas que tão sempre pesquisando, assim, né, que eu sempre vou dar uma olhada no que que fizeram, né, ultimamente pra ver, né, o que que ta acontecendo, ah... então, acho que são esses, assim... não tenho muito, ah, sou “fãzíssima” do fulano e tudo que ele fizer... não tenho muito isso... mas essas pessoas são pessoas que eu dou uma olhadinha de vez em quando pra ver o que que tão fazendo e tal. Em termos de escritórios de design, daqui, como eu te falei, São Paulo e Rio, eu admiro muito a Tátil, é uma empresa, assim, que eu geralmente também dou uma olhada no trabalho, assim, eu acho que do Brasil seria essa empresa que eu diria. Ah, aqui de Porto Alegre eu gosto bastante da Bendito, mas enfim até ultimamente não tenho me identificado tanto, assim, com as coisas do escritório, mas gosto bastante da Bendito. É, e São Paulo e Rio, assim, eu acho que a Tátil é um escritório que eu admiro, assim, a postura, o posicionamento, enfim.

Sobre a influência da cultura no seu trabalho.

Qual o seu envolvimento com atividades culturais além do design?

- **Como produtor (criando produtos culturais – arte, música, fotografia, imagens...)**
- **Como consumidor (cinema, música, teatro, exposições...)**

- Olha, exposições, eu vou frequentemente, né, então, eu vou todo mês, pelo menos uma ou duas exposições, eu vou, né, isso é o mais presente, vamos dizer, na minha vida. Cinema eu vou, mas em menor grau do que exposições de arte, né, acabo vendo os filmes depois, em DVD, mais, tenho ido pouco a cinema, até. Ah, literatura, como eu te falei, acho, eu adoro ler, mas acho que não se encaixa [risos] na minha vida, no meu ritmo de vida de hoje, assim, cada vez menos eu tenho lido, o

que eu acho uma pena, mas, enfim, é a realidade, tenho lido cada vez menos. Ah, eu já pratiquei dança, já fiz flamenco, ah, já tentei fazer curso de música, e também não consegui tempo, né, pra isso, então...

- É legal isso, eu não posso fazer muitos comentários, né, mas eu percebo assim que tem muito dos designers uma influência de música, assim, que, claro, daqui a pouco não vai ter relação direta nenhuma com o teu trabalho, né, mas como toca, como tem designers que são músicos, são, né...

- Eu diria não só músicos, mas que fazem qualquer outra experiência de arte, assim. Alguns vão pra música, outros pra outra, outros vão pra trabalhos manuais, enfim. Eu já fiz tecelagem, né, já fiz bijuteria, inclusive pra vender, tipo, ah, sempre, né, com uma atividade... e as atividades de artes, que na verdade eu tenho feito bem poucas, o que eu acho ruim, assim, né, porque era uma coisa que eu fazia muito. Quando a minha sócia saiu da Néktar eu parei, né, de ter esse tempo disponível. Então eu pintava, fazia exposições, tem várias exposições de arte no meu currículo, assim, né, e de foto, né, sempre gostei de foto. Então é um lado que tá meio paradinho, assim, por falta de tempo, né.

- Sim, mas que sempre foi presente...

- Sempre, sim, sim. Durante a faculdade fiz várias exposições, eu participei de um ateliê junto com amigos, então eram dez pessoas que tinham um ateliê, e todo aquele convívio do ateliê, da produção do grupo do ateliê, então... sempre fez parte assim.

Como você percebe a influência de seu repertório cultural na sua prática projetual?

- Vou citar o Charles, de novo! [riso], mas acho que ele fala uma coisa que é bacana, assim, ele fala bastante sobre processo de evolução da espécie, assim, e ele fala que é o gene inútil que faz a humanidade evoluir. Ou seja, é um gene que a princípio não teria muita funcionalidade na prática e que acaba garantindo a sobrevivência ou não pra uma determinada espécie, assim. Então, e ele fala muito disso sobre processo criativo, tipo, tu ter um repertório grande te garante mais

possibilidades de usar aquilo que parece inútil, né, no teu dia a dia, num momento de processo criativo. Então, acho que ter um repertório cultural logicamente, né, aumenta tuas possibilidades na hora de criar, de tu fazer uma associação com aquilo que tu viveu, né, que tu tem como repertório, não só cultural, mas qualquer repertório. Tem muita gente que foi morar fora do país e isso é uma experiência rica, e tal, cheia de envolvimento, que se a pessoa tiver um *feeling*, né, uma sensibilidade, ela também acessa isso como uma informação pro processo criativo, né. Mas com certeza, todo esse envolvimento cultural eu acho que enriquece muito o processo criativo.

Que palavras você utilizaria para definir a relação entre cultura e o seu processo projetual?

- Nossa... essa relação?... Não sei, acho que fundamental, assim, né, uma relação de intimidade, não sei dizer, de inspiração, né, talvez. Inspiração que o projeto, né, pra, pro teu processo projetual, acho que a cultura enriquece mesmo, né, esse teu repertório pra inspirar, né, o teu processo projetual, assim, acho que sei lá, repertório, inspiração, processo...

Apêndice I – Entrevista 5 – Rafael Weiblen dos Santos

Sobre sua carreira.
O que você conhecia sobre design antes de sua formação (ou seu envolvimento profissional)?
<p>- O que eu conhecia como design antes da minha formação e da minha carreira era... eu não conhecia com esse nome. Eu trabalhava... eu desenhava, fazia ilustração, fazia quadrinhos, fazia revista, acabava por me envolver com um pouco da produção ali de design, mas não tinha essa... não tinha esse nome o que eu fazia, né. Eu fazia fazendo, muito autodidata e exercitando... depois que, quando eu comecei a formação ali que começou a ter, a dar nome e um processo um pouco mais estruturado para aquilo que era... O que eu conheci muito era do jornalismo, por causa do fanzine e dos quadrinhos, que acaba que os jornalistas acabam fazendo muito por intuição. Então é muito... e por experiência que alguém já mostrou pra eles como eles faziam antigamente. Então o meu conhecimento antes da minha formação era muito mais por... [risos – “uma mosquinha interrompendo aqui.”] do ponto de vista de... autoral de jornalista do que mesmo de uma formação de design mais clássica, assim.</p>
Como você iniciou a carreira como designer gráfico?
<p>- Certo. E como foi o início da tua carreira como designer gráfico?</p> <p>- Foi bem, foi bem... a minha concepção foi bem experimental, assim, em relação ao que eu fazia durante a faculdade ali, ele foi muito experimental com a minha turma, com os amigos que eu acabei fazendo. Tinha muito de experimentar, de testar algumas coisas novas, e tudo mais, mas profissionalmente, em paralelo com esse exercício que era feito durante a formação, profissionalmente ele era bem rígido. Trabalhava, trabalhei sempre com... gráfica digital. Então, um lado que é a formação com a minha turma e com os professores era um pouco mais experimental, ali, dava, tinha essa brecha, do lado profissional era muito mais rígido, assim, era tipo, vamos fazer isso, sem muito processo, na época também não conhecia muito, tava aprendendo sobre esses processos, métodos e tudo mais. Então era estágio muito “go horse” assim, vamos fazer e...e era isso. É aprender</p>

fazendo mesmo, assim...

O que ou quem foi de grande influência em seu trabalho e em sua carreira?

- Influência no meu trabalho e na minha carreira?

- O que ou quem.

- Acho que da minha carreira acaba sendo, as minhas influências acabam sendo os tipógrafos. Tanto pelo Nardi, o Henrique Nardi aqui no Brasil, é uma pessoa que acaba influenciando bastante por ele criar essa movimentação em torno da tipografia, e tudo mais, uma coisa que na época da minha formação era muito pequena, era muito, era bem fraca, digamos assim, o Nardi acaba sendo uma referência por causa da... que ele cria esse movimento todo em volta. E todos os outros tipógrafos tanto daqui do Brasil como de fora... o Frutiger acaba sendo uma grande referência por tudo o que ele construiu, por tudo o que ele documentou em relação ao processo dele. Então, assim, é uma grande referência pra qualquer um. O Bringhurst acaba sendo uma outra. Porque o que eles escreveram é base pra qualquer um que começa a trabalhar com tipografia ou com design gráfico... são grandes referências, assim, são... pra mim, hoje.

Sobre como você trabalha.

Como é o seu o processo de pesquisa, inspiração e criação de seus trabalhos?

- Esse processo ele mudou bastante, assim. Ele vem sendo, ele vem sendo alterado muitas vezes durante toda a minha formação, e depois também, sempre variando algumas outras coisas assim. Hoje, as pesquisas que eu faço elas são, elas são cambiáveis, assim, então, assim, tu tem, tu acaba tendo um repertório de pesquisas que tu conhece durante a tua formação e depois, e hoje tu acaba, ãh, hoje pelo menos eu acabo fazendo um, um... quanto tempo eu tenho? Eu tenho isso de tempo pra fazer determinado projeto ou determinado produto, certo, e tu tem uma primeira etapa pra tu reconhecer aquilo que tu sabe sobre esse tema. E com aquilo que tu sabe sobre esse tema tu acaba jogando algumas técnicas que vão te ajudando. Então, eu gosto muito, ãh, de entrevista com usuários da parte de arquitetura de informação, acaba que eu puxo mais pra esse lado. Então, a parte de entrevista com usuário, a parte de, ãh, coisa que eu gostei bastante também, que é

a parte da etnografia, de tu conhecer essas pessoas, conhecer pra quem tu tá desenhando, pra quem tu tá fazendo, ãh... pesquisas que na verdade elas não têm a obrigação de te entregar uma informação conclusiva. Elas servem, ãh, eu uso de vez em quando muito mais pra divertir o momento, então, vamos dizer, a gente tá começando um projeto, vou fazer uma série de entrevistas com pessoas, ãh, eu normalmente trabalho com três perfis de pessoas: um usuário radical, um usuário bem baixo, assim, que não utiliza, e o que eu considero mediano. Então, assim, eu tenho o mínimo, tenho o máximo e tenho o mediano. Então com esses três aqui, mesmo que eu não tenha tempo pra fazer uma série de outras entrevistas, eu consigo alguma coisa. Eu posso usar o usuário radical como um especialista em determinado assunto com o projeto que eu to fazendo. Entrevistar alguém que trabalha direto com isso. Entendeu? Ou o cara que não, que não usa, por que que não usa e tudo mais. Então acaba que tu tem um, uma técnica rápida, e tem uma abrangência bem grande, assim, de informação. E ela não tem a obrigatoriedade de me entregar uma conclusão final. A conclusão vai ser o resultado. A gente tem algumas que são pra divergir mesmo, que a gente usou, ãh, a gente entregou pro cliente uma máquina fotográfica descartável, pra, antes de começar o projeto, pra ele fotografar coisas que ele imaginaria, ãh, a gente entregou um roteiro assim de coisas... tipo, ãh, coisas que são referência pra marca dele, serviços que são referência pra marca dele. Então ele saiu fotografando coisas que são interessantes pra marca dele antes da gente começar a desenhar, desenvolver a embalagem ou a marca. Então não tinha um objetivo específico, assim, de se chegar a um final, o objetivo era conhecer mais sobre aquele, sobre aquela pessoa, sobre aquele cliente, antes de chegar num negócio. E acaba que...

- E daonde saiu essa...

- Saiu da etnografia. Eles têm um, a Ideo tem um... é um puta escritório, eles têm um trabalho onde eles pegaram uma máquina dessas e fizeram o que eles chamam de sondas culturais. Eles não conheciam a comunidade onde eles iam trabalhar, no caso era com crianças, então eles entregaram máquinas nesse estilo pras crianças fotografarem várias coisas, então, assim, tipo, elas tinham que fotografar um problema que elas viam na comunidade delas, uma coisa que elas

gostavam, alguém que elas admiravam, uma marca ou qualquer outra assim. Então, depois eles revelaram tudo aquilo e eles tinham a informação do que era. Não era eles chegando naquela comunidade e observando e “ah, esse aqui é o problema deles”. Não. Não precisa ser a tua visão sobre eles. E a etnografia tem muito dessas técnicas assim de tu tentar entrar dentro do ambiente daquele usuário interferindo minimamente pra obter certas informações. E eles não têm a responsabilidade que o designer tem de gerar uma conclusão, então eles acabam, com as pesquisas deles, abrindo de uma forma que os designers não abrem, assim. Algumas pesquisas nossas normalmente, pelo menos as que eu via de produto eram muito pra afunilar. Não pra divergir. Então tu vai fazer análise de uso. É pra afunilar. É pra convergir, né. Tipo, chegar numa solução tu vai... análise de uso, análise ergonômica, análise... tipo, tu tá analisando o que existe pra chegar numa conclusão final. Não é pra abrir o teu leque. A Ideo, por exemplo, tipo, eles fizeram um, é... uma pesquisa em relação a serviço que era... vou chamar assim, mas não é, é assim bem linear, assim, pra ser bem conclusiva, que era uma análise em relação ao ambiente de atendimento de pronto-socorro. Então, tipo, tu chegar e olhar a sala de espera do pronto-socorro. Beleza. É isso aqui. Essa é uma análise. O que que eles fizeram que eu achei diferente? Eles fizeram uma análise tangencial de um serviço que é parecido com aquele que eles tão “bolando” eles pegaram o pit stop de uma corrida pra analisar o que que eles fazem e tudo mais. Então, tipo, acaba divergindo, e tu acha uma solução num cenário que antes disso não era... nenhuma hipótese válida, assim. Tem outros que agora a gente tem utilizado... que é validação de hipóteses. É muito do que startups fazem, né, tipo, a minha proposta de valor pra essa empresa até que ela esteja no mercado e validada, ela é uma hipótese. Só que eu não preciso ter todo o meu projeto pronto pra validar essa hipótese. Então acaba que a gente define, num curto prazo, num curto período a gente trabalha um mínimo produto viável pra durante um tempo validar essa hipótese. Então esse mínimo produto viável, ele pode ser, ãh, uma apresentação em ppt, pode ser um vídeo, pode ser um folder, onde eu tenho a proposta daquela empresa, ãh, pode ser uma Landing pag num site pra ver se faz sentido aquela proposta pro cliente. Então, acaba que esse processo de desenvolvimento, pelo menos do que eu conhecia tradicionalmente, ãh, que tu

tem uma proposta de valor bem sólida como empresa, tu já sabe como ela funciona, tu tem referências de empresas que já funcionaram no passado, então tu não tem essa insegurança de colocar um produto no ar. Hoje, é um pouquinho mais complicado, assim, se tu quer tentar se diferenciar bastante. Meios produtivos todo mundo tem acesso. É muito difícil tu não ter, tu ter um produto onde tu tem o controle desse meio produtivo, então todo mundo pode fazer o que tu faz. Então, pra ver se aquela tua proposta faz sentido hoje acaba que a gente desmancha o... desmembra o processo em etapas menores, usando técnicas diferentes em cada uma delas pra chegar num, lá no fim um pouco mais assertivo com o que o cliente quer, ou com o que a gente quer, né? [risos]

- Legal. Quer falar mais alguma coisa sobre pesquisa, inspiração e criação? Tu gostou, te empolgou?

- Me empolguei... [risos]

Você costuma utilizar referências culturais nos seus trabalhos?

- Sim. ãh, a gente tem, pelo menos com as pessoas com quem eu tenho trabalhado, a gente tem essa afinidade em relação a explorar meios diferentes. Então, no trabalho que a gente tá fazendo pra embalagem de perfume, então a gente usou, antes de começar a gente coletou um monte de referências que seriam de acordo com, com... a empresa era da França, então pra nós era algo desconhecido e todo esse cenário de perfume era desconhecido. Então a gente selecionou vários itens assim, então ia de música, ia de filme, de literatura... então a gente pegou uma abrangência que não só a de, ãh, visual e tátil, digamos assim, né. A gente não pegou e saiu coletando um monte de embalagens, não saiu coletando um monte de referência visual, assim. E acaba que, tipo... e acabou que o mais forte do projeto, o que tornou ele diferente do outro é tudo aquilo que a gente coletou anteriormente. Então, tipo, no caso foi o livro, O Perfume, que a gente escolheu pra ler, e pra perfume, pra tu conhecer um pouco, tipo, aquilo ali é uma porta de entrada absurda, assim. É muito interessante tu ler o livro todo e tu... é assim que funciona, é como se tivesse uma entrevista de imersão com o cara que produz. Então é uma aproximação massa. Música também, ãh, então a gente usa esse tipo

de mecanismo assim, a gente achou fácil porque era, a gente se obrigou a fazer, muito porque era uma cultura completamente diferente da nossa, o produto é pra ser vendido lá, não é pra ser vendido aqui, então...

- Sim, assim como...

- Não dá pra tentar...

- Até eu nem posso fazer muitas observações no meio, né, mas daqui a pouco tu faz isso aqui né, cara, tu acha que tu conhece muito bem aqui e não conhece. Ou até mesmo, ou tu conhece um pouco, mas não é o que o teu cliente ou o cliente do teu cliente...

- Acho que quando a gente faz pra dentro da nossa cultura a gente tem essa arrogância de acreditar que a gente conhece.

- É...

- Então esse mesmo processo que a gente fez, no caso pra uma empresa de fora, não tem porque não fazer aqui dentro.

Você utiliza alguma referência teórica para o seu processo projetual?

- Tem a, as referências que eu uso no meu dia a dia elas já tão meio que impregnadas, no caso da arquitetura de informação, todos os grandões de usabilidade e de pesquisa já tão meio que no sangue, assim. Quando acaba, quando tu tem que desenvolver um projeto um pouco diferente do teu dia a dia, aí sim, aí eu acabo sempre voltando pro, tipo, pro básico, assim. Então, quando a gente, o meu dia a dia é muito arquitetura de informação, quando a gente pegou esses projetos de embalagem de identidade visual, a gente teve, a gente se obrigou a voltar, pra pensar, tipo, tá, vamo lá e aí a gente pegou Gui Bonsiepe, Alina Wheeler, os clássicos, digamos assim, que todo mundo conheceu na formação e tá, vamos começar desses

- Arram, dá uma revistada...

- Dá uma revisitada neles mesmo... ãh, no dia a dia, eu acabo descobrindo que eu estou usando alguma coisa, então, tipo, ontem, ontem de noite quando eu tava terminando ali, eu tava terminando uma lista de requisitos do Bonsiepe, mas no

automático, assim.

- Sim, tu não tava vendo o Bonsiepe, mas era a teoria dele ...

- Mas era ele ali. E se for pegar o IDEO que a gente tava falando ali na pesquisa tangencial, é muito o que ele diz lá da de produto quando tu faz a metamorfose com objetos que não têm relação entre si, né. Então, é, só tu leva isso pra uma outra esfera, assim, que não a de um produto material.

- tu utiliza uma referência teórica no teu processo projetual, não tem... mas tá legal. Tu quer falar mais alguma coisa disso?

- Não, acho que não, é por aí.

Que palavras você utilizaria para definir o seu processo projetual?

- É, é legal isso. E utiliza alguma referência teórica no teu processo projetual?

- Que palavras tu utilizaria pra definir o teu processo projetual?

- Bah!

- [?]

- Não é essa a palavra [risos].

- Bah é uma boa palavra [risos].

- Ah, não sei, tipo, eu teria, vou usar a primeira que eu acho que era mais parecida, assim, ela tem uma conotação legal, assim, tipo, ele é meio que vivo, assim, né, orgânico e meio caótico. Ele não é rígido, ele se modifica, sempre tem alguma coisinha diferente, alguma coisa... então tu tem, ah, ele é bem vivo, assim, mutante, ele vai se mudando, assim. Sempre que eu pego uma referência nova de técnica ou de processo diferente a gente vai mudando ele e vai tentando encaixar, assim, de acordo com que o projeto permite, mas se ele seria o meu processo, no caso, ele acaba sendo bem flexível e mutante, assim. Às vezes é um pouco complicado isso.

- Sim.

- Tu acaba esquecendo uma coisa que tu podia ter usado e que tu esqueceu, assim, né, naquela correria, assim. Mas ele seria vivo ou orgânico, não sei, uma coisa assim.

Sobre as influências no seu trabalho.
O que lhe influenciou e/ou influencia no seu trabalho?
<ul style="list-style-type: none"> • O que você leu ou lê que lhe influenciou e/ou influencia?
<ul style="list-style-type: none"> • Quais autores (teoria) lhe influenciam e/ou influenciaram?
<ul style="list-style-type: none"> • O que você viu que lhe influenciou e/ou influencia?
<ul style="list-style-type: none"> • Que designers lhe influenciam e/ou influenciaram na prática?
<p>- Depois que eu me formei, ãh, tipo, eu passei por um processo ali no finalzinho da minha formação que eu, tipo, imergi muito, na minha visão, eu imergi muito dentro do detalhe do detalhe do detalhe do design, assim, tipo, era muito teoria, muita prática sobre o detalhe de uma curva de uma letra de um negócio, tipo, aquela imersão, assim, de teoria e prática em cima duma coisa que é o detalhe do design, assim. Tipo, tu não tá imaginando uma peça pronta, tu não tá imaginando, ãh, tu tá naquilo que forma aquela peça. Tu não teve essa overdose de imersão, de design, que... quando eu terminei, eu tive naquele período de não vou olhar, e foi um período onde eu comecei a olhar coisas pra fora do design. Então, é, por amigos que já trabalhavam com etnografia, o Fernando já trabalhava, eu acabei lendo sobre, muito sobre etnografia, acabei lendo por causa da arquitetura de informação, acabei lendo sobre behaviorismo e psicologia comportamental, e... aí então vamos dizer, se eu tivesse que dizer três áreas hoje que eu estudo, é, que me acrescentam mais, seria: a etnografia, o behaviorismo, ali, comportamento, ãh, e, e mais... seria administração. Seria com start ups e, e, esse processo que na teoria é business model canvas todas essas técnicas que elas vêm da administração de empresas, que elas são novas, pelo que eu conheço do... novas no sentido de serem mastigadas, já, estão prontas, assim, pro design. Então hoje eu bebo dessas três fontes. E eu acho que essas três elas complementam o meu processo de uma maneira assim, tipo, muito afude, assim, muito legal, assim. Porque tu tem o usuário, tu tem a cultura do teu usuário com a etnografia, tu tem o comportamento das pessoas de uma maneira bem científica, que é o behaviorismo, né, da psicologia comportamental, e tu tem a meta de um negócio, e não só o designer, de fazer aquilo lá e por si só. Tipo, de tu considerar que aquele teu produto ele tem que ter um significado lá no fim. Ele não pode ser um significado nele mesmo. Se não tiver significado pro teu cliente lá no fim, então tu não fez nada. tu fez ao léu, tu fez pra ti.</p>

Entendeu? E, ãh, a startup tem muito disso. Até tinha uma frase lá que agora eu não me lembro, mas era tipo, eu não entendi por que, mas o cliente não gostou do que a gente desenvolveu, ele teimou em não gostar daquilo que a gente desenvolveu. Tipo, cara, ele não teimou, entendeu, tu não, não fez o que ele desejava, entendeu? A Ideo começa com isso, assim, pelo menos no meu repertório. No meu repertório a Ideo foi a empresa que começou com isso, assim. O Tim Brown lá no livro dele ele começa, tipo, que tava desenvolvendo uma máquina de fax pruma empresa que em um ano o fax ia morrer. Acabou morrendo depois de um ano, entendeu, então, tipo, tu tá desenvolvendo um produto por uma coisa que já tá morrendo...

- Que tu já sabe que vai acabar...

- Que vai acabar. Então, tipo, qual a responsabilidade do designer com isso? Ele fez o trabalho dele. Ele fez a melhor máquina, ela funcionava melhor, ela, tipo, ela tava bem resolvida como produto, mas ela morreu em um ano. Tipo, essa é a nossa responsabilidade como designer, entendeu? Tipo, é só chegar e desenvolver uma coisa? Eu acho que não. Eu acho que a gente tinha que ser mais estratégico nesse ponto. A gente tem que ser mais estratégico nesse ponto. Então, acho que misturar essas três, essas três fontes assim, acho que mantém o que a gente já tem de experiência, de habilidade, e acrescenta coisas que vão defender todo esse modo de operação do que a gente desenvolve.

Sobre a influência da cultura no seu trabalho.

Qual o seu envolvimento com atividades culturais além do design?

- **Como produtor (criando produtos culturais – arte, música, fotografia, imagens...)**
- **Como consumidor (cinema, música, teatro, exposições...)**

- Como eu trabalho aqui no centro de Porto Alegre, é relativamente fácil. Então eu to a uma, uma hora de almoço de passar por todos os museus aqui do centro. Então costuma ser geralmente fácil. Ah, tu vai ali, tu vai tomar um café, tu já passa e tu já olha a exposição ali, e vai passando. Tipo, cinema é constante, assim, é uma coisa que, é um hábito bem constante. A música acaba sendo também...

- E é um hábito que não é só por lazer? Tu percebe a influência disso no teu

trabalho?

- Quando é mais direcionado, sim. Mas no geral, não. Não percebo, assim, a influência direta nele, assim.

- Isso, isso não só cinema, né, da exposição... geral.

- Sim, sim. É. Em geral tu percebe, assim. Tem algumas coisas que acabam que tu acaba ligando ponto muito tempo depois. Que fica em, fica guardadinho, e tu acaba ligando os pontos muito tempo depois. Então, assim, é um pouco difícil de perceber essa influência da cultura, ãh, da produção cultural no teu trabalho, ãh, mas ela é presente, assim. Ela é constante. Principalmente livros, assim. ãh, tipo, tanto de quadrinhos, literatura mesmo, literatura mesmo – risos – ãh... tipo autores, autores de ficção, que tu acaba lendo, biografias que tu lê, isso tem bastante influência, assim, que acaba sendo tangencial. É por fora que tu vai fazendo, assim, tipo, ãh... acaba que no meu trabalho eu tenho, tipo, autores que não são do design que são, tipo, Amir Klink, Bernardinho, são esportistas que acabam influenciando o pro... como eu trabalho, né. Outros de ficção que tu acaba lendo, que tu mistura tudo e tu gera...

- Sai alguma coisa.

- É. Tu gera bastante, assim. Mas, ãh, eu não vejo como meta. Entendeu. Eu acho que ela te ajuda, mas ela não, não considero ela como um objetivo para. Ela é mais como um prazer, que eu vou exercendo esse comportamento até no momento que tu tem o estalo de que aquilo ali tu já viu, uma referência nova, um projeto diferente. ãh, essa parte da invasão cultural, digamos assim, de outros lugares, acaba sendo muito forte, assim. Pelo menos no digital acaba sendo muito. Eu tenho muitos projetos que tu acaba recebendo de outras culturas, né, projetos de serviços, de produtos, tu acaba recebendo de outras culturas. Tu não sabe se funcionariam exatamente aqui... são diferentes. Uma curiosidade que, cultural, vamos dizer assim, eu tava conversando um tempo atrás, que eu tinha vontade de fazer um business model canvas com pessoas de Porto Alegre pra desenhar, vamos dizer assim, montar um serviço de transporte na cidade. Então assim, o canvas a gente vai ver ali tem proposta de valor, tem as atividades-chaves, recursos-chaves, estrutura, não-sei-

quê, toda essa mecânica do canvas. E queria fazer esse mesmo quadro com alemães. Porque essa foi a diferença do transporte que eu senti lá, é que tu não tem alguém pra te cobrar. Então se tu for imaginar o canvas do transporte alemão, ele não tem uma atividade-chave que é a pessoa que cobra. E talvez os alemães lá quando pensarem nesse serviço eles não vão imaginar isso, mas pode ser a primeira coisa que um brasileiro vai pensar – o que que eu preciso pra esse meu produto, pra esse meu serviço? Eu preciso que tenha alguém cobrando e que tenha uma catraca. Entendeu? Culturalmente influencia em como a gente define o serviço e não é uma coisa que assim, não é apenas a produção cultural, mas é o teu cenário. Tem um prefeito da Albânia, que não é só cultura, não é só... o cara pegou, ele tinha um recurso limitado, no caso, e ele tinha uma verba, só dava pra comprar tinta. E ele decidiu: vou pintar esses prédios. Então os prédios eram todos coloridos. Ele pintou os prédios, tava tudo colorido na cidade, assim, uma cidade cinza, ela ficou colorida, e, tipo, e ele começou a andar pela cidade e tudo mais, e ficar... e no TED que ele fala, tem um ponto que ele diz, tipo, que quando ele foi passar por uma rua tinha uma mulher tirando uma porta de grade e colocando uma porta de vidro. E aí ele perguntou pra ela, tipo, tá, por que que tu tá fazendo isso? É seguro? Tu tá tirando a grade e deixando só o vidro. E a mulher disse – não, olha pra essa rua, olha pra essa praça, tá tudo tranquilo, tudo bonito, tá segura a cidade, não sei que mais... só que ele era o prefeito. Ele não tinha, ele sabia que ele não tinha investido um tostão em...

- Segurança...

- Segurança pública, em frota, em novas, sei eu, ãh, mecanismos, câmeras, não tinha nada. A única coisa que ele fez foi pintar a cidade. E acabou que isso gerou resultados que ele não previa. Então assim, não sei como é vista, no caso, a cultura nesse trabalho aí, musical, cinema, livro, tudo mais. Mas existe uma cultura que ela não tá documentada, que é muito do comportamento das pessoas, que a gente acredita que a gente conhece, mas a gente não conhece. Então, eu acho que isso influencia muito, muito, muito em projetos da gente e acaba que quando tu consome muito de fora, principalmente no cinema, tu acaba desenhando uma coisa em cima do teu repertório que não é aquilo que tu, que o teu cenário, onde o teu

produto vai acontecer de verdade. Então é meio que uma falsa percepção de conhecimento.

Como você percebe a influência de seu repertório cultural na sua prática projetual?

- Eu percebo uma influência forte, assim, ãh, do que eu, vamos dizer, da minha bagagem cultural, então, tipo, boa parte da, como quando eu fazia fanzine, aquilo tinha muita influência em como eu me expressava, em como eu desenhava, em como eu decidia as coisas. Conforme o tempo foi indo e o repertório cultural foi se intensificando, que naquela época eu era guri, então o repertório era mais restrito e bem [risos] e bem fixo, assim, numa linguagem, no caso ali era muito fanzine de quadrinhos e punk. Então era um repertório muito, bem fechado, naquela época de adolescência. Tipo, depois ele foi expandindo tanto musicalmente eu percebo essa variação. Nas entregas que eu fazia também. Então, o resultado, vamos dizer, no início era muita bagagem do visual punk, depois foi indo pra rock, depois já misturou com alguma coisa de MPB... se eu fosse fazer relação com a música e cultura no trabalho, entendeu? Um pouco de MPB, ska, e aí tu vai voltando de vez em quando e aí tu vai montando essas escalas, mas o teu repertório aumenta e as tuas soluções elas já não são as mesmas. Eu olho trabalhos que eu fazia, que hoje eu faria completamente diferente, né, com muito mais informação do que eu tinha naquela época. Então ela tem influência forte, assim, no resultado final do que a gente faz, assim. Não vejo como não impactar a cultura no que a gente entrega, por mais que a gente tente. E não é uma coisa... é o que a gente tava vendo, não é uma coisa que tu consegue resolver isso em uma hora de pesquisa. Não é assim. É da vivência mesmo. É da experiência, assim. Não é uma hora passando, consumindo uma cultura completamente diferente que tu vai chegar num resultado muito diferente do que tu tinha. Precisa uma imersão maior.

Que palavras você utilizaria para definir a relação entre cultura e o seu processo projetual?

- Eu gosto de uma palavra que tem a ver com aquele projeto ali que eu tava falando do, das ruas pintadas, dos prédios pintados, que é sinergia. Tipo, tu tá indo, certo? Tu tá indo. A solução ela meio que tem uma sinergia com o teu negócio,

então, ela, tipo, o resultado final ele depende daquele caminho que tu tá fazendo. Ele se alimenta daquele movimento. Então vamos dizer, todo o resultado que a gente gera ele se alimenta da nossa bagagem cultural. Mas é por uma solução de sinergia, assim, tipo, tu vai indo, vai indo, sem um objetivo final, mas acaba que aquele movimento que tu faz gera todos os outros resultados que tu esperava, assim. Ele é uma ligação, ãh, ele chega a ter uma dependência do outro, mas ele não freia o teu resultado. Ele aumenta, ele potencializa o teu resultado. Vai gerar um resultado melhor, quanto maior for a tua bagagem cultural. Então, é sinergia, assim.

Apêndice J – Entrevista 6 – Clô Barcellos

Sobre sua carreira.

O que você conhecia sobre design antes de sua formação (ou seu envolvimento profissional)?

- Claro que não, não tinha nem design na minha formação. Não existia faculdade de design.

- Tá...

- O nome designer não tinha, não existia, eu entrei em 78 na faculdade de comunicação, comunicação jornalismo. E tava muito frustrada com o mundo, o mundo é uma droga o... eu tenho que fazer alguma coisa, o que que eu vou fazer, na verdade eu queria arquitetura, acabei em jornalismo. Não passei em arquitetura, é óbvio. Aí, o que que aconteceu, o mundo era muito árido, muito árido, nossa... era oito ou oitenta, ou tu era um... ou tu era bom ou tu era mau, sabe? Não tinha meio termo, e se tu era bom e tu por exemplo queria ter lá a tua família, tu era um jovem, e tal, tu tinha que te aliar a algumas coisas muito ruins, eu não sei porque que era obrigatório, mas a gente tinha... isso era muito ruim. Então, meu deus, no desespero... eu entrei em 78 né? No jornalismo, quando foi 80 eu disse eu vou enlouquecer. Eu preciso fazer outra coisa, rapidamente. Eu tinha, eu tinha...20 anos. Eu disse eu vou pirar, vou pirar, esses jornalistas são tudo loucos, tudo abobados, umas pessoas frias, racionais, horrível. Aí... e mesquinhas também. E aí eu peguei e fui fazer artes plásticas, graças a deus. Então fazendo as plásticas, como eu não tinha capacidade de passar no bacharelado, porque a minha cultura, minha cultura...eu venho de uma família muito simples, então assim, um livro em casa era uma coisa rara. Então eu fui para as artes para, para poder respirar, sabe? Então eu fiz artes, aí fazendo licenciatura, na UFRGS, eu tive que fazer várias coisas, estudar várias coisas, voltar lá pra seção áurea, voltar para as questões da história da arte, que é maravilhoso, que meu deus, qualquer designer... e tal. Eu faço, eu sou designer de parafuso, eu preciso saber a história da arte, né? É fundamental. Então... então é isso.

- Certo

- Então eu fui, daí eu fui para as artes, aí quando eu fui para as artes, eu fui para, também uma coisa que se chama de arte, arte contemporânea, ou vanguarda, seja lá o que for, e nada valia, nada. Todo mundo esta envolvido, é paranóia total, todo mundo esta envolvido com o sistema. Então vamos fazer arte mais, mais pra lá, tá arte mais pra lá. Porque que eu conto isso, porque quando chegou a hora de voltar para, para o mundo real, que eu tenho que trabalhar e tal e tal... eu tinha que arrumar um jeito de fazer uma coisa que me desse essa saída, essa janela, porque eu não ia passar doze horas por dia fazendo uma coisa que eu detestava. Então é uma coisa que ajudou a outra.

- Legal, isso vai bem de encontro com a próxima pergunta.

Como você iniciou a carreira como designer gráfico?

- Porque eu fazia o que... aí eu tentei tudo em jornalismo. Fiz teste de rádio, teste TV, teste de... meu deus, e como na arte, experimentei pintura, desenho, fiz muita coisa. E aí eu... o meu primeiro emprego, de fato, real, com carteira assinada e parara, foi como uma revisora de uma editora, revisora, veja bem. Estava fazendo qualquer negócio, a editora também estava fazendo qualquer negócio. Então aí, daí como a revisão trabalhava, tu não vai acreditar, mas do lado a gente trabalhava assim no papel e do lado tinha um cara com uma máquina de esfera, sabe aquelas máquinas? Então ele tinha um monte de bolinha assim, e ele tinha um monte de comando, aí o comando era... alguém lá tinha marcado, ele não digitava o texto, ele digitava os comandos, então vinha, ou era o texto, não era o texto com os comandos, os comandos eram colocados a lápis assim...

- Aham

- O diagramador marcava, né? Alinhado a esquerda, um monte de sinal assim, daí o cara lá na máquina batia o texto e batia os comandos, quando ele batia os comandos a coluna **turrrru** a coluna fica... aí troca a esfera, é itálico, para a máquina, troca, é italico, era assim. Aí a gente ficava do lado revisando essas tripas de coisas que saíam. Essas tripas de coisas que saíam de texto grande, largo, pequeno, era muito engraçado. As vezes eu dizia “deixa que eu levo lá na colagem”, né? Lá no “paste up”. Aí eu ia lá, pegava aquele negócio, saia daquela revisão lá e ia lá. Aí os

gurus colavam o diagrama do designer, não era designer era diagramador, o designer estava aqui do lado desenhado, quadriculado e o cara tinha que colar igual. Daqui a pouco o diagramador desenhou “prrrr” e o texto fez “prpp”, né? Ele calculou errado o texto...

- Sim

- deu menos texto. Daí abria os buracos assim. Aí os gurus, e agora? O que que eu faço esse desenho não vai dar pra fazer aqui, e sobrava uns buracão. O que que a gente fazia, eu fazia... Daí porque que eu passei da revisão para o negócio das artes, porque na prática lá, não batia os diagramas, então eu tinha que salvar a página na colagem, eu adorava, imagina?

- Aham

- Isso aqui, bota isso aqui mais pra cá, não mas isso aqui vai entrar a coluna, mas que coluna? Não estou vendo nenhuma coluna, é branco aqui, vou botar mais pra cá. Então não tinha, o diagrama, era... aquela. O que que ele quer grifar? Bota título? A gente fazia outra página. Daí começou a história da diagramação, não tinha computador na época.

- Sim

- Então, como tinha arte, tinha isso... eu comecei a gostar. E os editores que eram o Políbio Braga e o Ayres Cerutti, que eles hoje, hoje o Ayres Cerutti está no mesmo lugar, ele está lá, tu vai entrevistar o Ayres Cerutti ele está lá, no mesmo lugar. É inacreditável. E fazendo a revista programa, porque um monte de merda que aquela empresa fazia, fazia uma revistinha assim programa, que é uma indecência gráfica, não é uma indecência de... não é sacanagem, é uma revista com indecência gráfica. É um negócio assim... hoje com o computador tu olha e diz “é colado à mão”. Daí eu comecei a fazer os relatórios da empresa, essas coisas, da gerdau, não sei o que... a editora começou a... intermédio, editora intermédio, começou a ficar legal e tal. Daí eu sai e fiz um tempo de trabalho solo, com jornalzinho, **pa pa pá**. Então o meu lance é editorial. Tu, tanto que eu nunca me disse designer. Aí quando foi... eu passei para revista amanhã, aí foi na plural, que aí eles consideravam, ali naquela

editora que eu tava antes, não, ninguém valorizava nada, ficava legal, porque ficava legal, porque a gente gostava. Mas ninguém falava...

- Ficava legal, gostavam, mas não viam valor também nisso...

- Não, também... não tinham repertório pra identificar qualquer valor. Não, alias, não sabiam nem o que pensavam, aí é terrível. Aí quando eu fui para a revista, para plural, do Polidório, lá o negócio era outro. Valpirio Monteiro... eu sai do, da lama, eu cai dentro daquele negócio lá. Valpirio Monteiro, era o máximo, da Gad Design. Aí, ele era o meu herói, ele ficava numa coisa de vidro assim, eu ficava olhando ele trabalhar. Ele colar, tinha uma sala inteira pra ele, com um monte de revista pra cortar e colar, sabe? Era muito bom, muito bom. Daí ele... comecei a fazer aqueles jornalzinhos, então as vezes o projeto gráfico era dele e eu tinha que desenvolve-lo, aí eu tinha que falar muito com ele, e eu adorei o Valpirio. Só que ele é muito... ele fala pouco, infelizmente, então a gente tinha que pegar assim, rapidamente.

- Bom então, vai totalmente ao encontro, né?

O que ou quem foi de grande influência em seu trabalho e em sua carreira?

- Exatamente, o Valpirio Monteiro da Gad, foi o primeiro designer que eu conheci na minha vida. Porque o resto era... no máximo um editor de arte, no máximo, estourando a fita. Eu por exemplo me considerava assim, talvez uma diagramadorazinha melhor. Eu sempre disse isso, mas eu acho isso mesmo.

- E fora, fora o Valpirio? Tu tem alguma...

- O próprio Polidório, o Polidório era um, ele foi designer, assim de, sei lá... ele foi um artista gráfico. Moderado, mas ele fazia bons projetos modernos. Ele fez projeto, por exemplo, do jornal "o gaúcho", do sesi, quando era o gaúcho lá na origem, esse jornal vale uma pesquisa, bem legal. Eu fiz um tempão. E a gente quando fazia um jornal, eu passei a fazer com o Valpirio, com esse time, então assim o Valpirio, o Jorge Polidório, o Vieira da Cunha que é jornalista, e ele fez o co-jornal, ele fez o co-jornal, o co-jornal tem trezentos cooperativados, não foi ele que fez, mas ele comandou o co-jornal por um tempo. E a gente mostrava as coisas pra eles, se

tivesse, por exemplo, se ele olhasse essa capa, eu juro que ele dizia “meu deus, fantasmas na santa casa”. Ele era, ele era cruel. O Beбето faz isso aqui as pessoas ficam “oh, que lindo”. Eu olho, meu deus “fantasmas na santa casa” e eu viro, viro assim. Então, eu nem sei se isso aqui, não vai ter um Vieira lá que vai dizer isso, mas tudo bem. Mas não é eu, é o Beбето, eu não tenho culpa, né? Mas enfim. Então essas pessoas, me deram assim, uma dose, porque eles, porque jornalista, porque foi o que eu escolhi, me acabei e foi indo, foi indo. E o Gad, e o Gad mesmo, eu não sei se o Valpirio ainda está lá, mas?

- Acho que sim...

- O Gad mesmo, ele fazia só a parte de papel, assim, né? No máximo marcas, depois alguma coisa de site e tal, mas ele não era assim de, né? Fazer um 3D, por exemplo.

- Sim, é não, ele continua bem, acho que, não sei, mas acredito que na área de marcas e...

- Mas ele tinha uma cultura, assim que, daí que tu vê a diferença, entende? É isso que eu quero dizer. Eu, por exemplo, a minha cultura, mesmo assim, quando eu era criança, não tem essa cultura, tem uma cultura popular da vida, da minha vida, do bairro, da minha história. Mas não, uma cultura assim, uma cultura sóbria, né? Uma cultura real, uma cultura de conteúdo, de conhecimento, de embasamento, de ver coisas, muitas coisas, né? Apesar de que a pessoa pode ver coisas no próprio bairro, mas eu tenho a impressão que ele tem assim uma, uma cultura sofisticada, ele tem mais conteúdo sabe? E muita sensibilidade. Então assim, imagina uma pessoa com muito conteúdo, na área, né? Artes, que é difícil e sensibilidade, e o cara ainda tem essa facilidade técnica da praticidade do design, né? Então, o Valpirio, pra mim, continua sendo um Guru. Eu perdi todos os meus Gurus, mas é porque eu me afastei, dos que eu quero manter, eu me afastei, pra não descobrir nada. Eu não quero descobrir nada sobre o Valpirio.

Sobre como você trabalha.

Como é o seu o processo de pesquisa, inspiração e criação de seus trabalhos?

- Bah, já foi muito bom. Já foi... eu já to meio.... tu me pegou no fim do ano,

de um ano punk. E eu to realmente com uma certa, não é... não é falar assim, né? Mas eu já estou com uma certa idade, mas enfim...

- Fim do ano é complicado, não interessa a idade...

- É, mas, por exemplo, é que o designer na verdade, como é que eu vou te explicar, é... é que teve uma outra, uma fase, uma outra fase da minha vida que eu fazia muita pesquisa antes de fazer o projeto, fazia muita pesquisa, uma fase de quando eu fazia, os livros, por exemplo, da RBS publicações, quando eu fazia, quando eu fazia pesquisa, sei lá... as pessoas vinham para perguntar, qual era, o que que poderia ser aquele livro, não sei o que, e tal, como é que poderia ser. E, aí eu saia pesquisando, pegava o povo enfermagem, por exemplo e ia ver como é que era, sabe? Era muita pesquisa. Mas então, aí por exemplo fonte, quer dizer, dependendo da época que era, ou da coisa que era, eu achava que tinha que ter alguma coisa a ver com a fonte, a linguagem, muita, muita pesquisa, eu já fiz, bastante, eu já fiz livros assim. Então, por exemplo, lendas gaúchas, é um livro que eu fiz pra, pra RBS, acho até que eu tenho aí. Mas assim, chegaram as lendas em texto, lendas do Barbosa Lessa, lendas de vários autores, tá, mas eu tenho que fazer alguma coisa com isso, vou fazer o que? Vou colocar os textos das lendas? Aí eu fiquei, girando, girando, girando, girando no sentido de olhar, olhava uma coisa, olhava outra, tudo. Com isso minha cabeça fica fácil de achar, por exemplo, tu sai com um assunto, vamos dizer, sei lá, palha, palha. Palha, aí tu sai com esse assunto e tu vai nas livrarias, e tu vai, daí tu, daí tu foco naquilo ali, estou procurando uma coisa que seja isso, estou procurando uma coisa que seja isso, daí acontece que isso vem, né? Aí tu vê o negócio, aí quando tu viu, tu já escolheu a cor, **tara tara tara**. Tudo. Aí quando tu defende o projeto tu defende a pesquisinha que tu fez.

- Claro

- Mas eu, por exemplo, fiquei muito frustrada, agora, esse ano passado, porque eu fiz todo um trabalho para um cliente, em cima da curva da seção áurea, né? E fiz todo um trabalho, e nossa, e defendi e o cliente: quem quer saber? Quem quer saber? Que seção aurea, tá louca? E sem cultura nenhuma, bah, o cliente cheio da grana. E eu disse, não mas o Steve Jobs fez a maça da apple, com essas curvas, e

ele “Que, que maçã do Steve Jobs? Que que eu tenho a ver com isso?”. A marca dele é uma ondinha...

- Sim

- E eu disse, bah, daí fiz todas as páginas, fiz tudo aquilo bordado, eu tenho o projeto, é lindo... daí o cara, não não não, daí ele fez assim ó “agrhhh”. E eu arrasada. E aí como é que tu começa de novo? Eu tinha ficado quase um mês, e aí... isso, isso é um case de teste de, por exemplo, o designer vai, vai, vai é autoral, né? Apresenta uma obra autoral e é derrubado, e querem uma outra opção. É a mesma coisa que dizer, não gostei da Monalisa, agora me dá outra, né? Então, daí é complicado, o cara assim, morde, porque é autoral. Aí eu fui para a associação dos designer, quando... então fiz as artes, foi jornalismo, artes na UFRGS e quando eu fiz um pós, uma especialização na verdade, na Ulbra, de design, é um primeiro pós, quer dizer, curso de especialização, no estado eu acho, não sei bem, e na primeira turma. Daí nós fazíamos, nós passávamos o sábado inteiro fazendo, era maravilhoso.

- Sim

- E muita conversa.

- Era a primeira turma mesmo?

- Primeira turma, éramos seis pessoas. E os professores eram de manhã e de tarde, então a gente almoçava junto, tomava café, era uma turma, parecia aquelas coisas gregas, vamos ali conversar na praça. Era, a turma era assim, né? Então foi maravilhosa, pra começo de conversa foi filosófica.

- Sim

- E a gente muito aprendeu, e tal, com essa coisa da... e aí entrou na minha vida a associação dos designer, a ADG, eu fiz parte da ADG um tempão. Aí bah, eu só vivia o design, aí não existia nada de comunicação, vão se fuder, e era o design, design, design, a, não aguentava mais aquilo, design, design, design... fazendo coisas, oficinas de design, por isso que eu digo, agora assim, estou meio assim, meio, me arrastando, mas antes eu tinha muito pique, então, energia. Fiz a Renata Rubim, maravilhosa, de superfície. Então assim, se parar morreu, eu já to tranquila, que eu

tenho que me mexer, mas se parar morrer, por isso que a cultura, volto lá pra tua primeira pergunta...

Você costuma utilizar referências culturais nos seus trabalhos?

- Tudo a ver, por exemplo, a curva, é do Leonardo da Vinci, a seção áurea, ele descobriu isso no helicóptero, ele inventou o helicóptero, ele descobriu isso, no onde? Qual é a coisa que fez com que ele descobrisse a coisa? Era uma folhinha que caia, era um não sei... um negocinho que vinha assim, ele disse “como assim”? Aí o vento é circular, e ele foi e fez aquelas coisas e inventou aquelas coisas até de voar, aqueles negócios. Então assim, e o cara era um matemático e ele observava na natureza. Nós também temos que fazer a mesma coisa.

- Sim

- Tu pensa que essas, essas ondas agora, estão... a apple passou por uma fase, quando a apple faz, todo mundo copia. Então a apple vinha com aquelas ondas azuis, transparentes, não sei o que. E todo mundo começou a fazer as ondas, onde é que saiu aquilo? Obvio, assim foi uma observação. Agora todos são líquidos, antes era os fly logos, vinham todos voando, agora eles se desmancham em água. Então, então assim, muita pesquisa, muita ligação, muita conexão, muita... mesmo que alguém diga, que a, não tem nada a ver, nada a ver, o que que é isso Leonardo da Vinci? Não tem nada a ver Leonardo da Vinci com hoje. Obvio, o senhor tem toda a razão, o senhor tem toda a razão, eu disse que não ia dar certo isso. [a entrevistada ficou falando por aproximadamente 3 minutos sobre uma entrega/trabalho que recebeu]

- ... Esse negócio das lendas gaúchas, que eu não acabei de contar, é o seguinte, eu acabei que...e eu pensei, puta cara, eu só vou acreditar nesse livro, assim, se ele tiver uma coisa muito identificada assim, senão vou achar que é “frau” e tinha. Por exemplo, eu perguntei pra esposa do Barbosa Lessa, mandei perguntar, né? Pela RBS. Eu disse vai lá e pergunta pra ela, olha a pesquisa, vai lá e pergunta pra ela assim, que terra no Rio Grande do Sul, que pó, que terra, seria a terra gaucha? Assim, qual terra, a terra o que, lá da serra, das missões, a terra... e ela “as missões, de Santa Rosa”, Santa, Santo, como é que é Santo Amaro, Santo...

- Santo Ângelo

- Todo Santo Ângelo, todas aquelas terras vermelhas lá, eram. Eu disse, bom... a terra vermelha é um ícone que eu tenho que usar, e tem que ser de lá. Liguei pra minha mãe, “mãe... traz pra mim um torrão lá, eu preciso...” “mas pra que minha filha?” “por favor”, “minha filha, tu tá fazendo alguma coisa de religião”, “não mãe, não to fazendo, me traz”. Ela trouxe, diz que pararam na estrada, olharam para os lados assim... a e ela falou, a esposa do Barbosa Lessa falou, e tem que ser terra de cupinseiro, que faz aquele negócio assim...

- Aham

- Fica assim no campo, aquele negócio, não pode ser terra assim, terra mexida, terra do cupim, que é a original, porque eles é que fazem aquele entulho. E eu “mãe, tem que ser terra de cupim, tu para na estrada”, eu sou de Santa Rosa, “e, bate lá no cupinseiro, sei lá, tu faz alguma coisa”,

- Derruba ele e pega um pedaço...

- Olharam para um lado, olharam para o outro, pararam o carro, ai veio ela e o meu pai, com uma pá. Tiraram um naco de cupim, botaram no jornal, enrolaram, vieram aqui e largaram na minha casa. Eu disse, não acredito. Daí eu abri lá em cima, e aqueles cupins eu matei os bichos. Resultado, o livro saiu, o primeiro volume com terra dessa, o segundo volume tinha que ser uma árvore, qual era a árvore? Aí descobrimos qual era a árvore? Era a paineira, então pega uma casca lá. Foi o Pedro até, o editor, o Pedro Rassi, que no parque da Redenção, eu disse pode ser de qualquer lugar? Não precisa ser de lá de Santo Angelo, lá de longe? Da onde? Não, não é uma paineira, não precisa...

- Qualquer uma...

- pode ser uma paineira, ou era uma figueira? Era uma figueira. Ai, pega, tá. Era o tronco assim, a capa era o tronco. Então uma era a terra, o outro era o tronco. Aí perguntamo, qual é a? Mas não podemos deixar o litoral, de fora, né? Então assim, qual é a coisa mais característica, que todo mundo lembra assim, do litoral? Que seja vegetal, natural, e tal, e surgiu aquilo assim... barba de pau, com aqueles

espinhozinho assim, que tem e todo mundo tem na cabeça. Não sei que diabo de planta é essa, que era um a barba... mas tudo isso é... vai tempo aí né? O pessoal pensa que a gente tá viajando, a gente não, tá pensando. Aí, foi essa, que era as água pé, não é água pé, aquele espinhozinho e depois as pedras de cascalho de rio, bem, aquela bem lisinha, que fica lustrosa, assim. Então ficou um negócio... e a flor que é a que. Daí perguntamos né, pra RBS? Bom, vocês fazem mil pesquisas, qual é a flor que combina com o Rio Grande do Sul, que é a flor do Rio Grande do Sul, aí falaram que era aquela Brinco...

- Brinco de Princesa

- Brinco de Princesa... eu não teve dúvida, fui procurar onde é que tinha a brinco, casualmente lá perto da casa da minha mãe tinha, e eu então trouxe, daí, aí o que que a gente fez com isso, a gente escaneou essas coisas todas e fez a coleção. Então teve sentido. Primeiro era a terra, depois era o tronco, depois é a água, através das pedrinhas do rio, depois aquele outro negócio, ficou um negócio fantástico. Fizemos três, cinco faixas, assim... lendas gaúchas, precisa mais? Então são essas coisas que, vale a pena assim, mesmo... aí tá, tu tem que fazer um relatório de um cara que é coordenadas e abscissas e...acabou... mas qual é a origem da sua empresa, não tem origem, eu fiz ali no calculo, não tem origem. Análise técnica, análise técnica da fadiga dos materiais. Fadiga dos materiais já dá uma boa ideia, né?

- Da, da...

- Tu que dizer assim, quando não tem ideia...

Você utiliza alguma referência teórica para o seu processo projetual?

- Teórico. Referência teórica. Eu fiz um curso com o Mike Salisbury, ele que fez o Camel, aquele camelinho que fica com aquele oclinhos, aquele cigarrinho, ele que fez esse negócio. Ele deu um curso em Campinas, então ele, como designer ele deu um exemplo, contou um case de um design... de um trabalho que ele fez, que era um hotel em Miami, um lugar, tá o hotel tava lá, e esse hotel queria reativar e tal, fazer uma marca, uma cor e tal. Daí ele fez a mesma coisa que a gente faz aqui, né, ele pegou, foi pra lá onde era, ficou circulando, foi na praia, não sei o quê, e po, olhou, pesquisou localmente, né, e... e na referência teórica da história do hotel, não

é bem uma referência teórica, né, é memória, ainda é material de pesquisa, ele foi ver as fontes e tal que se adequava e tarãã, e nos mostrou lá um negócio legal, caribenho, aí, referência teórica, por exemplo, quando eu fiz a marca do Studio Clio, fui eu que fiz, né, casualmente tem a curva do Fibonacci, que é aquela assim, e nós tivemos um monte de referência teórica. Mas isso da... inclusive, claro, agora to me lembrando, que tem tudo a ver, porque, agora que eu to me lembrando, que a referência desse trabalho recente que eu fiz com curva de Fibonacci, eu fui tão nela, porque eu estudei ela muito pra fazer a logo do Studio Clio, há dez anos atrás. Né, então isso é uma coisa que tá dentro da minha cabeça e que agora, dez anos depois, eu vou fazer um troço e me veio aquilo, e veio com aquela força toda, e eu fui pro Google, tal, né, pesquisar as coisas que tinham a ver. Então a referência teórica é muito mais fácil, né, hoje, de tu... porque tu tem essas coisas físicas da sensação, né, sai na rua, procura, pensa, nããã... mas agora também tem o Google. E aí vai lá e pesquisa todas as referências possíveis. Então a resposta seria sim, mas, ãh, também aqui nesse trabalho da Santa Casa que tu tá levando, essa referência da gravura, quer ver? Deixa eu te mostrar... essa aqui é uma coisa importante. A gravura... por que a gravura na Santa Casa? Que que tem que ver o... por que a gravura? Aí a ideia era os primeiros pergaminhos, tarãã tarãã, e o fato de que a Santa Casa é uma matriz. Só isso. [riso]. Então assim a referência teórica vai láááá na ponta... porque essa matriz aqui é que dá origem ao papel, né. Então, a Santa Casa de Lisboa é a primeira Santa Casa. Então ela é uma matriz. Daí ela gera várias cópias, né. E essas cópias, por sua vez, viram matrizes, porque elas são, se transformam...

- Sim.

- E aí são matrizes. Então elas se transformam em madeira de novo e fazem mais cópias. Então isso é um referencial teórico, histórico, tal, porque os primeiras coisas lá em Lisboa, a xilogravura era presente, enfim, em passant, assim, tangenciando essa história seria por aí. Mas essa defesa aqui foi facilíma. Foi facilíma. Passou assim, bah, muito bem, e aí ganhou esse prêmio e tal, né.

- Legal.

- Então, assim, tem referência teórica, eu não chego a...

- Essa... de quem é a foto? Sabe? De quem é a foto da capa?

- Essa foto?

- É.

- Claro...Marco Nedeff...Marco Nedeff, meu ídolo.

- Lindo.

- Eu adoro o Marco Nedeff. Toda, não é só a da capa, né. Esse trabalho do Marco Nedeff é... ele tá em todos os nossos trabalhos, basicamente. Ele é muito bonito. Mas eu fui com ele e fiz o ângulo, né, eu quero isso aqui, Marco. Aí ele fez grande, fez pequeno, fez de longe, fez lá... então assim, o acompanhamento foi muito bom...

- Foi grande.

- Eu gostei muito de ter feito esse trabalho. E essas ilustrações eu vi centenas de vezes. Centenas, centenas, centenas de vezes. Então eu acho que sim, tem referencial teórico. Mas ele não justifica sozinho, né. Porque se tu vai lá falar que a curva de Fibonacci nãñã, o cara disser que não tem nada a ver, não vale nada.

Que palavras você utilizaria para definir o seu processo projetual?

- Ai... eu acho que ele é, ainda, ele é mais sensível, no sentido sensorial, né, é olhar, passar a mão, não sei que lá... não sei bem. E eu acho que também é uma... porque... ãh, como é que eu vou te dizer... eu uso muito os recursos de ter artistas comigo, né, então, eu nem sei se eu posso dizer que poderia ser só sensorial, porque é muita técnica, livro. Assim, é... fica muito... né. Isso aqui não é um livro, é uma revistinha de divulgação desse livro, né. Eu vou pegar o livro só pra completar porque senão fica difícil. É que não sei se chega a ser um processo projetual. Eu ainda não tenho essa... esse convencimento de que eu sou designer, apesar de todo mundo dizer, né. Eu ainda sou uma diagramadora, mas eu assino designer [risos]. Então, assim, ó... por que esse, essa linha, né? Porque seriam muito... esse livro tinha que ter muita área de título, porque é um título difícil, né, porém leve porque ele é muito grande. Então, ãh, vazado e tal... então, assim, é experimentando mesmo. Não sei se isso te responde a pergunta, não sei qual é a minha... por exemplo, esse cara

aqui, ele mandou seis dvds giga, com trocentas foto cada uma, aliás, não muitas cada uma, mas... então assim, eu tive que ver todas as fotos e ver qual é que mais se adequava, então, o processo ali é olhar muito, olhar muito, olhar muito, olhar muito. Então tem que olhar muito. Aí, se eu tivesse outra... aí botei a costura, né, tentei fazer um pequeno conceito, que é isso aqui, né, que é essa trança aqui, da, da... essa foto é do..., então eu tentei passar pra cá, então, no conceito todo dele essas linhas aqui elas têm um, ãh... por quê? Porque esse livro é sobre pessoas simples, pessoas mais pobres, então pensei na costura, na costura política, na costura... sei lá, como construção, como também coordenadas e abscissas, como gráficos, como movimento, né. Um monte de coisas, dessas coisas da costura. Então isso foi a minha contribuição pra esse trabalho. Então por que que eu peguei a costura? Porque eu pensei po, eu quero ver como é que é esse lugar, como é que são essas pessoas, quem são, de quem elas tão falando, né. Então eu fiz um monte de foto, assim, de coisa reciclada, e aí nada bastava, pensei em fazer uma capa toda reciclada, mas aí como é que vai ser [37:50 - ?] pessoal, quem trabalha com reciclagem? Não é. Então é sensorial no sentido de que tem que usar todas as, por exemplo, edição de imagem, que é o que me restou, né, pra fazer esse trabalho. Porque as fotos, só elas, bom... faziam tudo. Então, ãh, edição de imagem, esse casamento com a... com o que tá escrito, isso é design. E aí eu vou para aquele artista plástico chamado Joseph Beuys, que eu adoro, ele dizia que as esculturas que ele fazia eram esculturas que tinha que olhar, pensar e construir, ah, tá, isso aqui é porque vai sair um gás aqui, que vai fazer isso aqui, que vai não sei quê... e aí na beleza da construção é que a arte se faz. Ele quis dizer aquilo, mas ele quis que tu pensasse aquilo que vai e volta e vai e volta e que daí... então a satisfação tá na tua cabeça, e não na obra. Pois a obra ali é uma vassoura, é um cano, um troço... entende? Então, assim, na edição de arte é a mesma coisa. Porque, por exemplo, aqui nesse texto fala de um menino que é o MCda, né, e que ele pra estudar história, por exemplo, ele estudou história ouvindo Os Racionais. Então ele não teve acesso à cultura, pegou Os Racionais e fez aquilo uma aula de história pra ele. Então esse menino aqui olhando esse barquinho, óbvio, ou aquele de verdade lá atrás, né, são as minhas contribuições pro livro, que isso a pessoa não se dá conta, né. Mas aí quando se dá conta... ah! Mas que coisa! [risos]

- Até parece que pensaram...

- Até parece que pensaram... eu tinha um... o Polidoro, ele dizia assim, ele dizia tu não quer botar um manual pro leitor pra ele [risos] apreciar melhor o teu trabalho? Eu disse olha, eu acho que é uma boa ideia mandar... antes de ler o trabalho, veja essas ideias... Então... e outras coisas que não precisa de, né...

- Sim.

- Mas, assim, a estrutura, a construção, ela é técnica porque ela tem que servir a um propósito. E o design você sabe que tem que servir a um propósito. Isso que é a questão daquela coisa da arte, não é, porque tem livros de designers artistas que invadem, na minha opinião, invadem muito o conteúdo e... e aí transformam aquilo ali realmente numa peça de arte. Mas a peça de arte tem que ser do designer, porque se for a serviço de outra pessoa, daí vai tá atrapalhando. Então eu também tenho esse encolhimento, por exemplo, fotografia. Eu não consigo interferir dum jeito que ficaria até muito legal. Teve uma exposição desse livro, mas a exposição foi bolada por outra pessoa.

- Tu procura não interferir com o teu projeto gráfico uma área de uma foto...

- Por exemplo. Mas isso, alguns designers dizem que é blasfêmia minha, porque é muito legal botar aqui um monte de foto, colar e tal, vai ficar lindo, né. Mas, pffff [risos] coitado do fotógrafo [risos]... eu acho que o fotógrafo não ia gostar muito que a gente botasse alguma coisa que... então... mas a exposição, como eu disse, quando eu fui ver a exposição desse livro, achei maravilhosa, só que ela fazia exatamente isso, ela botava uma foto, botava uma coisa colorida por cima, depois... ficou lindo! Mas eu não consigo fazer assim. Eu acho que eu to a serviço dos artistas de um modo assim meio protetor. Por exemplo, o Bebeto, eu não vou interferir. Eu vou deixar assim, se os caras lá... ah, não gostamos dessa... tá, então troca lá, coloca outra que ele mandou pronta, né. Então vamos botar outra. A escolha dessa troca pra cá é a minha responsabilidade, mas não a obra. Então eu tenho a impressão que é por aí.

Sobre as influências no seu trabalho.
O que lhe influenciou e/ou influencia no seu trabalho?
<ul style="list-style-type: none"> • O que você leu ou lê que lhe influenciou e/ou influencia? • Quais autores (teoria) lhe influenciam e/ou influenciaram? • O que você viu que lhe influenciou e/ou influencia? • Que designers lhe influenciam e/ou influenciaram na prática?
O que lhe influenciou e/ou influencia fora do design?
<p>- É... fora do design... bom, é, cinema, direto! Qualquer filme, menos blockbusters, assim, [risos]. O último que eu fui ver foi gravidade, que é blockbuster, mas é muito visual. E, cinema... leitura, assim, olha, to desesperada pra ler o Daniel Galera, já pedi pelo amor de Deus que alguém me dê esse livro, senão eu vou ter que comprar e não tem graça nenhuma [risos] comprar o livro. Eu acho. Eu acho que tu tem que dizer pras pessoas que gostam de ti o livro que tu quer ganhar e a pessoa tem que ir lá e te dar. Eu acho. Mas, então, eu tenho muitos trabalhos...</p> <p>- E essa leitura, ela influencia diretamente o teu...</p> <p>- Direto! Mas às vezes é direto. Esse aqui eu recebi esse livro faz uns três meses, numa formatura de Direito e tal, e esse rapaz que tava se formando é esse que escreveu [43:29 - cronota?]. Tu vê que coincidência, né? Daí ele, pá, me deu, esse [cronota?], bah, [cronota?] o que que é isso? E aí, pá, daí comprei um monte de livro lá, Rosas do Brasil, do Sergio Schaefer, que é, sabe aquele pessoal que vem do Vidas Secas, os retirantes, então, esse aqui é um que a própria família é retirante, e ele se imagina, ele é um Dom Quixote. Ele se imagina o personagem de Vidas Secas. Ele é um estudioso, literato e tal, um letrado, digamos assim, e ele pira, é esquizofrenia total, ele vai pra baixo da ponte. Só que ele é o cara do Vidas Secas e a mulher que ele encontra é a mulher do personagem, a cachorra é a Baleia. Então, também, então assim, ó, eu vou, fui na Feira do Livro comprei um monte de livro, contos... às vezes compro só pela capa. A capa desse livro que eu to falando, tá ali em cima, é demais! Quer ver? Vou te trazer, sabe por quê? Porque daí tu vai ver o que eu mais li recentemente, os últimos três. Tão ali.</p> <p>- Tá.</p> <p>- Ó, isso aqui é uma pergunta respondida na prática. Isso aqui eu comprei...</p>

achei o máximo. Esse livro eu já quase terminei. É impressionante, muito bem escrito. Então, assim, é... a capa... aí, a capa! A capa pra mim é... é tudo. E olha aqui esse aqui que lindo. Esse aqui eu comprei pelo design do livro.

- Mas era um...

- Parece uma retícula...

- Uma retícula, deixaram ela

- Com um certo....

- E na verdade não é, né?

- Não sei...

- Porque ela tem o...

- Parece que tem um tecido...

- um ponto, tipo um tecido, é...

- na frente, né?

- É, isso aí.

- Ai, achei muito... essa capa...

- É bem bonito.

- Não, e [ovo?] assim, aquela coisa, eles botaram... isso aqui é um efeito de... como é que chama...tem um negócio... mas tem que ser um controle muito fino pra fazer isso aqui, muito fino. Isso aqui não daria nem pra ver na nossa tela, eu acho, de diferente, como é que o cara se deu conta que vai lá na ponta... saiu assim, né? Tu sabe que no processo, às vezes, a gente não enxerga o que tem na tela. E aqui, olha esse aqui também. Então olha os livros que eu compro... tem a ver mais com a forma do que com a... eu to até hoje querendo saber por que que tem esse S aqui, por que tem esse [risos], não, sério, que tem esse T. Porque isso tem que fazer uma pala... eu fico olhando, assim, mas não é possível...

- E será que tem?

- Será que tem? [risos] Eu acho que se tu botar no papel deve ter em Latim,

alguma coisa, e não tem nada a ver a palavra com a letra com o... enfim...

- Sim.

- Ó. Tem a letra N ali, né. Não sei, ele escolheu uma letra ou ele... sei lá. Eu fico, então, enlouquecida com esse livro aqui. [?] eu comprei, mas nem... então vou lá, leio, acho, sempre gosto, adoro ler, mas assim, não é a autora que me leva, não é... eu nem conheço as pessoas, entende? Esse aqui, claro, ele me convidou, eu fui e li, mas ainda não consegui... é uma leitura, pra mim, ou... se ele fizer realmente um filme aqui, eu consigo ler. Se ele contar um filme. Porque eu só consigo ler um .livro quando ele aparece na minha frente. Quando eu leio e ele aparece. Aí é que esse livro é bom. E esses aqui eu fui pra conhecer o trabalho do... eu gosto muito de comprar livro, folhear livro, sabe? Olhar... então são, são... é o tempo todo isso. Livro, cinema... eu acho que eu mais curto ter os livros, comprá-los, manuseá-los, olhá-los muitas vezes, que é um prazer pra mim, assim como ver televisão, entende? E eu curto também alguma literatura técnica que me ajuda, como, por exemplo, tem várias, né, mas tá lá em cima. É que tudo tá lá em cima porque eu to lá em cima. Ó, esse aqui eu comprei faz dois meses pela Cosac Naify pela internet. Então isso aqui é uma... eu prefiro, às vezes, do que ir a um cinema, do que... né... dar uma olhada. Eu to muito de, né, não posso ficar muito desatualizada. Então essa, mesmo que eu não faça oficina, que eu... eu procuro tá em contato com essa formação aqui, que é sofisticada. Como um [49:45 - Valpério?], por exemplo. É como se de alguma forma a gente procurasse sofisticar o que sabe, né. Pra que isso se reflita. Porque sabe, porque assim, ó, eu não to procurando nada específico, mas quanto mais eu receber informação visual ou de cinema. Eu prefiro cinema e livro. Tanto pra olhar quanto pra ler. Né. E... mas, por exemplo, filme na televisão, ok. Mas mais nada. Eu não sei, não escuto rádio, não, leio o jornal de manhã, a Zero Hora quando, no café da manhã. Só. Entende? O meu nível de informação é baixíssimo, no sentido do dia a dia, né... ah, não, ah, não... ali no face...

- Acho que essa informação a que tu te refere seja insignificante...

- Não é que seja insignificante... [riso] eu acho que tem tudo a ver com a nossa vida, mas eu não vou mais perder tempo.

- Eu tenho, eu... da minha geração, assim, eu tenho uma dificuldade em acompanhar os meus amigos, minha fam... até mesmo minhas irmãs, que não têm nada a ver, odeiam tecnologia, e eu compro celular, passo o dia inteiro na frente do computador e tal, mas não consigo, não vou atrás dessa...

- Mas é que isso é matador, né. Tu já tem todas as tuas... olha só... quantas questões aqui nós passamos? Eu tenho que atender um livro, o cara quer o nome da mãe dele na capa, com prata, mas ele quer uma coisa que brilhe... aí eu já peguei, bah, o cara veio aqui... quer dizer, quantas coisas nós já temos que lidar, né? Então, assim, ok, de manhã, tá tomando café, tá, aconteceu alguma coisa? Pegou fogo em algum lugar? [risos] Morreu alguém importante? Sabe... e acabou.

- Só pra não falarem daqui a uma semana e tu fica assim... ãh...

- Muitas vezes eu to por fora. Muitas vezes eu to por fora. Mas eu não paro de, tipo, né, não... essa informação não, mas, por exemplo, eu ligo, eu... como é que eu uso, por exemplo, a internet, o facebook, por exemplo, como comportamento. É, eu não... eu marco as notificações que eu quero receber. Ponto.

- Sim.

- E não entro... tem quinhentas notificações... não. Não vou entrar naquelas quinhentas, deixa lá quinhentas, duzentas, trezentas, não me importa. Não entro. Mas entrou no meu e-mail porque eu marquei, aí eu respondo.

- Sim, aí tu vai dar uma olhada. [risos]

- Aí eu vou dar uma olhada. Que que é que ele tá dizendo? Ah, legal. Aí, quando, eventualmente, dou uma entradinha, dou uma passeadinha, assim, pra ver o que que tem de mais ou menos, quando eu descubro, por exemplo, alguém diz – bah, tu viu esse site? Eu entro e fico louca! Eu digo meu Deus, como é que eu não vi isso? Aí me obrigou, né. Mas informação, assim, do dia a dia, não faz parte do meu métier. Eu me poupo pra pensar em gastar meus neurônios com alguma coisa mais interessante.

Sobre a influência da cultura no seu trabalho.
Qual o seu envolvimento com atividades culturais além do design?
<ul style="list-style-type: none"> • Como produtor (criando produtos culturais – arte, música, fotografia, imagens...) • Como consumidor (cinema, música, teatro, exposições...)
<p>- Olha, a única coisa que eu não te falei é que eu pintava. Parei de pintar. Então a minha contribuição cultural tá resumida no meu trabalho. Né. Eu não tenho feito nada além de fazer o trabalho que eu faço, porque eu já acho que é uma contribuição cultural. Né. Então eu não acho que tenho que fazer mais nada. E essas coisas de consumidora de arte, nossa, o que tiver de, por exemplo, na internet, uma pessoa disse – mas tu não viu o último do Bob Dylan? Que troca de canal? E eu disse – bah, não vi! Meu Deus e tal, mas eu não vou ver. Não vai fazer diferença na minha vida. Vai fazer diferença na tua vida sim! Alguém disse, né. Daí, vai fazer diferença sim na tua vida! Tu tem que ver aquilo ali. [risos] Então, aí é que tá, aí vem essa coisa da cultura. O que é importante no tempo e no espaço daquele momento e tu não pegou, o teu tempo e espaço não vai ser tão, né, quente, digamos assim. Então, acho assim que a gente tem uma responsabilidade de ficar ligada no tempo e no espaço, mas selecionar... né. E mesmo que eu selecione coisas que tu não seleciona, ok, nós vamos ter dois tempos, dois espaços, por isso nós vamos ter dois trabalhos. Né. Então a cultura não é uma cultura... como é que eu falei? Cultura oral... cultura culta. Não é uma cultura culta. É a cultura [55:08 -?], né, até porque eu não tive cultura culta. Tenho depois de adolescente, mas não antes. Então pras pessoas que não, que entendem a cultura como uma cultura culta, sóbria e tal, tudo bem, isso aí também contribui se faz parte do teu gosto, né. Mas eu acho que cultura é tudo que envolve o teu tempo e o teu espaço. Que seja relevante, que modifique comportamento, essas coisas tem que ficar ligada. Uma coisa... uma morte de alguma pessoa, por exemplo, pra mim, o John Lennon morreu, a gente pensou pô, e agora, mais nada... não é só o sonho que acabou, né. Acabou a realidade também. Mas é isso.</p>
Como você percebe a influência de seu repertório cultural na sua prática projetual?
<p>- É como eu te disse, eu to numa fase muito, muito cortar e colar, sabe? Então, acho que, atualmente, realmente não se percebe tanto. Mas eu já fiz</p>

trabalhos que têm isso muito focado, né. Quer dizer, eu botei isso na minha cabeça: eu tenho que fazer... se eu quiser ser designer, eu preciso ter um trabalho que vá além da diagramação. Né. E além da diagramação, pra muitos, é muito difícil. Entende? Nossa, além da diagramação tu já é o artista. Né. Então eu preferi ser diagramadora até que digo... eu acho que deu. E aí fiz algumas experiências de autoria. Acho que deu. Né. Agora talvez eu devesse fazer de novo. [risos] Porque eu acho assim, eu acho to um pouco cansada desse negócio, mas, enfim, né.

Que palavras você utilizaria para definir a relação entre cultura e o seu processo projetual?

- Conexão. Se não tiver conexão...

ANEXOS

Anexo 1

Lista de designers contemplados no Prêmio Bornancini nas categorias de Design Gráfico, nas edições 1, 2, 3 e 4, que ocorreram, respectivamente, nos anos de 2006, 2008, 2010 e 2012.

1ª Edição - DESIGN GRÁFICO

Categoria: Identidade Visual

Vencedor: 4.1.7 – Trabalho: Max 3D

Autor: Eliane de Magalhães Coimbra Santos

Categoria: Sistemas de Sinalização

Vencedor: 4.2.12 – Trabalho: Hospital Mãe de Deus

Autor: Maria de Lourdes Bozzetti

Categoria: Design Editorial

Vencedor: 4.3.2 – Trabalho: Margs – 50 anos

Autor: Clô Barcellos

Categoria: Design Gráfico Promocional

Vencedor: 4.4.9 – Trabalho: Press Kit Hashi

Autor: Luciano Antunes

Categoria: Embalagem

Vencedor: 4.5.3 – Trabalho: Keep Cooler

Autor: Titha Kraemer

Categoria: Design de Tipo

Vencedor: 4.7.1 – Trabalho: Família Tipográfica After

Autor: Fabio Luiz Haag

2ª Edição - DESIGN GRÁFICO

Categoria: PDV - Comunicação visual em Ambientes Abertos

TROFEU - Alexandre Guedes Mussnich

Projeto: Comunicação Visual Linea

Categoria: PDV - Comunicação Visual em Ambientes Cobertos

TROFEU - Alexandre Guedes Mussnich

Projeto: Estande Norte Chapas na Construsul 2008-10-27

Categoria: Embalagem
TROFEU - Julia Konzen
Projeto: Flopinho Vitaminado

Categoria: Sistemas de Sinalização
TROFEU - José Antônio Verdi
Projeto: Sinalização Jornal do Comércio
Equipe: André Lima e Thiago Gré

Categoria: Design Editorial
TROFEU - Flavio Wild
Projeto: Theatro São Pedro – 150 anos

Categoria: Design de Tipo
TROFEU - Fábio Luiz Haag
Projeto: KF Display

3ª Edição - DESIGN GRÁFICO

Categoria: Identidade Visual
Vencedor: Luiz Mário Verdi
Projeto: UNILA - Universidade Federal da Integração Latino-Americana

Categoria: Sistemas de Sinalização
Vencedor: Roberto Severo Bastos
Projeto: 1º dia de aula Colégio Anchieta

Categoria: Design Editorial
Vencedor: Paula Langie Araújo
Projeto: Catálogo de Produção Científica da UFCSPA

Categoria: Design Gráfico Promocional
Vencedor: José Antonio Verdi
Projeto: III Ciclo de Decisões AMCHAM

Categoria: Embalagem
Vencedor: Luiz Francisco Karam Correa de Magalhães
Projeto: Estojo Reebok Full DMX

Categoria: Design de Tipo
Vencedor: Rafael Weiblen dos Santos
Projeto: Tipografia de texto para jornal - Diana

4ª Edição - DESIGN GRÁFICO

Categoria: Identidade Visual

Projeto: Pastificio Giulian

Autor: Paula Langie Araujo

Categoria: Sistemas de Sinalização

Projeto: Sinalização Terminais Hidroviários Catsul

Autor: Roberto Severo Bastos

Categoria: Design Editorial

Projeto: Catálogo da Exposição Italian Genius Now

Autor: Paula Langie Araujo

Categoria: Design Gráfico Promocional

Projeto: Folhinha 2012 Néktar Design

Autor: Paula Langie Araujo