**fauusp
ruth klotzel**

**um percurso em design gráfico
e comunicação visual**

São Paulo 2007

**um percurso em design gráfico
e comunicação visual**

Dissertação
FAUUSP
Mestrado
Área de concentração **Design e Arquitetura**
Orientadora **Odiléa Toscano**
Aluna **Ruth Klotzel**
São Paulo 2007

Direitos de autor liberados.
É autorizada a reprodução integral ou parcial
deste texto, sem fins lucrativos, em qualquer meio
de comunicação de caráter informativo, desde que
citados o nome do autor, a data original da
publicação e a fonte.

Klotzel, Ruth
Um percurso em design gráfico
e comunicação visual

Dissertação de mestrado
FAUUSP
São Paulo, 2007

1. Design gráfico 2. Comunicação visual
3. Icograda 4. Ruth Klotzel

dedico este trabalho à minha mãe Judith, que
é a pessoa mais generosa que jamais conheci, e
ao meu filho Leo, que é meu sol.

agradeço

meu pai Kurt por ter me mostrado o que
é apetite por conhecimento e rigor ideo-
lógico, por ter me proporcionado tantas
oportunidades intelectuais, e pelo estímulo
que sempre deu à liberdade, criatividade e
responsabilidade.

minha orientadora, Odiléa Toscano, por ter
me acompanhado, mesmo em condições
adversas.

meu professor Julio Roberto Katinsky pelas
conversas, pela exigência e confiança, e por
ter me estimulado a discorrer sobre meu
próprio trabalho.

e meus irmãos, amigos e colegas de trabalho,
que não vou listar aqui para não cometer
injustiças, nem me estender, mas que têm
de saber que sem eles eu não teria conse-
guido fazer este trabalho.

Esta dissertação é uma reflexão crítica a respeito da formação e do desenvolvimento profissional da autora, a designer gráfica Ruth Klotzel, arquiteta formada pela FAUUSP em 1982. Trata de recuperar e apresentar seu percurso intelectual/profissional desde o contexto familiar, social e político de sua formação e expõe e comenta alguns de seus projetos gráficos e de comunicação visual. Contém também um relato sobre a formação da ADG (Associação dos Designers Gráficos), da qual foi uma das fundadoras e diretora, e uma compilação de eventos ligados ao Icograda (International Council of Graphic Design Associations), do qual é vice-presidente nas gestões 2003-2005 e 2005-2007.

This dissertation consists of critical reflection on the professional training and development of its author, Ruth Klotzel, graphic designer and BS in Architecture (1982) from the School of Architecture and Urbanism of the University of São Paulo-FAUUSP. The purpose is to recall and disclose the family, social and political context of her chosen intellectual/professional course, and to show and comment on some of her graphics and visual communication projects. The dissertation also includes the history of the Association of Graphic Designers-ADG of which Ms. Klotzel was a founding member and director, as well as a compilation of events linked to the International Council of Graphic Design Associations-Icograda, to which she was elected vice president for the 2003-2005 and 2005-2007 terms.

09 **introdução**

11 **formação**

- 12 heranças familiares
- 19 a formação na fau e viagens
- 29 o início da carreira profissional
- 32 produção manual e digital

35 **projetos**

- 36 no rio das amazonas
- 38 edith derdyk
- 40 cartilhas timbira
- 42 lucila wroblewski
- 44 soprador de vidro
- 46 pavilhão da criatividade
- 48 memórias póstumas
- 52 fontes tipográficas
- 54 unilever bestfoods
- 58 colégio itaca
- 60 instantâneos de um japão incomum
- 62 marrakech
- 64 pele e alma
- 66 advocacia pro-bono
- 68 aqui dentro - carandiru
- 70 mundaréu
- 72 sob o sol, a garoa e a fumaça
- 76 finestra
- 80 kimi nii
- 86 paulista
- 90 100 muros
- 92 biofach
- 96 que chita bacana

101 **atividades paralelas**

- 102 a adg
- 106 icograda e eventos internacionais

133 **anexo**

- 134 palestras
- 161 entrevistas

172 **cronologia resumida**

173 **conclusão**

174 **obras consultadas**

Todo diseñador acuña - no sin dificultad - una teoría de su práctica

Ronald Shakespear

Todas as imagens que produzimos são interpretações, idéias permeadas pela história de quem as imaginou e materializou. Uma mesma estória pode ser contada de várias maneiras, o mesmo objeto (substância, conteúdo) gera imagens diferentes, dependendo do olhar de quem as criou.

O design gráfico é uma combinação de processos lógicos, técnicos e intuitivos, e uma disciplina de definição muito polêmica. Os limites de atuação do designer gráfico também são imprecisos, de modo que incluo o termo "comunicação visual" no título do trabalho, para abranger diversas formas de comunicação pela imagem.

Na época em que estudei na FAUUSP, não havia escolas de design como hoje, com raras exceções, e minha formação foi muito deficiente no que diz respeito às especificidades de design gráfico, tais como tipografia, história do design gráfico e/ou produção gráfica. Porém, a formação humanista que tivemos, o *background* intelectual, a convivência com alguns professores que foram protagonistas da história da arquitetura no Brasil e o aprendizado de metodologia de projeto,

são ingredientes raros hoje em dia. Existe uma disseminação significativa de escolas que disputam o mercado com promessas de formação objetiva, rápida e focada em necessidades comerciais. Elas oferecem principalmente qualificação técnica e cursos voltados para áreas específicas: embalagens, *games*, web etc., quando na verdade o design é um disciplina que envolve métodos comuns para todas as suas abrangências, e as especificidades são de linguagem e técnicas.

Não me proponho aqui a discutir a fundo tais questões, nem optei por citar autores. Esta dissertação busca fazer um apanhado de minha formação intelectual/profissional e, através de uma revisão de projetos, identificar seus reflexos sobre as soluções escolhidas e resultados de projetos.

Além da minha prática profissional, nos últimos três anos tive a oportunidade de viajar e conhecer lugares e pessoas de várias partes do mundo, através de minha atuação no Icograda (experiência relatada no capítulo "atividades paralelas"), o que me fez aumentar o repertório e expandir horizontes.

formação

O capítulo trata da formação intelectual/profissional no âmbito familiar, escolar e social, desde a infância, acompanhados de referências visuais e da apresentação do TGI (trabalho de graduação interdisciplinar).

heranças familiares

Nasci em São Paulo. Naquela época, cavalos puxando carroças bebiam água no chafariz de entrada do Mercado de Pinheiros, na ponta da Cardeal Arcoverde, onde hoje encontra-se o terminal de ônibus do largo da Batata. No dia em que o presidente Kennedy morreu, 22 de novembro de 1963, ouvi a notícia do quintal, vinda do rádio da cozinha na casa do Alto de Pinheiros, onde quase tudo era mato.

O padeiro vinha na lambreta e oferecia seus outros produtos, como sonhos e pães doces, além do pão francês e leite em garrafa de vidro encomendados para entrega diária. Um sorveteiro, que vi pela última vez há uns 4 anos, em 2002, passava de carroça, servindo sorvete na casquinha, com colher. Íamos ver carneiros pastando na São Gualter, e nosso guarda noturno fazia a ronda a cavalo. As ruas eram de terra e costumávamos buscar argila com minha mãe, no rio Pinheiros, para fazer cerâmica.

Sou filha de imigrantes: meu pai veio de Hamburgo durante a crise de 1929, quando meu avô "perdeu tudo", e minha mãe foi vítima do nazismo: saiu com seus pais e seu irmão, de Viena, em 1938, depois da inva-

são de Hitler, aos 10 anos de idade, e teve a sorte de chegar no porto de Santos, depois de um período em Antuérpia, Bélgica.

A vida burguesa de Viena, com governanta e aulas particulares de inglês e violino foi substituída por uma realidade dura. Meus avôs não podiam sustentar os filhos, que foram acolhidos por famílias judias de São Paulo, por algum tempo. Meu avô teve alguma patologia psiquiátrica muito séria e foi internado, provocando a separação do casal. Por fim, minha avó, filha da burguesia vienense passou a ser uma mulher divorciada, que fez sua vida profissional primeiro como esteticista passando depois a ser professora de culinária, inclusive de jovens chefs e donos de restaurantes reconhecidos de São Paulo, tais como Nina Horta e Carlos Siffert. Além de ter uma atividade profissional e ser responsável pelo sustento da família, minha avó dirigia automóvel e fumava, sinais de que era uma mulher muito avançada para a sua época. Minha mãe teve de começar a trabalhar aos 16 anos, como secretária, trilingüe, já que conhecia bem o alemão, inglês e o português.

Pela parte de meu pai, a família era menos refinada, e mais trabalhadora: meu avô ficou órfão cedo, foi combatente na Primeira Guerra Mundial e nos relatava como era a guerra de trincheiras e o dia em que viram o primeiro tanque de guerra, sem saber do que se tratava, atacando-os. Foi prisioneiro de guerra dos ingleses, onde achou que tivesse aprendido a língua, já que era solicitado como intérprete, quando na verdade falava um inglês de caserna, recheado de gírias e palavrões. No Brasil, para ganhar a vida, chegou a ser cantor de ópera no rádio. Minha avó era muito trabalhadora e fundou uma confecção que teve um relativo sucesso e atendia, entre outros, a Casa Slopper, um importante magazine da época.

Meu pai revelou-se um gênio de apetite insaciável por todas as formas de informação. Durante toda a sua vida e até hoje, sempre manteve atividades fora de sua área de trabalho: fotografia, flauta doce, escultura, criação de orquídeas, cactos e leguminosas. Teve de trabalhar para ajudar no sustento da família, cursou engenharia no Mackenzie e depois de desiludir-se com a profissão, cursou medicina na USP e

formou-se médico já pai de dois filhos. Recém-formado foi para o interior de Pernambuco, Gameleira, com minha mãe e meus dois irmãos, com a convicção de salvar vidas e enfrentando privação de recursos básicos: na casa deles só havia uma torneira no quintal e a casa era repleta de morcegos. Desenvolveu um esquema de triagem, com a assistência de minha mãe, de modo a poder atender aos trens repletos de gente que vinha se consultar com o único médico das redondezas. Foi o início de sua carreira como médico sanitarista. Minha mãe voltou grávida de mim, em finais de 1957. Nasci no dia 13 de abril de 1958.

A vivência tão próxima da dura realidade brasileira cunhou um traço ideológico bastante forte na família.

Em 1963, mudamo-nos para Chicago, onde meu pai trabalhou na universidade e comecei a ser alfabetizada em inglês, aos 5 anos de idade. Um ano depois, em início de 1964, voltamos ao Brasil. O golpe militar que ocorreu em seguida, em 1º de abril, tornou a vida no Brasil impossível: vários cientistas amigos de minha família foram presos e exilados. Muitos deles desenvolveram suas

carreiras no exterior e estão até hoje fora, onde têm mais condições de trabalho. Foi um *brain drain* de dimensões muito grandes, do qual nos ressentimos até hoje, quatro décadas depois.

Como o bairro em que morávamos, Alto de Pinheiros, era considerado ermo, distante, nossa casa serviu de local de encontro de alguns "subversivos" e foi refúgio do grande físico Mario Schenberg, que ficou hospedado no meu quarto por algumas semanas. Me lembro que desde essa época aprendi que moralidade, integridade, não têm nada que ver com legalidade. Meus pais nos confiavam a informação de que ele estava escondido e que aquilo era ilegal.

Nesse clima de insegurança, acabamos voltando para Chicago, por mais um ano. Nessa época, o racismo era descarado e os conflitos raciais violentos; me lembro de manifestações do *black power*, dos lugares reservados para negros nos ônibus e do choque de minha mãe, que foi aos prantos me encontrar no carro, depois de uma entrevista simpática com a diretora de uma escola, que confessou que só não poderia me aceitar como aluna porque a escola era exclusivamente para negros. Vivíamos no limite entre o bairro negro e o branco e até o comportamento infantil refletia a violência da discriminação racial: gratuitamente, na fila para entrada em classe, um aluno negro encostou a lâmina do seu canivete nas costas de meu irmão.

Qualquer relacionamento amistoso com negros era considerado, além de uma simpatia ou amizade, um ato ideológico. Em casa sempre tivemos o exemplo do anti-racismo, principalmente por parte de minha mãe, que é a pessoa menos preconceituosa que jamais conheci e não admite nenhuma forma de discriminação.

Nos Estados Unidos freqüentávamos vários museus, entre os quais o Museu de Ciência e Tecnologia de Chicago, onde eu ficava fascinada com a reprodução de uma rua do início do século XX, de noite, com lojas fechadas, padaria, barbeiro, e um cinema onde se podia assistir a filmes mudos do Buster Keaton e Charles Chaplin.

Cada um de nós tinha um par de patins e, no inverno, o lago era liberado para patinação, após vistoria da prefeitura, para garantir espessura na camada de gelo.

Visitamos a World's Fair de Nova York, em 1965, onde conheci cinema com aroma (mostravam imagem de flores, cachorro molhado etc., com seus respectivos cheiros) e inovações tecnológicas tais como a comunicação, com imagem, entre quem se encontrava lá, em Nova York, e uma pessoa em São Francisco, o que hoje se faz com uma webcam de qualquer computador doméstico ligado à Internet.

Era o auge da Arte Pop, e não me esqueço das primeiras instalações de arte que vi na minha vida, em Nova York, onde moravam o irmão de minha avó e sua esposa, exilados também do nazismo.

meu livro predileto na infância, que me atiçou ainda mais o apetite pela imagem

detalhe de obra de Roy Lichtenstein

Eu ficava encantada com as exposições de obras de Warhol, Lichtenstein, e outros expoentes do movimento, e com as cores fluorescentes nos catálogos que guardei por anos. Esse novo repertório rompia com o pouco de imagens artísticas que eu conhecia (como uma reprodução de um desenho de Rubens que guardo até hoje ou até alguma imagem mais ousada, de Picasso, por exemplo).

A memória acessa esse período como o início do meu fascínio pela imagem. Era hábito de minha família ir a Bienais, tivemos aulas de "arte", e minha grande alegria era ganhar material de pintura de presente, coisa bastante corriqueira. Apesar de meu pai ser médico e minha mãe ter se formado mais tarde e trabalhado como bióloga, as "humanidades" eram muito valorizadas em casa. Dos três irmãos, apenas o do meio, Daniel, seguiu a carreira científica e é um bem-sucedido médico.

1968 foi outro marco político que afetou nossa casa: minha mãe estudava na USP, tinha entrado tardiamente, aos 40 anos, e meu irmão estava no colégio e participava do movimento secundarista. Apesar de

ainda ser criança, me recordo de ter ido buscá-lo nos prédios residenciais do CRUSP, onde morava um professor amigo nosso, que nos mostrou catapultas que os estudantes haviam construído na cobertura do prédio, para se defenderem da repressão. Esse mesmo professor seria depois preso no famoso encontro de Ibiúna.

A interferência da vida política em nossa casa deu a cada um de nós a clareza de que fazemos escolhas ideológicas, mesmo que não político-partidárias, de que somos agentes sociais, quaisquer que sejam as nossas ocupações, e nos deu a noção de dignidade e cidadania. A transgressão, como forma de inovar e defender os próprios valores, era valorizada na nossa educação.

Na adolescência dediquei-me um pouco mais ao desenho e aprendi sobre alguns materiais e técnicas, do silkscreen ao batik. Meu irmão André, então aluno de cinema da ECA-USP começou a trabalhar na "Boca do Lixo" (nome com que era conhecida a região onde localizavam-se as produtoras de pornochanchada, perto do parque da Luz), e de vez em quando me vinha com encomendas. Uma bastante bizarra foi que eu pintasse em uma

gravura feita em linóleo, em 1973, no primeiro colegial

camiseta a frase "vamos seguir com fé o homem de Nazaré", para ser vestida por um assaltante de um filme do Zé do Caixão. Cada um de nós recebeu do meu pai uma máquina fotográfica na adolescência. A minha foi uma Zeiss, herdada dele, com lente em fole, não reflex. Tínhamos que aprender a calcular as aberturas e velocidades a olho, já que não havia fotômetro e isso, para meu pai, era muito importante no sentido de aguçar a sensibilidade e saber fazer escolhas. Tínhamos um laboratório fotográfico na garagem, onde revelávamos os filmes e fazíamos ampliações em preto e branco. Essa mesma garagem foi ateliê de trabalhos em couro, oficina de silkscreen, de trabalhos em resina de poliéster, cerâmica, batik etc.

Nossa casa era local de encontro de alguns colegas de meu irmão, da ECA e da FAU, e eu freqüentava a USP nos festivais de cinema, festas, chegando a assistir algumas aulas. A identificação com a FAU-USP foi imediata. O edifício, as oficinas e a gráfica me encantavam, além do fato de a FAU ser na época um local de encontro de pessoas interessadas em arte em geral, da fotografia à dança.

Cheguei a assistir a apresentações de TGLs (Trabalho de Graduação Interdisciplinar) bastante atípicos, como o de Tales Pan Chacon, que consistia em um espetáculo de dança, com a participação de sua professora, Ruth Rachou. Os alunos da FAU tinham tanto prazer em fazer parte daquela comunidade e viver no prédio do Artigas que o casamento da atual artista plástica Esther Grinspun com o arquiteto Francisco Vannucci, hoje sócio da Brasil Arquitetura, aconteceu em grande estilo, no salão caramelo, com buffet e uma grande festa dançante, em 1976. A situação parece muito absurda e incompreensível nos dias de hoje, mas reflete o quanto os alunos se identificavam com o ambiente da escola, onde passavam o dia inteiro.

Entrei finalmente na FAUUSP em 1977, depois de ter tentado em 1976, mal preparada e recém-saída de um acidente, cirurgia etc. Então, cursei um ano na Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, enquanto me preparava. Eu não queria nenhuma outra Escola de Arquitetura a não ser a FAU.

Interrompi os estudos na FAU depois de cursar os dois primeiros anos. Planejamos, meu namorado, hoje um acadêmico, e eu, uma viagem para estudar em Roma. Nos dedicamos a aulas de italiano, mas os planos de estudo em Roma não vingaram, então fomos direto para Paris. Apesar da minha origem 100% européia, a Europa foi impactante, encheu meus olhos e abriu minha cabeça. Como eu não tinha levado máquina fotográfica, e porque adorava desenhar, comprava cadernos de desenho para registrar a viagem. Vi muitas exposições, visitei museus, lembro de uma exposição de Goya que me impressionou muito, além do Musée dell'Homme, onde contei 14 "raças" humanas. Fomos na comemoração do número 300 da *Cahiers du Cinema*, na Cinemateca de Paris, com presenças ilustres como Maria Schneider. Assisti a um filme de Godard em um cineclubes onde o próprio Godard

foto de 1977, na USP, logo antes de viajar

apareceu no final para debater conosco e se mostrou solitário, queixando-se de seu isolamento. Conheci Guel Arraes, com quem passeamos e fizemos um pequeno vídeo e que era filho do exilado Miguel Arraes, rodamos com o artista plástico José Roberto Aguilar, que estava na casa de seu irmão Nelson, e que fazia um vídeo.

Depois de quatro meses de Paris, me aborrecendo muito com a condição precária, pequenos trabalhos para complementar a mesada que minha família podia me enviar, a indelicadeza dos parisienses e a falta de atividade profissional, visitei Londres, Genebra, e acabei parando no campo, na Toscana, onde vivi por um ano, em uma casa de pedra que aluguei com dois amigos sardos, numa vila que foi construída entre 1200 e 1500.

Foi lá que entrei em contato pela primeira vez com alguns aspectos da vida que nos colocam a necessidade de decidir sobre nosso destino: a solidão, o perigo, crises existenciais mais profundas.

Durante todo o tempo, desenhei, fiz batik à beira do fogão de lenha, e cursei um ano

de bacharelado em artes gráficas do Istituto Statale D'Arte di Firenze. Como minha casa ficava a 32 km de Firenze, perto do *paese* Greve in Chianti, e me interessava mais pelas aulas práticas, freqüentei apenas o curso de gravura, uma vez por semana, que era em um ateliê bastante equipado, principalmente para litografia.

Visitava muito o museu do Palazzo de la Signoria e, sempre que tinha um intervalo

desenho baseado em foto
e gravura em metal
feita no curso em Firenze

entre um compromisso e outro, quando ia a Firenze, entrava gratuitamente com minha carteirinha de estudante e sentava em frente à *Primavera* de Botticelli.

O contato com o Brasil era basicamente por carta e raramente por telefone, caríssimo. Estávamos em 1979 e a situação política no Brasil rumava para uma abertura. Recebia notícias do meu irmão sobre as transformações na ordem moral e política: lançamento de músicas que antes eram proibidas, manifestações estudantis e o movimento operário. À distância, não se conseguia ter a verdadeira medida das transformações. Minha mãe era muito ativa no Comitê Brasileiro de Anistia, e quando eu voltei para o Brasil, Brizola havia retornado do exílio, Paulo Mendes da Rocha e Artigas tinham voltado para a FAU, onde se instaurou um clima eufórico, de esperança no restauro da inteligência e de realizações para o futuro próximo.

Além das aulas de projeto, Artigas era responsável pela disciplina de EPB (Estudos de Problemas Brasileiros) que ele idealizou como uma série de palestras abertas a todos, no horário do almoço, com grandes nomes da cultura brasileira: Dalmo de Abreu

Dallari, Severo Gomes, D. Paulo Evaristo Arns, Arrigo Barnabé, Maurice Vaneau (coreógrafo), Sonia Mota e Ruth Rachou (bailarinas), Luiz Gonzaga de Mello Belluzzo, Juca de Oliveira e Antunes Filho.

Na avaliação do aluno, uma prova no final do semestre, Artigas pediu para que cada um de nós escrevesse o que quisesse. Colocou-nos, assim, na difícil condição de liberdade responsável. Senti a obrigação de retribuir a generosidade dele, dedicando um relato minucioso da importância daquelas palestras.

Os alunos da FAU que eram voltados para a área de comunicação visual foram solicitados, a cada semana, a fazer peças gráficas que divulgassem a palestra seguinte. Eu fui incumbida de desenhar os cartazes para a palestra do jurista Dalmo Dallari.

A formatura é o momento crucial, onde o estudante percebe que a vida tem de ser conduzida em alguma direção, dessa vez sem a turma toda. Na FAU, cada turma tinha 150 alunos, sempre havia novas oportunidades, seja de conhecer gente nova, se relacionar e se engajar em projetos de turmas diferentes.

Quando chegou o momento de fazer TGI (Trabalho de Graduação Interdisciplinar) conversei com minha professora Renina Katz e eu só sabia que gostava de desenhar. Como a falta de objetividade era muito grande e não tinha segurança quanto à minha capacidade, Renina me disse um dia: "Sei lá, minha filha, pode ser que este não seja teu caminho [o do desenho], que você não sirva para isto, mas para uma outra coisa". Foi uma grande provocação e a partir desse momento me senti desafiada a provar que era capaz, mas não sabia como. Havia me dedicado muitos anos ao desenho de observação, de modelo vivo, apesar de também ser um esforço e sofrimento.

Então, meu TGI começou sem uma rota certa. Eu achava que deveria desenhar, desenhar, desenhar. E foi o que fiz. Durante muitos meses me dediquei ao desenho de observação, colocando-me desafios: reduzia os recursos gráficos, de modo a me concentrar no desenvolvimento de minhas habilidades: ora só podia usar grafite, depois apenas caneta esferográfica, diminuindo as possibilidades de variação de peso do traço, tratamento de texturas de superfície etc. O olhar e a técnica desenvolviam-se, porém o assunto a ser tratado estava ainda muito nebuloso. No segundo semestre, quando eu devia acabar meu TGI, concentrei-me na técnica de reprodução de imagem por off-set. A FAU possuía o maior parque gráfico da USP, e o Laboratório de Produção Gráfica (LPG, onde era feita a pré-impressão) e a gráfica, além de produzir publicações da Escola, acolhiam os projetos de alunos. O processo era todo mecânico e passei várias horas preparando fotolitos com o técnico José Anastácio.

desenho (esquerda) e guache (à direita) que faziam parte do TGI

Meu TGI, portanto, explorou as bases do offset através de três impressos:

- Uma ilustração em quadricromia em formato A4 (figuras na página ao lado), onde o desenho partiu de um anúncio de revista estrangeira de um produto para cabelos de negros. Essa imagem foi processada manualmente: os fotolitos foram feitos por máscaras e colagens em acetato, gravando depois o filme limpo por contato. Utilizei os recursos de tabelas de aplicação de cor em CMYK e montagens de fotolitos velhos, com imagens gravadas, em algumas partes.

- Uma imagem da Leila Diniz, extraída do jornal e trabalhada nas três cores primárias: amarelo, vermelho e azul. A idéia era de que conhece-se naturalmente as possibilidades de mistura das cores primárias. Eu, pelo menos, tinha muita familiaridade com as cores, e queria transpor essa familiaridade para um trabalho experimental de offset, onde os resultados poderiam ser mais intuídos do que calculados por escalas.

- Um puro exercício de impressão, encontrei um fotolito, com sua parte positiva e negativa, descartado, de uma imagem inte-

ressante, de crianças em uniforme escolar, com resolução de imagem pouco definida, parecendo as linhas de um televisor. Essa imagem foi trabalhada em máquina (na impressora offset), através da adição de tintas no rolo da máquina. A tinta começava clara e ia sendo escurecida no decorrer da impressão. Trocava-se a chapa de impressão pela imagem em negativo e fazia-se o mesmo, de modo que várias combinações de cores de tintas e papéis, sob a mesma imagem, ganharam resultados completamente diferentes.

primeira imagem em offset trabalhada para o TGI

imagem da atriz Leila
Diniz, trabalhada com
colagens de fotolito e
reproduzida nas cores
primárias

variações de cores feitas
na máquina de impressão
em *offset*, através de adição
de tintas

Ao final, fui recompensada por Renina Katz e Haron Cohen, que me deram nota 10, e pelo resultado de meu trabalho, que acabou me despertando o encantamento pelos impressos. A idéia de dessacralização e da distribuição generosa da imagem reproduzida em grande quantidade me encantava, independentemente do julgamento do uso ao qual se destinava. Isso é outro assunto que, na verdade, também me perturba. Se por um lado a imprensa é um instrumento encantador, ela pode também ser uma ferramenta de manipulação.

Enfim, me formei na FAU em final de 1982, já casada, ou "amigada" (já que até hoje sou legalmente solteira) e sem perspectivas de trabalho, fazendo apenas alguns "bicos". Me juntei aos colegas do Galpão Arquitetos (entre eles meu então marido Mario Reali), uma espécie de cooperativa de arquitetos, onde cada um tinha seu espaço, sua prancheta e onde se dividia alguns materiais e trabalhos coletivamente. Foi minha breve carreira de arquiteta de edificações. Colaborei em uns 2 projetos e nada mais. Depois passei a fazer apenas projetos gráficos.

O galpão onde estava instalado é ocupado até hoje por arquitetos. Antonio Carlos Barossi, o Tata, grande amigo e atualmente professor da FAU, ficou no Galpão desde a época de sua fundação, há uns 35 anos, até uns 6 anos atrás, quando passou o imóvel para outro escritório de arquitetura.

Em 1984 nasceu meu filho Leo, muito esperado. Como mãe, a minha disponibilidade para trabalhar diminuiu mais ainda e eu passei a trabalhar em casa, mas quase sem projeto nenhum.

detalhe de convite para palestra na ADG

Cansada de fazer pequenos trabalhos e da insegurança financeira, fui atrás de um emprego. Como não tinha nenhum contato, nenhuma relação com estúdios de design, porque não tinha feito estágio durante a faculdade, procurei no jornal. Consegui o emprego em uma fábrica de roupas da Mooca, bairro industrial de São Paulo.

O trabalho tinha horário de fábrica, das 8 às 17, com uma hora de almoço, e eu precisava montar tudo, já que não existia departamento de arte. Compraram mapotecas, pranchetas, materiais de desenho, contrataram uma assistente para me ajudar. O trabalho consistia em fazer todas as peças gráficas da confecção: papelaria, embalagens, tags, catálogos de produtos, convites etc.

No primeiro dia eu devia acompanhar um catálogo que já estava em gráfica, a Mattavelli, no Cambuci. Confiei meu aprendizado aos técnicos que me ensinaram desde o básico do processo de impressão em *offset*, até o controle de qualidade de reprodução de fotografias. Estabelecemos uma relação de simpatia e confiança, e sempre

que eu decidia por imagens que requeriam recursos gráficos que eu desconhecia, os técnicos da gráfica me esclareciam.

No catálogo seguinte eu devia fazer parte do processo desde o início, e na primeira reunião com o fotógrafo, Thomas Susemihl, nos reconhecemos como parceiros que falavam a mesma língua; nossa formação intelectual era bem parecida, e bem diferente da dos dois irmão libaneses, donos da confecção. Com Thomas tive de me disciplinar e fazer projeto, idealizar os catálogos, a partir de um conceito comum, acordado desde o início, fazer layouts que orientassem a confecção das fotografias.

Se anteriormente me confrontei com o reconhecimento de minha ignorância técnica, o trabalho em uma equipe multidisciplinar exigia que eu assumisse uma metodologia de trabalho. A organização do processo criativo em projeto de qualquer espécie segue uma mesma lógica organizativa. Na verdade, metodologia é algo desenvolvido individualmente, a partir de conhecimentos teóricos básicos adaptados à sua maneira particular de trabalhar.

Nessa época, 87/88, a Kuxixo ia muito bem: além da fábrica havia lojas em pontos nobres de São Paulo, como Oscar Freire, Mario Ferraz, shopping Ibirapuera. Contrataram uma gerente de marketing, com a qual eu me identificava, bastante culta, que me ensinou muito do gerenciamento do trabalho, no dia-a-dia. Eu não sabia como me organizar, fazer *follow-ups*, controlar fluxos de trabalho, coordenar projetos...

Se essa experiência pode não ter ensinado muito sobre design, me deu a oportunidade de começar a me profissionalizar, no sentido de trabalhar com profissionais de qualificações diversas, além de conhecer produção gráfica, marketing, a estrutura de uma indústria, a linha de produção.

A Kuxixo percebeu a necessidade de investir mais pesado em sua comunicação e resolveu contratar uma agência de publicidade, a Morbin e Associados, que me admitiu imediatamente como diretora de arte para dar continuidade aos projetos da Kuxixo, além de outros. A primeira campanha deles de rua, com outdoors, foi baseada na direção de arte que eu havia feito para o último catálogo.

Ainda nesse momento, a noção de design era muito tênue, eu não possuía conhecimentos de história do design, de tipografia, e das peculiaridades próprias da atividade. Eu criava a partir da metodologia de projeto que aprendi na FAU, sem ter consciência disto.

Enquanto estava no Morbin, fui procurada por José Roberto de Campos Paulino, que conhecia meu portfolio de antes da Kuxixo, quando eu procurava emprego. José Roberto era um autodidata, admirava a FAUUSP e gostava de contratar profissionais vindos de lá. Na época, ele era coordenador da Made in Brazil, braço de design da agência de publicidade W/Brasil. Fiquei na Made in Brazil por uns 8 meses, até que me desentendi com o esquema de trabalho e quitei o emprego.

Meu colega Kiko Farkas cedeu um espaço no seu escritório, Máquina Estúdio, para que eu pudesse trabalhar e me deu o contato de uma conhecida sua, dona do jornal Primeira Mão, que me contratou para fazer as capas de seus jornais. Na época o editor era Walcir Carrasco, mais velho que eu, hoje um respeitável dramaturgo. Dessa vez o trabalho era de ilustração mesmo: criar duas capas por semana para o jornal.

Foi mais uma oportunidade valiosa para mim, porque o jornal era impresso no Estadão, e portanto eu ia na gráfica colocar os títulos e dar os retoques finais. O trabalho era finalizado no departamento de arte, com paste-up tradicional, em folhas quadriculadas de azul, e texto colado com cera. Mais uma etapa em que o aprendizado foi basicamente técnico, e o trabalho durou 23 edições do jornal, ou seja, uns três meses. Além da experiência de trabalho adquirida, a sensação de ir para a rua de manhã e procurar a capa impressa nas mãos do vendedor de jornal no farol, me recompensava e trazia autoconfiança.

Nesta época, 1990/91, Paulo Labriola, ex-sócio do Kiko me disse que gostaria de trabalhar comigo, se houvesse oportunidade. Chamei o Paulo em seguida para fazermos um projeto, e nos tornamos sócios, na casa que eu acabava de alugar, na Vila Madalena, para montar o escritório. Ficamos lá por algum tempo, depois mudamos de endereço. Enfim, a nossa sociedade durou quatro anos, e meu estúdio, o Estúdio Infinito, existe até hoje.

produção manual e digital

Se hoje em dia não conseguimos imaginar a vida sem os computadores e até sem celular, ter passado pela produção manual das artes finais foi importante para minha imaginação e o meu raciocínio em produção gráfica. As etapas eram complexas e demoradas. Os layouts eram peças que envolviam muita destreza manual: marcação de letras (desenho manual das fontes empregadas em títulos, marcas etc), desenhos de traços a nanquim, colorização com guache ou similar. Além disso, simulava-se relevos, cores metálicas, acabamentos. Muitas vezes as soluções exigiam a invenção de novas técnicas para apresentação de layout, como no caso de relevos, onde fazíamos o macho e a fêmea da imagem a ser gravada em cartão grosso, colocávamos o papel no meio dessas duas peças e prensávamos à mão, com rolo.

As artes finais também eram feitas à mão. Para diagramar era necessário escolher fonte, corpo, entrelinhas, entreletras, alinhamentos, largura de coluna, por um processo de medição dos exemplos de corpos de cada fonte, apresentados nos catálogos de fotocomposição de cada fornecedor. Enfim, todas as características da produção do texto eram marcadas em um texto batido

a máquina, recolhido por um motoqueiro. O motoqueiro vinha depois trazendo uma cópia tipo xerox do texto, na produção escolhida. Daí verificávamos o resultado em nosso layout, fazíamos modificações e lá vinha o motoqueiro de novo recolher o papel. A cópia final, em papel fotográfico, tinha de ser colada com cola de benzina, no esquadro, em prancha montada na régua paralela. Por cima da arte final em preto e branco era colocado um *overlay* em papel manteiga, com todas as demais marcações necessárias: aplicação de cores, prisma-gem de imagens (a marcação da posição e tamanho das fotos, feita em geral através de uma projeção do cromo em ampliador fotográfico, que desenhávamos a lápis no manteiga), indicações de fusões, sobreposições, máscaras etc.

O aparecimento do fax foi uma maravilha! Já não precisávamos de motoqueiro para idas e vindas, apenas para a entrega final. Parecia um avanço tecnológico absurdo. De lá para cá as coisas evoluíram com muita rapidez.

Em 1991 compramos nosso primeiro computador: um Centris, com HD de 256 MB.

Hoje com apenas um CD podemos armazenar 3 vezes essa quantidade de informação, e com um DVD, umas 17 vezes.

Além da rapidez que ele propiciou na execução dos projetos, o computador introduziu a possibilidade de visualização de tudo que antes era apenas imaginado: agora pode-se testar as produções de texto, cores, manipular as imagens e fazer alterações durante o processo. Se por um lado encurtamos o tempo e absorvemos trabalhos que antes eram feitos por terceiros, não conseguimos incorporar todos esses custos em nosso orçamento.

O computador é uma ferramenta preciosa, porém se não se tem qualidade de projeto e conhecimento dos processos produtivos, ele pode camuflar resultados mal resolvidos, que só vão aparecer no produto final. Edição de cores, por exemplo, é uma etapa de projeto importante. O que se vê na tela não corresponde à reprodução da cor impressa, bem como é preciso tomar cuidado com espessuras de letras vazadas, que na tela podem parecer reprodutíveis, mas cuja transposição para retículas se revela impossível, ou suja, mal resolvida. As novas

gerações de designers precisam de mais dedicação ao estudo de produção gráfica para suprir as falhas de formação devidas à produção digital.

Além disso, a tecnologia digital pode provocar a falta de dedicação aos estudos, croquis, desenvolvimento de idéia, antes da realização da imagem. O computador torna as soluções instantâneas, dando a ilusão de que o trabalho está resolvido, quando muitas vezes a falha está na falta de exploração do conceito visual a ser desenvolvido. Sem conceito e conteúdo bem desenvolvido, não há bom projeto. No máximo haverá uma imagem bonita, mas sem estofo.

Outro avanço determinante para a agilidade do trabalho é a comunicação via Internet. Algumas vezes resolvemos grande parte dos projetos pela rede, incluindo orçamentos, textos, aprovação de imagens etc. É possível trabalhar em equipe multidisciplinar, à distância.

Trabalho mesmo em viagens, conversando pelo Skype com meu escritório e trocando arquivos. Recebo um arquivo, altero e retorno para que dêem andamento ao trabalho.

desenhos de viagem
1982

Por várias ocasiões, substituí a máquina fotográfica por um bloco de desenho. Essa foi uma viagem de dois meses, de São Paulo à Bolívia, Peru, Amazonas, Pará, Goiás, tudo por terra e rio.

Os projetos apresentados aqui são de tipos e escalas diversos, organizados por ordem cronológica.

Cada um deles foi escolhido seja por afinidade pessoal, seja por tratar-se de resultados de processos curiosos e que ilustram adequadamente o raciocínio projetual que foi se consolidando no decorrer de minha trajetória profissional.

Em alguns casos existe somente o registro do resultado. Em outros, foram incluídos referências e croquis de desenvolvimento do projeto, conforme a necessidade e/ou disponibilidade de material.

Diferentemente do projeto visual virtual, o projeto gráfico impresso tem a materialidade, carrega formatos, pesos, texturas, cores, que jamais poderão ser reproduzidos. Busquei incluir uma ficha técnica de cada trabalho para, além de situá-lo em relação ao tempo, local, participantes, especificar um pouco de sua materialidade.

projetos

no rio das amazonas
filme dirigido por Ricardo Dias
1995/96

Me entusiasmei muito com o filme de Ricardo Dias, conhecido já de algum tempo, que tinha estudado biologia com minha mãe e cinema com meu irmão.

Ricardo fez uma viagem de 34 dias pelo rio Amazonas, no barco e na companhia do zoólogo e músico Paulo Vanzolini (autor da famosa *Ronda*, gravada por Caetano Veloso, entre outros), e documentou-a nesse filme. A jornada, de Belém a Manaus, explora a fauna, a flora e a vida cotidiana dos habitantes da região.

Era meu primeiro cartaz em formato grande, de cinema. Escolhemos fotografias de Antonio Carlos D'Ávila, que fez parte da expedição, e percebemos que quase todas eram horizontais, coerentes com a paisagem local, cujo horizonte parece infinito e a visão cobre os 360°, sem obstáculos. Me dissuadiram de fazer um cartaz horizontal: os suportes das salas de cinema, apropriados para cartazes de cinema, eram todos adequados a cartazes de formato padrão, vertical.

A foto escolhida mostrava a vastidão da paisagem, através da figura de uma pessoa solitária, remando. Resolvi utilizar a foto inteira e, como se não quisesse aceitar os limites da imagem, coleí o título do filme na fotografia, e apliquei o fundo da foto (água do rio) nas letras. Essas letras foram feitas à mão, por recorte, como que esculpidas na madeira, e depois digitalizadas. Como fundo do cartaz, criei um grafismo à mão e apliquei-o em cores profundas, marrom-ferrugem e preto, que me lembravam mata, sombra e terra, e permitiam trabalhar as informações escritas com contraste, em branco.

Com esse cartaz, fui premiada na mostra *Anche il Brasile fa Design* em 1996, cuja exposição aconteceu em São Paulo e Milão, além de ter sido publicado em revistas nacionais e estrangeiras, entre as quais a americana *Communication Arts*.

filme de 72"
direção
Ricardo Dias
projeto gráfico do cartaz
Ruth Klotzel
produção gráfica
Rogério Nicolau

edith derdyk
casulo - cocoon

catálogo da artista
1996

Essa foi a primeira publicação inteiramente sobre o trabalho da artista. Edith vinha de uma trajetória na qual o desenho tinha uma expressão muito forte, e naquele momento seu trabalho artístico ganhava novas dimensões, utilizava a linha, o fio, de forma orgânica, como elemento do trabalho plástico.

O design gráfico deve otimizar a expressão dos conteúdos, sem sobrepor-se a eles. Quando se trata de apresentar um assunto de forte conteúdo visual, essa questão fica mais evidente e qualquer exagero pode produzir resultados grotescos. Para ilustrar isso, lembro que certa vez vi um livro sobre o carnaval, onde o tratamento gráfico não dialogava nada com o assunto: as soluções eram mais dignas de uma MTV, com estereótipos do "digital-moderno".

Nesse catálogo, busquei dialogar com a produção da artista, fazendo referências ao uso que ela faz das transparências, sobreposições, com o foco em escalas diferentes, ora mostrando a relação da peça com o espaço, ora se aproximando do detalhe.

A evidência dessa relações está no uso de algumas folhas transparentes, em meio às páginas em papel *couché*, em papel vegetal onde, sobrepostas, encaixam os textos em linhas desencontradas; fotografias "abertas", da artista trabalhando em seu ateliê, estão ao lado de outras onde o detalhe mostra a agulha conduzindo o fio para dentro do material; páginas inteiras reproduzem detalhe do material, enquanto que pequenas fotos mostram a peça toda.

O catálogo é espelhado, de modo que a versão do texto em inglês aparece separadamente, depois da metade do volume, onde a série Subcutâneos divide as duas seções.

O uso de cor no catálogo é sutil - brancos, beges - dialogando com o próprio trabalho da artista.

Edith Derdyk

criação e edição de imagens
Edith Derdyk/Ruth Klotzel
fotografias
Gal Oppido
projeto gráfico
Ruth Klotzel
produção gráfica
Rogério Nicolau
digitalização de imagens e
fotolitos
Graphbox
impressão e acabamento
Takano Gráfica e Editora

cartilhas timbira

cartilha para ensino da língua portuguesa e matemática nas escolas das aldeias Timbira

1998

O Centro de Trabalho Indigenista (CTI) estava atualizando seu material didático para o programa de ensino nas escolas das aldeias dos índios Timbira, que até então era produzido à mão, porque deveria ser escrito em letra cursiva, já que era dirigido a alunos na fase inicial de alfabetização, para depois ser reproduzido, impresso.

Pesquisamos fontes tipográficas até encontrarmos a Memima, mais próxima da letra cursiva de professoras primárias, porém com alguns caracteres que tiveram que ser modificados. As cartilhas deveriam se comportar como cadernos, ter formato e papel adequados e um custo baixo.

Escolhemos trabalhar com duas cores, preto e mais uma, diferente para cada cartilha, de modo a identificá-las e, reduzindo o número de cores, barateá-las.

O papel utilizado foi o alta alvura, papel do tipo sulfite, que recebe bem tanto grafite quanto caneta e a capa foi espiralada e plastificada, de modo a ter mais durabilidade: na aldeia, os cadernos estão mais sujeitos a ficar sujos e molhados.

O trabalho de editoração dessas cartilhas foi muito atípico: tivemos dificuldades com acentuação, por exemplo, já que algumas palavras eram utilizadas na língua dos Timbira e possuíam combinações de acentos que não existem para as fontes tipográficas: til sobre a letra "i" e a letra "e", por exemplo.

A concepção visual das cartilhas foi feita por Sonia Lorenz, arquiteta que trabalha em projetos visuais, que além de ter morado muito tempo entre os índios Maués, é consultora na área de antropologia. Foi ela quem escolheu as imagens das cartilhas. Para as de português foram utilizadas gravuras a traço, em alto contraste, enquanto que nas de matemática foram utilizados desenhos dos próprios índios, fornecidos pelo CTI. Todos os exercícios que envolvem contagem, noções de conjunto, usam figuras de objetos conhecidos na aldeia e desenhados por eles.

Formato: 21 X 23 cm
português 1: 100 páginas
português 2: 68 páginas
matemática 1: 54 páginas
matemática 2: 44 páginas

projeto gráfico
Ruth Klotzel
caracteres tipográficos redenhados
Ricardo Frochtengarten
editoração
Ana Paula Leone
Mariana Cotrim
produção gráfica
Rogério Nicolau

lucila wroblewski
paisagens silenciosas
convite para exposição dos trabalhos da fotógrafa
1998

A maior parte das fotografias dessa exposição era em preto e branco, feitas com a técnica chamada *light painting*, onde as imagens são captadas no escuro, com diafragma aberto, e o fotógrafo desenha com uma lanterna as áreas onde deseja ter o registro de luz.

A imagem escolhida para o convite tem nuances de luz suave, detalhes, contrapondo-se a áreas com manchas marcadas, riscos que contornam a silhueta de uma pessoa. Utilizei um papel texturizado, importado, para dar mais volume à imagem e um caráter tátil ao convite. Tecnicamente, o trabalho foi muito delicado e teve de ser impresso em duotone de pretos de modo a cobrir a reprodução da gama de cinzas, das porcentagens mais baixas até o preto profundo, pois não é possível controlar a carga de tinta na impressão para reproduzir as sutilezas das tintas claras sem "entupir" as áreas de maior densidade.

Formato: 15 X 20 cm

projeto gráfico

Ruth Klotzel

fotografia

Lucila Wroblewski

produção gráfica

Rogério Nicolau

O verso do convite é simples: desenhei o nome da fotógrafa à mão, como que repetindo o gesto do *light painting*, junto com o uso de uma tipografia clara, de entreletra muito aberta, para as demais informações, coerente com o título da exposição: Paisagens Silenciosas.

O envelope foi substituído por uma dobra-dura de papel, sem colagem, impressa em uma cor (fluorescente, como referência à luz), com o endereço do remetente vazado no verso, em branco.

soprador de vidro

trilha sonora para o balé do Teatro
Castro Alves, Salvador
1998

Nessa trilha sonora para o balé do Teatro Castro Alves de Salvador, o maestro Gil Jardim, que compôs e regeu a obra, utilizou-se de vários instrumentos de vidro, feitos ou adaptados exclusivamente para a ocasião, tocados pelo percussionista Naná Vasconcellos.

Produzimos fotografias das peças em estúdio e fomos até uma vidraria (Cristais Cambé), para fazer as fotografias da feitura do vidro.

Os títulos do CD e de algumas músicas foram compostos e depois distorcidos, fazendo referência à distorção que o vidro sofre na fusão e à distorção das imagens que passam pelo vidro. Cada página dupla tem uma composição diferente, adequada ao tema e à imagem associada àquela música específica.

autoria do cd
Gil Jardim
gravadora
Núcleo Contemporâneo
produtor
Benjamim Taubkin/Annelise Godoy
projeto gráfico
Ruth Klotzel
fotografias
Lucila Wroblewski
produção gráfica
Rogério Nicolau

livro do pavilhão da criatividade

Memorial da América Latina

1999

O livro do Memorial da América Latina propunha-se a ser mais do que o registro do acervo do pavilhão da Criatividade. A curadora do Pavilhão, Maureen Bisilliat, que recolheu pessoalmente todas as peças durante uma viagem de dois meses, em 1988, elaborou o conteúdo do livro com textos e depoimentos de estudiosos e artistas da arte popular da América Latina, contextualizando as imagens como expressão da cultura cotidiana, da religião e dos costumes de seu povo. Não só as peças são descritas no texto, mas as festas, seus significados, os costumes e o modo de produção de cada região de onde elas provêm.

As fotografias foram produzidas sob a direção de Maureen e possuem um tom alegórico, com fundos coloridos, iluminação dramática, arranjos cenográficos. Concebemos a estrutura do livro de modo a ter flexibilidade no uso de imagens, padronizando apenas a mancha de texto e as tipografias empregadas em legendas, texto corrido e títulos. As imagens, então, poderiam sangrar na página, aparecer em forma de mosaicos, ser fundo de página com caixa de texto sobreposta, mostrar-se de forma particular, como cada um dos objetos da coleção.

O livro contempla seis países - Brasil, México, Guatemala, Peru, Equador e Paraguai - e cada um é representado em um capítulo, identificado com nuances de uma cor específica para fundos de páginas.

Para que as reproduções traduzissem as cores vibrantes das peças, foi desenvolvida uma escala de cores específica, com tintas do sistema de quadricromia (CMYK), mas fora de padrão, mais limpas. Dessa forma, não tínhamos nenhuma escala de referência e tivemos que montar uma própria, com provas de prelo (sistema de impressão igual aos da máquina *offset*) que testavam a legibilidade dos textos sobrepostos às cores aplicadas.

Formato: 22,5 X 28 cm
Páginas: 160

autoria
Maureen Bisilliat
projeto gráfico
Ruth Klotzel/Maureen Bisilliat
fotografias
Calazans Luz/Renato Soares/
Andreas Heiniger/Jean-Pierre
Bisilliat/Maureen Bisilliat
produção gráfica
Marcos Albertin
**fotolito, impressão
e acabamento**
Takano Editora Gráfica

memórias póstumas

produção de material gráfico de cena de longa metragem

1999

Eu já havia trabalhado para cinema, fazendo cartazes e abertura de filmes. Dessa vez, o trabalho consistia em produzir as peças gráficas para o set, de um filme de época, de direção do meu irmão André.

Antes das filmagens, fizemos o material gráfico para captação de recursos. Como o filme ainda não havia entrado em produção, os atores, a direção de arte, enfim, a identidade do filme ainda não havia sido definida. Trabalhamos então com ilustrações de Orlando Pedroso, com um veio humorístico forte, e letras manuscritas, modernas, porém com referência à caligrafia antiga.

O material foi feito de maneira a não parecer muito suntuoso e ser versátil, podendo funcionar como pasta para envio de documentos durante a produção.

Para as cenas, tivemos de produzir documentos, pastas, anúncios e uma reprodução do Jornal do Comércio, mas com notícias relacionadas a fatos do filme.

O jornal requeria uma acuidade de execução muito grande, uma vez que iria ser filmado de perto. Trabalhamos a partir de microfilme do jornal da época. A primeira página foi toda reconstruída e desenvolvemos uma técnica para imitar a qualidade de reprodução tipográfica da época.

A construção do título foi feita com cada letra posicionada de forma levemente irregular (com a linha de base oscilante). A tipografia foi a mais próxima que encontramos do original. Montamos a arte no computador e imprimimos em formato pequeno, para depois passar uma borracha introduzindo falhas nas letras e finalmente fazendo uma cópia xerox ampliada, em papel poroso, no formato final do jornal. As beiradas, tanto do jornal como dos demais documentos, foram cortadas também de forma um pouco irregular, rasgadas com régua.

projeto gráfico
Ruth Klotzel
assistente de arte
Ana Paula Leone
Tammy Takenaka
produção gráfica
Rogério Nicolau

Alguns documentos eram fac-símiles de material de época, com alterações que fizemos à mão, imitando a caligrafia original. Também encomendamos pastas especiais, com papel marmorizado, de um especialista.

Os anúncios faziam parte do delírio de Brás Cubas, sobre os 100 anos de sucesso de seu emplasto, de 1860 a 1960, e foram feitos através de alterações, no computador, sobre anúncios de várias épocas, recolhidos por uma equipe de pesquisa.

Apesar do trabalho ser bastante técnico, era muito rico, pois exigia conhecimento histórico e criatividade em soluções de produção gráfica. Além disto, o resultado na tela otimizou o efeito gráfico esperado, fez as peças crescerem.

fotos de cena do filme, onde aparecem os documentos

adaptação de anúncios de época para a divulgação do emplasto Brás Cubas

fontes tipográficas
2000

O design de fontes tipográficas é uma especialidade para a qual não tive formação, nem me aprofundei posteriormente. Quando fui convidada para participar da exposição Tipografia Brasilis, criei fontes que tinham valor conceitual, mais do que um desenho tecnicamente afiado e apropriado para uso mais amplo. As duas fontes são o que podemos chamar de “fantasia”.

Anacronix

Certa vez no trânsito, percebi em uma pintura de carroceria de caminhão a numeração da placa do veículo desenhada com a forma e modulação de caracteres digitais, primários. O que me chamou a atenção foi justamente o caráter anacrônico de uma fonte digital, criada para condições tecnológicas específicas, mas nesse caso desenhada manualmente, de forma irregular. Essa imagem ficou gravada em minha memória e a Tipografia Brasilis foi uma oportunidade de desenvolvê-la.

Crime

Partindo de uma fonte tipográfica tradicional e limpa, a Futura Black, da família de fontes criada por Paul Renner na Alemanha em 1928, resolvi achar a forma mínima que garantisse a leitura dos caracteres, porém sacrificando o desenho da fonte. Daí o nome, Crime.

Crime
Anacronix
Criação de fontes tipográficas para a exposição Tipografia Brasilis

desenho de caracteres
Ruth Klotzel
finalização
Ricardo Frochtengarten

projeto gráfico
Ruth Klotzel
curadoria de imagem
Maureen Bisilliat
assistente
Ana Paula Leone
fotografia
vários fotógrafos
produção gráfica
Rogério Nicolau

A área de Recursos Humanos da Unilever Bestfoods, divisão de alimentos da Unilever, me contratou para personalizar o seu ambiente de trabalho. O escritório havia passado por uma reforma, enxugando área, na reforma de *open offices* (um único grande ambiente de trabalho separado por divisórias baixas). A solução técnica do projeto arquitetônico não continha nenhuma personalização: os móveis-padrão eram de cores neutras, as paredes brancas.

O diretor de Recursos Humanos esclareceu que queria que o tema, alimentação, fosse mostrado através de painéis fotográficos,

como forma de celebração, comunhão e identidade cultural, e que todos se identificassem com alguma das imagens fotográficas, que deveriam cobrir as várias identidades regionais brasileiras.

Convidei Maureen Bisilliat para fazer a curadoria fotográfica, pois não podíamos nos dar ao luxo de escalar fotógrafos para viajar pelo Brasil produzindo fotografias exclusivas para esse trabalho. Não havia tempo nem verba para isso. Maureen acabou aceitando e tratou de contatar colegas seus do Rio Grande do Sul ao norte do país, que pudessem ter imagens adequadas em seus arquivos.

folder explicativo do projeto,
para funcionários e visitantes
da empresa

As fotografias de bancos de imagens institucionais em geral eram muito estereotipadas e assépticas para o resultado que queríamos. Maureen acabou se entusiasmando e participou do processo todo, até da montagem das fotos nos painéis e da escolha de cores para as paredes da empresa.

Todos os painéis tinham 1 m de altura, com variação de comprimento, e o projeto sobreviveu a uma mudança, onde tivemos que reimprimir as imagens e adaptar algumas para novas dimensões de paredes.

Visitantes, principalmente os estrangeiros de outras unidades da empresa, ficam encantados com as imagens e já tivemos que imprimir excepcionalmente algum painel para ser utilizado em unidades no exterior.

Para o lançamento do projeto, uma jornalista idealizou uma campanha interna - Brasil Cores e Sabores - que foi explicitada em um folder, explicando o conceito trabalhado.

As imagens mostram libaneses, japoneses, italianos, índios, caboclos, negros, brancos, de várias localidades e classes sociais reunidos pelos churrascos, macarronadas, comidas de santo, sushis etc., para celebrar a vida coletiva.

colégio ítaca

O colégio Ítaca é um caso de relacionamen-
to profissional que perdura desde a primeira
vez que começamos a trabalhar juntos.
Indentifico-me com o trabalho pedagógico,
com o ambiente e com a direção da escola,
o que confere uma qualidade de relaciona-
mento profissional especial.

Há aproximadamente 10 anos fomos
indicados para desenvolver a identidade
visual da escola. A partir de então, todo o
material gráfico, sinalização, site, brindes
de aniversário, anúncios institucionais, são
feitos por nós.

Esse relacionamento permite desenvolver
um trabalho contínuo e coerente, além de
que a relação de afinidade conceitual, e
ideológica e de confiança mútua realimenta
o trabalho, admite revisões críticas e corre-
ções de percurso.

páginas do site do ítaca

peças gráficas diversas: folders, pastas, blocos, adesivos

sinalização do espaço do colégio

instantâneos de um japão incomum

dissertações sobre a memória

2000

Pequeno livro concebido para acompanhar uma exposição de fotografias de Maureen Bisilliat, feitas durante uma viagem que ela fez ao Japão 13 anos antes, em 1987.

Maureen recolheu fragmentos de textos escritos no final do século XIX por Lefcadio Hern, nascido na Grécia e filho de uma grega com um cirurgião do exército britânico, que morou no Japão por 14 anos, até sua morte. Os escritos dão o tom do discurso visual da edição das imagens.

Me vi com a responsabilidade de transformar aquela matéria prima, fotos e texto, em uma preciosidade e me envolvi profundamente nesse projeto.

Escolhemos inserir duas cores especiais, metálicas (dourado e bronze amarronzado), além da quadricromia (CMYK), dando o tom das cerimônias e peças da antiguidade japonesa. Essas cores, além do vermelho-laca e do preto, foram as únicas aplicadas a fundos, letras e molduras das fotos em todo o livro.

Escolhi uma tipografia silenciosa: fonte Futura, criada na Alemanha em 1928, sob a ideologia da Bauhaus, por Paul Renner, e considerada um marco na história das fontes sem serifa do século XX. Em quase todos os textos, a Futura foi utilizada em caixa baixa, inclusive nas capitulares, mais pesadas e em outra cor.

O resultado desse projeto, traduz minha convicção em interpretar graficamente os conteúdos compreendendo sua natureza e significado.

Formato: 21 X 14 cm
48 páginas

projeto gráfico
Ruth Klotzel
Maureen Bisilliat
fotografias
Maureen Bisilliat
produção gráfica
Rogério Nicolau
impressão e acabamento
Takano Gráfica e Editora

marrakech
catálogo de papéis
2000

A Arjo Wiggins, empresa produtora e distribuidora de papel, encomendou aos designers uma peça que servisse como mostruário do papel Marrakech. Resolvemos fazer um catálogo de dimensões maiores, fornecendo uma folha de cada cor e em cada gramatura, para que se pudesse sentir melhor a superfície e o peso dos papéis, além de eventualmente ser utilizado em pequenos layouts.

Para mostrar a performance dos papéis em impressão *offset*, escolhi uma imagem de mulher com trajes do Marrocos, e grandes variações de meio tom. No interior, os papéis foram organizados em “escada”, cada um em formato um pouco menor do que o outro, de modo que todas as cores pudessem ser vistas, formando uma palheta progressiva, dos mais claros aos de cores mais intensas.

A orelha da capa do catálogo também serviu como área de amostragem da printabilidade do papel, dessa vez em cores chapadas, ou na reprodução de um detalhe da escrita árabe, sempre tentando remeter às cores disponíveis, todas elas relacionadas a uma especiaria.

Formato: 30 X 41,5 cm

projeto gráfico
Ruth Klotzel
produção gráfica
Rogério Nicolau
fotolitos
Takano Gráfica e Editora
impressão e acabamento
Corset

pele, alma
catálogo de exposição
2003

Projeto elaborado para uma exposição de arte no Centro Cultural Banco do Brasil, de São Paulo, que tratava da pele, epiderme, como elemento poroso, porta da alma, da sensibilidade, da subjetividade.

Os módulos da exposição "A pele é roupa-gem da alma", "Alma em dor", Desenhos da Pele" e "Alma Brilhante" acompanhavam "textos poéticos que buscam fazer ecoar os sentidos", segundo a curadora, Katia Canton.

Acreditei na necessidade de um catálogo que surpreendesse os sentidos, dialogasse com as texturas e cores do corpo.

A capa foi pensada como uma pele, mas dura e escura. Utilizei material de encadernação com textura de couro vermelho-sangue. A guarda do catálogo reproduz um pedaço de pele, vista bem de perto, parte desfocada (foto digital do meu pé). A tipografia empregada é "crua", a fonte é uma typewriter, sem muito desenho, quase letra de máquina de escrever e as cores empregadas em fundos e letras são variações de cor de pele e tons rosados.

Toda a identidade visual da exposição seguiu esse nosso conceito gráfico, apesar de termos feito apenas as peças impressas e não a sinalização.

curadora da exposição
Katia Canton
projeto gráfico
Ruth Klotzel
assistentes
Ana Paula Leone
Juliana Shiraiwa
fotografias
Rômulo Fialdini
produção gráfica
Rogério Nicolau
fotolito, impressão e acabamento
Pancron

**advocacia pro bono
em defesa da mulher
vítima de violência**

Identidade visual de seminário

2003

Um dos maiores desafios desse projeto foi o de encontrar uma imagem que traduzisse o assunto de forma contundente, sem apelar para imagens realistas chocantes, explícitas demais.

A solução de desconstrução de uma imagem fotográfica tratada se estendeu ao uso de linhas de texto não paralelas, instáveis, sem apoio, tentando traduzir o tema de forma gráfica.

- pôster
- programa
- pasta

projeto gráfico
Ruth Klotzel
produção gráfica
Rogério Nicolau

aqui dentro
páginas de uma memória: carandiru
2003

O livro contém transcrição e edição de en-
trevistas com detentos do presídio Carandiru,
que estava prestes a ser desativado. Aspectos
do dia-a-dia dos detentos, como o trabalho,
a religião, a hierarquia interna, questões
morais, e fatos históricos, como o massacre
de 111 presos em outubro de 1992, são abor-
dados em forma de depoimentos e imagens
fotográficas e extraídas de vídeo.

Apesar da magnitude das fotografias, não
queríamos que o livro fosse identificado
como um “coffee table book”, ou seja,
queríamos distanciá-lo das características
de um livro de arte, apreciado pela beleza.
Achei como solução um tom mais jornalísti-
co, mais próximo das reportagens realistas,
sem fantasias gráficas.

Formato: 20,5 X 26,5 cm
260 páginas

autoria
organização:
Maureen Bisilliat
documentação:
Sophia Bisilliat
André Caramante
João Wainer
projeto gráfico
Ruth Klotzel
produção gráfica
Rogério Nicolau
pré-impressão
Takano Gráfica e Editora
impressão e acabamento
Imprensa Oficial do Estado - SP

organização
Maureen Bisilliat
documentação
Sophia Bisilliat
André Caramante
João Wainer

Nosso produtor gráfico sugeriu o uso de
papel jornal, o que dificultava a produção,
já que o papel não tem muita qualidade
para impressão. O resultado foi polêmico: a
coerência conceitual não agradou a todos
pela baixa qualidade das reproduções. Pes-
soalmente, fiquei bastante satisfeita com o
resultado, mas vejo uma saída saudável para
esses casos: conceber o projeto de forma
que se possa mesclar papéis, reservando
páginas com papel “nobre” onde se exija
mais brilho nas imagens.

mundaréu
diversos trabalhos gráficos
2001-2006

Em 2001 comecei a participar de atividades da ONG Mundaréu, até que me tornei uma de suas diretoras. A Mundaréu tem como missão criar oportunidades de geração de renda para pessoas excluídas do mercado formal de trabalho. Mantém uma loja que segue os critérios do comércio justo, onde distribui produtos de comunidades de vários lugares do Brasil. Atipicamente, a Mundaréu atua em todas as instâncias: do desenvolvimento de projetos à captação de recursos, capacitação e distribuição dos produtos, e tem sido muito reconhecida pelo seu programa de capacitação em desenvolvimento de produtos junto a comunidades.

Minha convivência com essas questões e o que conheci dos programas governamentais ligados ao assunto geraram uma série de questionamentos ideológicos e operacionais, que por si só mereceriam uma investigação e reflexão mais profundas.

Enumero algumas dessas questões:

- O estímulo à produção artesanal em maior escala e à exportação, por exemplo, pode gerar um esgotamento de recursos naturais, que exige um programa de manejo sustentável, raramente existente.
- Da mesma maneira, profissionalizar grupos que têm uma produção tradicional em pequena escala gera uma mudança na dinâmica social dessa comunidade e seu impacto deve ser estudado.
- O mecanismo de acúmulo de renda é típico de nossa sociedade, mas em pequenos grupos, como em determinadas tribos indígenas, poupa-se apenas para momentos de escassez. Estimular a racionalização da produção e a grande distribuição de seus produtos é incutir uma outra mentalidade a esses grupos, que não lhes é original.
- O mercado flutua e está sujeito a modismos e necessidades momentâneas. Uma vez que se estimula a produção de um

determinado grupo, mas eles não detêm a capacidade de distribuição, toda a estrutura econômica criada poderá desmoronar a partir do momento que a demanda diminuir drasticamente. Poderia listar uma série de outros questionamentos que não cabem aqui.

Além de participar das discussões e de oficinas de desenvolvimento de produtos, fui responsável pela imagem da Mundaréu, junto ao público comprador, que é o que mostro aqui: desenvolvimento da identidade visual da Mundaréu e sua extensão à papeleria, embalagens, vitrines, e-mail marketing, folder, anúncio de jornal.

Além disso, criamos uma linha de produtos institucionais, louças com ilustrações assinadas por designers gráficos e artistas, para gerar renda para a ONG, e tentar caminhar para a sustentabilidade.

canecas com desenhos de Kiko Farkas, Guto Lacaz e J. Borges

duas das vitrines criadas para a loja da Mundaréu

sob o sol, a garoa e a fumaça

interpretação gráfica, em 10 páginas, sobre a cidade de São Paulo
2004

Por ocasião da comemoração dos 450 anos da cidade de São Paulo, o Senac São Paulo organizou uma exposição e um livro sobre interpretações visuais da cidade, por 18 designers gráficos. Cada um de nós teve um espaço de 10 páginas, ou 5 páginas duplas, para desenvolver uma seqüência de imagens.

Os recursos gráficos oferecidos, impressão em branco e preto sobre papel reciclado, me remeteram à imagem do jornal, e achei que seria uma boa metáfora da metrópole.

O trabalho foi feito inteiramente à mão, com colagens de recortes de jornal sobre papel preto, para depois serem digitalizadas, em vez de ser processado diretamente no computador.

As imperfeições do recorte testemunham o gesto e o fazer manual; a multiplicidade de fontes tipográficas e irregularidades de impressão tentam dar a dimensão da diversidade e complexidade da cidade, na primeira figura da série.

Uma página mostra um chão feito de nomes de pessoas, organizadas por tamanho, de modo que dão impressão de profundidade. Na outra, um labirinto foi construído com recortes de anúncios classificados de imóveis. Uma página de palavras cruzadas reproduz palavras, gírias e palavrões que compõem o dia-a-dia. Por fim, um emaranhado feito com tiras de títulos entrelaçados do jornal fecha a seqüência das imagens.

Formato: 23 X 30,5 cm

concepção e coordenação do projeto de livro e exposição
Cecília Consolo
projeto gráfico da sequência de imagens destas páginas
Ruth Klotzel
realização
Senac
impressão e acabamento
Ipsis Gráfica e Editora

finestra
identidade visual de pizzeria
2004

identidade visual
cartões de visita
sinalização externa
cardápios

projeto gráfico
Ruth Klotzel
assistente
Juliana Shiraiwa
produção gráfica
Rogério Nicolau

A casa onde se instalaria a pizzeria Finestra, em Piracicaba, São Paulo, era de arquitetura marcante, da década de 1930/40. As janelas eram originais, amplas e de madeira, e nas paredes ainda encontramos resquícios de pintura de barras decorativas da época. O imóvel estava muito deteriorado, mas a reforma preservou as principais características originais.

Alguns elementos da construção e principalmente as pinturas decorativas me fizeram lembrar do trabalho do artista austriaco Gustav Klimt (1862-1918), apesar de não ser da época e estilo do artista. Partindo de seus signos gráficos e do uso que ele e o designer e arquiteto escocês Rennie Mackintosh (1868-1928) faziam da tipografia, desenvolvi um logotipo, cujo desenho técnico foi feito pelo designer tipográfico Luciano Cardinali, além de um padrão de uso de alguns elementos gráficos que variavam segundo a peça (cardápio, cartão de visitas, placa).

fachada e pintura original na parede da casa onde se instalou a pizzeria

pintura de Gustav Klimt e fonte tipográfica baseada no trabalho de Rennie Mackintosh

estudos e versão final da marca

Se por um lado o logotipo tem uma construção rígida, os elementos gráficos que ilustram os fundos das peças são desenhados livremente, com pinceladas, e remetem com humor à forma arredondada da pizza. As cores utilizadas nas diversas peças gráficas variam de modo a identificá-las, cardápio de comida, de vinho, de bebidas, porém seguem uma palheta de cores-padrão rígida e limitada. Da mesma forma, os cartões de visitas têm quatro versões em cores diferentes.

A louça, branca, foi identificada por alguns dos elementos que compõem a identidade visual impressos em preto. Cada peça tem uma imagem diferente: ora um grafismo, ora o logotipo, de maneira que quando são combinadas, uma complementa a outra, compondo uma unidade.

projeto gráfico
Ruth Klotzel
assistente
Juliana Shiraiwa
finalização do logotipo
Luciano Cardinali

kimi nii

vários trabalhos

1992/1995/1997...

Kimi Nii é um exemplo a parte. Por ser uma grande amiga e uma grande artista. Portanto, todos os projetos que fizemos para ela, do cartão de visitas aos catálogos, foram com prazer e muita identificação.

catálogo para exposição na
Galeria Mônica Filgueiras
1992
Formato: 15 X 15 cm
12 páginas

projeto e produção gráfica
Paulo Labriola / Ruth Klotzel
fotografia
Lucila Wroblewski

Esse minicatálogo foi feito para uma exposição de suas esculturas em uma galeria de arte.

Kimi trabalha com cerâmica de alta temperatura e suas peças, naquele momento, tinham cores neutras, do bege ao preto. Meu sócio na época, Paulo Labriola, teve a idéia de trabalharmos em duotone de preto e dourado, a partir das fotografias em preto e branco, de maneira a fazer referência às nuances das cores neutras da cerâmica.

A tinta metálica, dourada, foi um recurso importante para dar relevo à informação de texto e às páginas que utilizam molduras nas fotografias são as que mais evidenciam essa relação.

Como o número de páginas era pequeno, o formato reduzido encorpava a peça – quanto maior o formato, mais o catálogo pareceria pequeno, "mole" – e a forma quadrada foi explorada também nas páginas, pelo enquadramento das fotos e mancha de texto.

Foi na produção desse catálogo que conheci Lucila Wroblewski, a fotógrafa que Kimi me apresentou e com quem fiz amizade e continuo trabalhando, depois de 15 anos.

Kimi Nii Uma forma clara e precisa, um corte incisivo e um desequilíbrio do material são os ingredientes que Kimi Nii usa nas cerâmicas que realizou para esta exposição. Receita simples, mas que levou tempos, anos para aí chegar. E que exigiu muita força, mas também muita delicadeza. Conhecimento de materiais e técnica. Muita sensibilidade e talento. Qualidade de grande artista, como esta minha querida amiga que eu muito admiro, Kimi Nii, Março 1992 **Tomie Ohtake**

Esfera espartil
Ø 42,5 cm
queima em forno a lenha

Seguindo o formato estabelecido no primeiro catálogo da ceramista, as fotografias passaram a ser coloridas e produzidas em estúdio. A iluminação feita pela fotógrafa inseriu focos de luz, sombras marcadas e enfatizou a volumetria das peças. Uma faixa horizontal no pé das páginas localiza todas as legendas, deixando as fotos livres e as esculturas como protagonistas principais.

catálogo para exposição na
Galeria Mônica Filgueiras
1995
Formato: 15 X 15 cm
8 páginas

projeto e produção gráfica
Paulo Labriola / Ruth Klotzel
fotografia
Lucila Wroblewski

A capa reproduz um detalhe da cerâmica da artista, em duotone, mais como ilustração do que para mostrar a escultura em questão. A assinatura da artista na capa e a reprodução de uma foto dela trabalhando em seu ateliê, atravessando da segunda à terceira capa, insere um pouco do processo de trabalho nessa série de catálogos, todos do mesmo formato.

A estrutura de distribuição das informações fica mais livre: fotos e títulos extrapolam os limites das páginas, legendas aparecem tanto na posição horizontal como na vertical, algumas imagens sobrepõem-se aos fundos de outras, além do uso de alguns fundos de fotografias aparecer como textura para a moldura de algumas peças.

Buscamos enriquecer o objeto-catálogo, tão pequeno, sem que o projeto gráfico se sobrepusesse ao trabalho da artista, sendo comedidos nas cores dos títulos e textos (brancos, cinzas e pretos) e evidenciando as esculturas.

catálogo para exposição na
Galeria Mônica Filgueiras
1997
Formato: 15 X 15 cm
8 páginas

projeto e produção gráfica
Ruth Klotzel
fotografia
Lucila Wroblewski

Escolhi trabalhar com cores nos fundos das fotografias e chegamos a uma solução prática e econômica: pintamos placas de papelão ondulado com cores especiais, preparadas, de tintas acrílicas de parede. A iluminação teve uma presença marcante, desenhando sombras nos fundos e ressaltando a textura do papelão em algumas fotografias.

Os croquis foram manipulados de forma a configurar fundos de páginas, relacionando as peças a seu processo de criação e produção e a capa e contracapa mostram os croquis em sua forma original: com pedaços recortados de papel, as pautas dos cadernos onde foram desenhados e manchas de barro.

Como o catálogo foi concebido para uma exposição no Japão e o trabalho de Kimi Nii tem características japonesas muito marcadas (ela nasceu no Japão e veio para o Brasil na infância), procurei mostrar aspectos que contextualizassem sua produção no Brasil. Recolhi croquis - todos eles eram bastante informais, feitos em pedaços de papel de caderno, envelopes usados, etc - fotos da família, quando chegou no Brasil, e dos seus colaboradores no ateliê.

tag que acompanha as peças da ceramista

Além dos catálogos, por muitos anos desenhemos todas as peças gráficas da Kimi: cartões e visitas, tags, etiquetas, convites.

cartões de visita de épocas diferentes

paulista
identidade visual de showroom de design
brasileiro em Amsterdã, Holanda
2004

projeto gráfico
Ruth Klotzel
assistentes
Ana Paula Leone
Juliana Shiraiwa
produção gráfica
Rogério Nicolau

A Paulista propunha-se a ser uma representante do design contemporâneo brasileiro em Amsterdã para distribuição dos produtos na Europa. Além de mobiliário, oferecia cerâmica, joalheria e moda de alguns designers. O próprio nome refletia a escolha de mostrar um Brasil urbano, contemporâneo, distante dos estereótipos tropicais.

Desenvolvi o projeto a partir do nome, criando um logotipo sem um símbolo, e evitando as cores da bandeira nacional ou cores vibrantes, comumente identificadas com a nossa imagem.

Trabalhamos a partir de processo rudimentar de impressão digitalizando uma matriz de tipo móvel com a montagem do nome (Paulista). O resultado fotográfico, em alto contraste, incorporou ruídos característicos da impressão tipográfica e incomuns na construção geométrica do símbolo. Esse tipo de solução, livre e fotográfica, não segue os parâmetros do design gráfico racional, moderno, pautado na forma e função, mas contém uma relação entre forma e conteúdo, sem construção lógica mas com significado.

Além do logotipo, desenvolvemos a papeleria, convite para a abertura do showroom, catálogo e site. A papeleria era composta por cartão de visitas impresso em cartão de embalagem, dois formatos de envelopes feitos em papel reciclado de qualidade baixa para impressão, complementados por etiquetas adesivas de formatos diferentes.

O convite foi também impresso em cartongagem pesada de embalagem, com envelopagem em material plástico lacrado.

páginas do site da paulista

O catálogo consistiu de uma pasta, impressa em papel duplex, com a face "rústica" voltada para fora, e duas bolsas de acondicionamento: uma para lâminas de cada designer, de modo que se pudesse inserir mais lâminas conforme a necessidade, e uma para a inserção de um catálogo institucional, este impresso em material nobre: capa de papel importado metálico e miolo em *couché*, de modo a reproduzir as imagens com qualidade.

O resultado de um processo criativo frequentemente nos surpreende e revela aspectos importantes de nossa formação e raciocínio. Se os preceitos construtivos modernos, que me foram ensinados na FAU, não permitiriam esse tipo de solução de projeto, por outro lado, a coerência com o conteúdo obedece a uma lógica rigorosa.

100 muros

livro sobre o projeto 100 muros

2004

Ao longo de 30 meses, alunos de escolas públicas e particulares, pacientes de hospitais, crianças moradoras de abrigos e participantes de projetos sociais criaram mosaicos que foram colocados em muros da cidade de São Paulo, em oficinas organizadas pela ONG Cidade Escola Aprendiz, com o patrocínio da Fundação BankBoston. Estas oficinas faziam parte de um projeto de educação focado na conquista da cidadania.

Encontramos um vasto material bruto, fotografias, desenhos e objetos, que precisavam passar por seleção e organização, de modo a reportar todo o percurso do projeto até sua conclusão. O prazo que tínhamos era muito curto: 40 dias para produzir fotos dos painéis colocados, textos, traduções, projeto gráfico e impressão.

O registro fotográfico muitas vezes foi dificultado já que o prazo era curto e dependíamos das condições climáticas, afora a deterioração de alguns painéis. Escolhemos registrar 60 dos 100 muros, os que tiveram um processo ou resultado mais consistente, e listar todos os 100 em uma ficha técnica no final dos dois volumes que compõem o livro. Um dos volumes contém as fotografias e o contexto de cada oficina e o outro trata de sistematizar o projeto, de modo a ser distribuído para várias escolas do Brasil como exemplo para replicação da experiência. O segundo volume foi desenhado de forma a ter um custo mais baixo para ser impresso em maior quantidade: papel de menor custo, impressão a duas cores apenas, capa mole.

Valorizando o fazer, mais do que o produto das oficinas, sempre que possível relacionamos os desenhos aos muros que eles geraram, anexando fotografias dos processos de trabalho.

Formato: 25,3 X 27,5 cm
2 volumes acondicionados em luva

A reinvenção da rua - 132 pág.
Relato de uma experiência - 66 pág.

coordenação geral e projeto gráfico
Ruth Klotzel

coordenação editorial e texto
Patrícia Logullo

produção gráfica
Rogério Nicolau

pré-impressão
Paper Express e Takano Gráfica e Editora

impressão e acabamento
Takano Gráfica e Editora

biofach
identidade visual de evento feira de produtos
orgânicos em Nuremberg, Alemanha
2005

Em final de 2004, meu amigo Marcelo Machado me indicou para fazer a identidade visual da maior feira de produtos orgânicos da Europa. Nessa edição da feira, o Brasil seria o país homenageado e teria um stand de 700 metros quadrados. O mote da campanha brasileira em Nuremberg era *Experience Brazil*. Consistia em transmitir a diversidade e apontar para a surpresa que se pode ter descobrindo novos potenciais no Brasil.

Apelava-se aos sentidos (visual, tátil, olfativo, degustativo, auditivo), que também compõem a matéria-prima que o Brasil exporta: lá estavam representantes do setor produtor de alimentos, bebidas, vestuário, cosméticos, etc.

As palavras de ordem eram: *taste, feel, touch, scent, look*, e geraram cinco cartazes diferentes.

Além dos cartazes, o stand brasileiro continha paredes com painéis de fotografias do Brasil. Imprimimos e montamos as fotos em placas de PVC, no Brasil, e enviamos para lá, onde fizemos a montagem, bem como outras peças gráficas: bandeiras em vinil que cobriam todo o teto da área brasileira, adesivos impressos, guardanapos para a noite da festa brasileira, catálogo dos expositores, cartões postais.

cartazes no local

projeto gráfico
Ruth Klotzel
assistente
Juliana Shiraiwa
produção gráfica
Rogério Nicolau
pré-impressão e
impressão
Takano Gráfica e Editora

catálogo dos expositores

paredes com painéis fotográficos

Esse trabalho foi acima de tudo um aprendizado significativo. Projetamos com a arquitetura definida, portanto não tivemos possibilidade de participar da concepção de desenho do stand. Nosso trabalho foi de sobreposição de imagem à arquitetura, diferentemente de outros stands (principalmente de países que têm uma tradição em design), onde a arquitetura e a comunicação visual foram projetados conjuntamente e levaram em consideração questões relativas ao transporte (usavam materiais leves como o papelão para mobiliário e peças modulares, de montagem fácil), e a efemeridade do evento (materiais baratos e que poderiam ser descartados ou reutilizados).

balcão de recepção do stand

que chita bacana

exposição do Sesc Belenzinho

2005

A exposição Que Chita Bacana, que aconteceu no Sesc Belenzinho e depois foi exibida no Sesc Campinas, contava a história do tecido chita, desde a sua aparição na Índia, passando pela Europa até chegar ao Brasil, onde se tornou um tecido popular, de algodão, cuja principal característica é sua estampa floral, de cores fortes.

Na parte interna da exposição havia vários módulos, que abordavam a utilização da chita no artesanato popular, sua recuperação na moda atual, as festas populares e seus trajes de chita, os cilindros de impressão do tecido, um museu da fábrica de tecido com os carimbos, estampas e etiquetas utilizadas em sua confecção, além de um teatro mamulengo para crianças, um filme sobre a chita, uma exposição de fotografias, e uma oficina de trabalhos manuais.

Na parte externa havia grandes bonecos referentes à festa do Bumba-meu-Boi, onde aconteciam brincadeiras, dança e apresentações. Além dessas peças, foi criada uma loja com produtos feitos em chita.

Nosso trabalho foi o de projetar toda a sinalização e as peças gráficas impressas.

O curador, Renato Imbroisi, assumiu em princípio um conceito baseado em alegorias e fantasias, sugerindo peças mais trabalhadas, utilizando cores e estampas do tecido. A arquiteta responsável pela montagem, Janete Costa, preferiu uma interferência menos gritante, de modo que revimos vários itens de projeto como, por exemplo, as placas internas das várias sessões, que eram recortadas em formatos variados, ou imagens que acompanhavam textos de abertura de cada parte da exposição.

Mantiveram-se desenhados apenas os recortes das placas externas e algumas imagens de fundo de textos, além do folheto da exposição e convite, que são peças com faca especial, formando um objeto.

A exposição mostrou-se pouco adequada para deslocamentos: as diversas unidades (cinema, teatro etc.) e os bonecos da parte externa não foram projetados de forma modular, as peças gráficas tinham um custo muito alto para a quantidade e o público do Sesc e a manutenção (equipamentos de projeção, costureiras, etc) era muito cara. Por este motivo, o deslocamento da exposição se limitou ao Sesc Campinas.

sinalização externa, na rua, e entrada do galpão de exposição

projeto e foto de painéis externos

curadoria
Renato Imbroisi
projeto arquitetônico
Janete Costa
projeto gráfico
Ruth Klotzel
assistente
Juliana Shiraiwa
produção gráfica
Rogério Nicolau

o galpão da exposição interna foi sinalizado por uma guirlanda de flores, imagens extraídas de estampas da chita, impressas e recortadas em placas de pvc

placas de sinalização externa, com recortes feitos a partir de estampas da chita

projeto (abaixo) e fotos (à direita) da seção "mascarados"

banner para cilindros de impressão

teatro mamulengo

folder da exposição, aberto, frente e verso

convite, frente e verso

Além do exercício profissional de projeto, dediquei-me e ainda me dedico à atividade acadêmica e à atuação em associações de classe, além de atuar na ONG Mundaréu.

Escolhi desenvolver neste capítulo apenas as atividades em entidades de classe, que estão diretamente relacionadas à prática profissional do design gráfico.

Questões relativas à atividade acadêmica envolvem o vasto campo do ensino e me-receriam por si só um trabalho a parte, mas não caberiam nesta dissertação. O mesmo ocorre com assuntos ligados ao meu trabalho na Mundaréu.

Algumas informações, principalmente as mais detalhadas (por disponibilidade de material) do Icograda valem mais como material de pesquisa, uma vez que não existe nenhuma outra compilação desses dados.

atividades paralelas

Muitos colegas da FAU de minha época, que se profissionalizaram na área de comunicação visual, continuaram se comunicando e trocando idéias e experiências sobre a prática profissional.

Naturalmente esses contatos geraram encontros freqüentes que aconteceram em 1988/89. Kiko Farkas ofereceu o espaço da Galeria Fotoptica, de propriedade de sua família, onde até hoje mantém seu escritório, o Máquina Estúdio, como ponto de reunião.

Essas reuniões acabaram por gerar a ADG - Associação dos Designers Gráficos, que se pretendia de alcance nacional. Discutimos muito qual a nomenclatura correta para nossa atividade, até que assumimos o termo "design" por falta de um paralelo na língua portuguesa.

Não existem registros dessas primeiras reuniões, nem tenho uma memória tão afiada para lembrar dos que participavam da formação da ADG desde o início, mas vários colegas colaboraram com a ADG, trabalhando voluntariamente, fazendo parte da diretoria, desde o início dos anos 90: Kiko Farkas, Giovanni Vannucchi, André

Poppovic, Ronald Kapaz, Rogério Batagliesi, Helio Mariz, César Hirata, Claudio Ferlauto, Marcelo Aflalo, Bassy Arcushin, Simone Mattar, Ricardo Ribenboim, Antonio Roberto Oliveira, Elizabeth Peão, Sonia Carvalho, Francesco Venosa, Keith Trickett, Fernanda Martins, Marco Antonio Rezende, Ricardo Ohtake, Cecília Consolo, Claudio Dranger, Carlos Perrone, Hugo Kovadloff, Milton Cipis, Priscila Farias, eu mesma, além de outros que vieram depois, como Alexandre Wollner, Mari Pini, Claudio Rocha, Marco Kato, Gustavo Piqueira, Sylvia Monteiro, Lara Vollmer, Rico Lins, Ana Luisa Escorel, Patricia Cataldi, Bill Martinez, Guto Lins, entre muitos outros que passaram a colaborar nas várias atividades e comissões que a ADG formou.

A criação da marca da ADG foi um caso engraçado: após o estabelecimento de um concurso aberto, escolheu-se uma marca por exclusão, que acabou não agradando muito a ninguém. A polêmica que se acendeu sobre esse caso gerou uma série de discussões a respeito de concursos, de métodos de seleção, de identidade visual e por aí afora. A marca da ADG continua até hoje, tendo sofrido uma pequena

alteração tipográfica, pelos próprios autores, do escritório Batagliese & Carvalho.

Em 1992 foi feita a primeira Bienal de Design Gráfico, que se mostrou um importante instrumento de divulgação do design gráfico brasileiro, além de um promotor da Associação. Em épocas de Bienal, o número de associados sempre aumentou, chegando a mais de 1.200 membros de todo o país.

A estrutura da diretoria da ADG é bastante indefinida e é constituída por sete diretores eleitos que trabalham voluntariamente, e um staff enxuto: gerente-executivo, assistente e secretária. Nosso primeiro gerente foi Bruno Assami, depois, por muitos anos, Maria Ângela dos Anjos e agora Fábio Cerqueira.

Essa falta de definição de cargos dos diretores dificulta a operacionalidade da associação, seja por não haver um representante oficial para cada assunto (questões políticas, comunicação etc.), como um presidente, seja porque a agenda da associação não tem responsáveis específicos para cada ação. Por esse motivo, Ricardo Ohtake, que tinha

experiência de gestão como Secretário de Cultura e diretor do Museu da Imagem e do Som, sugeriu a criação de comissões ligadas a assuntos específicos como Ensino, Atividades Culturais, Comunicação etc., de modo que cada diretor seria responsável por uma dessas comissões e pelas atividades ligadas ao assunto. Foi como coordenadora da Comissão de Ensino que conheci Alexandre Wollner e nos tornamos amigos. Foi também nesse período que decidi não ser mediadora de mesas redondas. Minha primeira experiência foi um fracasso. Presidi a mesa sobre regulamentação da profissão de designer, no Sesc Pompéia, durante nossa Bienal de 2002 (6a Bienal), sem grande conhecimento da causa. Um fiasco!

Em seus 17 anos de existência, nos quais fui diretora por quatro vezes, a ADG produziu uma série de encontros, debates, exposições, publicações, concursos. Quando nos mudamos da Galeria Fotoptica para um outro imóvel na mesma rua, ganhamos uma galeria e um espaço de armazenagem muito bons. O imóvel, no térreo de um edifício, exigia muita reforma. Marcelo Aflalo fez o projeto e conseguiu boa parte do patrocínio para troca de piso, iluminação etc. Foi um

período muito bom da ADG, ela ganhou importância e projeção, uma coordenadoria no Rio de Janeiro, associados de muitos estados brasileiros, até do Amazonas e do Maranhão, e assim ganhou também credibilidade junto aos empresários e conseguiu formar uma carteira de colaboradores bastante importante para a sua sobrevivência.

Com o passar dos anos, as mesmas pessoas se revezavam na diretoria e aquele grupo começou a ser considerado uma "panelinha". Sabíamos da necessidade de renovação, mas não apareciam espontaneamente pessoas dispostas a participar e formar parte do quadro da ADG. Alguns fatos polêmicos, ideológicos, ainda colaboraram com cisões dentro da associação. Até hoje sobram mágoas a respeito do processo de criação e produção do preciosíssimo Kit de Prática Profissional, em 1998, levado a cabo pela então diretora Mari Pini. A cisão foi tão grande que pela primeira vez houve uma disputa acirrada de duas chapas para a diretoria, com brigas e torcida na apuração dos votos. O Kit sobrevive até hoje e serviu como referência para outra publicação, *O Valor do Design*, produzido pela ADG e publi-

cado pela Editora Senac em 2003. Por sinal, o Senac sempre foi um dos maiores patrocinadores da ADG, refletindo a amplitude de sua importância como promotor de cultura no Brasil.

Além do Kit e do livro mencionados acima, a ADG publicou, entre outros:

- *Design Gráfico Caso a Caso* (2000) – com o intuito de esclarecer os clientes, essa publicação aborda processos de projeto gráfico de várias áreas (editorial, institucional, ambiental, promocional, identidade corporativa, eletrônica) da conceituação ao resultado final, através da apresentação de casos, relatados pelos próprios autores dos projetos.
- *ABC da ADG* (2000) – glossário de termos e verbetes utilizados em Design Gráfico. Essa publicação propunha-se a ser ampliada, através da colaboração do leitor (existe uma ficha de sugestões no final da publicação para ser enviada por quem quisesse colaborar). Foi uma iniciativa que impressionou bastante os colegas estrangeiros que encontramos em eventos internacionais.
- *Boletim da ADG*, que depois tornou-se *Revista da ADG* e sobreviveu até 2004. A revista, que no final era de responsabilidade de

Cecília Consolo, trazia informações e artigos de muita relevância para a área.

Nenhuma outra publicação ocupou seu lugar. Seu fim deveu-se principalmente à falta de patrocínio que permitisse que ela sobrevivesse independentemente das dificuldades operacionais da ADG.

- Pequenos livros que registravam as mostras que aconteceram na galeria da ADG, como *O Gráfico Amador – Vanguarda da Moderna Tipografia Brasileira* sobre o grupo de 1954, que fez um ateliê experimental de tipografia no Recife.

A ADG, reconhecida nacional e internacionalmente, seguiu como associação de alcance nacional (existem outras regionais) apesar de passar por crises que a fragilizaram. Ela perdeu sua sede com galeria, perdeu associados, passou por problemas financeiros sérios. As Bienais continuam praticamente como uma das únicas atividades da ADG e a última aconteceu em julho de 2006.

Atualmente, ela está em uma fase de transição, tentando recuperar-se financeiramente e na iminência de convocar novas eleições (a última gestão acabou formalmente há 9 meses).

publicações da ADG/Brasil

icograda e eventos internacionais

Em 2001 eu fazia parte da diretoria da ADG/Brasil. Nesse momento, já éramos membros do Icograda (International Council of Graphic Design Associations) e tínhamos participado de alguns eventos internacionais: Giovanni Vannuchi e Simone Mattar participaram de um congresso em Punta del Este, Marcelo Aflalo havia ido a Sidney, Austrália, em 1999, como delegado da ADG, com direito a voto na Assembléia Geral.

Icograda Design Week de Havana, 2001

Estava por acontecer um encontro regional Latino Americano em Havana, Cuba, em julho do mesmo ano. Fomos, Sylvia Monteiro, Giovanni Vannucchi, Massumi Guibu e eu para Havana. Fui como palestrante, para apresentar um perfil do design gráfico brasileiro. O Icograda forneceu um roteiro que explicitava os pontos importantes a serem abordados:

- 1: Qual é a situação do Design Gráfico no Brasil: reconhecimento, conquistas, honorários, desenvolvimento profissional, dificuldades, problemas e desafios?
- 2: De que forma a situação econômica brasileira afeta os designers gráficos em seu dia-a-dia de trabalho e em seu desenvolvimento? Situação e perspectivas.
- 3: Global versus local: os designers gráficos brasileiros deveriam seguir tendências internacionais, ou desenvolver um estilo latino-americano?
- 4: De que forma as novas tecnologias afetam o design gráfico e o trabalho do dia-a-dia dos designers?
- 5: Qual a situação da educação em design Gráfico no Brasil? O ensino de Design Gráfico está respondendo às necessidades dos novos mercados?
- 6: Como o Design Gráfico Brasileiro atua no sentido de servir às necessidades sociais e culturais?
- 7: De que maneira as Associações de Design e os designers gráficos do Brasil podem contribuir para o desenvolvimento das zonas de livre comércio como o Mercosul e Alca?
- 8: De que forma o Icograda pode atuar no sentido de apoiar a profissão no Brasil?

9: De que maneira o Icograda pode auxiliar os designers gráficos e apoiar seus membros no Brasil?

Fizemos uma atualização de uma apresentação multimídia que Marcelo Aflalo havia mostrado em Sidney, onde as imagens de design gráfico dividiam a tela com imagens do contexto brasileiro: natureza, diversidade racial e cultural. As alterações que fiz foram no sentido de minimizar o caráter de "Brasil Esplêndido" da apresentação, que a meu ver era muito recheada de imagens turísticas e não refletia a nossa cultura.

Inseri imagens fornecidas pelo Dedoc - Departamento de Documentação da Abril, onde apareciam cenas urbanas, o Movimento dos Sem-Terra, rituais religiosos da Umbanda, os caras-pintadas (jovens manifestantes a favor do *impeachment* do presidente Collor), Lula liderando os movimentos no ABC. A ascensão de Lula naquele momento era emblemática, refletia a vitória sobre a ditadura de 20 anos e a possibilidade de termos um verdadeiro representante do povo brasileiro.

No lugar da música de Marlui Miranda, da apresentação original, um amigo músico, Skowa, desenvolveu a trilha sonora especial para a minha apresentação, que continha

uma amostragem ampla da música brasileira: Tom Jobim, DJ Patife, João Donato, Chico Science e Nação Zumbi, João Bosco, entre outros.

Além da apresentação, fiz um pequeno discurso, seguindo o roteiro fornecido pelo Icograda. Como essa foi minha primeira experiência como palestrante e até aquele momento eu não havia me dedicado à reflexão acadêmica e à elaboração de textos, reconheço deslizos e falta de consistência em alguns pontos do texto. (texto integral no anexo, pág 136)

A oportunidade de contatar colegas da região foi inédita. Havia representantes de 12 países: México, Argentina, Uruguai, Colombia, El Salvador, Guatemala, Equador, Costa Rica, Venezuela, Brasil e Cuba.

Por muito tempo conhecíamos mais o que vinha acontecendo na Europa e Estados Unidos do que na América Latina. Além da maior tradição do design e da educação em design nesses países, existia e continua existindo uma quantidade muito maior de publicações provenientes desses países na área de design.

A Internet e a crescente organização dos profissionais de design latino-americanos têm colaborado para modificar esse panorama, mas ainda temos restrições no que diz respeito à falta de reconhecimento de nossa profissão, seja por parte do empresariado em geral, seja por falta de incentivos governamentais. O Brasil já tem canais de valorização do design, como o PBD (Programa Brasileiro de Design), Sebrae etc., porém a atividade não é largamente reconhecida como geradora de divisas para o país ou como produtora de cultura, e raramente é contemplada com recursos financeiros, diferentemente de outros países como o Japão, ou a Dinamarca, onde o governo injetou esforços para a formação de designers e assume uma política voltada para o desenvolvimento de produtos nacionais.

Além do encontro latino-americano, houve um simpósio intitulado “El diseño gráfico en una economía globalizada” com apresentações de palestrantes de outras regiões e uma platéia de 127 designers gráficos de 23 diferentes países, além de 208 designers cubanos. Julia Lei Mei, a representante do Japão, falou sobre o investimento que o seu país fez na década

de 1950, enviando japoneses para formação na Europa e Estados Unidos. Esses profissionais voltaram com o objetivo de consolidar a profissão no país. Hoje em dia o Japão é um dos poucos países que possui um design reconhecido, e com características locais sólidas. Jacques Lange, sul-africano e atual presidente do Icograda, contemplado com um prêmio do governo quando era estudante de design, falou sobre a situação no seu país e de como a categoria pode se mobilizar no sentido de alertar para o reconhecimento da importância da atividade.

Além desses, havia palestrantes de diversos outros países como Coreia, Canadá, França, Israel, Bélgica.

Nossa delegação queria aproveitar a oportunidade para mostrar um pouco mais do que se fazia no Brasil e pedimos um espaço para expor um painel que havia sido produzido para nossa última bienal da ADG, no Sesc Pompéia. Tratava-se de mais de 30 metros de lona vinílica, com uma linha do tempo do design gráfico brasileiro, que levamos conosco e expusemos no Palácio de Cabo, no centro de Havana. Essa exposição colocou em evidência a ADG/ Brasil, e chamou

a atenção da mídia, de modo que demos algumas entrevistas para jornais e rádios de Havana. Percebemos o quanto a nossa associação já estava organizada em relação a outras da América Latina, pela surpresa e interesse de nossos colegas em relação às publicações e documentos produzidos em seus 12 anos de existência: código de ética, contrato-padrão, kit de prática profissional do designer gráfico, glossário de termos de design gráfico, *Boletim da ADG*, entre outros.

Continental Shift 2001 Icograda Congress

Em setembro do mesmo ano, 2001, haveria uma Assembleia Geral do Icograda, em Johannesburg, África do Sul, por ocasião do congresso Continental Shift. Fui novamente, como delegada da ADG/Brasil. Mais quatro

brasileiros estiveram na platéia do Congresso: Alécio Rossi, coordenador do curso de Design Gráfico do Senac, Marcílio Florindo e Carlos Iglesias, da Caso Design, e Ronald Kapaz, da Oz Design.

Assumi o compromisso de reportar o dia-a-dia do congresso, através de boletins diários enviados à ADG, que repassava a todos os seus associados. Para isso, assisti a todas as apresentações e mandava um resumo na manhã seguinte, antes que as sessões se iniciassem, no business center do hotel. O relatório completo foi publicado na edição de número 24 da Revista da ADG.

Na Assembleia Geral do Icograda, que aconteceu nos dois dias seguintes ao congresso, além de diversos temas relacionados à prática global da profissão, a decisões em relação aos novos encontros, houve apresentação de experiências de administração de projetos em países tão diferentes como Japão e Alemanha, votou-se na diferenciação de valores de contribuição dos membros do Icograda de acordo com o PIB de cada país, e elegeu-se a nova diretoria do Icograda, para uma gestão de 2 anos.

Essas duas participações em eventos do Icograda, em Cuba e África do Sul,

representaram para mim a inauguração de uma fase de relacionamentos internacionais. Apesar de no ano de 2002 os contatos não terem sido tão freqüentes, nesse ano fui contratada para dar aulas no Senac, talvez como reflexo do trabalho realizado na África do Sul, onde conheci o coordenador do curso, Alécio Rossi e em 2003 fizemos um evento de uma semana sobre cartazes cubanos no Senac.

Carteles Cubanos semana de design de cartazes no Senac Lapa

A semana "Carteles Cubanos" era composta de uma exposição de 100 cartazes de diversos designers cubanos, desde os mais conhecidos internacionalmente até representantes da nova geração, além de workshop e palestra com dois designers que vieram de Cuba, indicados por Pepe Menendez, da Casa de las Americas, em Havana: Alfredo Rostgaard, da antiga geração, e Nelson Ponce, jovem designer, reconhecido cartazista.

Os cartazes foram todos documentados fotograficamente e ficaram no acervo do

Senac, para eventual futura publicação de um livro, que até agora não foi feita. O Senac forneceu imagens para um artigo que Francisco Homem de Melo escreveu para a Revista Arc Design número 34, de 2004.

No ano de 2003 recebi um e-mail do antigo presidente do Icograda, Guy Schockaert, da Bélgica, propondo que eu fizesse parte da nova chapa para a diretoria do Icograda, a ser eleita em setembro, em Nagoya, Japão. A ADG, bem como todas as demais associações-membro do Icograda, havia recebido um comunicado cerca de um mês antes, pedindo que indicasse candidatos, mas não respondeu à demanda.

Aceitei a indicação com a condição de que eu fosse apoiada pela associação local, a ADG, de modo que eu pudesse me sentir efetivamente uma representante local, apesar do cargo não consistir de uma representação pontual, e sim abranger os interesses globais da categoria. Depois de alguns telefonemas e entendimentos em relação a que cargo eu disputaria, me propuseram a vice-presidência. A estrutura do Icograda é composta de um *past president*, um *president* e um *president elect*, de modo que cada presidente se prepara para assumir o cargo por dois anos, preside por mais dois, e acompanha como *past president* por outros dois. Além disto existiam três vice-presidentes, um secretário-geral e um tesoureiro, além do diretor-administrativo, único cargo contratado e remunerado.

A escolha do meu nome se deu pelo interesse em ter um representante da América Latina, portanto o foco do meu trabalho deveria estar concentrado na região. A ADG apoiou a minha candidatura após alguma polêmica, porém eu não fazia parte de sua diretoria e Marcelo Aflalo foi como seu representante para a Assembléia Geral em Nagoya, em outubro de 2003. Eu não

consegui apoio financeiro para comparecer a Nagoya, porém consegui ser eleita. A gestão iniciava-se em outubro de 2003 e seguia até outubro de 2005

Icograda Design Week de Istanbul

A diretoria do Icograda tem uma média de quatro encontros anuais, em locais diversos, coincidindo com eventos que compreendem palestras, workshops de estudantes, encontros profissionais e educacionais.

De 27 a 31 de janeiro de 2004, o Icograda, em colaboração com a Turkish Society of Graphic Designers (GMK) organizou a Icograda Design Week em Istambul, Turquia. O evento focou no design gráfico do Sudeste da Europa, Noroeste da Ásia, Oriente Médio e Norte da África, e atraiu delegados de 40 países. O programa seguiu o modelo

estabelecido pelo Icograda em Brno, República Checa, em junho de 2002, para as Design Weeks, e consistia de cinco eventos oficiais, aberturas de exposições e o jantar de Friends of Icograda (amigos do Icograda - categoria de filiação individual).

A cidade de Istambul é uma lugar estratégico na região, e constitui uma ponte entre os dois continentes que a dividem - uma parte da cidade (o seu coração produtivo) fica na Europa, e a outra na Ásia) e foi lá, em 2000, que o Icograda fez seu primeiro Icograda Regional Meeting (Encontro regional). Condições climáticas inesperadas - um frio incomum, tempestades de neve e cortes de eletricidade - não chegaram a afetar seriamente o evento, que foi bastante efervescente, congregando designers de culturas marcadas por conflitos políticos, e de culturas tradicionais, e muito diferentes.

O programa do Icograda Design Week de Istambul incluiu:

- Seis alfabetos - um workshop de três dias que contou com 127 estudantes de oito diferentes países, explorando seis diferentes sistemas de escrita: Alfabeto Romano, Hangul (da Coreia), Árabe, Hebreu, Cirílico (da

Rússia) e Devnagari (da Índia). Os coordenadores do workshop foram os designers tipógrafos: Mohammad Ali Yaghan (Jordania), Tarek Atrissi (Líbano), Oded Ezer (Israel), Yaki Molcho (Israel), Tagir Safayev (Rússia), Ashwini Deshpande (Índia), Cagla Turgul (Turquia), Elif Yalcinkaya (Turquia) e Ahn Sang-soo (Coreia do Sul).

- Icograda Education Network Symposium: um simpósio de um dia que atraiu 46 participantes de 20 países que deliberaram sobre assuntos relativos à educação na região.
- Icograda Regional Meeting: um encontro de um dia que atraiu 44 participantes de 15 países que fizeram uma revisão crítica da situação do design gráfico na Albânia, Bósnia-Herzegovina, Bulgária, Geórgia, Irã, Israel, Jordania, Kosovo, Líbano, Macedônia, Qatar, Rússia, Turquia e Ucrânia.
- Icograda Media Meeting: um encontro de três horas assistido por 13 delegados representando as seis maiores publicações de design da região e internacionais. O encontro focou questões importantes enfrentadas pelos editores que promovem o design gráfico no sudeste da Europa, Noroeste da Ásia, Oriente Médio e Norte da África, e também serviu como lançamento oficial do Icograda Design Media Network (IDMN).

- Building Bridges: conferência de dois dias que atraiu 336 delegados de 40 países com palestrantes da Austrália, Bósnia-Herzegovina, Brasil, Canadá, China, Dinamarca, Grécia, Índia, Irã, Israel, Líbano, Rússia, Coreia do Sul, Turquia e Reino Unido, traçando o desenvolvimento do design gráfico nos últimos 40 anos, relevantes exemplos da prática profissional do presente, discutindo questões atuais como globalização, sustentabilidade, identidades nacionais, design para necessidades sociais e identidade de eventos significativos como dos Jogos Olímpicos de Atenas.

Participei como palestrante da conferência e minha apresentação abordava a relação entre o design e projetos sociais no Brasil. Nessa ocasião eu já fazia parte da diretoria da ONG Mundaréu, entidade dedicada a criar oportunidades de geração de renda para grupos excluídos do mercado formal de trabalho, e que inaugurou a primeira loja de produtos artesanais que obedecia aos conceitos internacionais do Comércio Justo. *Veja texto da palestra em Anexo, pág 138.*

Icograda Design Week de São Paulo

Em abril do mesmo ano aconteceria o Icograda Design Week de São Paulo, em parceria com a ADG/Brasil, coincidindo com a Bienal de Design Gráfico. Minha posição era bem delicada, a meu ver porque eu era vista como uma pessoa de fora da ADG, não representando particularmente os interesses locais, e foi decidido que eu não

participaria da programação do evento, a cargo da ADG em conjunto com uma comissão e o diretor do Icograda, Thierry Van Kerm. O Design Week trouxe um resultado financeiro catastrófico para a ADG, uma vez que ela resolveu assumir integralmente a administração do evento, além de ser responsável pela produção e pela Bienal, que envolve um processo complexo e trabalhoso. A escassez de apoio financeiro foi crucial e a divulgação não conseguiu atingir um grande público, além de que as taxas de inscrição eram consideradas elevadas para o padrão latino-americano. De qualquer forma, foi um marco na história dos eventos de design da região e ainda é mencionada como referência.

A publicação intitulada *Board Message* do Icograda foi substituída por uma nova publicação, a *In Situ*, cujo primeiro número, de março de 2005, relata a São Paulo Design Week.

Os eventos do Design Week foram:

- Workshop de estudantes: "A linguagem da Cidade" – foi um workshop de 4 dias inteiros onde estudantes e profissionais exploraram como a cidade comunica a sua

identidade. Os coordenadores do workshop, vindos de diversas partes do mundo, reforçaram o aspecto transcultural do evento: Gerardo Kloss, do México, Kurnal Rawat, da Índia, Garth Walker, da África do Sul, Halim Choueiry, do Líbano, Priscila Farias e Cassio Leitão, do Brasil.

- Encontro regional – O encontro foi de um dia onde, após sessão plenária, dividiram-se em duas sessões: a Educacional e a Profissional onde houve discussões bastante focadas nas questões pertinentes a cada área, criando oportunidades mais efetivas de networking.
- Seminário "Design na América Latina": representantes da América Latina fizeram apresentações acerca do design gráfico em seus países. Durante um dia, onze palestrantes de 8 diferentes países (Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Cuba, México, Peru e Venezuela), apresentaram um histórico e tendências do design gráfico de seus países e reconhecendo questões e condições similares.
- Conferência Fronteiras: Dez palestrantes de seis diferentes continentes participaram desse evento de dois dias, que focou principalmente questões relativas ao design transcultural e à sustentabilidade. Três principais subtemas foram abordados:

"Definindo fronteiras", "As fronteiras da sustentabilidade", "As fronteiras da identidade cultural". As nações representadas foram: Brasil, Estados Unidos, Índia, Japão, Austrália, África do Sul e Argentina.

Como o Icograda não tem recursos para financiar as viagens dos membros da diretoria, apenas quando os eventos são lucrativos, as associações locais abonadas ou quando damos palestras, nossas viagens são pagas. Por esse motivo não pude comparecer à nossa reunião seguinte, no segundo semestre de 2004, em Hannover, Alemanha.

BIO - Bienal de Design da Eslovênia

No mesmo ano, no entanto, fui convidada para ser jurada da 19ª edição da primeira Bienal de Design da Europa, em Ljubljana, Eslovênia, em setembro. Além de mim, representando o Icograda, participaram do júri Aldo Cibic, da Itália, Robin Edman, da Suécia, representando o ICSID (International Society of Industrial Design), Czesława Frejlich, editora da Revista 2+3 D, da Polônia, e Stephen Hitchins, da Inglaterra, presidente do BEDA (Bureau of European

Design Associations). A BIO, por acolher todas as categorias de design, não consegue ser verdadeiramente representativa com o tamanho que tem. Em algumas categorias, como a de design de jóias, havia apenas um representante. Ao mesmo tempo, a categoria dos estudantes trazia projetos muito interessantes, que apontavam, mais do que para uma nova solução de design, novas maneiras de pensar sobre os problemas ambientais. A composição heterogênea do júri proporcionou discussões bastante produtivas: enquanto o italiano defendia calorosamente o desenho de uma cozinha de aço inox, o sueco apontava para o equipamento de sky que eu não tinha nenhuma condição de julgar, meu

olhar se voltava para os projetos mais singelos e as experiências estudantis, tais como um forno de adobe que utilizava folhas e galhos prensados como combustível alternativo em uma região da África desprovida de madeira, onde todos os recursos já se esgotavam.

Infelizmente alguns produtos não puderam ser considerados devidamente, tais como equipamentos hospitalares, que necessitariam da consulta a especialistas. Esse recurso de consulta é utilizado em vários casos, como no nosso Prêmio Design Museu da Casa Brasileira. O grande Prêmio (Grand Prix) da BIO foi o Memorial às vítimas do fascismo na ilha Croata de Rab, projeto dos arquitetos eslovenos Miha Kerin e Majda Kregar. Sem dúvida, um projeto que merecia o prêmio, porém também uma decisão político-ideológica.

No meu último dia de estadia em Ljubljana, encontrei com nosso diretor Thierry rapidamente, no café da manhã, e ele anunciou que eu iria para o México em quatro semanas, para fazer um "site inspection" nos locais onde se pretendia fazer um Icoграда Design Week, na cidade

de Puebla, no ano seguinte. Minha visita coincidiria com a 8ª edição da Bienal de cartazes, evento já tradicional, realizado pela Trama Visual, entidade comandada pelo designer Javier Bermudez .

México - Bienal de cartazes e preparativos para a Design Week de Puebla

Chegando na Cidade do México, no final de outubro de 2004, dia da inauguração da Bienal, fui recebida por Gerardo Kloss Fernández del Castillo, professor da Universidade Autônoma do México, que havia participado da Design Week de São Paulo. Gerardo fazia parte de Encuadre, associação de 50 das mais prestigiadas escolas de design gráfico e áreas afins do país, muito bem organizada e administrada, que busca a excelência e a superação acadêmica e, além

de realizar freqüentes encontros, congressos, eventos, possui uma editora que publica uma revista e livros de design gráfico.

Viajamos de carro da Cidade do México para Puebla, onde nosso evento seria realizado, para que examinássemos a infra-estrutura das escolas de curso superior em design gráfico, que estariam disponíveis para sediar nosso evento. Era importante manter uma relação boa com todas e garantir que todas elas apoiariam o evento, não importando em qual delas ele fosse realizado. De Puebla seguimos para Jalapa, onde realizava-se o Festival Internacional del Diseño y las Artes, parte integrante da Bienal, com um programa extenso de palestras, exposições, lançamentos de livros.

Os convidados especiais da Bienal eram:
Ronald Shakespear - Argentina
Pedro Ramirez Vásquez - México
Ernesto Azcuy - Cuba
Felipe Taborda - Brasil
Fernando Pimenta - Brasil
Marta Granados - Brasil
Alessandro Manetti - Itália
Antonio Mena - Equador
Antonio Pérez Ñiko - Cuba

Fernando Téllez - México
Eric Olivares - México

O júri era composto por;
Pablo Kunst - Argentina
Alessandra Migani - Brasil
Bojidar Ikonov - Bulgária
David Consuegra - Colômbia
Julián Naranjo - Chile
Tapani Aartomaa - Finlândia
Patrícia Ordóñez - México
Carlos Palleiro - Uruguai

As duas associações não entraram em acordo e saí do México sem conseguir que assinassem um "Acordo de Intenções", que faria disparar o processo de produção do evento, previsto para final de 2005 ou início de 2006. Como Encuadre não queria arcar sozinha com a responsabilidade, anunciou depois de algum tempo que desistiriam do evento.

Na América Latina existem apenas quatro associações-membro do Icoграда: ADG/Brasil, Encuadre e Trama Visual, e Prografica Cubana. Uma das funções do meu cargo é incrementar a participação da região, conseguindo novos associados. Há vários países da região bastante ativos ultimamente,

porém, além de considerarem as anuidades do Icograda muito altas para a sua condição, o Icograda tem se mostrado muito mais como um canal de informação sobre o que ocorre em termos de eventos, discussões sobre avanços na regulamentação da profissão e em políticas governamentais, guias de procedimentos para concursos, trocas de informações relativas a valores praticados mundialmente etc., e vem sendo pouco alimentada pelas atividades da América Latina. Como constatamos que uma das barreiras para a participação da região era o idioma, conseguimos criar um fórum de discussões pela Internet, através de um grupo de discussões em espanhol, o *Spanish List Serv*.

No ano de 2005, não foi realizado nenhum design Week. O Icograda passava por mudanças administrativas que consumiram grande parte de seus esforços.

O IDA International Design Alliance

O International Council of Graphic Design Associations (Icograda) e o International Council of Societies of Industrial Designers (Icsid) vêm caminhando há anos para uma aliança que com o tempo tende a configurar como um corpo administrativo único. A fronteira entre as atividades do Design Gráfico e do Desenho Industrial tem se mostrado imprecisa nos últimos tempos. A própria atividade de design gráfico se transformou com as novas tecnologias e mídias, de modo que o Icograda, apesar de não mudar de nome, veio a modificar seu estatuto e, desde uma decisão em reunião

sede do IDA em Montreal

de diretoria de setembro de 2005, passou a se denominar como "associação mundial para a prática profissional de design gráfico e comunicação visual" (the world body for professional graphic design and visual communication). As conversas foram evoluindo para a formação da International Design Alliance (IDA) que foi anunciada em novembro de 2003. Desenhou-se todo o planejamento das etapas de fusão e as alterações administrativo-financeiras que isto implicaria.

A operacionalidade da aliança requeria uma sede em comum, racionalizando recursos e facilitando a comunicação. Lançou-se uma concorrência internacional e em 16 de janeiro de 2005, o IDA assinou um contrato de dez anos com Montreal International, entidade que é patrocinada e congrega representantes do governo do Canadá, do Governo do Estado de Quebec, da Comunidade Metropolitana de Montreal da Cidade de Montreal e de companhias privadas, visando o desenvolvimento da área metropolitana de Montreal, região de 63 municípios e população de 3,5 milhões de habitantes, e o incremento do status internacional da região.

O projeto de reforma da sede, localizada no andar térreo do edifício Montreal Herald, na 455 Saint Antoine Ouest, foi executado pela Daoust Lestage Inc. em associação com Triplan Design Inc. O diretor administrativo do Icograda, que então chefiava a sede de Bruxelas foi substituído por uma diretora residente em Montreal, Brenda Sanderson, depois de um processo seletivo com quatro candidatos finalistas.

Em 30 de maio de 2005 inaugurou-se a sede do IDA, com um evento que contava com a presença de autoridades locais, toda a diretoria do Icograda e do Icsid. Os termos do acordo entre as duas associações formando o IDA foram assinados em Copenhague, em setembro de 2005, durante o World Design Congress (Era 05), que aconteceu simultaneamente em quatro cidades, nos países nórdicos.

No final de 2006, o IFI (International Federation of Interior Design) decidiu agregar-se ao IDA, completando assim a participação das three Sisters - as "três irmãs", Icograda, Icsid e IFI, consolidando a multidisciplinaridade da aliança.

ERA 05
World Design Congress

O World Design Congress, organizado pela colaboração de 16 Instituições de Design Nórdicas, em associação com o Icograda e Icsid, além do IFI, ocorreu em Copenhagen, Oslo, Helsinki e Gotemburgo simultaneamente, no final de setembro de 2005. Consistiu de um fórum de debate profissional, explorando os impactos comerciais e sociais que design e designers sofrem em seu ambiente multidisciplinar, sob a convicção de que o design nesta nova era influenciará a evolução da sociedade, onde o foco será na qualidade de vida para todos, independentemente de sua localização, etnia, ou situação econômica.

Os organizadores postulavam que é necessário um entendimento mais profundo sobre o potencial do design, bem como uma maior ação e direcionamento para o futuro. É relevante considerar as competências que os designers precisam ter, como proponentes de design. Pela formação acadêmica, intuição, ou experiência prática, os designers têm a habilidade de dar um passo para trás e reavaliar nossas atuais condições, encarregando-se da solução

de problemas. Afirmavam também que, na medida em que design é um fim, em uma relação entre homens, deve considerar em primeiro lugar o ser humano, e sustentar a relevância social da atividade para o benefício de todos.

Dessa maneira, afirmavam, os designers devem abraçar a diversidade da população local, nacional, regional e global, pois somos constituídos de uma multiplicidade de experiências, necessidades, valores e credos e o que faz sentido para uma pessoa pode não fazer para outra. Os usuários devem ser o foco central em processos de design, como maneira adequada de abordar aspectos da forma e função.

Ressaltavam também a importância da colaboração entre acadêmicos, experts, estudantes e amadores, do público e do privado, neste momento onde as fronteiras profissionais são pouco discerníveis.

Fui palestrante em um dos painéis paralelos. A apresentação versava sobre a relação entre Design e Artesanato, hoje, no Brasil. *Texto de minha palestra: anexo pág 149.*

Eleições para a nova diretoria do
Icograda 2005-2007

Ao final do Congresso tivemos nossa Assembléia Geral, onde a nova chapa para a diretoria do Icograda foi eleita. Eu era candidata novamente ao cargo de vice-presidente e fiz uma breve apresentação sobre o Design Gráfico na América Latina (texto página 153).

A Nova diretoria do Icograda eleita e que tomou posse em Copenhagen para a gestão 2005-2007 foi:

Jacques Lange - Presidente
(Johannesburg, África do Sul)

Don Ryun Chang - Presidente Eleito
(Seoul, Coreia do Sul)

Lise Vejse Klint - Secretaria
Geral(Copenhague, Dinamarca)

David Berman - Tesoureiro
(Ottawa, Canadá)

Veejay Archary - Vice-Presidente
(Johannesburg, África do Sul)

Halim Choueiry - Vice-Presidente
(Doha, Qatar)

Richard Grefé - Vice-Presidente
(New York, Estados Unidos)

Russell Kennedy - Vice-Presidente
(Melbourne, Austrália) - reeleito

Ruth Klotzel - Vice-Presidente
(São Paulo, Brasil) - reeleita

Omar Vulpinari - Membro do *board*
(Treviso, Itália)

Em assembléia também houve uma apresentação do representante de Cuba, a respeito do próximo congresso, que será em Havana, em outubro de 2007, além da votação do local para o congresso de 2009, que será em Pequim, China. A delegação chinesa comprou em peso para defender sua proposta.

assembléia geral do Icograda

lcograda Design Week em Hong Kong

De 20 a 25 de janeiro de 2006 ocorreu o lcograda Design Week em Hong Kong. A missão principal foi a de criar standards para a atividade de design gráfico e comunicação visual na região do sul da Ásia, além de estabelecer discussões acerca da educação na área e apresentar novidades do que vem sendo feito mundialmente no campo do design gráfico.

Hong Kong é uma cidade de grandes contrastes e diversidades, apesar de suas pequenas dimensões. Os organizadores locais foram:

- Hong Kong Design Center, formado em 2001 com o intuito de atuar como um dos protagonistas da transformação de Hong Kong em um local altamente competitivo, e

uma fonte reconhecida internacionalmente como geradora de produtos inovativos e talentos de design. Segundo sua direção, seu programa educativo tem "uma abordagem holística, interdisciplinar e inclusiva, facilitando a colaboração entre as diversas disciplinas do design, e entre designers e outros profissionais de negócios, manufatura e disciplinas correlatas".

- Hong Kong Designers Association - fundada em 1972 é uma associação de 550 membros, dedicada a promover o design como profissão, encorajando o avanço dos standards profissionais e estabelecendo códigos de conduta profissional. A associação é também consultora do governo e das indústrias locais, nos assuntos relacionados a design. Organiza eventos, concursos, exposições e lança publicações na área de design.

- Hong Kong Institute of Vocational Education - oferece cursos nos vários campos do design: gráfico, digital, moda e têxtil, e inaugurará em 2009 o Hong Kong Design Institute, para acomodar até 4 mil estudantes.
- Escola de Design da Universidade Politécnica de Hong Kong - estabelecida em 1967, é uma das escolas técnicas mais avançadas na região.

Os organizadores do Design Week afirmavam que pretendiam incrementar a visibilidade e a prática do design gráfico e comunicação visual na região através:

- da criação de oportunidades de intercâmbio, compartilhando experiências e colaboração entre instituições educativas de design gráfico.
- do exame das necessidades e desafios do design gráfico e comunicação visual do presente e perspectivas para o futuro.
- do desenvolvimento de mais flexibilidade nas metodologias de ensino com o objetivo de facilitar um melhor ambiente de aprendizado e atitudes positivas entre os estudantes
- da promoção das indústrias de design no seu papel de colaboradores do desenvolvimento social e econômico.

- do desenvolvimento da criatividade entre estudantes de design.
- da promoção de intercâmbio de informação, pontos de vista e pesquisa entre designers de informação gráfica.
- da promoção de oportunidades de networking entre organizações e colegas internacionais.

Todos os membros do lcograda foram palestrantes. Além deles, o evento, apesar de pequeno, teve a participação de designers e professores de diversos lugares do mundo: Sudhir Sharma, designer indiano de Elephant Design, Christopher Ozubko, dos Estados Unidos, Karen Blincoe, da Dinamarca, além dos professores de Hong Kong: Sannia Ho, Catherine Hu, Joseph Kong, Benny Lau, Tommy Li, Vincenzo Perri (italiano residente há 15 anos em Hong Kong), CC Tang, Kith Tsang, Stanley Wong, Wood Wong, Alvin Yip, que trabalharam em conjunto conosco nos workshops para estudantes.

Palestras do evento de Hong Kong

- Mervyn Kurlansky - A Personal Design Journey – Towards Social Responsibility
- David Berman - Weapons of Mass Deception – Design & Social Responsibility

- Sudhir Sharma – Cultural identity and design in India
- Russell Kennedy – A Vision Unfurled – The role of graphic design in constructing the public discourse of national identity
- Ruth Klotzel – National Identity and Design: The relationship between local identity and international design in Latin America
- Don Ryun Chang – Emerging design management specializations in Asia
- Ric Grefe – Evolution of communication design: How communication design is evolving to experience design in order to become a valuable creator of value for business
- Lise Vejse Klin – A story from Denmark – When the national design-organization moved into the political scene of influence.
- Vince Dzieken– Creative Waves: A case study in online educational workshops
- Veejay Archary – Whose problem is it when students can't get employed?
- Halim Choueiry – Educating for a Cross Cultural Design market: Why it is becoming a must for designers to think beyond their local borders and to be able to create visual communication materials that makes sense to a diverse audience.
- Jacques Lange – Visual communication

and the social agenda: the strategic potential of visual communication in non-commercial areas such as socio-economic development, citizen education and policy transformation.

A experiência pessoal de liderar um workshop de 14 estudantes asiáticos (de Taiwan, Hong Kong, Shanghai e Beijing), faz refletir a respeito de protocolos, convenções, cultura global e local etc., e nos desafia a novas propostas de trabalho. Apesar do consumo ser globalizado, algumas tradições regionais são indelévels. O choque cultural foi bastante grande e posso enumerar, para não citar apenas as impressões subjetivas, alguns dados concretos que quebram nossos parâmetros de análise e comportamento:

- Hong Kong é uma cidade bastante moderna e consumista, podendo ser descrita simplificada como uma “Nova York da Ásia”. Como colônia britânica, foi preservada da Revolução Cultural de Mao, que destruiu grande parte da tradição cultural chinesa, alegando tratar-se de produto da elite chinesa. Portanto, paradoxalmente, Hong Kong é uma cidade moderna, porém que preserva mais tradições culturais

chinesas do que o restante da China. Um exemplo disso é a prática do Feng Shui, proibida pelo governo de Mao, que continuou em uso em Hong Kong.

- O cidadão de Hong Kong é mais “educado” segundo os preceitos da cultura ocidental, e ainda segue protocolos de educação tradicional chinesa. É prática na China entregar cartões de visita, por exemplo, com ambas as mãos e quem os recebe deve também receber com ambas as mãos, examiná-lo, e só depois guardá-lo. Da mesma forma, todos os estudos feitos pelos alunos do workshop me eram apresentados com ambas as mãos, e com a imagem dirigida para mim, em sinal de respeito e importância do objeto.
- Em Hong Kong, como no restante da China, as refeições mais solenes são constituídas de uma série de aproximadamente dez pratos, que vêm em porções individuais, pequenas, mas assim mesmo somando uma quantidade quase impossível de ser completamente consumida. Na verdade, espera-se que não se coma tudo do prato, sinal de que a comida era suficiente. Como filha de imigrantes europeus, essa prática vai completamente contra as regras de bom comportamento que aprendi, porém, é sinal de educação na China.

A crescente atuação da China no cenário internacional requer uma adaptação de todas as partes: a falta de respeito ao conceito de propriedade intelectual na China, por exemplo, dá lugar a uma busca da formação de profissionais que possam desenvolver a criação de produtos chineses. Muitos professores estrangeiros, inclusive colegas nossos como os designers Bruno Porto de Billy Bacon do Rio de Janeiro, são convidados a participar do quadro de docentes das universidades locais, por exemplo. Além disso, testemunhamos uma massiva instalação de indústrias estrangeiras na China, em resposta a condições favoráveis de produção e a um mercado de proporções impressionantes. Sem dúvida o impacto dessa situação implica em revisões de políticas de proteção às economias locais e a globalização da economia aquece a discussão sobre a organização mundial do trabalho.

4th Block - Ucrânia

Em abril de 2006 participei do júri da Trienal de cartazes intitulada 4th Block.

Em 1986, Oleg Veklenko, designer, artista e professor da State Academy of Design and Arts de Kharkiv, Ucrânia, foi enviado a Chernobyl, poucos dias após o acidente nuclear. Automaticamente começou a desenhar. A pedidos dos moradores de Chernobyl, expôs sua produção. Depois teve a idéia de ampliar e organizar uma exposição internacional de desenhos e pôsteres. Esse foi o embrião do Eco-poster and Graphics Festival, exposição trienal apoiada por artistas de todo o mundo.

O 4th Block, Trienal Internacional de Eco-posters e Design Gráfico ocorre regularmente desde 1991. O nome vem do tanque nuclear que explodiu em Chernobyl, em 26 de abril de 1986. A primeira edição da trienal ocorreu 5 anos depois da catástrofe e imediatamente atraiu a atenção de artistas e designers de todo o mundo. A Galeria-Museu do 4th Block é a única instituição que une assuntos ecológicos e arte em toda a Ucrânia, tendo uma ação de reconhecimento e ressonância internacionais. A coleção é fruto desse

concurso internacional de design gráfico e um estímulo à inclusão de questões ecológicas nessa área.

Sob a coordenação de Oleg, seis festivais já foram organizados desde 1991. Paralelamente às exposições, os festivais contam com uma programação de palestras, mesas redondas, workshops.

Segundo Oleg, "em 1986, Chernobyl abriu nossos olhos para uma simples verdade: não existem cortinas de ferro, não existem fronteiras territoriais para desastres ecológicos. O mundo é uma unidade, frágil, pequena". Os realizadores tentam levar a experiência internacional de leitura artística das questões ecológicas ao maior número possível de pessoas, acreditando que as pessoas são sempre permeáveis a valores espirituais.

O júri era composto por:

Phil Risbeck (Estados Unidos)

Subrata Bhomik (Índia)

Ahn Sang-Soo (Coréia do Sul))

Ruth Klotzel (Brasil)

Laurence Madrelle (França)

Rene Wanner (Suíça)

Vladimir Lesnyak (Ucrânia)

Yury Surkov (Rússia)

Os premiados foram (com dois terceiro colocados):

- Grand Prix – Sebastien Courtois com "Stop deforestation" (Pare com o desmatamento), França

- Primeiro colocado – Radovan Jenko com "Tsunami", Eslovênia

- Segundo colocado – Theo Carvalho com "In memory of the victims" (Em memória das vítimas), Brasil

- Terceiro colocado – Mehdi Saeedi com "Let us not allow nature to become a fairy tale" (Não deixemos que a natureza se transforme em um conto de fadas), Irã
- Terceiro colocado – Eduardo Barrera com "Chernobyl 2006", México

O júri ainda concedeu um prêmio especial para o grupo de designers da Rússia:

Peter Bankov e Julia Fedulova, Eric Belousov, Ilya Bryabrin, Vladimir Chaika, Evgeniy Dobrovinskiy, Alexander e Svetlana Faldin, Yuri Gulitov, Maxim Gurbatov, Igor Gurovich,

Erken Kagarov, Dmitry Kavko, Alexander Knyazev, Alexander Konoplev, Andrey Logvin, Igor Maystrovskiy, Anna Naumova, Andrey Sheluto, Alexey Shtof, Vitaly Stavitskiy, Yuri Surkov, Evgeniy Taboriskiy, Boris Trofimov, Natalya Vikhlyaeva, ZungeDesign para a série de posters "XX".

Tratava-se de uma edição especial da Trienal 4th Block, pois coincidia com os 20 anos da tragédia de Chernobyl. Por isso, além de muita atenção ao evento, tivemos uma série de atividades especiais, como uma visita impressionante à cidade fantasma de Prypiat, onde 60 mil habitantes, grande parte trabalhadores da usina, foram obrigados a deixar suas casas, sendo que muitos morreram

a usina de Chernobyl e a cidade de Prypiat

ou tiveram doenças graves. Além disto visitamos a própria usina e vimos de perto o tanque que explodiu em 86, agora coberto por uma capa de concreto. Ainda hoje não se sabe exatamente o que ocorre por debaixo desse concreto, segundo um importante físico local, pai de uma das monitoras que nos acompanhava.

Na minha volta, trouxe para o Brasil uma amostragem de aproximadamente 50 posters de várias edições do 4th Block, além dos cinco premiados e da coleção de 24 posters russos que ganharam o prêmio especial do júri. Estes cartazes foram expostos no Memorial da América Latina, de 20 de junho a 20 de agosto de 2006, em exposição paralela à 8a Bienal Brasileira de Design Gráfico da ADG/Brasil.

Essa viagem à Ucrânia também me rendeu uma visita de três dias a Moscou, onde fiz duas palestras para estudantes em universidades. Como eu já teria minha viagem patrocinada para o 4th Block, a jovem designer e produtora de eventos russa Sasha Sankova aproveitou a ocasião e me ofereceu transporte e hospedagem em Moscou, em troca das palestras.

Icograda Design Week em Seattle Estados Unidos

Why are we here?

Foi uma conferência que explorava principalmente os vários aspectos do papel do design na era da globalização.

Palestrantes de diversos continentes e uma platéia de 22 países diferentes estiveram reunidos de 9 a 15 de julho de 2006, sob o tema do papel do design na era da globalização. O evento foi produzido pelo AIGA Center for Cross-Cultural Design em parceria com o Icograda.

- **Palestra de abertura** - Darrel Rhea, (Estados Unidos)

Making meaning by design: creating sustainable value

Darrel discute o significado de empoderamento do designer nos tempos de hoje, ao criar produtos comerciais, e de como ele pode e deve ter o foco no que mais interessa: proporcionando novas experiências para os seres humanos, que provoquem um relacionamento mais profundo com outras pessoas, com o meio ambiente e o resto do mundo

biblioteca pública de Seattle

- **Convidada especial** - Sara Little Turnbull - atualmente diretora do Stanford University's Process of Change Laboratory, além de editora, consultora de planejamento estratégico e consultora de design do IDMM (Integrated Design for Marketing and Manufacturing). Formou-se em design e antropologia cultural e estudou em Borneo, Malásia, Filipinas, Índia e Quênia.

Palestrantes internacionais:

- **Stanley Hainsworth** (Estados Unidos)

Identity versus identical

Stanley é diretor internacional de criação da Starbucks Coffee Company, que tem mais de 1.100 lojas em 37 países fora dos Estados Unidos, e um total de 10 mil lojas. Ele fala sobre a identidade mundial da marca e de como ela se relaciona particu-

larmente com pequenas companhias.

- **Adélia Borges** (Brasil)

"Design for a world of solidarity" - Design para um mundo solidário - Adélia apresenta um panorama das recentes iniciativas brasileiras que associam design com produção artesanal e responsabilidade social.

- **Linda Fu** (Austrália)

Meanings of globalization & its implications for Design

Linda afirma que é necessário que o design tenha uma abordagem mais sensível culturalmente e de maior consciência social para se relacionar globalmente e contribuir positivamente para com as diversas culturas do mundo.

- **Esen Karol** (Turquia)

Sending off bottles to the sea

Esen afirma que a noção modernista de que o designer é um mediador de mensagens perdeu seu poder e que hoje em dia o designer é um gerador de significados, um intérprete crítico. Ser tecnicamente hábil ou fazer um "bom design" não é mais suficiente para legitimar a existência. Na modernidade, por outro lado, a audiência não é homogênea, e muitas vezes o designer não sabe a quem se dirige, como, de fato, jogar mensagens na garrafa, no mar.

- Mervyn Kurlansky (Dinamarca)

A Personal Design Journey - Towards Social Responsibility

Mervyn apresenta sua perspectiva particular a respeito do design no mundo em transformação, começando por ilustrar a estrutura e filosofia de trabalho do estúdio Pentagram, do qual faz parte, e seu envolvimento com design, sustentabilidade e responsabilidade social.

- Saki Mafundikwa (Zimbábue)

The Globalisation Of Graphic Design: An Attainable Goal?

Depois de 18 anos nos Estados Unidos, Safi retornou ao Zimbábue, onde estabeleceu o primeiro instituto de design e novas mídias - ZIVA (Zimbabwe Institute of Vigital Arts - como canal para a criação de uma nova linguagem visual, de características locais.

Através de vídeo com depoimentos de artistas, designer e outros produtores culturais locais, discute esta mudança e as relações socio-culturais do Zimbábue.

- Ravi Naidoo (África do Sul)

In from the cold!

Ravi fala sobre as transformações na África do Sul pós-apartheid e de como a região tornou-se um dos lugares mais criativos e promissores do planeta.

- Sanja Rocco (Croácia)

The role of design: from socialism towards capitalism

Sanja analisa o papel do design na transformação do país depois da queda do socialismo, e das relações entre as heranças culturais e o design.

- Henry Steiner (Hong Kong)

Fusion/Crash

Cross-cultural design today

- Omar Vulpinari (Itália)

Fabrica: the marriage of culture and industry

Omar apresenta o funcionamento da Fabrica, Departamento de pesquisa em

Comunicação Visual da Benetton, e de como ela se pretende inovadora desenvolvendo projetos experimentais com jovens, pretendendo revelar novos talentos.

Workshops de estudantes

O workshop de três dias teve como tema o desenvolvimento de cartazes sobre A Declaração do Milênio, aprovada pelas Nações Unidas em setembro de 2000. 191 países-membros da ONU, entre eles o Brasil, assinaram o pacto e estabeleceram um compromisso compartilhado com a sustentabilidade do planeta.

Os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio são um conjunto de oito macro-objetivos, a serem atingidos pelos países até o ano de 2015, por meio de ações concretas dos governos e da sociedade. São eles:

- Erradicar a extrema pobreza e a fome
- Atingir o ensino básico universal
- Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres
- Reduzir a mortalidade infantil
- Melhorar a saúde materna
- Combater o HIV/Aids, a malária e outras doenças
- Garantir a sustentabilidade ambiental

- Estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento

Uma representante das Nações Unidas fez uma palestra de abertura, apresentando a estrutura das Nações Unidas e o programa das Metas. Surpreendentemente na platéia de aproximadamente 150 pessoas, apenas duas, eu e o presidente do Icoграда, da África do Sul, conhecíamos o programa, os demais nem tinham ouvido falar dele. Na verdade isso se deve ao fato de nossos países terem abraçado o programa e feito uma divulgação maciça, independentemente do que efetivamente se tem conseguido de avanços.

Os coordenadores do workshop de estudantes:

- Tarek Atrissi (Holanda)
- Sean Bolan (Estados Unidos)
- Cristina Chiappini (Itália)
- Halim Choueiry (Qatar)
- Lorraine Gauthier (Canadá)
- Andrea Marks (Estados Unidos)
- Alejandro Quinto (Canadá)
- Chang Sik Kim (Coreia do Sul)
- Maurice Woods (Estados Unidos)
- Henk Van Assen (Estados Unidos)

Continuidade da gestão e próximos eventos

No momento de finalizar este trabalho, estou em fase de preparação de palestra para o próximo evento do Icograda: Icograda Design Week in India, que realizar-se-á em fevereiro de 2007.

Além desse evento, preparamos nosso próximo congresso que acontecerá em Havana, Cuba, no próximo mês de outubro, no qual entregarei meu cargo, pois não posso mais ser reeleita.

É inevitável fazer uma reflexão a respeito desses últimos anos de atuação no Icograda, das oportunidades que tive para conhecer novos lugares e pessoas, dos desafios de preparar e ministrar palestras em outras línguas (espanhol e inglês) e do aprendizado que resulta disto. No plano pessoal fica a satisfação do desenvolvimento e do aprimoramento profissional e político, mas resta uma frustração em ver o quão difícil é encontrar apoio e parceiros locais, interesse e canais para dividir as experiências e informações adquiridas. Espero que o registro desses eventos possa de alguma forma preencher esse papel.

Esta seção contém os textos das palestras apresentadas nos encontros do Icograda e duas entrevistas a respeito da situação do design gráfico no Brasil e na América Latina.

As palestras, porém, não estão acompanhadas das respectivas imagens. Além disso, algumas têm conteúdos similares, com pequenas modificações. A intenção, porém, não foi de colocá-las em primeiro plano mas a de que servissem como referência dos assuntos abordados.

Discurso por ocasião do encontro Icograda

Design Week de Havana, 2001

Boa tarde. É muito significativo para nós, da ADG Brasil, estar aqui intercambiando idéias sobre a nossa profissão com os colegas latino-americanos. Vivemos um tanto isolados do resto da América Latina, seja devido à distância dos grandes centros produtores em relação às fronteiras, seja devido à origem, ao idioma diferente e também ao que nossa história político-econômica desenhou até agora e que parece estar se transformando. Como vocês podem notar, estou em desvantagem, peço desculpas pela qualidade do meu espanhol. Foi teimosia misturada com convicção que nos fez optar por este caminho.

Então, quando os portugueses atracaram no Brasil, eles não encontraram nenhuma civilização organizada em grandes grupos com cidades, administração centralizada, escrita ou arquitetura perene. Havia numerosas tribos, de tradições e línguas distintas, com uma riqueza cultural muito grande, que só está sendo resgatada nos últimos tempos. O que se configurou a partir daí foi um país

de um sincretismo cultural absoluto, obviamente com conflitos de dominação, porém com um colorido muito peculiar.

Gilberto Freyre, sociólogo brasileiro e grande estudioso de nossa cultura dizia: "(...) a característica mais viva do ambiente social brasileiro nos parece ser a reciprocidade entre as culturas, e não o domínio de uma sobre a outra (...)".

Nosso idioma também passou por transformações, tanto assim que o português que se fala hoje no Brasil difere muito do que se fala em Portugal. Apareceram muitos vocábulos oriundos da língua dos índios, da convivência com imigrantes ou da influência cultural de outros países.

Quando a ADG foi fundada, em 1989, nos encontramos com um grande dilema do idioma: em português não existe distinção entre "dibujo" e "diseño", ou "drawing" e "design". Optamos pelo termo internacional "design". A atividade era até então designada por "programação visual" ou "comunicação visual". O surgimento de cursos pertinentes à área coincide com a implantação da indústria automobilística e o início da fase

de crescimento econômico do Brasil, nas décadas de 50 e 60.

Nossa profissão não é regulamentada no Brasil, apesar da atividade já ser socialmente reconhecida. Se por uma parte a falta de regulamentação impede a legitimação dos designers gráficos, modificar esse quadro poderá resultar em corporativismo, dificultando a atividade de profissionais já atuantes, competentes, mas que não têm diplomas nessa área de atividade.

Hoje somos, segundo cifras não oficiais, aproximadamente 3 mil designers. Temos conquistado mais espaço no mercado, deixando evidente a distinção entre as atribuições dos designers e as dos publicitários, que durante muito tempo exerceram também essa atividade. A indústria da propaganda tem um poder econômico muito forte no Brasil e, devido à sua facilidade de acesso, predomina no desenvolvimento dos trabalhos que envolvem novas tecnologias.

Sem dúvida, já existe a preocupação generalizada dos meios de comunicação eletrônicos de utilizar trabalhos de designers gráficos, como no caso das emissoras de

televisão. O mesmo ocorreu na área editorial, que contrata profissionais específicos para projetos de jornais, livros e revistas. De uns anos para cá a profissão de designer gráfico virou moda. Hoje existem mais de 50 faculdades de design gráfico, algumas muito mais preocupadas na obtenção de lucro, apelando para a inserção rápida do aluno no mercado de trabalho, deixando de lado o estudo e investigação, aproveitando-se dos recursos fáceis das novas tecnologias. Esses cursos atendem ao mercado com profissionais tecnicamente capazes, mas não substituem a formação mais ampla do designer gráfico.

Por ser uma atividade nova, não temos professores qualificados em quantidade nem produção acadêmica dedicada à reflexão sobre a profissão.

O aperfeiçoamento tecnológico de quem nos presta serviços, tais como gráficas e indústrias papéis, contribuiu para o desenvolvimento da qualidade de nosso trabalho. Apesar da maior parte do maquinário e insumos ser de origem estrangeira, a indústria brasileira já está preocupada em atender esse mercado produzindo, por exemplo,

papéis de maior qualidade e variedade, além de desenvolver tecnologia para reciclagem.

No caso dos equipamentos de informática, estamos razoavelmente atualizados com relação aos avanços tecnológicos, ainda que sujeitos aos altos valores que pagamos à indústria estrangeira. Com a política de preços dos softwares é quase impossível que uma empresa tenha sua situação completamente regular. No entanto esses fabricantes têm o respaldo da Justiça e castigam duramente a pirataria no Brasil, enquanto que nossos próprios artistas e designers são vítimas da falta de respeito aos direitos de autor. No que se refere aos direitos autorais do designer gráfico, a falta de compreensão por parte de quem contrata nossos serviço gera confusão sobre a cessão de uso dos trabalhos contratados.

A remuneração do profissional de design gráfico ainda é um problema, pelas disparidades das formas de atuação, custos diferenciados de produção e freqüentemente pouca valorização de seu trabalho por parte de quem contrata seus serviços. Necessitamos amadurecer esse assunto entre os designers além de também sermos responsáveis por educar o

cliente no cotidiano de nosso trabalho.

A instabilidade da economia brasileira afeta muito o nosso trabalho, na medida em que tanto designers como clientes não podem planejar-se. Não só a produção muda completamente de perfil nas épocas de crise, em qualidade e quantidade, como o acesso à tecnologia e à informação se dificultam.

Neste momento, por exemplo, estávamos otimistas com perspectivas de grande crescimento da economia e fomos surpreendidos com uma crise energética que veio a estremecer qualquer possibilidade de planificação, gerando insegurança e comedimento por parte dos clientes.

O designer gráfico está começando a atuar mais na área social, mas sua participação ainda é muito pequena. Projetos com patrocínio cultural tornaram-se mais freqüentes graças às leis de incentivo à cultura que isentam os patrocinadores de pagamento de alguns impostos. Esses patrocínios muitas vezes são determinantes, como no caso da produção de livros, onde a população é altamente iletrada, as tiragens são pequenas, os custos de produção altos, o que gera um valor de venda muito desfavorável. A presença dos profissionais no cotidiano da população pode

ser atestada nas gôndolas dos supermercados, onde são expostas centenas de embalagens projetadas por designers brasileiros; a Associação dos Designers Gráficos é atuante e representativa, realizando uma concorrida exposição bienal que reúne o que de melhor se produz no país. Em contrapartida, o trabalho do designer está praticamente ausente do ambiente urbano e a documentação da curta história do design brasileiro é ainda frágil e inconsistente. A particularidade de sermos um povo multicultural e bastante iletrado nos lança o desafio de encontrar maneiras alternativas de nos comunicar de forma mais atuante no cotidiano das pessoas.

Existe um design gráfico marcadamente brasileiro?

Só o aumento da nossa produção de design acompanhado por uma reflexão sistemática sobre ele poderá dar mais lastro a uma avaliação sobre a existência ou não de uma identidade brasileira no design gráfico. Aparentemente, os designers latino-americanos passaram e vêm passando por processos análogos.

Os valores praticados pelo Icograda também nos afetam muito. Creio que poderia haver

uma política de preços diferenciados e compatíveis com a situação de cada país.

Esperamos que este encontro ajude a compreender melhor os muitos cruzamentos e paralelismos de nossas trajetórias, e que possamos incrementar esse intercâmbio através da promoção de atividades como encontros, palestras, cursos ou exposições, que são efetivamente relevantes e transformadoras.

Para alimentar um pouco essa rede de informações, trouxemos do Brasil uma exposição que pode ser visitada esta semana na Galeria Raúl Martinez, Palacio del Segundo Cabo, na Plaza de Armas, e que conta mais de nossa história.

O jovem antropólogo brasileiro Hermano Vianna disse recentemente: "Em cultura não há nada puro ou absolutamente original. A contaminação é a regra. Eu gosto de misturar, de encontros de diferenças. Quanto mais claras as diferenças, melhor. É uma posição política".

Acredito que isso tudo possa ser entendido tanto na escala do país, como da América Latina, como do globo terrestre.

Palestra proferida no Building Bridges Conference, na Bilgi University, em Istambul, janeiro de 2004

Designing for social projects

"When the Portuguese came to Brazil, under a terrible rain, he clothed the Indian. If it had been a sunny day, the Indian would have undressed the Portuguese."

This good-humoured statement was made by Oswald de Andrade, one of the exponents of the artistic movement called "anthropophagous", in the 1920s, which intended to digest the cultural influences which we received from Europe and recreate them. In fact, it represented an effort to gain the creative force which would allow us to digest the influences that we receive, discard those that don't serve our needs and metabolize what is interesting.

It is a great honor and pleasure to be in Turkey, a country with such an ancient history, full of memories and layers of cultures. Brazil, by contrast, exists for only 500 years. Before going into the specific subject that I have proposed, which are Brazilian identity

and the work of designers in social projects, I think I need to explain a bit about our social condition, talking about our history.

On April 21st, 1500, the Portuguese landed on the coast of what is today Brazilian northeast, thus formalizing the Discovery of Brazil. They found natives who lived in various communities and had different languages and customs. In Brazil, there didn't exist civilizations as old or as organized into cities as the Inca, Aztec, and Maya of other parts of present-day Latin America. It is estimated that, at that time, the population of the so-called Brazilian Indians was between 3 and 5 million individuals. Today, their population is calculated at some 300 thousand, belonging to 215 nations and speaking 170 different languages, which are grouped into tribes with populations from 5 individuals to 23 thousand people.

The task of catechizing the natives, teaching them religion and Portuguese, clothing them, and attempting to instill in them Christian morality was delegated to Jesuit priests. The Portuguese at first enslaved the natives and later they brought Black slaves from Africa to replace them. Several indigenous nations

were hostile and practiced anthropophagy [cannibalism] but, despite the difficulties of living in and exploring the territory, British piracy, Dutch and French invasions, and slave revolts, the Portuguese went on occupying and exploiting the riches of the land.

Out of this experience of living together - Europeans, Natives and Blacks -, the first ethnic mixtures and our differences began to appear. The Portuguese language which is spoken in Brazil today is very different from that spoken in Portugal, as it incorporates words and specific expressions that come from other languages.

Another example of cultural influence is that Brazilians of any ethnic group or social class take a lot of baths, at least once a day, in any season of the year. This was inherited from the Indians, who spend a great part of their day in the waters of the rivers. In its ethnic mixture, Brazil finds its triumph and, as the anthropologist Hermano Vianna says, "there are many and contrasting definitions of Brazilian-ness". And he adds: "there is nothing pure or absolutely original in culture; contamination is the rule". According to José Alberto Nemer, artist and scholar of

Brazilian culture, the native has a somatic culture, (soma = body, in Greek), which means his artistic creation derives from the connection between his body and the earth, his sensory experience with nature. That's why all indigenous production is very coherent: it represents an extension of nature through man's making. Nemer says that, from the time that Brazil was occupied we began to lose a sort of paradise of somatic culture and we put, in its place, a split between natural culture and what he calls pedagogical, intellectual culture. This phenomenon has been very common in many parts of the planet. It results in a distancing between popular culture and the culture of the elites. Over history, these two segments have gone through cyclic movements, of convergence and separation.

In the 18th Century, we experienced prosperity from the cycle of gold exploitation, in Minas Gerais, which brought wealth and helped to establish important cities. One of them is Ouro Preto, which today has been registered by the Unesco as part of the Historical Heritage of Humanity. The baroque style created in that region, called baroque of Minas, is very peculiar.

The social structure of the region also created atypical situations, social and racial intermixtures as, for example, the children of slaves with white property owners, who were born free yet remained in a social limbo. The first political movements against the Portuguese Crown arose in that region, culminating in the Independence of Brazil, in 1822.

The successive foreign influences that we received created a bourgeois taste, which produced very great aesthetic changes and a sort of numbness in popular activities and spontaneous creation.

The 20th Century brought many immigrants, mainly European, who came to attempt a new life, fleeing from the economic difficulties and the wars. That was my case: my father came from Germany in the crisis of 1929, and my mother came from Austria, in 1939. However, I don't even speak the languages of my parents. I consider myself and am considered a Brazilian, with all the cultural mixtures and idiosyncrasies that this represents.

Brazil modernized, and in the decade of the 50s, there was the great industrial boom,

when the country revived with the slogan "5 years in 50". Brazilian architecture gained the admiration of the world with Brasília. Bossa Nova made our music worldwide known, until in 1964, we fell into the obscurity of a military government which lasted almost two decades.

Today, we are a country that has become quite Americanized, full of Shopping Malls and 24-hour stores. But, at the same time we are witnessing a search for cultural identity, a kind of neo-self-pride. If up to now Brazil was internationally known for soccer and Carnival, the recovery of our natural and cultural heritage in a deeper way has been an important subject, in the sense of nourishing us, even in the more erudite artistic production. Brazil also produces much art, literature, music, architecture, and design.

Once again, according to Nemer, there is still a paradox in this question: "despite representing a vigorous source of identity, an oasis of authentic creation, we don't have the means to preserve the untouched nature of our artwork for, besides all sorts of external pressures, it is based on material and human uncertainties, it is produ-

ced under the sign of poverty, out of vital necessity. To wish to preserve it as it is, is to run the risk of wanting to preserve the precarious conditions in which it is made. We must, nevertheless, exercise great care and discipline in interfering in the production of popular culture, to listen, to know its essence and origin and to nourish it so that it can survive. The salvaging of popular culture is one of the themes that I will discuss in the cases that follow.

Another important issue is the loss of memory and authentic values of regional migrants, who left the poor, rural areas flagellated by the drought to go to the large Brazilian cities, mainly from the (19)60s onwards. These individuals make up a large part of the population of unemployed and of people who participate in the informal economy, living in precarious conditions and facing social inequality.

The abysmal social differences, the lack of health and education also create a worrisome situation of delinquency in the great cities, such as São Paulo and Rio de Janeiro. There are today, in Brazil, government initiatives, associations and NGOs engaged in social programs, including programs that

seek to create work opportunities through the production of artwork . and which involve the relation with design. A large part of these communities have already lost their traditions and memories of their origins. The main objective of these social programs is to include them in the social fabric in a dignified and respectful way.

Besides that, when we are dealing with the recovery of memory, social inclusion, citizenship, we are also dealing with education and respect for the very rich environment of Brazil.

Speaking of cases, I will begin with an enchanting example, which is the case of the commercialization of artwork of the Baniwa Indians. In this example designers had no direct influence, except in the creation of a brand and labels for the product. The important part of this project is the logistic support in the administration of production and distribution.

Baniwa

On the upper Rio Negro, on the border with Colombia and Venezuela, in a part of the Amazon forest, there are 12,000 Indians, 4,000 of them from the Baniwa group,

living in Brazil. Their livelihood is based on manioc cultivation, fishing, and their artwork, made from the stalks of a palm tree called arumã. This became a trade value, both for consumer goods or for used clothes. The geometrical motifs and the colors used on the Baniwa baskets, which are presumably very ancient, are the equivalent of "graphic syllables", which have specific symbolic meaning, referring to their mythology. In the 1970s, 28 of these graphic units were surveyed. Almost 30 years later, 27 of those same symbols could still be identified.

The making of basketry always was a predominantly male activity among the Baniwa. The men gather the stalks of arumã, prepare the plants for the dyeing and fixing of the colors, prepare and cut strips of the stalks, and do the weaving. The kinds of objects made include tipitis (a kind of squeezer to remove the juice of scraped manioc), sieves and baskets. The knowledge of how to make this artwork is transmitted to boys during the period of seclusion in the initiation ritual.

In the last five years, Baniwa basketry has come to have an important role in their economy. Through an operational network

formed by the Federation of Indigenous Organizations of the Rio Negro, the Indigenous Organization of the Içana River Basin, and the Socio-environmental Institute, the art of the Baniwa gets to the great urban centers, such as São Paulo, to be sold in a chain of large stores, Tok & Stok. Quantity, schedules, quality control, packing and correct labeling are fundamental conditions for continued sale. Orders for the products are made through the Socio-environmental Institute of São Paulo, which sends these via radio to be picked up in 50 days.

Transportation is unbelievable: the boats (bongos), which carry 100 dozen baskets and 8 people come downriver and have to be unloaded at each rapids (there are around 10 of them), until they reach São Gabriel da Cachoeira, after about a week. After that, the boats go another 30 kilometers to the port of Camanaus, then 3 days more to Manaus and then, the cargo is ferried to Belém and by truck, 2,120 kilometers to São Paulo. How can we ensure that these objects do not lose their cultural value, are not seen as merely another utilitarian object, dividing shelf space with plastic baskets, and so on? This is a cons-

tant concern of the Socio-environmental Institute. This experience of generating income has proven to be viable and has been amplified as, for example, in the order for 2,000 Baniwa baskets to go along with the introduction into the market of Natura (a kind of Brazilian Body Shop) products. This project is part of a larger program called the Regional Program for Sustainable Indigenous Development of the Rio Negro and which includes various actions in the areas of demarcation and control of lands, rights, communication, transportation, school education, cultural revitalization, agro-biodiversity, and health.

Mundaréu [The Whole World]

This is the Association of which I am a member and part of the Board of Directors since August, last year. It's a non-profit organization which seeks to promote sustainable human development, and improvement in living conditions of people excluded from the formal labor market through the creation of opportunities for generating income and fair commercial practice. In Brazil, the concept of fair trade is still very little known and Mundaréu was the first fair trade Brazilian store.

Perhaps it would be good to clarify the concept of fair trade. In short, it is a kind of commercial relationship that seeks to insert, in a stable way, small production groups into the market economy, respecting the following principles:

- greater benefits for those who produce
- democratic structures for decision-making
- elimination of slave and child labor and any type of discrimination
- respect for the environment.

Mundaréu makes access to the market possible for the producers with whom it works, as well as provides assistance in the development of their products, fair prices, respect for cultural identity and transparency in its procedures.

In São Paulo, Mundaréu works with three groups of producers in training projects that last approximately 2 years, seeking to ensure the autonomy of these groups after this period. The training project involves the creation of products, which is accompanied by a staff of designers, technical refinement, organization of production, and assistance in making the commercialization of the products viable.

Besides the groups that receive assistance in creation and production, Mundaréu commercializes products from 34 communities of Brazil on the retail market through its store and sells wholesale to companies. Its intention is to present cooperatives, associations, and social projects to the public, making the purchase of their products a conscious choice of developing groups of women, young people, the elderly, indigenous groups and others who have special physical needs.

Several other organizations who work with crafts require that the work be primordially manual, such as the Sebrae, which determines that 80% of the products have to be made manually. Artesanato Solidário, which is another organization that I will mention later, requires that the groups with which it is related practice what they call "grassroots craftsmanship", that is, traditional crafts. By contrast, Mundaréu does not have this type of requirement, so that it includes urban groups in their work such as, for example, seamstresses from a slum of São Paulo, a group of young cabinet-makers and inlayers from the outskirts of the city, an association that provides assistance to the physically disabled or mentally retarded, such as

paralysis, meningitis, Down's syndrome, or other sicknesses, to which Mundaréu offers assistance.

Tabor, a group of cabinet-makers and inlayers, is one of the best selling groups accompanied by Mundaréu and has as its main concern working with certified lumber, which is still very little assimilated in Brazil due to the cost.

A nice example of product development is the line of products created from hashis (those little sticks that are Japanese eating utensils) which are thrown out by restaurants after use. Every day thousands of hashis are thrown away which, in this project, go through a process of sterilization in order to later be made into fringe curtains, table sets, pencil cases for offices, etc.

Artesanato Solidário

The Artesanato Solidário, emerged in 1998, as a result of the action taken by the National Program to Combat the Effects of Drought, which is a major problem, principally in the interior of the Brazilian Northeast. It began from an initiative headed by the then First Lady of Brazil, Ruth Cardoso.

It was observed that, in the midst of the poverty and lack of opportunities, there was a variety of craftworks as cultural expressions with a great potential for generating income. The Program then went on to work in these communities, providing human and logistic support. It intended not to have a social welfare character, but to support the autonomy of these groups. Today it works with approximately 60 work nuclei in 13 states of Brazil.

A group of designers renders services to the Program, perfecting products or adapting them for commercialization. An example of this is the traditional tablecloth of northeastern houses that were very large, up to 3 meters long, due to the sizes of families. Since today the situation is different and families are smaller, a group of designers suggested some adaptations, like, for example, the making of table sets, with the same pattern and technique, in such a way as to meet the market demand.

To realize the Program's main goal, which is the generation of income, it relies on a structure for commercialization of the products, called Artesol, a non-profit orga-

nization of civilian society, which operates as a central point for sale of the products wholesale to shop-owners, in the city of São Paulo. (Solidary Crafts) Artesanato Solidário has a solid structure which allows for the production and distribution of catalogues, books, videos, and other media, and the organization of displays and exhibitions that publicize the work of Brazilian artisans.

My selection in all of this presentation has been very subjective, since there are many people doing outstanding social Works in Brazil, in this area connected to crafts and artwork. However, public attention to this theme and the most consistent initiatives in this area are very recent, basically over the last 10 years.

I will now speak about two designers who work with cultural identity, reflecting on, practicing, disseminating knowledge and making products reach the market.

Heloisa Crocco

One of them is Heloisa Crocco, from the State of Rio Grande do Sul. Heloisa has her (own type of) personal design work,

in which she explores materials and forms from nature. An example of this is her work called Topomorphosis (which means shape or top formation). In this work she has explored the grains of wood, she has worked with sand jets to corrode the soft parts of the wood and has made various combinations of graphisms that "sometimes refer to indigenous art, sometimes to the principles of constructivism", according to Adélia Borges, a journalist who specialized in design. It is worth emphasizing that Heloisa always works consciously in relation to the protection of the environment. She also is outstanding for having a very strongly graphic design work, which can be called "surface design". She has created a variety of products, such as stationery, cloths, and ceramics, which have been and are commercialized sold in large stores. She did a very interesting sort of work with woodscraps from fences that were exported to the United States. The stumps that were thrown away became decorative panels.

In 1993 Heloisa extended her personal experience to communities of artisans. She was invited by José Alberto Nemer to conduct workshops on Design and Crafts-

manship in the Winter Festival of Ouro Preto. This region is well-known for its crafting of soapstone, however it suffered from a very great poverty of form: most of the products had nothing to do with the region. There were pyramids, Buddhas, or Aztec motifs. She invited her students to observe the urban richness of the city, the spirals and baroque helices. From that experience, they developed a series of pieces, such as book-ends, a keychain made in the local foundries and even fruit bowls, soapholders, etc which, later, with the sponsorship of the Tok & Stok store and the support of the University, turned into a larger project involving conception, administration, and commercialization of these products.

Another important project by Heloisa was the "Mão Gaúcha", a program for revitalizing crafts initiated by the Sebrae (Service for support to micro and small companies) in 1997, in Rio Grande do Sul. The starting point was the iconography of the ruins of the ancient Jesuit Missions, the designs, textures and colors of ceramic sherds of the Guarani Indians which were researched in these places, under the guidance of an anthropologist. The result was applied on stationery, ceramics,

leather and cloths of the region, woven with plant fibers and wool. Leather and ceramics are materials that have an important local economic value. Much focus was given to training the artisans: and attention was given to standardizing the sizes, improving the finish and making the products adequate for the demands of the market.

The work of this designer has also been sought abroad. She has given courses at the Universidad de los Andes, in Colombia, basing her work on pre-Columbian themes to develop a line of products. Besides that, she has worked in Uruguay with the institution Manos Uruguayas, which today brings together 800 artisans who export their products to New York, Milan and Tokyo.

The work procedure of this designer with the various communities is to seek to draw out a creative way from the local conditions and to develop a line of objects based on these references.

Renato Imbroisi

Renato Imbroisi has worked with manual weaving since 1977, recovering this craft from distant corners of Brazil, mixing materials such as cotton, flax, silk, seeds and corn husks. His work is characterized by a rigor

in design and beauty in finishing that are impressive. He does research on techniques and materials in everything that has to do with weaving: embroidery, manual looms, crochet, etc. At the same time he works as a designer and businessman with his own line of products and does consulting in training and product development in organizations and programs for artisan communities. Besides that, he gives lectures and does exhibits in Brazil and abroad.

Renato receives invitations to develop works from the north to the south of Brazil. He is called by the Sebrae and by the Secretaries of Culture in various places to give workshops where he researches local techniques, and evaluates the productive structure, with regard to the organization of these communities, the equipment available, the quality of the material employed, the design of the objects and access to the market.

In Jalapão, in the State of Tocantins, Central Brazil, he worked with the most important raw material of the region which is golden grass, a shiny fiber that looks like gold. With this fiber they have made bags, bracelets, baskets etc.

In Rio Grande do Sul, he has researched techniques utilized in traditional clothing for horseback riding, developing various products such as pillows, blankets, curtains, shawls, and producing from a selection of quality raw material and careful handwork.

The work process in each one of these different places is the same: he surveys the local history and identifies peculiar elements that could become part of the new products.

In several cases, in the absence of any local identity, he resorts to the personal history and references of the artisans in order to develop the work.

Renato thinks that it is not enough to create the products, that it is also necessary to ensure that they are correctly commercialized, which guarantees support for the artisans. For that reason, whenever possible, he accompanies the process of elaborating graphic material for publicizing the work of the groups.

He is a designer interested in research and in locating a vocation for each one of these communities.

In the midst of coherent and careful initiatives, there are also very controversial practices. We have to use the correct amount of intervention, as well as having knowledge and respect for local culture and history, thus avoiding the loss of identity and the sterilization of the craftwork. Various other questions, for example related to authorship and fair price are also in discussion, besides which we have to be clear that there are limitations of the system itself which prevent a radical change in peoples' lives and which depend on a deeper political transformation. I believe it is very important to put this discussion on the table as a first step for transformation.

Palestra apresentada no Congresso ERA 05, em Copenhagen, setembro 2005

Design e artesanato no Brasil: uma via de mão dupla

Para mim é um grande desafio falar sobre um tema tão amplo, ainda mais de uma realidade tão complexa quanto a brasileira. O Brasil é uma país muito grande, com uma população de aproximadamente 180 milhões de pessoas, e de uma cultura extremamente diversificada.

A prática de design gráfico e as incursões pelo universo do artesanato me motivam a buscar algumas explicações para os resultados das relações entre a criação de projetos e o trabalho artesanal, espontâneo. Questões de identidade cultural, gosto, aquisição de novos costumes, demarcam uma nova relação com os objetos, sem que possamos vislumbrar claramente seu futuro.

Octavio Paz, grande pensador mexicano, afirmava já em 1973: "A volta do artesanato nos EUA e Europa é um sintoma da mudança da sensibilidade contemporânea.

É uma crítica à religião do progresso e à visão quantitativa do homem e da natureza. Não é fácil que os países subdesenvolvidos compartilhem desta desilusão (no progresso), mesmo se é cada vez mais palpável o caráter ruinoso da superprodução industrial. Ninguém aprende da experiência alheia."

Desde o início da colonização no Brasil, estivemos expostos a várias etnias e trocas culturais, e se hoje podemos tentar definir uma identidade cultural brasileira, ela é caracterizada pela diversidade. O movimento nas artes da década de 1920, chamado antropofágico, foi inovador ao enxergar uma via de processamento dessas influências indicando que devemos escolher o que nos serve, descartar o que não nos interessa, e digerir à nossa maneira todos esses elementos.

Características híbridas e ilógicas da cultura brasileira, que imprimem uma marca peculiar à nossa diversidade, se dissimulam por nossa cultura material, criando soluções e gostos diversificados e indefiníveis. Pois como bem define a arquiteta Janete Costa, pernambucana veterana que trabalha na intersecção com o artesanato, "...o mau gosto

é o gosto dos outros, o nosso é sempre bom gosto, todo mundo tem bom gosto."

A mestiçagem, a diversidade de religiões, cultos, festas populares, que fazem parte de nossa cultura influenciam a sensibilidade e o olhar dos criadores. Não só os designers têm atuado em programas de desenvolvimento do artesanato no Brasil, como também a cultura popular é uma fonte rica de inspiração do trabalho intelectual e artístico.

Luis Alberto Nemer, voltando à questão do gosto e do "bom desenho" diz que o nativo possui uma cultura somática (soma= corpo, em grego), ou seja, sua criação artística vem da ligação de seu corpo com a terra, com a experiência sensorial com a natureza. Por isto, até hoje, toda a produção indígena é muito coerente: uma extensão da natureza através do fazer do homem.

Os índios Baniwa, da Amazônia, fronteira com a Venezuela, produzem peças ainda autênticas de seu artesanato para vender em uma grande loja de São paulo. Obviamente o aumento significativo da produção dessas peças deve causar um desequilíbrio seja

em termos de organização social, seja no que diz respeito ao impacto ambiental, ao esgotamento dos recursos naturais que são matéria prima para sua produção. Tudo isto é ainda muito novo e sugere que tenhamos logo que repensar essa relação.

No ano passado fui para um estado da região amazônica, o Acre, representando a ONG Mundaréu, em um seminário sobre manejo sustentável da floresta. Esse estado tem grande tradição de luta pela preservação, é a terra do seringueiro e ambientalista Chico Mendes, condecorado pela ONU, assassinado há alguns anos por fazendeiros. Aqui algumas cenas da região.

Existem vários projetos que têm recursos financeiros de entidades internacionais, como a WWF, por exemplo, visando não só a preservação, mas a melhoria de qualidade de vida da população local. O Projeto Agroextrativista Porto Dias (ou Associação Seringueira Porto Dias) produz peças de artesanato e vende também madeira em tora e serrada certificada pela Forest Stewardship Council (FSC). Porém, eles ainda não têm uma produção de objetos com desenho e forma de distribuição que sejam

competitivos no mercado. A distância entre o Acre e os principais centros consumidores é muito longa e é feita por estradas de má qualidade.

A paisagem e os costumes do Brasil também influenciaram imigrantes, como a arquiteta Lina Bo Bardi, que veio ao Brasil na época do fascismo, e que definia a nossa riqueza de um modo um tanto exagerado, dizendo que no Brasil as pedras preciosas brotavam da terra.

Renato Imbroisi, um designer bastante envolvido em projetos de design e artesanato, trabalha com comunidades de várias partes do Brasil, orientando-as na criação de peças, como estas.

Na moda também estas influências são bastante visíveis. Ou seja, tanto o artesanato tem a interferência do design, como o oposto também ocorre.

Gosto de citar o jovem antropólogo brasileiro Hermano Vianna que diz que não há nada de totalmente autêntico em cultura, porque "a contaminação é a regra" ou, como diz o recém-falecido jurista brasileiro

Miguel Reale, "no universo da cultura, o centro está em toda parte". Mas a introdução de valores externos a uma determinada comunidade provoca uma transformação destes mesmos valores, adaptados à vida daquelas pessoas, transmutados em um gosto particular.

Aqui mais um exemplo de trabalho de Renato, com uma cooperativa do extremo sul do Brasil, na cidade de São Borja. A partir de elementos da cultura material local e de técnicas têxteis dominadas pela comunidade, eles recriaram produtos que são comercializados por esta cooperativa.

Heloisa Crocco é outra designer do sul que trabalha neste universo. Seu projeto Topomorfose parte dos veios da madeira para criar produtos semi-industriais. Heloisa também participa de um ateliê que se chama Piracema e que atua junto a comunidades artesanais. Um exemplo disto é o trabalho feito com os Oleiros de Maragogipinho, onde designers criaram suporte para a comercialização do produto da comunidade.

Outro fenômeno interesssante é a descoberta e disponibilidade de materiais naturais

inseridos na produção de design. É o caso da fibra de coco, por exemplo, que já vem sendo utilizada há anos na indústria automobilística, como estofamento de bancos de automóveis. Há também resíduos como os de papel ou madeira, que são reaproveitados na produção de objetos desenhados por profissionais.

O designer Nido Campolongo destaca-se por trabalhar com papel de maneira muito particular. Ele cria tecidos de papel, luminárias, mobiliário etc., e ainda utiliza-se de modos de produção alternativos: mão-de-obra de catadores de lixo reciclável e presidiários de programas educativos do sistema carcerário.

Na mesma linha, a tipografia vernacular, que na verdade nada mais é que a interpretação dos signos da nossa escrita por pessoas iletradas, serve de inspiração para nossos designers.

Luciano Cardinale é um *font designer* que resgatou a produção do poeta urbano popular Gentileza, que se dizia um profeta e perambulava pelas ruas do Rio de Janeiro produzindo sua literatura, e homenageou-o com a fonte "Gentileza". Além disto, Luciano

tem uma produção bastante contemporânea e tecnicamente impecável.

Esta é a abertura de um filme, desenhada por Kiko Farkas, que carrega, a meu ver, muito da identidade nacional.

Um pouco de nossa produção na área editorial:

-o livro *Carandiru*, sobre uma prisão paulistana que teve uma história trágica após um massacre em 1992, onde morreram 111 presos

-*Arc Design*, nossa revista mais importante da área de design.

-Portfolio da empresa Tátil design, que ganhou o IF awards em 2004

Aqui alguns exemplos de embalagens

-Material promocional para o Sesc - uma espécie de Instituto Cultural bastante popular, feita por Rico Lins.

Agora apresento alguns ganhadores do IF Awards da Alemanha, exemplificando o que temos de design com características e qualidade internacional:

Para concluir minha colocação, gostaria de

colocar essa produção no contexto social. É inevitável frustrar-me ao perceber que o design festejado não participa da vida do cidadão normal. Os objetos de design viram verdadeiros fetiches enquanto que designers anônimos batem cartão nas fábricas que produzem os utensílios de nosso dia a dia: liquidificadores, chuveiros, automóveis.

Está na hora de despertarmos, designers e governantes, para modificarmos a nossa paisagem: facilitando o transporte coletivo e a orientação das pessoas nas cidades, difundindo informações de utilidade pública, como as campanhas de saúde, enfim, agindo na educação e na vida do cidadão comum. Esta é uma tarefa de nossa responsabilidade, para a qual precisamos dar atenção.

Design na América Latina

texto apresentado nas eleições da diretoria do Icograda, em Copenhagen, setembro de 2005.

A atividade de design na América Latina é muito efervescente. Se há dificuldades econômicas, há também um potencial produtivo enorme, seja pela disponibilidade de recursos naturais e pelo crescimento do agronegócio em alguns países, seja pelo desenvolvimento da indústria, pelo lento porém efetivo aumento das exportações e do mercado consumidor interno.

Além disso, de uns anos para cá os países latino-americanos têm incrementado relacionamentos políticos e comerciais entre si (vide Mercosul), com reflexos culturais interessantes. No Brasil, por exemplo, antes dos anos 60 a língua estrangeira aprendida nas escolas era o francês; passou a ser o inglês, e há uns 10 anos introduziram o espanhol.

A atividade de design cresceu muito nos últimos anos e uma série de escolas proliferaram, muitas com qualidade duvidosa, que lançam uma quantidade enorme de profissionais a cada ano. Professores precisam ser

formados, novos cursos desafiam os profissionais a discutirem a própria formação do designer, como agente social que ele deve ser, neste ambiente cheio de demandas, terreno fértil e pouco planejamento.

Nesse panorama, aliado à assunção da própria identidade cultural (onde antes copiava-se os modelos europeus e norte-americanos), as questões relativas à atividade de design fomentam a necessidade de associação da categoria. Mas por enquanto as associações de design na América Latina são muito escassas.

O Icograda tem se mostrado importante na América Latina facilitando a conexão internacional. Por enquanto apenas Brasil, Cuba e México têm associações membros do Icograda, mas existem vários "Friends of Icograda" em países como Uruguay, Argentina, Chile, Colômbia, Venezuela, Peru, Guatemala. Nosso desafio é driblar as dificuldades de idioma e os empecilhos econômicos, de maneira a permitir uma atividade associativa ampla, conferindo a qualidade e responsabilidade que nossa profissão deve ter. Enfim, apoiando nossos colegas no sentido de elevar o status da profissão também nessa parte do planeta.

Palestra apresentada no Icograda Design Week de Hong Kong, fevereiro de 2005

Identidade local e design internacional na América Latina

A América Latina, que compreende os países logo abaixo dos Estados Unidos, foi colonizada por ocasião do que chamamos "as grandes navegações" a partir do séc. XV, pelos espanhóis e portugueses.

Falar sobre as culturas locais e o design em um território tão amplo e com diferenças culturais tão significativas, pode parecer pretensioso demais. Além disto, não existe uma compilação extensa sobre o design na América Latina, mas apenas informações esparsas. Se hoje tentamos encontrar uma identidade comum, até então conhecemos muito mais o que é produzido na Europa e Estados Unidos do que em nossos vizinhos. Por isso minha intenção não é mostrar os mais importantes trabalhos de design latino americano, mas expor relações entre traços culturais locais e a prática do design.

Para mim é um grande desafio falar sobre um tema tão amplo, ainda mais de uma realidade tão complexa quanto a brasileira. O Brasil é um país muito grande, com uma população de aproximadamente 180 milhões de pessoas, e de uma cultura extremamente diversificada.

A prática de design gráfico e as incursões pelo universo do artesanato me motivam a buscar algumas explicações para os resultados das relações entre o processo projetual e o trabalho artesanal, espontâneo. Questões de identidade cultural, gosto, aquisição de novos costumes, demarcam uma nova relação com os objetos, sem que possamos vislumbrar claramente seu futuro.

Octavio Paz, grande pensador mexicano afirma já em 1973: "A volta do artesanato nos EUA e Europa é um sintoma da mudança da sensibilidade contemporânea. É uma crítica à religião do progresso e à visão quantitativa do homem e da natureza. Não é fácil que os países subdesenvolvidos compartilhem desta desilusão (no progresso), mesmo se é cada vez mais palpável o caráter ruinoso da superprodução industrial. Ninguém aprende da experiência alheia".

O caso do Brasil, minha terra, apesar de culturalmente complexo, está mais completo. Os portugueses encontraram uma população indígena dispersa, diferentemente da América espanhola, onde culturas pré-hispânicas tinham uma organização política mais centralizada, cidades organizadas, sistemas de escrita, desenvolvimento da medicina, astronomia etc. Este é o caso do México, Guatemala, Peru, Bolívia, entre outros.

Desde o início do séc. XIX o Brasil esteve exposto a várias etnias e trocas culturais, e se hoje podemos tentar definir uma identidade cultural brasileira, ela é caracterizada pela diversidade. O movimento nas artes da década de 1920, chamado antropofágico foi inovador ao enxergar uma via de processamento dessas influências indicando que devemos escolher o que nos serve, descartar o que não nos interessa, e digerir à nossa maneira todos esses elementos.

Características híbridas e ilógicas da cultura brasileira, que imprimem uma marca peculiar à nossa diversidade, se dissimulam por nossa cultura material, criando soluções e gostos diversificados e indefiníveis. Pois

pernambucana veterana que trabalha na intersecção com o artesanato, "...o mau gosto é o gosto dos outros, o nosso é sempre bom gosto, todo mundo tem bom gosto."

A mestiçagem, a diversidade de religiões, cultos, festas populares, que fazem parte de nossa cultura influenciam a sensibilidade e o olhar dos criadores. Não só os designers têm atuado em programas de desenvolvimento do artesanato popular no Brasil, como também a cultura popular é uma fonte rica de inspiração do trabalho intelectual e artístico.

Luis Alberto Nemer, voltando à falando sobre a questão do gosto e do "bom desenho" diz que o nativo possui uma cultura somática (soma= corpo, em grego), ou seja, sua criação artística vem da ligação de seu corpo com a terra, com a experiência sensorial com a natureza. Por isto, até hoje, toda a produção indígena é muito coerente: uma extensão da natureza através do fazer do homem.

Os índios Baniwa, da Amazônia, fronteira com a Venezuela, produzem peças ainda autênticas de seu artesão para vender em

uma grande loja de São Paulo, fruto de um trabalho de geração de renda para esta comunidade, feito por uma ONG chamada ISA - Instituto Socioambiental. Coincidências de soluções formais adotadas por designers de outros países latino americanos deixam transparecer traços de origem comum, de quando nossos territórios não possuíam as fronteiras de hoje.

Esta imagem é de um projeto de Gerd Leufert, lituano radicado na Venezuela, falecido em 1988 e visivelmente um designer representante do design alemão, da escola de Ulm.

Eric Olivares é um jovem designer mexicano e hoje em dia é coordenador do Instituto Europeu de Design de Barcelona, onde vive. Obviamente o aumento significativo da produção dessas peças deve causar um desequilíbrio seja em termos de organização social, seja no que diz respeito ao impacto ambiental, ao esgotamento dos recursos naturais que são matéria-prima para sua produção. Tudo isto é ainda muito novo e sugere que tenhamos logo que repensar esta relação.

No ano passado fui para um estado da região amazônica, o Acre, representando

a ONG Mundaréu, em um seminário sobre manejo sustentável da floresta. Este estado tem grande tradição de luta pela preservação, é a terra do seringueiro e ambientalista Chico Mendes, condecorado pela ONU, assassinado há alguns anos por fazendeiros. Aqui algumas cenas da região.

Existem vários projetos que têm recursos financeiros de entidades internacionais, como a WWF, por exemplo, visando não só a preservação, mas a melhoria de qualidade de vida da população local. O Projeto Agroextrativista Porto Dias (ou Associação Seringueira Porto Dias produz peças de artesanato e vende também madeira em tora e serrada certificada pela Forest Stewardship Council (FSC). Porém eles ainda não têm uma produção de objetos com desenho e forma de distribuição que sejam competitivos no mercado. A distância entre o Acre e os principais centros consumidores é muito longa e é feita por estradas de má qualidade.

A paisagem e os costumes do Brasil também influenciaram imigrantes, como a arquiteta Lina Bo Bardi, que veio ao Brasil na época do fascismo, e que definia a nossa riqueza de um modo um tanto exagerado,

dizendo que no Brasil as pedras preciosas brotavam da terra.

Renato Imbroisi, um designer bastante envolvido em projetos de design e artesanato trabalha com comunidades de várias partes do Brasil, orientando-as na criação de peças, como estas.

Na moda também estas influências são bastante visíveis. Ou seja, tanto o artesanato tem a interferência do design, como o oposto também ocorre.

Gosto de citar o jovem antropólogo brasileiro Hermano Vianna que diz que não há nada de totalmente autêntico em cultura, porque "a contaminação é a regra". Mas a introdução de valores externos a uma determinada comunidade provoca uma transformação destes mesmos valores, adaptados à vida daquelas pessoas, transformados em um gosto particular.

Aqui mais um exemplo de trabalho de Renato, com uma cooperativa do extremo sul do Brasil, na cidade de São Borja. A partir de elementos da cultura material local e de técnicas textéis dominadas pela comunidade

de, eles recriaram produtos que são comercializados por esta cooperativa.

Heloisa Crocco é outra designer do sul que trabalha neste universo. Seu projeto Topomorfose parte dos veios da madeira para criar produtos semi-industriais. Heloisa também participa de um ateliê que se chama Piracema e que atua junto a comunidades artesanais.

Um outro exemplo de simbiose da cultura popular com o design exemplo disto é o trabalho feito com os Oleiros de Maragogipinho, onde designers criaram suporte para a comercialização do produto da comunidade criando uma identidade visual baseada nos padrões de desenho decorativo da cerâmica local.

As diversas culturas pré-hispânicas, que datam de até aproximadamente 3500 anos atrás são fonte de inspiração e de auto reconhecimento para designers, como nestes exemplos. Outra característica bastante marcante de todo o design latino-americano é a utilização de cores vibrantes. Esta peça do Museu da Cidade do México contém caracteres da escrita pré-hispânica.

A designer salvadorenha Frida Larios, hoje residente na Inglaterra, criou um sistema de sinalização para um sítio arqueológico de seu país baseado em escritas deste tipo.

Os povos que viviam no atual território brasileiro antes da entrada dos portugueses não conheciam a escrita, apesar de utilizarem unidades que chamamos de sílabas gráficas na cestaria e pintura corporal.

Outro fenômeno interessante é a descoberta e disponibilidade de materiais naturais inseridos na produção de design. É o caso da fibra de coco, por exemplo, que já vem sendo utilizada há anos na indústria automobilística, como estofamento de bancos de automóveis. Há também resíduos como os de papel ou madeira, que são reaproveitados na produção de objetos desenhados por profissionais.

O designer Nido Campolongo destaca-se por trabalhar com papel de maneira muito particular. Ele cria tecidos de papel, luminárias, mobiliário etc, e ainda utiliza-se de modos de produção alternativos: mão-de-obra de catadores de lixo reciclável e presidiários de programas educativos do sistema carcerário.

Mas falando de tipografia na atualidade. Na mesma linha, a tipografia vernacular, que na verdade nada mais é que a interpretação dos signos da nossa escrita por pessoas iletradas, que são grande parte de nossa população serve de inspiração para nossos designers.

Luciano Cardinale é um *font designer* que resgatou da produção do poeta urbano popular Gentileza, que se dizia um profeta e perambulava pelas ruas do Rio de Janeiro produzindo sua literatura, e homenageou-o com a fonte "Gentileza" (que significa *kindness*, em inglês). Além disto, Luciano tem uma produção bastante contemporânea e tecnicamente impecável.

Esta é a abertura de um filme, desenhada por Kiko Farkas, que carrega a meu ver, muito desta nossa identidade.

Um pouco de nossa produção na área editorial: livro *Carandiru*, sobre uma prisão paulistana que teve uma história trágica após um massacre em 1992, onde morreram 111 presos, design do meu estúdio, Estúdio Infinito.

Arc Design, nossa revista mais importante da área de design.

Portfolio da empresa Tátil Design, que ganhou o IF awards em 2004

Aqui alguns exemplos de embalagens Material promocional para o Sesc - uma espécie de Instituto Cultural bastante popular, feita por Rico Lins

A Argentina é um país onde a cultura européia é bastante forte. Sua capital, Buenos Aires, é considerada a cidade mais européia da América Latina. Aqui alguns exemplos de trabalho do nosso colega Ronald Shakespear, que apesar de bastante racionalista possui um sopro de humor e criatividade bastante fortes.

Cuba é um exemplo a parte e estando fora da economia formal de mercado, possui um design muito mais voltado para a produção cultural. É curioso como os shopping centers e a indústria da embalagem, com exceção das embalagens de charuto, têm uma identidade singela, quase naïf.

O México possui um patrimônio cultural enorme: além de ser o berço de várias

civilizações pré-hispânicas, é onde a primeira escola de tipografia se instaurou na América Latina e possui um quantidade de escolas e atividades de design muito grandes. Fiquei encantada com um exemplo de hibridismo de identidades: o Museu de Artes Plásticas da Cidade do México tem um estilo de arquitetura por fora, outro por dentro, que é um *art deco* com inserção de figuras encontradas em sítios arqueológicos.

É também divertido ver como até importantes ícones de consumo mundiais, como Kentucky Fried Chicken e Coca Cola ganham versões locais, subvertendo todas as normas e padrões.

No cenário internacional percebemos que a originalidade, a inovação ganha um valor cada vez maior. Se antes queríamos matar nosso complexo de inferioridade imitando o que se fazia nos países chamados de primeiro mundo, agora vemos a possibilidade de recriar o design, baseado em elementos nossos, originais, de nossa identidade.

E, para concluir, espero também que o design latino-americano possa, voltando à origem de sua cultura, deixar de ser um produto de luxo e contemplar as necessidades do

dia-a-dia. Agora apresento alguns ganhadores do IF Awards da Alemanha, exemplificando o que temos de design com características e qualidade internacional:

Para concluir minha colocação, gostaria de voltar meus pés à terra. Olhando à minha volta é inevitável frustrar-se ao ver que o design festejado não participa da vida dos simples mortais. Os objetos de design viram verdadeiros fetiches enquanto que designers anônimos batem cartão nas fábricas que produzem os utensílios de nosso dia a dia: liquidificadores, chuveiros, automóveis.

Está na hora de despertarmos, designers e governantes, para modificarmos a nossa paisagem: facilitando o transporte coletivo e a orientação das pessoas, difundindo informações de utilidade pública, como as campanhas de saúde, enfim, agindo na educação e na vida do cidadão comum.

Para terminar, quero deixá-los com uma frase do jurista brasileiro Miguel Reale que diz "no universo da cultura, o centro está em toda parte."

Entrevista para o site venezuelano Objetual, 2006 <http://www.objetual.com>

Entrevista a Ruth Klotzel, Vicepresidenta de Icograda y Ex Directora de la ADG-Brasil: Por Juan Carlos Darias

SE FORTALECE LA PARTICIPACIÓN LATINO-AMERICANA EN LOS AVANCES DEL DISEÑO GRÁFICO INTERNACIONAL

Su colaboración en el Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico (Icograda) ha permitido que la creatividad y las virtudes del diseño gráfico de Latinoamérica sean más valorados en el ámbito mundial

El trabajo de la diseñadora gráfica brasileña Ruth Klotzel no sólo se ha apreciado en el ámbito profesional brasileño o en su participación en distintas exposiciones y conferencias de diseño gráfico realizadas en varios países, también se ha notado en su participación gremial en la Asociación de Diseñadores Gráficos de Brasil (ADG-Brasil) y, actualmente, en Icograda, donde se ha encargado de elevar la voz de la creatividad latinoamericana.

– *¿Qué está logrando Icograda en el diseño latinoamericano?*

Se está encargando de abrir nuevas vías, para difundir el talento profesional y la creatividad de nuestra región. Todavía no estamos seguros de lo que pueda pasar en el futuro. Lo que sí sabemos es que estamos cosechando un camino muy fértil, que nos permitirá desarrollar una nueva historia.

– *¿Consideras que por medio de tu labor en Icograda, Latinoamérica tienen más presencia en el ámbito mundial?*

Nuestra región está teniendo más participación en el mundo del diseño gráfico, no sólo por mí, sino por el trabajo constante que han realizado varias personas, quienes se han propuesto mejorar la proyección de nuestra gente. No podemos olvidar los caminos abiertos por colegas latinoamericanos como Jorge Frascara y José Korn Bruzzone* quienes en su momento presidieron Icograda.

– *¿Te has involucrado con el diseño de los países latinoamericanos?*

Te puedo decir que antes nuestras referencias provenían de Europa y Estados Unidos.

Ahora, tomamos como punto de observación el trabajo que se realiza en nuestros países, lo cual se va a seguir fomentando en el futuro.

- ¿Cuántos países están asociados a Icograda?

Aproximadamente, 50 países de varios continentes.

- ¿Desde el punto de vista gremial, se pueden crear asociaciones con el apoyo de Icograda?

Claro, precisamente nuestro objetivo es apoyar a nuevas asociaciones que surjan en el mundo del diseño gráfico, ya que nuestra misión es servir de consultores para esas agrupaciones, que comparten preocupaciones, compromisos y expectativas comunes.

- ¿Qué tipos de asociaciones se pueden afiliar a Icograda?

Se pueden agrupar instituciones educativas, organizaciones que se relacionen con la práctica del diseño gráfico y personas naturales que deseen contribuir con el mejoramiento de nuestra área.

- ¿Cuándo veremos una Icograda bilingüe?

Actualmente, tenemos partes de nuestro portal en español. Sin embargo, todavía nos falta mucho por recorrer y estamos trabajando para ello.

- ¿Existe en Icograda la posibilidad de crear una Secretaria General para Latinoamérica?

Ese es un proyecto que se va a realizar próximamente. Actualmente, tenemos un Secretariado en Montreal, Canadá, el cual se encarga de coordinar las comunicaciones y ejecutar las directrices de nuestra institución. Es un trabajo muy arduo, que capaz se tenga que complementar con otra Secretaria General.

- ¿Cómo se está organizando el Congreso Nacional de La Habana 2007?

Ya nos estamos encargando de confirmar una serie de participantes latinoamericanos, que están contribuyendo a la mejoría del diseño gráfico. En esta ocasión, deseamos que sea un evento internacional, que se enfoque en los intereses de Latinoamérica.

- ¿En qué fecha se realizará este congreso?

Tenemos pautado realizarlo para septiembre de 2007.

- ¿Ahora, cuéntanos un poco de tu trabajo como diseñadora?

Cada vez, descubro que me gusta más el diseño. Actualmente, no sólo trabajo en Icograda, también me dedico a la enseñanza y a ayudar a una ONG, que se encarga de promover el desarrollo de productos artesanales en varias comunidades, lo cual me encanta, porque a través de mi labor puedo ayudar a varias personas.

- ¿En que se caracteriza el diseño latinoamericano?

Nuestra característica principal es la diversidad. En Brasil, por ejemplo, nosotros asumimos nuestra identidad valorando cada día nuestra variedad; por eso se desarrollan movimientos de arte que muchas veces parecen incompatibles y muy diferentes y sin embargo enriquecen nuestro entorno visual.

- ¿El diseño brasileño se ha alimentando de la iconografía propia del Brasil?

Yo creo que es algo más profundo que escoger patrones estereotipados. Creo que estamos buscando la manera de encontrar o buscar nuestra gráfica.

- ¿Cuál es la situación actual de la ADG-Brasil?

Actualmente, está pasando por un momento difícil, porque ha tenido muchos problemas económicos que han dificultado la labor de la actual directiva. Próximamente, se elegirá otra junta directiva y puede ser que esta situación cambie, ya que pueden entrar nuevas personas que comparten otras perspectivas, para seguir apoyando la labor de los diseñadores brasileños.

- ¿Qué mensajes le enviarías a tus colegas hispanoamericanos?

Nosotros somos responsables de hacer la diferencia y tenemos el poder de cambiar las cosas que ocurren a nuestro alrededor, sólo tenemos que proponérselo.

** Jorge Frascara es Argentino con nacionalidad canadiense y Jose Korn es Chileno*

** Icograda: una comunidad global*

El Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico (Icograda) es la entidad profesional mundial del diseño gráfico y la comunicación visual, la cual se fundó en Londres en 1963, para unir las voces de los diseñadores gráficos y los comunicadores visuales en todo el mundo, con el objetivo de crear una red de intercambio de información y mejorar las prácticas profesionales.

lcograda también es asesor en el Consejo Europeo, la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), la UNIDO (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial) y la WIPO (Organización Mundial para la Propiedad Intelectual). En 1999, fue uno de los miembros fundadores de Diseño para el Mundo (Design for the World), organización sin fines de lucro multi-disciplinaria, la cual se creó para solucionar problemas globales sociales, humanos y de hábitat por medio del diseño.

© Juan Carlos Dárias, 2006
Objetual 2002-06 © Todos los Derechos Reservados.

entrevista para o Portal DesignBrasil por Juan Saavedra, outubro de 2006

Ruth Klotzel, vice-presidente do Icograda (International Council of Graphic Design Associations), pela segunda gestão, é a primeira representante do Brasil na instituição. Ela é co-fundadora da ADG Brasil (Associação dos Designers Gráficos), onde atuou por quatro gestões.

Ruth Klotzel dirige o escritório de design Estúdio Infinito e é professora em duas instituições de ensino: Faculdade de Arquitetura da Fundação Armando Álvares Penteado e Faculdade Senac de Comunicação e Artes. Graduiu-se pela faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, em 1982, e trabalha como designer gráfica em projetos da iniciativa pública e privada, e também com educação.

Confira e entrevista de Ruth Klotzel ao DesignBrasil, concedida por e-mail.
DesignBrasil – Desde quando você está no Icograda?

Ruth Klotzel – Estou mais próxima do Icograda desde 2001, quando fui representar a ADG/Brasil no Icograda Design Week de Havana, Cuba. Esta é minha segunda gestão como vice-presidente. Fui eleita em Nagoya em 2003 e reeleita em Copenhagen em 2005.

DesignBrasil – Qual é a sua função como vice-presidente e que trabalho vem sendo realizado ao longo de sua gestão?

Ruth Klotzel – O Icograda hoje tem cinco vice-presidentes. A intenção é que cada um, dentro de suas afinidades (educação, políticas culturais etc.) seja representante do Icograda em sua região. Por isso os vice-presidentes são de continentes diferentes. Como a América Latina ainda tem participação pequena no Icograda (apenas Brasil, Cuba e México têm associações-membro), comparada a outras regiões, meu papel principal é de estabelecer uma rede de relações com os diversos países latino-americanos. Já temos ótimos resultados: uma rede de intercâmbio, que conta com pessoas e entidades do Brasil, Cuba, México, Colômbia, Venezuela, Peru, Bolívia, Argentina, El Salvador, Paraguai e Uruguai.

Além da participação desses países, estamos incrementando contatos com o Chile, Equador, Guatemala.

DesignBrasil – Para o design brasileiro, o que vem representando a presença de uma brasileira na direção do Icograda?

Ruth Klotzel – Eu acho que, acima de tudo, é o reconhecimento de que o Brasil é um país importante no panorama cultural e econômico mundial, apesar de estar em um momento muito delicado, de transição política, tentando encontrar um rumo sólido de desenvolvimento. Na verdade, tenho encontrado mais interesse e facilidade de comunicação com colegas de outros países latino-americanos do que com os brasileiros. Sou a primeira brasileira a ocupar uma posição no board do Icograda e uma das poucas da América Latina, nos seus 43 anos de existência. Estou no segundo mandato na vice-presidência, pois fui reeleita, e assim mesmo nem recebo resposta muitas vezes que entro em contato com associações de design em outros estados do Brasil. Já dei palestra em vários países: Turquia, Hong Kong, Dinamarca, Rússia, mas quase nada no Brasil.

DesignBrasil – A que você atribui essa falta de reconhecimento aqui no Brasil?

Ruth Klotzel – Boa pergunta... Primeiro, ainda estamos nos organizando como categoria e temos muito o que conversar e compor, nos entender, internamente. Muitos não conhecem o lco grada e o que ele faz. Depois, acredito que haja um certo receio em assumir posturas e concordar com posições que vêm de fora. Já ouvi de uma colega de que não temos nada que aprender com os estrangeiros, que nossa realidade é outra e temos outra maneira de ser e de fazer. Cansamos de ser colonizados e às vezes assumimos a atitude burra de não enxergar que um dos grandes problemas do Brasil é de falta de gestão, é o fato de vivermos em constante instabilidade, com falta total de planejamento. A meu ver, podemos, sim, aprender com a experiência alheia, de quem tem uma expertise em gestão melhor que a nossa, e tentar não repetir o modelo; modificá-lo driblando os grandes erros. Da mesma maneira, temos muito o que ensinar em matéria de diversidade, de criatividade, de solução de problemas com poucos recursos. Há também a barreira lingüística: na Améri-

ca Latina poucos dominam o inglês e isto restringe nossa comunicação com o resto do mundo, refletindo inclusive na minha representabilidade, uma vez que há muitas informações e comunicações diretas, como fóruns de discussão, newsletters etc. em inglês, que dependem de participação de membros. Já consegui algum espaço em espanhol: no site e na formação de um fórum de discussão específico para países de língua espanhola. Mesmo assim, para nós que falamos português, isso restringe um pouco.

DesignBrasil – Você foi co-fundadora e diretora da ADG/Brasil por quatro gestões. Que avanços você avalia como necessários para um maior reconhecimento da profissão no Brasil?

Ruth Klotzel – O maior avanço necessário, acredito, é a valorização do design pela iniciativa pública. É necessário garantir políticas públicas que contemplem o design. No Ministério da Cultura, por exemplo, o design aparece na categoria de Artes Visuais na formação de Câmaras Setoriais, o que é equivocado. Ainda não se compreendeu o papel do design, principalmente do design gráfico, como um importante agregador de

valor ao produto da indústria nacional como um todo, seja na indústria cultural, seja na produção de bens de consumo. Além disso, o designer é um agente cultural e não apenas um solucionador de problemas, contratado por alguém interessado em seus serviços.

DesignBrasil – O que pode ser feito para aumentar, no Brasil, essa percepção do papel do design? Quais são as suas propostas?

Ruth Klotzel – Já estamos tentando fazer isto há muito tempo e acho que já andamos para frente, porém devagar. No que diz respeito à moda e mobiliário a situação parece um pouco melhor do que em outros segmentos. Falando de design gráfico, que é minha área, a ADG/Brasil existe desde 1989, e realizou muitas coisas: as Bienais, publicações, palestras, debates, exposições e participou de comissões ligadas à Lei Rouanet, às Câmaras Setoriais, entre outras. Há também associações ou grupos regionais, como a Adegraf, de Brasília, a Apdesign, do Rio Grande do Sul. Estamos sempre dispostos a participar e tentar abrir espaços. O país é grande, o que dificulta um pouco o contato direto, e as iniciativas dependem de um esforço voluntário. Mas acho que está na hora de ter

um reconhecimento por parte das instâncias governamentais. No Japão, por exemplo, na década de 1950, o governo investiu na formação de designers que foram enviados à Europa para aprender design e aplicá-lo à realidade de seu país. Hoje podemos dizer que o Japão é um dos poucos países do mundo que têm uma cultura sólida de design, onde o design é um grande gerador de divisas. O que podemos fazer no Brasil, a meu ver, é fortalecer as associações sensibilizando as pessoas para que participem e apoiem, nos mostrar presentes e conquistar espaços na mídia e respeito na iniciativa privada e pública. E nós, professores, devemos abordar essa questão nas escolas também. Não são só aspectos técnicos, científicos e criativos que devem ser considerados, mas também o nosso papel social.

DesignBrasil – Tramita na Câmara um projeto de lei que regulamenta a profissão de designer. Você é a favor da regulamentação da atividade no Brasil? Por quê?

Ruth Klotzel – Esta é uma questão bastante delicada. Conversei com Alexandre Wollner e outros colegas a esse respeito e os designers em geral seriam a favor da regulamentação,

mas não com o projeto que existe no momento. Este projeto não assume a designação de "designer" e confunde a nossa atividade com a de desenhista industrial. O artista, o desenhista e o designer são três figuras bem distintas. Além do mais, diante da falta de experiência e de qualidade da maior parte das escolas de design brasileiras, como é que podemos afirmar que uma pessoa formada em uma dessas escolas é mais designer do que um autodidata? Podemos dizer que quem fez qualquer faculdade, por princípio está mais apto a exercer a profissão? Primeiramente devemos corrigir questões graves do ensino de design no Brasil. Senão a regulamentação da profissão será só um ato de corporativismo, e não uma ação visando garantir a responsabilidade profissional do designer e a qualidade da atividade.

DesignBrasil – Em relação ao Brasil, como está o design gráfico no América Latina? Quais são as principais dificuldades e méritos nos países vizinhos?

Ruth Klotzel – Cada país tem uma situação peculiar. O ensino no Brasil e Argentina tem origens semelhantes. Ambos tiveram influência da escola alemã quando o design

surge formalmente na década de 1950. Esta é uma polêmica que acirra ânimos, uma vez que outros consideram que as escolas de Artes e Ofícios é que trouxeram o design para cá. Já o México, por exemplo, tem uma tradição muito mais antiga, uma vez que a primeira tipografia já existia lá no século XVII. México e Bolívia, por exemplo, têm Bienais de cartazes. A Venezuela sedia megaeventos de design gráfico. Percebe-se uma efervescência nas atividades, porém ainda há um longo caminho a percorrer: há escolas de péssima qualidade despontando por todos os lados, não temos formação de professores adequada, existe uma confusão a respeito do que é design. Temos poucos bons palestrantes para representar-nos. A atividade de design na América Latina, que caminha muito ligada à produção industrial, obviamente que se desenvolve com mais força em países mais modernos, ou onde a economia está mais sólida ou aquecida. Este é o caso do México, Argentina, Chile, Colômbia, Venezuela, além do Brasil. Cuba é um caso a parte e tem uma produção de design voltada para a arte e cultura, além da indústria de charutos, obviamente, com suas tradicionais embalagens. Mas muito do design latino-americano é baseado na ilus-

tração (como no caso dos cartazes cubanos). Conhece-se muito pouco de tipografia, por exemplo. Wollner diz que o designer precisa de intuição, formação técnica e científica. A formação científica nesta área é praticamente inexistente na América Latina.

DesignBrasil – De que modo o Icograda vem apoiando a formação das associações profissionais na América Latina? Que tipo de associações pode filiar-se ao Icograda e que vantagens o Icograda proporciona uma associação profissional filiada?

Ruth Klotzel – O Icograda tem discutido bastante a respeito de colocar sua expertise em gestão à disposição dos grupos de designers interessados em se organizar, porém não existe um mecanismo para incrementar a formação de novas associações. Na verdade, isto depende da necessidade e da mobilização dos grupos locais, seja na América latina, seja em outras regiões. Sendo um Conselho internacional das Associações de Design Gráfico, os principais membros do Icograda, com direitos plenos, são as associações, mas existem outras categorias de filiação: Friends – são designers que filiam-se individualmente. Esta categoria é formada por designers

que não são membros de associações locais filiadas ao Icograda. Geralmente são países que não possuem associações de designers, e isto é muito comum na América Latina; Education Network – é a categoria de filiação dedicada ao ensino. Os membros desta categoria são as Instituições Educativas. O Brasil já tem dois membros nesta categoria; Media Network – é a rede de publicações dedicadas ao design gráfico e comunicação visual.

DesignBrasil – O Congresso em Havana, no ano de 2007, terá quais objetivos?

Ruth Klotzel – Há um Congresso Mundial a cada dois anos, que coincide com a Assembléia Geral que elege a nova direção do Icograda. O próximo será em Havana, em outubro de 2007. A escolha do local depende de uma série de fatores e é referendada na Assembléia Geral, pelos delegados das associações-membro do Icograda. Na última Assembléia, que ocorreu em outubro de 2005 em Copenhagen, foi escolhida Pequim como sede para o congresso seguinte, em 2009. A escolha de um país tão emblemático da América Latina como sede reflete a curiosidade, o interesse que a região desperta mundialmente.

Vai ser uma oportunidade rara, de encontro de designers latino americanos entre si e com o restante da comunidade mundial.

DesignBrasil – O Icograda planeja criar uma Secretaria Geral para a América Latina? Qual seria a importância e o papel desta secretaria?

Ruth Klotzel – O Icograda não tem secretarias regionais. Na verdade, apesar de existir desde 1963, ele ficou muito tempo sem uma sede. Em 2005 é que abrimos um escritório, onde fica a equipe executiva, juntamente com Ice, em Montreal, Canadá. Para o futuro, imagina-se que cada continente deva ter uma secretaria, mas a manutenção de uma equipe de trabalho requer recursos que não existem no momento. O trabalho da diretoria, que é eleita, é voluntário e muitas vezes cada um de nós tem que arcar com as despesas das próprias viagens. Já procurei por apoios em escolas, companhias aéreas, consulados do Brasil no exterior, mas não consegui. Isto fez com que muitas vezes eu perdesse reuniões de diretoria, que acontecem umas quatro vezes ao ano. Se não conseguimos fazer nem com que um vice-presidente latino-americano participe

integralmente dos encontros decisórios, encontrar recursos para manter uma estrutura requer mais esforços ainda. É algo para o futuro.

DesignBrasil – De que modo o Icograda vem estimulando um design gráfico com identidade própria nos países latinos?

Ruth Klotzel – O papel dele não é o de indicar direções, mas a valorização da diversidade cultural pelo Icograda é, em si, um estímulo à valorização das identidades locais. A diretoria do Icograda é composta por pessoas de todos os continentes. No board há dois sul-africanos, dois dinamarqueses, um australiano, um coreano, dois canadenses, um americano, um libanês que mora no Qatar e eu, brasileira. O que há é uma vontade de conhecer e compreender a identidade latino americana, não apenas dentro do Icograda. Acredito na idéia de que a Europa, por exemplo, desiludida com o que resultou de seu modelo de desenvolvimento, busca conhecer outras maneiras de ver o mundo. Algumas escolas de design européias mandam seus alunos a campo, para o Brasil, Peru, países da África. Isto é mais um sinal de que as portas estão abertas e temos que nos movimentar rapidamente para não perder o bonde.

DesignBrasil – Você tem mais de 20 anos de atuação como designer. Como você analisa a repercussão no seu trabalho proporcionado pela informatização e toda a sorte das novas tecnologias?

Ruth Klotzel – É incrível o que os avanços tecnológicos proporcionaram de facilidade no trabalho, para quem passou pela produção manual, como eu. Sou da época em que se tinha que imaginar o resultado, sem nenhum preview. Batíamos o texto à máquina, um motoboy recolhia o original com marcações de texto, voltava com uma prova xerox, testávamos, o motoboy pegava de volta, até trazer um texto final em papel fotográfico para fazermos o paste-up, colocarmos overlays com marcações de cor, máscaras etc., e aí vermos a prova de prelo. O fax já apareceu como uma evolução absurda, imagine o computador de uso pessoal! E isso tudo aconteceu em 20 e poucos anos. Foi um privilégio muito grande ter vivido essas duas fases. Vejo problemas nas novas gerações de designers no que diz respeito à concepção, pois em geral já saem trabalhando sem pensar, sem conceituar. O computador ajuda tanto na execução,

que muitas vezes o trabalho já começa parecendo acabado. Mas alguns clientes acreditam que tudo ficou fácil e muitas vezes desvalorizam o trabalho, buscam investir menos em projeto, sem entender exatamente qual o valor do design. Também há sérios problemas de produção, edição e imagem e cor, pois o que se vê na tela às vezes não é nem parecido com o resultado final. É necessário dar atenção às especificidades de cada técnica de reprodução, conhecer produção, para fazer um trabalho de qualidade. Levo meus alunos, sempre que possível, para gráficas e outros fornecedores de serviços complementares aos nossos. Outra coisa incrível dos avanços tecnológicos é a facilidade de comunicação. Converso todos os dias com pessoas de vários continentes pela internet. Nem sei como o Icograda funcionava antes dessas facilidades. Nem nos conhecemos pessoalmente e eu estou dando esta entrevista.

Acho isso tudo muito fascinante.

É autorizada a reprodução integral deste texto, sem fins lucrativos, em qualquer meio de comunicação de caráter informativo, desde que citados o nome do autor, a data original da publicação e a fonte – Portal DesignBrasil – www.designbrasil.org.br.

- 1982 - Formou-se arquiteta pela FAUUSP
- 1989 - Participou da fundação da ADG/Brasil
- 1990 - Fundou o Estúdio Infinito, até hoje seu escritório de design gráfico
- 1991/1996/1997/2000 - Diretora da ADG/Brasil
- 1997/2006 - Professora da disciplina de Programação Visual da Faculdade de Arquitetura da FAAP - Fundação Armando Álvares Penteado, São Paulo
- 2002/2003 - professora da Faculdade Senac de Comunicação e Arte, São Paulo
- 2003-2007 - Vice-presidente do Icograda (International Council of Graphic Design Associations)
- 2003-2007 - Diretora da ONG Mundaréu
- 2006 - Professora do curso de pós-graduação lato sensu em Design Gráfico da Faculdade Senac de Comunicação e Arte, São Paulo

O fato de não ter sido formada em uma escola específica de design faz questionar sobre a coerência e consistência do trabalho. Se hoje o binômio forma-função pode parecer ultrapassado, acredito que o paradigma atual baseia-se em forma-conteúdo e reconheço esta preocupação nos projetos que desenvolvo.

Resgatar a trajetória intelectual/profissional, recuperar registros de projetos e elaborar sua apresentação foi um ato significativo para a reflexão sobre minha prática profissional e acadêmica.

livros

- BARDI, LINA BO - Tempos de grossura: o design no im-
passe - Instituto Lina Bo e P. M. Bardi, São Paulo, 1994
- BORGES, ADÉLIA - Designer não é personal trainner
- Edições Rosari, São Paulo, 2003
- ELDON, KATHY - The journey is the destination - the jour-
nals of Dan Eldon - Chronicle Books, San Francisco, 1997
- ESCOREL, ANA LUISA - O efeito multiplicador do design
- Editora Senac, São Paulo, 2000
- FARAH, RAFIC JORGE - Como vi - As I see it - Edição do
autor, Distribuição Cosac Et Naify, São Paulo, 2000
- FERLAUTO, CLAUDIO / JAHN, HELOISA - O livro da gráfica
- Edições Rosari, São Paulo, 2001
- FREEMAN, LAU SIU HONG - Artesign - works of Freeman
Lau - Pace Publishing Limited, Hong Kong 2003
- FRUTIGER, ADRIAN - Signos, símbolos, marcas, señales -
Ediciones Gustavo Gili, México 1997 (primeira edição 1978)
- FUENTES, RODOLFO - A prática do design gráfico - uma
metodologia criativa - Edições Rosari, São paulo, 2006
- HELLER, STEVEN - Paul Rand - Phaidon Press, Londres,
1999
- KLOSS FERNÁNDEZ DEL CASTILHO, GERARDO - Entre
el diseño y la edición - tradición cultural e innovación
tecnológica en el diseño editorial - Universidad Autonoma
Metropolitana, Unidad Xochimilco, México D.F. 2002

- LEITE, JOÃO DE SOUZA e TABORDA, FELIPE (concepção) -
A Herança do olhar: o design de Aloísio Magalhães - Senac
Rio, Rio de Janeiro, 2003
- MEURS, PAUL - Brazil/Holand - A Design Match - Design
Academy, Eindhoven, Holanda, 2002
- MYERSON, JEREMY - Beware wet paint - Designs by Alan
Fletcher - Phaidon Press, Londres, 1996
- NIEMEYER, LUCY - Design no Brasil, origens e instalação
- 2AB Editora, Rio de Janeiro, 1997
- PENTAGRAM - Pentagram: the compendium - Phaidon
Press, Londres, 1993
- RAND, PAUL - Design Form and Chaos - Yale University
Press, New Haven and London, 1993
- SHAKESPEAR, RONALD - Señal de Diseño - Ediciones
Infinito, Buenos Aires, 2003
- STOLARSKI, ANDRÉ - Alexandre Wollner e a formação do
design moderno no Brasil - Cosac Et Naify, São Paulo 2005
- WOLLNER, ALEXANDRE - Design Visual - 50 anos - Cosac
Et Naify, São Paulo 2003
- WOLLNER, ALEXANDRE - Textos recentes e escritos
históricos - Edições Rosari, São Paulo 2002
- Vários autores - O Valor do design - Editora Senac São
Paulo, 2002

publicações

- Icograda Board Message 06, Agosto de 2001
- In Situ 1 - São Paulo Design Week, Brazil 2004 - publicação
do Icograda, março 2005
- Revista da ADG/Brasil - nº 24
- Revista Arc Design número 34, 2004
- Revista Arc Design número 36
- Continental Shift 2001 Icograda Congress Guide Book
- Programa do Icograda Design Week in Hong Kong 2006
- Why are we here - programa Icograda Design Week
de Seattle
- Programa de actividades - Octava Bienal Internacional del
Cartel en México
- Catálogos das Bienais de Design Gráfico da ADG
- Pesquisa ADG Brasil - 2003 - publicação ADG
- ABC da ADG - publicação ADG Brasil, São Paulo, 2000
- Design Gráfico Caso a Caso - ADG Brasil, Snao Paulo, 2000
- Kit de Prática Pprofessional do Designer Gráfico - ADG
Brasil, São Paulo, 1998
- Catálogo da exposição Tipografia Brasílis, São paulo, 2000
- Tudo é Brasil - texto introdutório do curador Lauro Cav-
alcanti, no catálogo da exposição, que ocorreu no Itaú
Cultural, de 9/11/2004 a 6/2/2005, São Paulo.

sites

- Icograda - www.icograda.org
- Aiga - www.aiga.org
- University of Washington, School of Arts - <http://art.washington.edu/>
- Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico -
<http://www.encuadre.org/publicaciones.html>
- Istanbul Bilgi university - Departament of Visual Com-
munication - <http://vcd.bilgi.edu.tr/About.asp>
- 4th Block - www.4block.org
- Montreal international - <http://www.montrealinterna-tional.com/en/accueil/index.aspx>
- Objetual - Rede deb Design da Venezuela - <http://www.objetual.com/>
- Bienal Internacional del Cartel en México - <http://www.bienalcartel.org.mx/>

texto e projeto gráfico Ruth Klotzel

revisão Bruno Costa

fotografias Lucila Wroblewski, Ruth Klotzel

finalização Ana Paula Leone

produção gráfica Rogério Nicolau