

ENTREVISTA

Adélia Borges

“É preciso aumentar a percepção consciente das pessoas da presença do design nas suas vidas”

A jornalista, especializada em design e uma das principais referências do assunto no Brasil, fala da importância de tirar a ideia de luxo do design e de como ele é relevante na vida de todos

▲ GUILHERME SILLVA
gusilva@redgazeta.com.br

Adélia Borges é apaixonada por design e pelo artesanato. Tanto que virou uma das principais referências no país nos dois assuntos. Jornalista, crítica, historiadora de design e curadora de exposições, Adélia é a autora do livro “RB40 - Ronaldo Barbosa 40 anos de arte e design”, lançado há 15 dias, e que celebra as quatro décadas de carreira do principal designer do nosso Estado.

Ex-diretora do Museu da Casa Brasileira, em São Paulo, também foi responsável por difundir o acesso à cultura e aumentar, durante a sua gestão, a visitação em 444%. “Literalmente abri os portões democratizando o acesso ao museu, que era voltado para elite paulistana”.

Ela, que também integra o Comitê Consultivo da Bienal de Design de Londres, anda envolvida com duas exposições no exterior: a primeira acontece em setembro, na Alemanha, e vai falar da revalorização das coisas que estavam perdendo importância; a outra está programada para janeiro de 2018 e será em Portugal. “Vamos ver as influências recíprocas que houve entre esses dois países no campo do design. Desde coisas do século XVII, como o impacto da chegada das madeiras brasileiras em Portugal, mudando a linguagem dos móveis portugueses. E no século XX o padrão da calçada da Praça do Rossio de Lisboa, padrão de ondas, que lá significaria o encontro do Rio Tejo com o mar. E como isso foi transplantado para a praia de Copacabana e aqui se tornou um ícone do design brasileiro”. Em visita à Vitória, Adélia conversou com exclusividade com A GAZETA.

Como surgiu o convite para a senhora escrever o livro que celebra os 40 anos

de carreira do capixaba Ronaldo Barbosa?

Conheci Ronaldo em 2003, quando ele me convidou para dar uma palestra sobre design em Vitória. Ao longo dessa década e meia colaboramos mutuamente em alguns trabalhos e desenvolvemos uma forte amizade. Mas só ao participar da preparação deste livro tomei conhecimento da real dimensão de suas múltiplas facetas. Desde a primeira vez que estive aqui me apaixonei muito pelo Estado. Acho que o Espírito Santo ainda hoje sofre, de certa forma, por não ter uma identidade que marque o Estado. Isso acontece talvez por ficar um pouco imprensado entre Bahia, Minas Gerais e o Rio de Janeiro, que possuem histórias muito fortes.

De que forma ele te surpreendeu?

Desde a primeira vez Ronaldo me contagiou com o seu entusiasmo pela cultura capixaba. No ano seguinte o convidei para fazer uma exposição de pios - que estava se tornando centenário naquele ano - no Museu da Casa Brasileira, em São Paulo. A exposição foi muito linda e marcante. Desde então fizemos vários trabalhos juntos. Acho que se o Ronaldo estivesse permanecendo no Rio de Janeiro a visibilidade no cenário nacional seria muito maior. Por que é um lugar que ecoa mais, infelizmente. Não é bom que as coisas sejam assim, mas é. O livro e a exposição são iniciativas para começar a dar uma visibilidade nacional para um trabalho que é de primeira grandeza.

Qual foi o processo de produção do livro?

“

O Brasil foi marcado pelo longo período escravagista. A ideia que existe é que, no país, o fazer com as mãos é considerado uma atividade de segunda linha. A gente ainda tem um preconceito com o artesanato”

Começou com uma pesquisa grande feita pela historiadora Éli da Gagate. Quando peguei o livro já tinha um detalhamento enorme feito por ela. Entrei com a visão do cenário nacional e internacional, por meio desse olhar de uma pessoa que está olhando a arte e o que trazer à tona. Tenho vindo muitas vezes aqui, acho que Ronaldo é um excelente embaixador da cultura capixaba fora daqui, inclusive trazendo gente de fora. Ele me convidou para conhecer Aracê e eu fiquei absolutamente encantada com essa cultura imigrante que persiste de forma tão linda no Espírito Santo. É uma coisa única que vocês possuem. Fizemos um livro que, ao mesmo tempo, é denso e consistente, que uma pessoa da área do design e arte vai gostar, mas também não é banal. É um livro bastante acessível para todos e isso é uma coisa que falta. Como o design está muito no dia a dia das pessoas, é muito necessário que tenhamos publicações e exposições que façam essa ponte entre o design e o público geral, tirando ele dessa situação de cotidiano. Na hora que você leva o design para uma exposição ou livro, você permite às pessoas uma outra apreciação disso. É um livro acessível sem ser raso, o que não necessariamente é uma equação fácil.

A senhora busca difundir a importância do design na vida de todos nós. De que forma?

Eu busco levar, de várias formas, as pessoas a terem uma percepção consciente da presença do design. Só na hora que temos essa percepção, surge a capacidade de evoluir e de discernimento. Na hora que conseguimos ter uma per-



MONICA ZORZANELLI

cepção consciente do design e do quanto ele pode te ajudar ou atrapalhar (se ele for um mau design), temos uma coisa mais difundida. O bom design melhora a vida das pessoas. Ele é mais seguro e está relacionado a pontos muito concretos como segurança e funcionalidade. E também está relacionado ao que é menos falado, porém não é menos importante, que é a dimensão poética da vida. Qual é o objeto que você gosta de se cercar? Com o que você se identifica? É a coisa de você estar com um objeto e coisas com as quais se identifica e que traz mais bem estar, senso de pertencimento.

De que forma pertencer?

O livro mostra uma coisa muito legal que é o componente inovação, que é muito bom para o design e para a vida das pessoas. Só que tem hora em que as pessoas, a pretexto da inovação, jogam fora um patrimônio muito valioso. E o design pode fazer muito pela recuperação do patrimônio material e imaterial das pessoas, que são coisas que estão muito ligadas a nossa identidade de ser no mundo. O trabalho na região serrana, de restaurar as casas pomeranas, é uma coisa comovente. E mostra o poder que um empreendedor cultural tem. Além de ajudar a região a manter essa característica que a torne única para que isso não se perca em função das influências externas. Vamos absorver o que vêm do exterior sim, mas com inteligência e antenas ligadas. É como dizia Chico Science: “Pés no mangue, mas a parábola captando tudo”.

Em seu livro ‘Design + artesanato: o caminho brasileiro’, a senhora mostra como o artesanato e o design podem se unir. Como isso é possível?

O artesão traz conhecimentos técnicos muito grandes, adquiridos através de gerações e baseados na transmissão de saberes e da vivência naquela região em que o artesanato é praticado. São ofícios aprendidos, muitas vezes, desde a infância, principalmente a artesã. Porque no Brasil o artesanato é uma atividade basicamente feminina. Já o design passa por uma formação universitária que lhe dá uma capacidade de projeto muito grande. A soma dessas duas forças potencializa muito os dois lados. Hoje participo de muitas coisas fora do Brasil. Está havendo interesse pelo design brasileiro lá fora e esse interesse boa parte está centrado em dois pontos do design brasileiro contemporâneo: a colaboração entre designer e artesãos, que tem que ser respeitosa. Porque tem experiências muitos desastrosas em que o design chega se achando e querendo impor seus valores, jeitos de ser e estilo. Isso é um desastre. Essa aproximação respeitosa tem provocado um grande interesse fora. Outro aspecto é o que o design pode fazer para os espaços públicos, que vai melhorar a sua vida e o lugar que você está.

Falta uma valorização, por parte de brasileiro, em relação ao artesanato produzido aqui?

O Brasil foi muito marcado pelo longo período escravagista. A ideia que existe é que, no país, o fazer com as mãos é considerado uma atividade de segunda linha. Quem pode manda e não suja as mãos. Pôr a mão na massa é uma coisa

ruim, feita por uma pessoa inferior. No Brasil a gente tem um preconceito com o artesanato, mas até pela influência do exterior, temos visto o respeito crescer. Hoje aquilo que é feito à mão tem mais significado. No exterior já existe o movimento chamado “Maker”, que seria o fazedor e não “Thinker”, que é o pensador. São doutores, pós-graduados, por exemplo, que fazem marcenaria no finais de semana, produzem seus utensílios de casa. Pessoas que estão misturando a tecnologia artesanal com o digital. Nesses países, a pessoa projeta e faz, e isso é um orgulho.

Durante anos a senhora escreveu sobre design no principal jornal de negócios do país. Que argumentos usava para convencer os empresários a investir nesta área?

Eu pegava casos para exemplificar. Era os anos 2000 e um momento que tinha acabado de sair o iMac. Momento onde a venda da Apple estava caindo, a empresa já tinha sido relevante e o Steve Jobs já tinha saído. Ele volta e faz uma revolução com o design, lançando no mundo dos computadores cinzas e pretos uma série de computadores de plástico translúcido de cor chiclete. Foi um exemplo muito bom e isso era arte de existir o iPhone e o iPad. Tive a sorte de ter tido esse exemplo naquele momento, mostrando como o design é uma ferramenta estratégica enorme para reposicionar uma empresa.

A senhora é ex-diretora do Museu da Casa Brasileira, um dos principais do país. Qual o principal legado que você deixou nesse museu?

O Museu da Casa Brasileira pertence à Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo. É um museu que fica numa casa de um ex-prefeito, no Jardins, área nobre de cidade e com um jardim enorme. É uma casa da elite e, até eu chegar lá, era um museu que mais refletia esse universo, com portões muito imponentes que permaneciam fechados. Quando eu entrei, falei: “Vamos abrir os portões literalmente”. O que eu consegui fazer no período que estive lá foi democratizar o acesso ao museu para que ele realmente refletisse as questões do design contemporâneo sem um ranço elitista. E também sem mimetizar a Europa, tendo vergonha da nossa própria condição e valorizando o que vem de fora. Essa foi a pequena semente que plantei nesse período. E o museu segue nessa linha.

Em sua gestão, a visitação do Museu da Casa Brasileira subiu 444%. A que atribui esse aumento?

Atribuo ao fato de que a gente fez um programa educativo muito sério, mais ou menos como acontece no Museu Vale, em Vila Velha. Uma vontade deliberada de trazer as crianças e os jovens, das áreas periféricas e mais desassistidas. Incorporar esse público e fazer uma escuta sensível do visitante. Você tem que estabelecer um diálogo e não um monólogo pronto. O aumento da visitação foi muito por isso, reconhecendo o visitante, seja ele qual for, independente do grau de instrução e classe social, ele tem uma vivência. E a exposição de alguma forma tem que dialogar com a sua vivência. Se isso não acontecer, a gente está fazendo um monólogo, e isso não interessa.