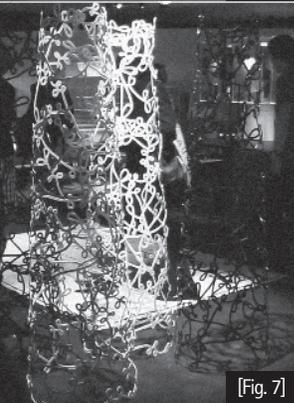
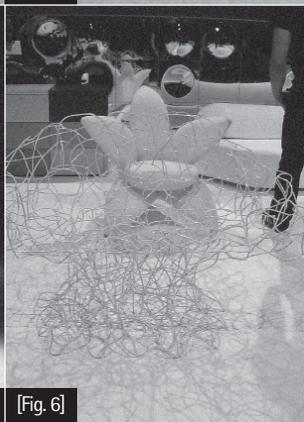
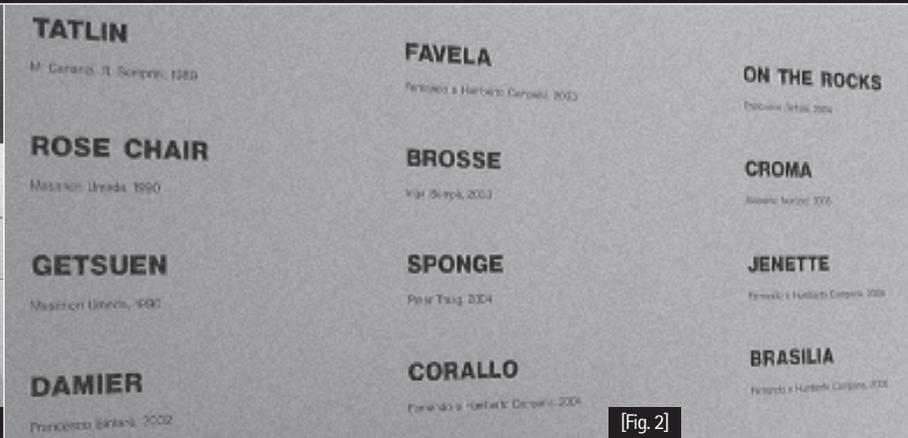


Doutora em Comunicação e Semiótica com tese sobre Design de Hipermídia. Pesquisadora, professora e designer. Líder do Grupo de Pesquisa Design: Criação e Novas Mídias. Diretora da Escola de Arquitetura, Artes, Design e Moda e do Centro de Pesquisa em Design da Universidade Anhembi Morumbi. Autora de vários artigos sobre design, ensino e novas mídias e do E-book *Design de hipermídia – dos princípios aos elementos* (São Paulo: NMD/Ed. Rosari, 2007).

E-mail: monica@anhembi.br

Milão: Design, 2008



- Fig. 1 - Fusital valorizando os designers
- Fig. 2 - Edra destacando os designers
- Fig. 3 - Sintesi e os jovens designers
- Fig. 4 - Fuksas: diálogo interno e externo
- Fig. 5 - Ambiente de lançamento de produto
- Fig. 6 - Edra: cadeira Corallo, dos Campana
- Fig. 7 - Coluna, da Casamania
- Fig. 8 - Ambiência, da Missoni Home

A semana de design de Milão, realizada em abril passado, vai muito além dos salões organizados no grande espaço de eventos e exposições denominado Fiera Milano e projetado por Massimiliano Fuksas em 530 mil m² na região de Rho-Pero. O design é um tema que se estende pela cidade em vários pontos com instalações e diversos eventos e, em uma concentração especial, na Zona Tortona e no bairro de Brera, no circuito denominado Fuori Salone. Mas não é apenas a quantidade e a pluralidade de

eventos que marcam o design como uma forte tendência nos aspectos de criação, produção, negócios e consumo. O mais rico e interessante é a abordagem ampla e transdisciplinar do design, a partir das discussões e demonstrações sem delimitações entre os campos da arquitetura externa e interna, arte, moda, objetos, gastronomia, informação e comunicação. Enfim, é o design presente no cotidiano e refletindo ou construindo os modos de viver na contemporaneidade.

A feira de design, reconhecida mundialmente como o Salão Internacional do Móvel, é muito mais que um salão, é um grande evento. Concebido e organizado pela Fondazione Cosmit Eventi desde 1961, em sua 47ª edição, no ano de 2008, contou com a participação de 2.450 empresas e 348.000 visitantes, sendo 210.000 estrangeiros.

Conforme os dados da fundação, o público foi 29% maior em relação ao ano anterior.

Realmente os pavilhões eram uma verdadeira babel de idiomas, tipos, aparências, jeitos e movimentação. Além disso, outro aspecto marcante era a reunião de todos os tipos de câmeras fotográficas e videográficas, celulares, portáteis com conexões móveis e uma imensa produção gráfica impressa em folhetos, *flyers*, postais, catálogos, jornais, revistas, livros, painéis, *outdoors* e *indoors*.

Os salões, denominados de I Saloni, são organizados e divididos da seguinte maneira: salão internacional do móvel, salão do escritório, salão internacional do banho, salão do complemento de mobília, salão satélite, Eurocuccina. Estes são subdivididos em quatro pavilhões destinados aos móveis clássicos, quatro para móveis modernos, quatro para design, três para o Salão Eurocuccina, dois para o salão do escritório, um pavilhão para o salão do banheiro e um para o Salão Satélite. Este último destinado aos jovens profissionais do campo do design, recém-formados ou iniciantes, que expõem seus projetos, produtos ou protótipos, visando à sua comercialização.

Também é esse o espaço destinado a escolas, faculdades, universidades e estudantes que desenvolvem a formação no campo do design, das artes e da arquitetura. Ou seja, acompanhar todos os salões e completar o circuito fora salão, que é inclusive muito mais rico e interessante, é uma tarefa impossível de ser cumprida em apenas uma semana. A questão principal é o fazer diário das escolhas, além de tentar abrir o campo da observação para além do objeto em si.

Olhar, observar e respirar design é o princípio norteador dessa vivência determinada pelo tempo, expresso em dias e horas delimitados. Afinal, Milão já é uma cidade que expira e inspira design por meio de seu conjunto arquitetônico, da configuração dos espaços comerciais, das ruas, dos becos e vilas, e das ofertas do patrimônio cultural que se estendem por museus, galerias e teatros com intensa programação.

O caminho para a feira é contemplado pelos aspectos do design, as informações expressas no design gráfico, a sinalização, os mapas de localização e em todo o design urbano. Da estação de metrô ao percurso que leva à feira, somos inundados de informações que remetem sempre à inovação, à nova geração de produtos e de profissionais.

O designer = valor agregado à cultura e à produção industrial

Ah, sim, os designers são profissionais valorizados, destacados e nomeados como valor imprescindível aos objetos, aos produtos e à produção cultural, incluindo-se as questões comerciais implícitas nesse processo.

Neste sentido, produtos que à primeira vista parecem simples, tais como maçanetas e puxadores para armários, torneiras, descargas e acessórios para banheiros, carregam o destaque para os profissionais. No salão do banho, a empresa Fusital destacava desde o arquiteto Frank O. Gehry até designers com atuação mais recente. Todos eram apresentados em grandes painéis, em um espaço privilegiado do estande da empresa. Um currículo resumido de cada profissional apresentava as principais realizações e abaixo era exibida a série desenvolvida pelo profissional e a mostra dos produtos da empresa em questão (Fig.1).

A Edra, tradicional fabricante de móveis e que produz os projetos dos brasileiros Irmãos Campana, também dá destaque aos profissionais responsáveis pelos projetos de seus produtos. Um grande painel no qual se localiza o nome da empresa com grandes focos de luz é o local em que são apresentados o título do móvel, o nome do(s) designer(s) e o ano da criação (Fig. 2).

A Sintesi, outra empresa, coloca em evidência os projetos dos jovens designers com símbolos e placas indicativas sobre os produtos produzidos e comercializados por esta empresa, como pudemos ver na mesa intitulada "Fade Out", criada por Sam Sannia, e nos

módulos "Cross Unit", projetados por Phillippe Nigro, entre outros exemplos apresentados no estande da Sintesi. É a valorização da criatividade, da inovação e da produção dos jovens profissionais, exemplo que as empresas brasileiras deveriam adotar (Fig. 3).

Design, espaço natural e espaço construído

O local de exposições da Fiera Milano não pode ser lido como um capítulo à parte, e sim como um texto entrelaçado à proposta dos salões. O projeto arquitetônico e urbanístico é digno de contemplação. Os espaços internos e externos estabelecem um diálogo constante com as pessoas e com a paisagem natural e construída. Isto se dá pela transparência do vidro que reveste as estruturas de aço e permitem ver o externo: a luz do dia, a paisagem, os outros espaços construídos. Fuksas declara que utilizou como referência a Galeria Vittorio Emanuele e os Alpes italo-suíços, que permeiam o horizonte dos pavilhões.

Ao observar a paisagem, podemos perceber que a configuração e o formato, tanto das estruturas metálicas internas e externas quanto das grandes luminárias do espaço externo, remetem aos Alpes. Estes, por sua vez, são vistos em vários pontos dos pavilhões e no percurso externo da Fiera. A relação do espaço construído, da paisagem natural e artificial dos pavilhões somados à cultura de uma cidade e expressos como significantes no projeto e na obra de Fuksas são uma verdadeira lição de design (Fig. 4).

Discursos do design contemporâneo?

Para além da questão arquitetônica e urbanística, há um conjunto de palavras, frases e discursos declarados pelas empresas expositoras e que pautaram esta edição do salão. Por um lado, as dicotomias entre o luxo e a simplicidade, o compacto e o extravagante, o barroco e o minimalismo, o artificial e o natural, o consumo e a sustentabilidade, a indústria e a natureza. Por outro lado, as questões relacionadas ao ser humano perante as dicotomias do contemporâneo, o novo capitalismo, o poder da mídia e o consumo desenfreado.

Nesta linha de ação, a empresa Danese lançou seu "Breve Manifesto do Bom Espaço", no qual pregava a luz sobre um novo humanismo pautado no consumo responsável e na liberdade para afirmação da identidade e do eu no tempo e no espaço, a inteligência universal onde as idéias têm mais poder do que a matéria, as expressões de longa duração em oposição à ditadura, a subtração ou redução para inovar, a acessibilidade perante a comunidade e ao uso dos sistemas abertos e a experiência perceptiva explorando corretamente a identidade. Tudo isso para vender sistemas de iluminação e mobiliário simples e básico.

As recorrências e referências do universo da arte foram outra constante, tanto no exemplo dos manifestos presentes nas vanguardas da arte moderna quanto nas performances realizadas em meio à feira para a divulgação ou afirmação de uma determinada marca de uma indústria ou empresa. Ainda, objetos eram expostos como obras de arte, cadeiras ou outros tipos de objetos colocados nas paredes da mesma forma como nos museus e nas galerias ficam expostas pinturas ou outras expressões artísticas. Instalações de arte pautaram o lançamento de produtos, tanto na feira quanto no circuito fora dos salões.

Equipamentos modernos e acessórios de formas retilíneas configuravam chuveiros, torneiras, puxadores. Lançamentos de chuveiros, mesas, equipamentos e mobiliário para trabalho eram realizados em ambientes semelhantes aos das instalações de arte contemporânea, em que a experiência sensorial era a tônica: ambientes sem luz, só com som de água, seqüências de fluxos de água jorrando, espelhos, imagens triplicadas e, no final, um espaço de banho e o chuveiro exposto como uma grande obra de arte.

Espaços do homem ou da vida contemporânea?

Outra questão recorrente na feira é a valorização dos espaços de prazer e de trabalho: cozinhas, banheiros e escritórios constituíram o destaque especial em salões específicos, alguns ampliados em relação aos anos anteriores.

As cozinhas afirmam-se como espaços de lazer e de receber, reafirmam-se como grandes salas de visitas e de estar. As áreas de tarefas, como cozer, lavar, guardar, são sempre espaços móveis que podem ser escondidos a qualquer momento em nichos e separadas por grandes portas de correr, que simulam ou se transformam em armários para esconder o trabalho realizado e destacar o ato de receber e conviver em ambientes que se apresentam como cenários que aludem ao bem viver.

Já os ambientes de trabalho são impregnados pela tônica do conforto ou do lúdico, subvertendo espaços. Afinal, se a maior parte do tempo se passa no escritório, este deve ser tão confortável a ponto de propiciar o melhor trabalho e levar o trabalhador a não sentir o tempo passar, ou então deve constituir um ambiente que tenha pitadas lúdicas e de lembranças pessoais, criando uma atmosfera aconchegante e familiar.

A empresa Fantoni mostra os seus valores diferenciais para o escritório: design, acústica e um clima confortável, e a Diemme destaca divisórias, expositores e estantes que podem comportar recados de trabalho, fotos familiares e histórias em quadrinhos, sendo compostas e organizadas conforme o desejo do trabalhador.

Tendências ou pura dinâmica do mercado da inovação?

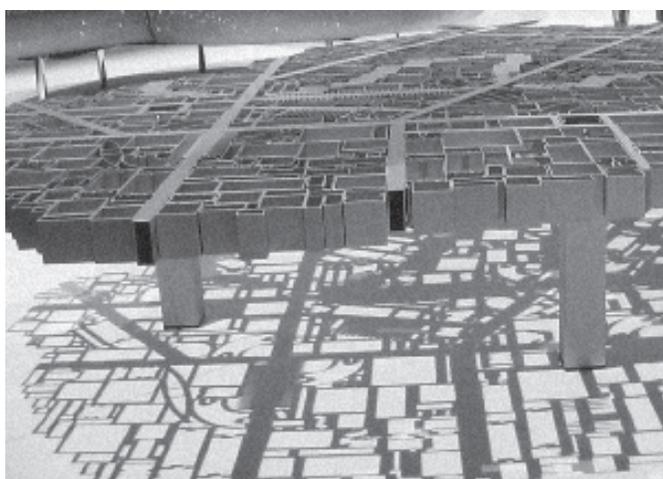
Novos materiais de revestimentos, texturas, transparências, sobreposições, brilhos e uma visão pop estavam presentes na maioria dos produtos e objetos.

Cadeiras, biombos e colunas com tramas abertas, rendilhadas, que permitem ver o entorno e dialogar com o ambiente e o espaço, como podemos ver nos exemplos da cadeira da Edra e da coluna comercializada pela empresa Casamania. Essa característica não estava presente apenas nos objetos, mas também nas ambiências criadas pelas empresas para a exposição de suas linhas de produtos, como podemos ver no exemplo da Missoni Home (Figs. 6, 7 e 8).

Os brilhos, sobreposições, recontextualização eram outra vertente, resultado do desenvolvimento tecnológico de novos revestimentos, tecidos e acabamentos, bem como do resgate de materiais e processos já utilizados no passado ou dos provenientes de métodos artesanais. A Edra explorou esta vertente, como outras empresas presentes na feira, como a OX design.



Sofá Tatlin, de Mario Cananzi e Roberto Semprini, produzido pela Edra

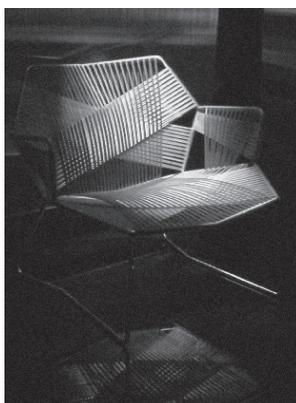


Mesa Baghdad, de Ezri Tarazi, produzida pela Edra



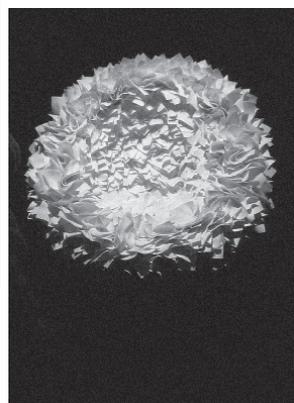
Banquetas Miss T, de Philippe Starck, produzidas pela OX design

Poltrona Tropicália, de Patricia Urquiola, produzida pela Moroso

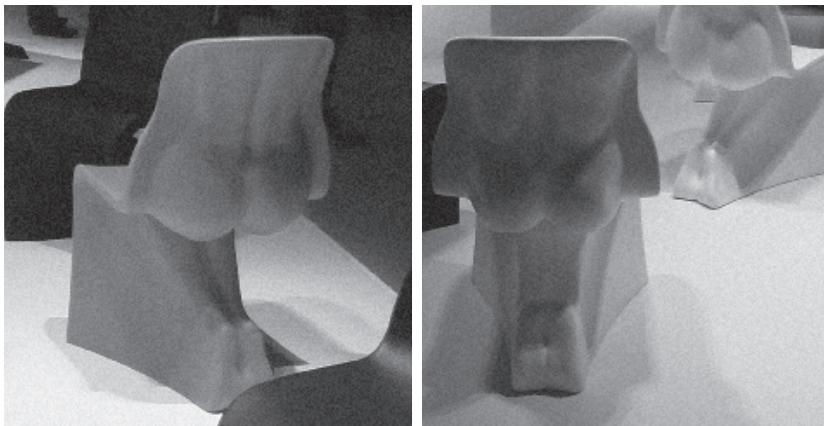


Poltrona Bohemian, de Patricia Urquiola, comercializada pela Moroso

Poltrona Bouquet, de Tokuzin Yoshioka, produzida pela Moroso



Certa tendência pop também impregnou o lançamento de vários produtos, como as cadeiras, os sofás e os bancos, que reproduziam partes do corpo humano, carregados de sexualidade, de graça ou talvez ironia... a tal valorização e mutação do corpo tão presente no contemporâneo talvez tenha levado ao registro das formas "clássicas do ser" em cadeiras e outros móveis para uso nos ambientes residenciais ou comerciais, dependendo do segmento ou do humor das pessoas que convivem nesses ambientes. Foi a grande sensação do público presente!



Cadeiras Him & Her, de Fabio Novembre, produzida pela empresa Casamania

Novos designers por um novo e outro design

Sob o lema "O design é a bandeira da criatividade", o verde Salão Satélite apresentou as questões relacionadas com sustentabilidade, reaproveitamento, customização, uso múltiplo, utilidade e, sem dúvida, idéias e projetos inovadores e experimentais que exploravam a criação em suas diversas vertentes.

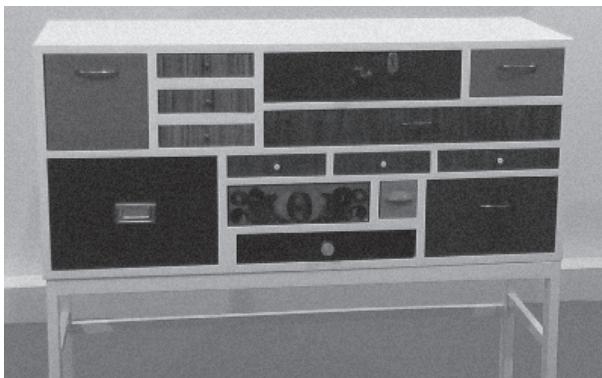
Em sua 11ª edição o Salone Satellite reuniu 570 jovens designers, recém-formados ou profissionais iniciantes que são selecionados para a exposição no salão e para a possibilidade de que seus projetos e produtos sejam incorporados à produção industrial ou capitalizados por investidores ou empreendedores. O salão, para os jovens designers, é uma grande vitrina para futuros negócios; para o público participante, aponta novas idéias e as tendências para o futuro.

O verde se estendia por toda a área do salão, permeada também por espaços pops com grafites e muita cor. Plantas e folhagens distribuídas em vasos projetados por estudantes da Escola de Eindhoven compunham o ambiente. Em escala menor, esses vasos podem compor um jardim vertical.

A reutilização e o reaproveitamento dos descartes da sociedade contemporânea foram muito bem apresentados pelo designer Fethi Atakol [www.fethiatakol.com] a partir do conceito de reuso criativo dos objetos. Banquetas realizadas a partir de gavetas, malas recontextualizadas em mesas e venezianas como porta-CDs, entre outros objetos.

Na mesma temática, as designers Lisa Widén e Anna Irinarchos, do Wis Design [www.wisdesign.se], desenvolveram o móvel denominado Décadas. Produzido com gavetas descartadas encontradas nos mercados de pulgas, resulta em uma mistura de diferentes estilos e materiais numa peça de mobiliário única e diferenciada.

Produtos de Fethi Atakol: arte e redesign



Décadas, do Wis Design, criado e desenvolvido pelas designers Lisa Widén e Anna Irinarchos

A linha de luminárias desenvolvida pelo designer industrial Rabie Batrice [www.umilidesign.co.il] e denominada "Flex Ice" é produzida a partir de restos de plásticos e policarbonatos, que são reciclados utilizando as tecnologias *vacuum-forming* e *thermo-forming*, resultando em ricas sobreposições, texturas e transparências.

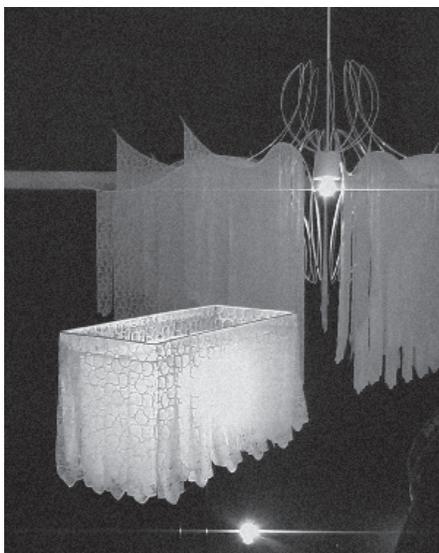
Ao falar de transparência e delicadeza, é impossível deixar de mencionar o designer Shige Hasegawa [www.shige-hasegawa.com]. Ele associou o papel e o conceito de importância e beleza das flores de cerejeira na cultura japonesa e desenvolveu luminárias que apresentam a sobreposição tanto no formato de sua estrutura quanto nas tiras-pétalas de papel-tecido e também na relação das diversas tonalidades de luminosidades obtidas com o objeto exposto.

Objetos de uso múltiplo, tais como cadeiras altas, que também são suportes de objetos e cabides; conjuntos de almofadas que se transformam em poltronas; além de porta-livro para vários formatos em módulos que permitem diversas composições em diferentes estantes, são os produtos desenvolvidos pelos designers e arquitetos de interiores associados ao coletivo How About Viktor [www.vow.fi].

A dupla das jovens designers Benvignati + Quagliola [www.zitomeu.com] criou e produziu a poltrona multifuncional que apresenta no mínimo três possibilidades de formato, podendo ser utilizada como sofá-cama na combinação de mais de um módulo ou como roupa no estilo quimono. Os tecidos, na coleção atual vintage anos 1970, são retalhos reutilizados e são intercambiáveis. A estrutura interna é de poliestireno com bolinhas de isopor. De forma divertida, o nome da poltrona é Zito, que, no dialeto falado no sul da Itália, significa noivo ou namorado, ou seja, o objeto remete mesmo aos abraços e carinhos mais ou menos apertados, conforme a situação, o desejo ou a imaginação.



Luminárias Flex Ice, de Rabie Batrice



Luminárias de Shige Hasegawa 1



Poltrona Multifuncional, das designers Benvignati e Quagliola

Como pudemos ver, o design impregnou a vida cotidiana e passa a ser dia a dia mais valorizado em um universo plural, que desfaz fronteiras, extrapola a imaginação e prova mais uma vez que a criação e a imaginação são elementos fundamentais na vida contemporânea.

Cadeiras estante e cabideiro, do Coletivo How about Viktor

