



Fotos: Adriana Vidi

ALEXANDRE WOLLNER

Designer analisa o mercado brasileiro da identidade visual

Filho de imigrantes iugoslavos, o designer Alexandre Wollner interessou-se pelo desenho já na infância. Aos 22 anos, entrou no curso de iniciação artística do Instituto de Arte Contemporânea do Museu de Artes de São Paulo (Masp), criado, em 1950, por Pietro Maria Bardi. Destacou-se como aluno e se envolveu em importantes produções artísticas da época, como a realização dos cartazes de cinema para a Filмотeca Brasileira do Museu de Arte Moderna (MAM); além de ter colaborado na montagem da exposição retrospectiva do artista plástico, designer e arquiteto suíço Max Bill, também no Masp, no ano de 1951. Dois anos depois, Wollner tornou-se aluno de Bill na escola de design

Hochschule für Gestaltung, na Alemanha. "Foi outro choque porque o tipo de cultura lá é totalmente diferente", contou na entrevista exclusiva à Revista E. "Eu tinha também outros tipos de problemas. Por exemplo: o que nós aprendemos aqui nas escolas não é muito relevante em comparação com os alemães." De volta ao Brasil, inaugurou, com o artista plástico Geraldo de Barros e os designers Rubem Martins e Walter Macedo, o primeiro escritório de design do país: o FormInform, responsável pelos primeiros programas de identidade visual de empresas brasileiras. Na entrevista, Wollner falou ainda sobre o início da carreira e o mercado gráfico brasileiro.

“Nenhum profissional [de design] participa de um concurso em que entram estudantes porque, se ele perde para estudantes, fica muito chato”

Você diria que os primórdios do design no Brasil estão ligados à arte concreta?

O design propriamente, pela evolução histórica, teve grande influência da arte concreta, do pensamento tecnológico, científico, no qual entra a matemática, a tecnologia da cor etc., sendo desenvolvido pela Bauhaus [escola de design, artes plásticas e arquitetura de vanguarda que funcionou entre 1919 e 1933 na Alemanha], quando surge a arte não decorativa. Toda essa evolução chega até os anos de 1950, com a maioria da arte concreta, da arte objetiva, funcional e estética.

Como a sociedade da época via esse tipo de arte?

Houve uma pausa na humanidade da Primeira Guerra Mundial [1914- 1918] até o fim da Segunda Guerra Mundial [1939 - 1945]. A comunicação do que acontecia nos movimentos de arte foi censurada pelo nazismo, pelo comunismo, pelo fascismo e pelas guerras. O que havia era um movimento em Paris. Não que a cultura francesa estivesse evoluindo, mas, mesmo assim, muita gente ia para lá, como grandes pintores. A França manifestou interesse comercial de pegar os artistas que estavam mais ou menos isolados dentro desse esquema de guerras, e o Brasil ficou totalmente fora desse contexto. Em 1950, quando acabou a guerra, as pessoas vieram para cá, como Pietro Maria Bardi, o fundador do Museu de Arte de São Paulo [Masp]. Por volta de 1949, ele veio para cá, fez o museu de arte e começou a trazer o conhecimento, a comunicação do que estava acontecendo na Europa. E qual foi a evolução desse tipo de coisa? Chegou, de repente, a arte concreta para nós, E nós, aqui no Brasil, assimilamos muito

bem essa arte concreta, mais que outros países da América do Sul.

Quando começa a se falar tecnicamente em design, como foi a reação da sociedade brasileira, como ela recebeu isso?

A gente não sabia muito bem o que era design. Não tínhamos a noção disso, não tínhamos a desenvoltura desse tipo de coisa. Aliás, vou fazer um parêntese: as pessoas não sabem definir o que é design.

Aproveitando então o seu parêntese, o que seria design na sua concepção?

É muito difícil definir. Design hoje, com essa expansão cultural, técnica e científica, serve para todos os projetos que a gente faz. Design é um projeto adequado, não só para o marketing ou a decoração, um projeto adequado para o uso humano, a confissão da necessidade humana. Todos os projetos que os designers fazem é pela necessidade humana, seja qualquer tipo de coisa: projetos gráficos, Internet, móveis, prédios. O design interage com os arquitetos, por exemplo.

Quando Pietro Maria Bardi começou a promover cursos de design, dos quais inclusive você participou, qual era a intenção?

Eu gostava muito de fazer desenhos, desenhos de pessoas etc. Eu queria me desenvolver como desenhista. Então eu vi um edital que saiu no *Diário de São Paulo* convocando interessados para fazer um curso de design, de desenho, no Instituto de Arte Contemporânea. Eu me interessei, já conhecia o museu, visitava e achava maravilhoso aquele lugar, onde tinha o Aldemir Martins e um monte de artistas naquela época bastante inte-

ressantes. Eu me inscrevi e fui aceito. No fim do primeiro ano que eu estava frequentando a escola fui convocado pelo Bardi a auxiliá-lo a montar uma exposição do Max Bill [artista plástico, designer e arquiteto suíço]. Quando a gente montou essa exposição foi um choque. Descobriram-se exatamente as possibilidades do desenho. Isso atingiu três pessoas: o Almir Mavignier [pintor brasileiro], a Mary Vieira, que é uma paulista que morou em Belo Horizonte bastante tempo, que foi para a Suíça e morreu lá, e eu. Nós ficamos mais ou menos induzidos por essa exposição do Max Bill sobre o design.

O que tinha na exposição, trabalhos gráficos dele?

Todo tipo de trabalho dele. Ele fazia cartazes, móveis, era orientador da boa forma, no sentido da prática de design, lá na Suíça. Quando ele veio para cá, em 1953, ele perguntou se não havia a possibilidade de mandar um brasileiro para uma escola que estava em construção na Europa, nos moldes da antiga Bauhaus [escola de design Hochschule fur Gestaltung, na Alemanha, em Ulm, advinda da Bauhaus]. Ele queria ter um brasileiro nessa escola. O Bardi recomendou Geraldo de Barros [pintor, fotógrafo e artista gráfico brasileiro] mas ele não podia ir porque tinha acabado de fazer uma bolsa de estudos em Paris, estava trabalhando no Banco do Brasil e não podia deixar a função - porque aqui no Brasil existe essa cultura de se aposentar no Banco do Brasil. Enfim, o Bardi me recomendou.

Como foi lá?

Foi outro choque porque o tipo de cultura lá é totalmente diferente. Eu

"Design é um projeto adequado, não só para o marketing ou a decoração, um projeto adequado para o uso humano, a confissão da necessidade humana"

tinha também outros tipos de problemas. Por exemplo: o que nós aprendemos aqui nas escolas não é muito relevante em comparação com os alemães. A cabeça dos alemães é totalmente diferenciada da cabeça de um brasileiro. O alemão não vive como um herdeiro. Quando ele entra na faculdade, aos 18 anos, ele quer ser independente. Ele não aceita nem que o pai pague escola para ele. Ele vai trabalhar, junta dinheiro e vai fazer escola. É uma coisa totalmente estranha para nós.

Como o Max Bill o inspirou? Você já disse que ele veio para o Brasil e as pessoas se surpreenderam com o trabalho dele. Fale um pouco dele.

Ele é o que você poderia imaginar como o máximo de orientador para o meu tipo de atividade. Porque nós, os 30 alunos dessa escola alemã, vivíamos praticamente juntos o tempo todo. Almoçávamos, jantávamos, discutíamos, tomávamos café, ficávamos batendo papo. Tudo sempre juntos. E os professores participavam disso. Não havia a relação professor e aluno que existe aqui. Era uma gente que tinha um certo tipo de enfoque sobre as novas atividades que estavam aparecendo - e ao mesmo tempo, pessoas que estavam iniciando suas carreiras. O Otto Aicher [*designer gráfico alemão*] fazia parte da turma. Foi ele que fez os pictogramas [*símbolos que representam um objeto ou conceito por meio de ilustrações*] da Olimpíada de 1972, uma olimpíada maravilhosa.

E como era o Max Bill professor?

Era um pouco ranzinza. Não era muito comunicativo no dia-a-dia. Mas ele topava fazer as coisas. O cartaz da quarta bienal [*Bienal do Museu de Arte Moderna de São Paulo, em 1957*] eu fiz

com orientação dele. Ganhei um prêmio por esse trabalho e liguei para ele para contar. "Ô Bill, ganhei o prêmio do cartaz". E ele: "No Brasil com qualquer merda se ganha". Todo mundo riu, eu fiquei chateado.

Como você vê o ensino do design e a prática dele hoje? Você acredita que esteja em um estágio que atenda a essas intenções iniciais?

As escolas são totalmente distorcidas nesse aspecto. Existe um propósito - vamos dizer, comercial - de ter alunos, de ter diplomas. O que naturalmente distorce todo o aspecto da formação de design. Uma escola de design não pode ser expandida da maneira como está sendo. Ela precisa de professores designers. Aqui no Brasil, como nós temos uma indústria que não interfere, que não financia, que não dá possibilidade de novas fórmulas etc., a profissão de designer é muito restrita. Se você tentar definir quantos designers existem no Brasil com uma certa categoria, você não consegue. Os professores de design são professores formados nas escolas, como estudantes, não exercem a atividade de designer, prestam exames como doutores, vamos dizer, e dão aulas de design. Sem experiência você não pode dar aula de design.

Não temos um designer brasileiro?

Temos, mas não um designer de cultura brasileira que signifique algo. Por exemplo: se eu vejo um cartaz do México, eu logo entendo que é mexicano. Se eu vejo um do Brasil, o que é? É a mulata? É o café? O Pele? Não tem nada. Nem a calçada de Copacabana existe mais como referência. Nós perdemos esse bonde. Somos profissionais que temos uma cultura global. Alguns

designers aqui no Brasil são reconhecidos internacionalmente, freqüentam, inclusive, congressos etc., representam o Brasil como membros do Icoграда [*International Council of Graphic Design Associations*], que é um grupo internacional de design gráfico. É muito pouco. A Vale [*indústria mineradora*] criou uma marca agora lá no exterior que não atendeu às necessidades deles [*da própria empresa*]. Fizeram um cone parecido com um sorvete que não representa nada. Um sinal tem que ter uma representatividade, tem que ter uma linguagem, tem que ter uma referência de cultura, não só dentro da cultura do Brasil, mas da cultura da própria indústria. Aquele cone, o que pode representar? Verde e amarelo? Muita gente confundiu com o Banco Real.

E os jornais brasileiros?

Péssimos. Eles estão em crise por causa da Internet. Em praticamente todos os jornais, o que você vê é uma página de Internet. A linguagem de jornal está totalmente distorcida. Mesmo o comportamento dos jornais, hoje, está totalmente diferenciado. Antigamente havia jornalistas que trabalhavam em redação. Hoje eu trabalho em casa, passo um e-mail para o jornal e eles publicam.

Você deu o exemplo da Vale. Por que você acha que o designer brasileiro, na hora H, é preterido?

Porque não há intenção de financiar um desenvolvimento. Fica-se simplesmente adaptando culturas que não são nossas. E, quando se faz isso, não há possibilidade de você despertar no público certo tipo de interesse porque tudo fica muito estranho. É muito evoluído ou não. Por exemplo, o logotipo do [*jornal*] *O Estado de S. Paulo*



é totalmente mal-espacejado. Se você reduzir aquilo, fica tudo diluído. Por que não é que nem um *New York Times*? O *New York Times* tem uma letra alemã, uma letra da Idade Média, mas é muito bem-desenhada. É uma preocupação em fazer uma coisa de leitura adequada para o ser humano.

É interessante notar que quando o *Jornal do Brasil* fez sua reforma gráfica, nos anos de 1950, foi procurar o designer brasileiro Amílcar de Castro, e ficou um projeto estupendo. Agora, nos últimos anos, quando os jornais se reformularam - caso de *O Estado de S.Paulo*, *O Globo*, *Folha de S.Paulo* -, todos foram buscar designers estrangeiros. Por que você acha que isso aconteceu? Uma regressão?

A falta de conhecimento da possibilidade que existe aqui. Para fazer um jornal demora mais ou menos uns dois ou três anos. Você tem que fazer um monte de pesquisas. Você não pode fazer o jornal inteiro novo. Você tem quem fazer um caderno novo, ver a percepção que existe e ir ajustando o jornal até ficar o projeto inteiro como um jornal significativo. Precisa ter essa paciência. O jornal é um veículo que representa cultura local, nacional e internacional, nesses vários aspectos. A mudança no *Jornal do Brasil* começou no caderno de cultura, um caderno totalmente estético. Daí o Amílcar de Castro, inteligentemente, começou por ele. Uma vez desenvolvido isso, ele partiu para outros cadernos. Foi um trabalho fabuloso, inteligente. Não era ainda design como a gente entende hoje, mas

era um conceito estético com certo tipo de função. A preocupação dele era justamente esse equilíbrio entre a estética e a função. A estética é uma coisa aleatória, pode funcionar, pode não funcionar. Amílcar queria uma função, principalmente pegando o caderno principal. E ele fez isso. Os outros (jornais) não assimilaram esse tipo de coisa. Parece que ficam ignorando. Aqui no Brasil tem isso: você nunca dá valor para as coisas feitas no país e pelos profissionais brasileiros. Eu fiz, ao mesmo tempo, o *Correio da Manhã*, mas não com a mesma inteligência.

Qual foi o seu trabalho no *Correio da Manhã*?

Nós fizemos o jornal mais adequado. Eu parabenezo o pessoal do *Jornal*

“Os professores de design (...) não exercem a atividade de designer, prestam exames como doutores, vamos dizer, e dão aulas de design. Sem experiência você não pode dar aula de design”

“Os livros infantis, por exemplo, são todos feitos com papel fino e brilhante. O reflexo da luz não deixa você ler. Você dorme também. É um absurdo fazer para criança um livro que parece uma revista”

do Brasil que, realmente deu, naquela época, um salto bastante importante. Na nossa cultura, como o mundo mudou muito, a rapidez hoje é uma coisa essencial, você precisa fazer tudo com muita rapidez, porque as coisas vão indo com pressa. Mudou todo esse conceito de jornalismo. Acho que o Cláudio Abramo foi um dos últimos jornalistas que era jornalista mesmo, que mantinha o jornal como "jornal profissional".

E o mercado de livros? A percepção que se tem é de que houve uma melhora muito grande, do ponto de vista gráfico, nos últimos 20 anos. Você concorda?

Eu tenho tido alguma possibilidade de fazer livros aqui no Brasil, mas você não pode fazer livros com a cultura brasileira, porque nós copiamos todos os livros de cultura americana, francesa ou até mesmo alemã, que não têm nada a ver com a nossa. A tecnologia, por exemplo, dos livros de brochura com a capa flexível, livros de bolso, esses livros baratos, está totalmente evoluída, tanto na Alemanha como na França, e mesmo nos Estados Unidos e na Inglaterra. A flexibilidade, inclusive, de você dobrar o livro, você está lendo no metrô, esse tipo de função. Porque livro é, também, um projeto industrial. É como uma cadeira: na sala de jantar não pode ter uma cadeira de dentista. Com livro também é assim. Existem livros para estudo, que têm de ter um formato adequado para eu poder ler na cama, na mesa ou no sofá. Não pode ser um tipo de letra monótona, senão cansa. Você vê a engenharia que tem esse livro. A preocupação que tem que ter, tecnologicamente, esse livro. Um livro de

romance, você pode ler de qualquer maneira, outro tipo de letra, de espaçamento, de comprimento. O comprimento dos livros de romance tem de ser adequado ao número de páginas, para ser econômico, um livro de estudos já não pode ser assim. Os livros infantis, por exemplo, são todos feitos com papel fino e brilhante. O reflexo da luz não deixa você ler. Você dorme também. E um absurdo fazer para criança um livro que parece uma revista. Eu brigo com esse pessoal. Quando eles pedem para eu fazer um livro, tem que ser uma coisa comercial. Não faço uma coisa dessas. Não há possibilidade.

Você acha, então, que não houve qualquer evolução?

Houve evolução em acabamento. Os livros hoje são graficamente bem-produtos. Existe um certo tipo de evolução, mas não significa falar que um livro no Brasil é maravilhoso, como eu falo que um livro na Inglaterra é. Um livro lá nos Estados Unidos, de certo tipo de editoras, é uma coisa perfeita. Não tem referência no Brasil. Você não consegue fazer design de livros aqui.

Fale um pouco de sua visão sobre a cidade de São Paulo, sobre essa questão do descuido.

Não precisa falar muito porque a cidade de São Paulo é uma cidade basicamente feia. Com a retirada dos anúncios, dos pôsteres, etc., realmente ficou bem melhor. Eu faço uma comparação: se eu vou para a Itália, para Veneza, vou à Praça São Marcos, o acesso é totalmente natural. Nenhum obstáculo, nenhuma referência diferente, há uma diferenciação de elementos visuais, de elementos materiais, que falam assim:

"Você está entrando em uma praça fabulosa". Com o Arco do Triunfo, em Paris, é a mesma coisa. Aí você vê a Praça Roosevelt, ela mete medo. Você não entra nessa praça porque realmente mete medo. Malconstruída, malproporcionada, materiais inadequados, a presença de elementos como supermercado e polícia, que são totalmente inadequados para uma praça. Eu sempre ouço falar em concursos para renovação da Praça Roosevelt, mas quem participa? Os estudantes. Nenhum profissional faz, porque o prêmio não vale a pena. E nenhum profissional participa de um concurso em que entram estudantes também porque, se ele perde para estudantes, fica muito chato.

E o Vale do Anhangabaú?

O Anhangabaú também não é muito popular. Eu tenho medo de ir lá. Tem muito assalto. A Praça da República está sendo renovada de novo, estão pondo bancos para você não deitar. Resolveu? Não sei. Por quê? Porque não são feitos com critério de resolver esse tipo de problema. São feitos com critério aleatório, simplesmente estético, e que não funciona.

Você acha que o projeto arquitetônico feito para a Avenida Paulista, do ponto de vista do design, foi desfigurado?

A Avenida Paulista "sumiu" com o centro financeiro. Como o centro financeiro limitou Nova York, Chicago, um monte de lugares. Tudo isso é mais ou menos parecido. Há edifícios mais bem-acabados e edifícios mal-acabados. É uma avenida sobre a qual você não pode dizer muita coisa - assim como a Faria Lima: ela existe, ela funciona, mas o espaço em si não funciona. ■