

Rico Lins

Há mais de uma década, o trabalho do designer Rico Lins tem sido considerado uma referência de qualidade e inovação no mercado brasileiro do design gráfico. Formado em comunicação visual pela Escola Superior de Desenho Industrial (Esdí), no Rio de Janeiro, em 1976, Lins iniciou a carreira fazendo ilustrações para livros infantis e jornais, entre eles os diários franceses *Lê Monde* e *Liberation*.



Rico Lins permaneceu por seis anos em Paris e depois deu prosseguimento a seu período de estudos no Royal College of Art, em Londres. Acompanhou, na Europa e nos Estados Unidos, o desenvolvimento e a ascensão das ferramentas digitais de trabalho, tendo atuado intensamente junto à indústria de entretenimento norte-americana na virada para os anos 1990. De volta ao Brasil, em 1995, teve breve experiência com a publicidade, seguindo-se a abertura de seu estúdio e a concepção de trabalhos variados, desde cartazes para eventos artísticos, até animações e peças gráficas institucionais. A obra de Rico Lins é terna da exposição Gráfica de Fronteira (*leia reportagem nesta edição, na seção Design*), que esteve em cartaz no Rio de Janeiro e, em maio, será instalada no Instituto Tomie Ohtake, em São Paulo. Entre as realizações de Rico, figuram cartazes para Orquestra Jazz Sinfônica de São Paulo e capas de revistas brasileiras e internacionais.

O que o motivou a escolher o design gráfico como profissão?

Desde pequeno soube que minha direção estava voltada para as comunicações, para a visualidade. Acabei indo parar na Esdi pelas mãos de um tio que conhecia os professores de lá.

Você já fazia gravuras na época, não é?

Eu gostava muito de desenho, sempre estive ligado ao visual. Fazia experiências com desenho animado, em oito milímetros, ainda no ginásio. Essas coisas é que me interessavam, eu era muito ligado ao cartaz, à revista, à coisa gráfica, impressa.

E os anos 1970 eram estimulantes nesse sentido?

Eu morava em São Paulo, e era genial o momento da cultura pop, das capas de discos que transmitiam toda a fantasia da música. Imagine quando saiu o *Sgt. Pepper's!* Era também a época da contracultura, que teve suporte muito forte

dos cartazes, como os poloneses, e da imprensa alternativa, que eram muito visuais. Eu me sentia identificado com esse tipo de expressão, mais direta, de massa, diferente da linguagem da arte de museu.

Que tipos de cartazes?

Via muitos cartazes de teatro, de música, de cinema. Sempre busquei informação em livros, revistas. A informação visual nos vinha através desses eventos, das publicações e das artes plásticas.

São Paulo tinha boas livrarias de arte?

Tinha, sim, e eu também estava próximo de pessoas com boas bibliotecas em São Paulo e no Rio. Meu tio conhecia muitos artistas, tinha excelente coleção de arte. Tive também aula com [o artista plástico Maciej] Babinski e outros muito ativos na época, todos com excelente biblioteca. Meu avô também tinha uns 80 mil livros e eu ficava mergulhando naquelas obras. Além disso, sempre fui um leitor voraz de histórias em quadrinhos. A cultura de massa sempre me atraiu muito, nunca pensei em ser um artista. O que eu queria era fazer cartazes, capas de discos, quadrinhos.

E como era o ambiente da Esdi em relação a essa expectativa?

Olhando retrospectivamente, vejo que o bom da escola era que tinha turmas pequenas, biblioteca legal, alguns professores muito bons e, o mais importante, uma mistura muito grande de grupos diferentes. Desde os alemães de raiz mais conservadora, de metodologia mais linear, até pessoas com outro tipo de postura. Artistas plásticos, como Renina Katz, davam aula lá. E também Aloísio [Magalhães], pessoas da área de cultura, jornalistas. As oficinas de fotografia, tipografia e serigrafia estavam disponíveis para trabalharmos, podíamos experimentar bastante. Por outro lado, era uma escola pequena: se todo mundo estivesse presente, seriam uns 80 ou 90 alunos. Ou seja, o contato com as pessoas era muito direto e o ambiente da escola nos dava espaço para treinar uma musculatura de oposição. Havia espaço

para a transgressão lá dentro, embora a Esdi tivesse uma postura rígida. Eu me lembro de pelo menos uma vez ter feito o enterro de Ulm com o projeto de um caixão ergonômico, perfeito. Foi interessante para exercitar a rebeldia juvenil.

Você já desenvolvia trabalhos profissionais nessa época?

Sim, para a imprensa. Mas foi também nesse período que fiz alguns cursos de arte-educação e comecei a dar aulas de desenho. A arte-educação me deu experiência com a prática do trabalho criativo, no sentido da percepção mais abrangente e transversal de seu potencial de ação. Foi muito interessante perceber o quanto as bases da Bauhaus, da dança, das artes plásticas, enfim, da criação, podem se conectar num trabalho voltado para a criança.

Onde eram ministrados esses cursos?

Na Escola de Arte do Brasil, de Augusto Rodrigues. Em paralelo, comecei a atuar intensivamente na imprensa, e acho que uma grande parcela da minha geração, aqueles que lidam com imagem até hoje, formou-se nesse meio. Foi muito interessante termos que trabalhar com o poder da ambigüidade da imagem. Só assim ela poderia sobreviver sob um regime de censura.

Poderia citar algum trabalho em especial?

Eu falo mais de uma atitude do que de um trabalho específico. Os jornais, por exemplo, eram mandados para Brasília - nem fax existia na época - com os artigos e os desenhos todos numerados. O censor dizia quais números tinham passado. Era um jogo de batalha naval. Alguém na redação ficava ao telefone nos dizendo o que tinha sido aprovado ou não, e muitas vezes não conseguíamos entender o motivo da censura. Aos poucos, começamos a perceber algumas razões implícitas. Por exemplo, a imagem de alguém saindo de algum lugar não era bem vista. Começamos a brincar com algumas dessas hipóteses, e o mais interessante foi o tipo de reflexão que começou a se formar nas

áreas de tendência e cultura dos jornais. Era uma época de muita mudança, muita agitação, nas redações havia artistas plásticos, poetas, músicos, guerrilheiros, sociólogos, todos juntos no mesmo espaço.

Para que jornal você trabalhou?

Particpei de um jornal chamado *Beijo*, que era uma dissidência do *Opinião*. Integravam a publicação Marcos Augusto Gonçalves - atual editor da *Ilustrada*, da *Folha de S. Paulo* -, Ricardo Duarte, que era da *Exame*, e Luiz Stein, entre outros, todos de áreas completamente diferentes, mas ainda trabalhando na imprensa. Lembro-me de um artigo muito interessante, de Ronaldo Britto, em que ele abordava a ilustração na imprensa,

A arte-educação me deu experiência com o trabalho criativo, com a percepção mais abrangente de seu potencial de ação. Foi interessante perceber como as bases da criação podem se conectar num trabalho voltado para a criança.

discutia seu papel e o motivo de ela ocupar o papel da decoração, e não o da palavra. Ele dizia que a imagem não tinha voz, não tomava posição, o que foi uma centelha. Isso nos colocou na posição reivindicatória de um espaço mais opinativo para a imagem, que não necessariamente deveria concordar com o texto.

Isso teve desdobramentos em sua atuação?

Pude experimentar bem essa teoria logo em seguida, quando fui para a França. Era um discurso novo num país em que o discurso político já estava para lá de sedimentado. No Brasil, se você fazia um trabalho para um jornal e depois fazia algo para outro um pouco diferente, já era considerado traidor. Na França eu podia circular com muita desenvoltura de um jornal socialista para um periódico católico progressista, K

mantendo um posicionamento muito claro sobre os assuntos. Consegui preservar a minha opinião através da ilustração.

Qual era a relação dos ilustradores com os editores? Como eram pautadas as ilustrações?

Havia muita liberdade. Escolhíamos meio que na hora entre os trabalhos disponíveis. Eu também trabalhava para *O Globo*, que era o que me sustentava, pois os outros jornais pagavam muito mal.

E depois desses trabalhos para a imprensa?

Quando fui para Paris, em 1979, estava começando a trabalhar com literatura infantil. Queria fazer algo parecido com minha tese na Esdi, sobre o espaço da caricatura na imprensa, relacionado com a ideologia da imagem no livro infantil. Eu tinha que escolher entre um

ção expositivo e criei alguns objetos interativos que, de certa forma, pretendiam despertar no público um pouco da curiosidade que movia a personagem. Só que os franceses eram muito recatados, ficavam olhando de um jeito cuidadoso, de longe, enquanto o que eu queria era só dar dicas com os objetos. Além disso, como eu estava envolvido com o universo da literatura infantil, representei o Brasil em alguns júris. Entrei em contato com tudo o que se produzia no mundo nessa área e fui convidado a organizar uma exposição de livros para crianças com retardo de linguagem. Mas como eu tinha ganho uma bolsa para estudar inglês em Londres, por causa da exposição de *Alice*, e pensando na nova exposição, fui visitar algumas escolas de lá. Fiquei encantado com o Royal College, era fantástico. Veio-me a idéia de estudar a construção da imagem para quem não vê e fui, então, para essa escola.

promisso com a realização de uma idéia é religioso. Uma combinação poderosíssima só pode dar coisa boa. Havia um pouco disso na França também, mas lá eu trabalhava muito, tinha pouco tempo livre. Em Londres, não: eu só estudava, ia aos museus e lia desesperadamente, freqüentava festivais de cinema experimental. Foi um momento de mergulho e reflexão criativa.

Tanta preparação o impulsionou a trabalhar com a indústria de entretenimento dos Estados Unidos?

A indústria cultural sempre me atiçou muito, por isso fui ver como as coisas aconteciam nos Estados Unidos. Entrei em contato com Nigel Homes, da *Time*, e ele me encomendou uma ilustração e passou outros contatos de trabalho. Entre eles, Steven Heller, que estava no *The New York Times*, e Milton Gleiser. Eram pessoas importantes no mercado cultural e senti que havia espaço para mim. Cheguei com vontade nos Estados Unidos, assim como quando decidi ir para a França, e logo consegui desmontar alguns dos mitos que eu tinha em relação ao mercado de lá.

Em que sentido?

Vi que não era tão burocrático e especializado como eu imaginava, que havia um espaço grande para trabalhos completamente diferentes. Era um mercado cheio de pontos de interrogação.

Você pôde, então, continuar atuando com a liberdade criativa que teve na Europa?

Trabalhei com a imprensa escrita, concebi capas de discos, presenciei o auge do videoclipe. Há um livro de Tibor Kalman, posterior a esse momento, que critica a indústria cultural americana, afirmando que ela estava completamente contaminada, sem espaço para nada. Para um artista de cinema piscar precisaria do aval do diretor de marketing. Mas, o mais importante, Kalman fala também que sempre existem lunáticos que acreditam na criação. Ou seja, existem frestas nesse bloco monolítico da ignorância do mercado, e são elas que nós temos de cavar. Antes de ir para os Estados Unidos

Por mais que, para um olhar desavisado, meu trabalho pareça experimental, ele é feito para o mercado estabelecido. Trata-se de propostas diferentes que surgem quando cavamos frestas no bloco monolítico da ignorância do mercado.



Voltou à vida acadêmica?

Dediquei-me a isso nos primeiros seis meses em Londres, até que o coordenador do curso, Gert Dumbar, me desencorajou. Voltei a trabalhar seriamente com a animação,

curso de sociologia ligado à imagem, na Paris 5, Sorbonne, ou de artes plásticas, na Paris 8, Vincennes-Saint Denis. Fui para Vincennes, mas só cursei o primeiro ano, porque não tive bolsa.

Mas teve muito trabalho por lá, não?

Comecei a trabalhar para jornais e editoras logo que cheguei em Paris, com ilustrações e depois com design de exposições. Fiquei seis anos lá. Montei duas mostras bem interessantes, uma delas no Pompidou, sobre *Alice no País das Maravilhas*, obra que eu tinha ilustrado para a [editora] Hachette. Depois me chamaram para fazer uma exposição sobre os ilustradores de *Alice*, o que incluía, por exemplo, Salvador Dali e Pícasso. Organizei o espa-

comecei a cursar fotografia e escultura. Foi muito bom ter voltado tardiamente para a escola. Eu sabia o risco que corria por ter saído do mercado, mas, por outro lado, senti que tinha de mudar e lá era o espaço ideal para isso. Foi o momento de início da mídia digital, ainda embrionária. Enfim, um momento de transição.

Em que eram aplicadas essas novas experiências com linguagem digital?

A MTV estava começando a engatinhar e havia muita animação ligada à indústria do cinema. Estávamos no olho do furacão: foi fantástico estar completamente mergulhado numa cultura de design como a inglesa. Eles têm essa qualidade criativa forte, são excêntricos; para eles, o com-

eu estava olhando só para o bloco, sem conhecê-lo bem. Quando cheguei lá, vi de perto que a situação era outra.

Um misto de experimentação e mercado?

Por mais que, para um olhar desavisado, meu trabalho possa parecer experimental, ele é feito para o mercado estabelecido. São propostas diferentes, que surgem quando cavamos aquelas frestas. Fiz desde capas para o *The New York Times* até vídeos para a MTV. Fui contratado como diretor de arte da CBS Records, uma experiência interessante porque me colocou do outro lado da mesa.

Que trabalhos desenvolveu para a gravadora?

Fiz, por exemplo, um disco de Miles Davis, além de outros de Jazz. A CBS era uma gravadora grande e na época se produzia o LP, o CD e o cassete. Na Europa se podia ficar elaborando uma capa de disco, com todos os requintes, mas nos Estados Unidos não. Ao mesmo tempo, existiam vários subprodutos dos discos, como o videoclipe, os promos, os discos específicos de algumas faixas. De vez em quando em meio a um monte de design ruim, surgia uma peça gráfica genial. É difícil acreditar como se gastava tanto dinheiro com uma produção tão ruim, mas era ela que colocava a indústria em funcionamento e permitia que, de vez em quando, aparecessem coisas geniais.

Por que decidiu voltar ao Brasil?

Fiquei 16 anos fora. Confesso que quando voltei me questioneei se tinha tomado a decisão certa. Mas eu achava que se não armasse as condições para voltar isso não aconteceria nunca mais. Profissionalmente, minha volta foi atrelada à aproximação que tive com o mercado publicitário, que naquele momento vivia no Brasil um período de febre criativa.

Na tevê ou impressa?

Mais na área gráfica impressa. Vim fazer a ponte entre os designers e a publicidade, que, de certa forma, era algo que eu fazia lá fora. Foi uma experiência frus-

trante. Apesar de ter ido trabalhar numa agência legal, a W/Brasil, a percepção do design no mercado publicitário era muito secundária. O design era visto como algo completamente decorativo, não gerava receita. Todas as agências sempre se mantiveram a partir de veiculação, não do design, e nessa lógica você pode fazer a mesma coisa 80 vezes porque o que vai dar o dinheiro é mesmo o plim-plim. É difícil dar nomes aos bois numa situação como essa, em que o trabalho criativo nem aparece mencionado na planilha.

Não existiam frestas no monolito brasileiro?

Ninguém ia procurar fresta num time que estava ganhando. Foi complicada a minha volta. Eu já tinha sentido um pouco essa dificuldade em Nova York, mas lá ela se dissipava porque o mercado era amplo.

Preferiu, então, abrir seu próprio estúdio de design?

Foi um choque cultural muito grande falar no Brasil que eu era autônomo, como sempre fui na Europa e nos Estados Unidos. Agora é o contrário: é difícil encontrar alguém que queira ser empregado.

Há muito se fala sobre a saturação do poder de comunicação da imagem. Qual é o desafio para quem trabalha nessa área?

Vejo a imagem numa crise absoluta de significado, num momento de esvaziamento total. Nosso maior desafio é trabalhar sua ressignificação, no sentido mais direto do termo, de reconstrução do repertório visual, que, no Brasil, talvez fosse pouco mas tinha qualidade, e agora ficou menor e com baixíssima qualidade. Acho isso perigoso. Proliferam os bancos de imagens, o tempo de leitura e de construção visual são cada vez menores e, frente a tanta disponibilidade, não adquirimos a capacidade de editar.

Uma atitude saudosista?

Não estou sendo saudosista, não, falo mais da materialidade no sentido do significado que as coisas têm. Uma folha de papel na internet é outra coisa. Algo co-

lado com cola é diferente do que é colado com durex, com grampo, e assim por diante. Temos que atribuir significado aos objetos que fazem parte do nosso cotidiano, temos que voltar a prestar atenção na nossa realidade, porque acabamos tendo uma relação muito intermediada com as coisas palpáveis, reais. Do ponto de vista do design, tanta intermediação é nociva. Você acaba restringindo o seu leque de opções de significados, de repertórios para o seu trabalho.

Esse é o tema das suas oficinas de design analógico que você realiza?

São workshops em que proíbo o uso de computador. É engraçado ver as pessoas olhando atentamente de novo para os objetos que as cercam, percebendo seus significados e materialidade. O mundo fica mais divertido.

Nosso maior desafio é trabalhar a ressignificação da imagem, no sentido de reconstrução do repertório visual, que, no Brasil, talvez fosse pouco mas tinha qualidade, e agora ficou menor e com baixíssima qualidade. Acho isso muito perigoso.

Há espaço, então, para a diversidade de conceitos, independentemente de o trabalho ser de comunicação de uma marca ou um evento musical?

Há sempre uma pergunta nova a formular, que faz todo o sentido para a comunicação do trabalho. A exposição Gráfica de Fronteira fala exatamente sobre a liberdade que o design tem para articular significados e signos de outras áreas visuais, como as artes plásticas e a ilustração. Há pessoas que dizem que meus trabalhos são autorais, que, por ter estado fora do país por tanto tempo, eu tentaria impor minha marca neles. Isso é uma grande bobagem. Toda a minha produção é desenvolvida para o mercado estabelecido, e essa exposição é uma prova disso. (Por Evelise Grunow) ◆