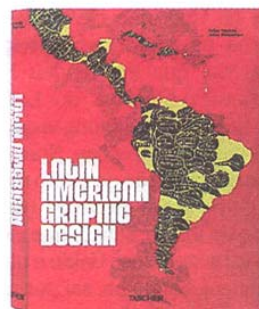


Traço Latino

Por Fátima Sá

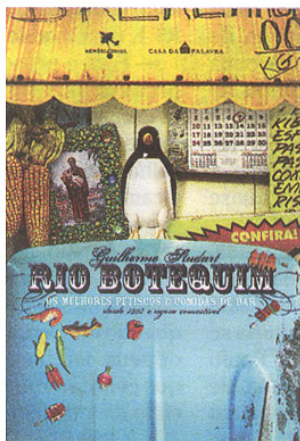
Novo livro da editora Taschen revela o melhor do design gráfico de 20 países, do México à Argentina



Cartaz feito pelo designer equatoriano Diego Corrales para um festival de filmes caseiros em Quito, cidade onde ele mantém seu estúdio



Pôster do grupo panamenho Paranoia Corp, formado por três artistas gráficos, com clientes como Pepsi e Unicef



Capa do guia "Rio Botequim", de 2006, lançado pela Casa da Palavra, com direção de arte do carioca Christiano Menezes

Durante dois anos e meio, o designer Felipe Taborda e o editor Julius Wiedemann vasculharam a América Latina de cima a baixo, procurando os melhores designers gráficos da região. O garimpo começou no México, passou pela Guatemala, chegou a Honduras, atravessou o mar de Cuba e foi descendo, descendo, até alcançar a Argentina. Num dado momento, eram tantos Juans, Pablos e Alejandros que foi preciso criar uma conta de email apenas para se corresponder com a galera. Peneira daqui, peneira dali, restaram os melhores: 189 artistas e escritórios de design espalhados por 20 países (o nosso, inclusive). É a produção desse time que recheia as 544 páginas de "Latin American graphic design", livrão de arte que a editora Taschen lança mundialmente na próxima quarta-feira, em Madri. Por aqui, o lançamento será apenas no dia 25 de setembro, no Oi Futuro, mas o livro já está disponível no site da editora (<www.taschen.com>), onde também pode ser folheado da primeira à última página. De graça.

— Há cinco anos fui convidado pela Taschen para fazer parte de uma seleção ao lado de cem designers de vários países ("Designers

for the 21st century"). Eu era o único sul-americano e fiquei pensando em como o trabalho do lado de cá era pouco conhecido no resto do mundo — lembra Felipe.

Foi a partir daí que ele resolveu propor à Taschen a edição de um livro sobre design latino-americano. Felipe passou meses trocando emails com profissionais da editora alemã. Até que um dia recebeu uma resposta diferente.

— De repente, um tal de Julius me escreveu em português, todo interessado na idéia — ele conta.

O tal de Julius vinha a ser o editor dos segmentos de design, propaganda e animação da Taschen. Apesar do nome gringo, Julius é carioca como Felipe, tinha acabado de lançar um livro sobre design japonês e queria dar continuidade ao projeto, com publicações sobre a arte gráfica em diferentes partes do mundo. A proposta de Felipe caiu como uma luva. Era a fome com a vontade de comer.

— Nos últimos anos, tem havido um crescente interesse pela América Latina. E eu já sabia que íamos encontrar muita coisa boa. Só não imaginava que houvesse tantos profissionais com um trabalho de tanta qualidade. Foi uma surpresa — diz Julius.

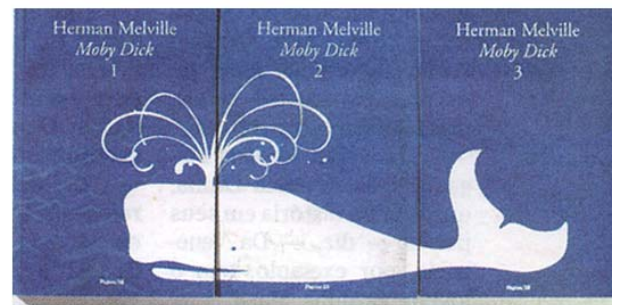
— Viu só? Até a gente conhece pouco os vizinhos — emenda Felipe.

Para apresentar a turma, o livro, que será vendido de Quito a Tóquio, terá duas versões trilingües: uma em inglês, francês e alemão; a outra em espanhol, português e italiano. Todas recheadas com imagens de cartazes, capas de livros, encartes de CDs, páginas de revistas. Folheando a edição, descobre-se trabalhos muito diferentes, mas com pontos em comum, como o humor, a sensualidade e o uso despuadorado da cor, o que, aliás, deu a maior trabalhadeira para ajustar a impressora, acostumada a tons mais neutros.

A maioria dos artistas selecionados pela dupla vem do México. De lá saíram 36 nomes, como o do veterano Carlos Palleiro, na verdade nascido no Uruguai, mas radicado lá. Com um vasto currículo, que inclui até material de campanha eleitoral, Palleiro é um famoso capista de livros e trabalhou para vários selos musicais, além de dar aulas e de ser jurado da Bienal Internacional do Pôster do México.

Outro nome que se destaca na produção do país é o de Pablo Rovalo, que ganhou reconhecimento com o cartaz do premiado filme “Amores perros” (por aqui, “Amores brutos”), dirigido no ano 2000 pelo conterrâneo Alejandro González Iñárritu. Rovalo é colaborador do designer inglês Neville Brody, o criador da finada revista “The Face”.

Logo depois do México, o país com mais designers escolhidos foi o Brasil. Teve 35 nomes citados. Do decano Aloísio Magalhães, morto em 1982, ao jovem carioca Christiano Menezes, designer, ilustrador e fotógrafo do escritório Retina 78. No currículo de Christiano estão capas de livros para várias editoras, como a Companhia das Letras e a Casa da Palavra, além de encartes de CDs de Zeca Pagodinho, Tom Jobim e Milton Nascimento. Também estão no livro, claro, designers cheios de prestígio no exterior, como Giovanni Bianco, que se divide entre São Paulo e Nova York, onde tem escritório, e que é um dos favoritos de Madonna. ▶



Versão do livro
“Moby Dick” criada pelo argentino Alejandro Ros, que é considerado um dos melhores de sua geração no país



Recorrente na iconografia
mexicana, a caveira ganha outras formas no cartaz do veterano artista Carlos Palleiro

► A mistura de gerações aparece em todo o livro. Segundo Felipe Taborda, a idéia foi mostrar os artistas novos, mas também os veteranos.

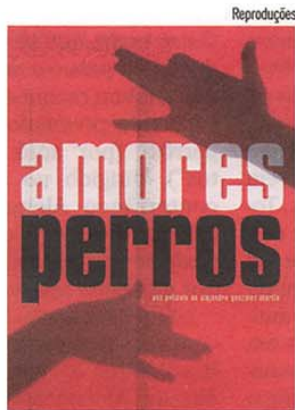
— Os vários Aloisios Magalhães da América Latina, que fizeram história em seus países — diz. — Da Venezuela, por exemplo, tem o jovem estúdio Masa, que cria para a Nike, e o designer Nedo, pioneiro por lá.

Durante todo o tempo, ele e Julius tomaram cuidado para não incluir gente demais do Brasil e deixar de fora nomes bacanas de outros lugares. Assim, a Argentina entrou na lista logo após o Brasil, com 28 nomes. Entre eles, está Alejandro Ros, considerado um dos melhores de sua geração. Famoso por capas de CDs (como as do músico Fito Páez e da banda Bajofondo), ele também se destaca ilustrando livros ("Mulheres alteradas", de Maitena, foi um deles) e criando capas espertíssimas para suplementos do diário "Página/12".

Tendência mundial, os coletivos de artistas também mereceram destaque. Do Panamá vem o grupo Paranoia Corp, que tem clientes como a Pepsi e o Unicef.

Do Equador, o curioso El Pobre Diablo, uma mistura de bar, restaurante, espaço para eventos e estúdio de design. O país, aliás, tem 11 escritórios/designers no livro. Um deles é Diego Corrales, que foi diretor de arte da agência de publicidade Dema, na Alemanha, e hoje vive em Quito. Corrales desenha livros e cria material para espetáculos de dança, teatro, exposições e festivais de cinema.

Ainda que os homens sejam maioria, há mulheres com trabalhos bem interessantes, como a costarriquenha Priscilla Aguirre, que integra o estúdio Lacabeza, e a colombiana Marcela Restrepo, criadora do portal *Lefthandside* — uma espécie de vitrine para artistas canhotos. "Latin American graphic design", afinal, traz profissionais de todos os 20 países da região. E fornece os contatos de cada um deles, além de uma lista quente com publicações e sites sobre design. Para situar o leitor, há ainda um breve histórico da região, onde vivem 500 milhões de pessoas, e suas contribuições para o mundo. Da baunilha ao charuto, passando, claro, pela bossa nova. ●



Cartaz feito pelo mexicano Pablo Rovalo para o filme "Amores brutos", do diretor Alejandro Gonzalez Iñárritu, seu contemporâneo



"Noche de Copas", delicada ilustração da colombiana Marcela Restrepo, que tem vários trabalhos à mostra na internet



Capa do livro "Física", desenhada pelo escritório Lacabeza Estudio, da Costa Rica, onde trabalha a designer Priscila Aguirre



Julius Wiedemann (à direita), com Felipe Taborda: trabalho em parceria

Os olhos sul-americanos da editora alemã Taschen

Há 11 anos fora do Brasil, Julius Wiedemann já se acostumou às caras de surpresa sempre que conta onde nasceu. O nome engana, a pele clara não dá pistas, e o cargo, muito menos. Aos 34 anos, o carioca descendente de alemães (daí o nome) é o editor responsável pelas áreas de criação digital, animação, design gráfico e propaganda da gigantesca Taschen. Começou a trabalhar na editora alemã em março de 2001 e, sete meses depois, lançou "Digital beauties", inaugurando o segmento digital. Até hoje, Julius já levou 20 títulos ao prelo, incluindo o compêndio "Animation now!", organizado pelos realizadores do festival Anima Mundi. Recentemente, sua área alcançou a marca de um milhão de exemplares vendidos e até o fim do ano ganhará mais sete novas publicações — todas lançadas por ele, sozinho, ou com a colaboração de

especialistas, como Felipe Taborda.

A chegada de Julius à Taschen foi por vias tortuosas. Em 1997, após abandonar as faculdades de design e marketing no Rio, ele se mandou para o Japão. Casado com uma designer de produto, viajou acompanhando a mulher, selecionada para um mestrado. Não tinha trabalho em vista e falava japonês de cursinho. Ainda assim, procurou uma editora nipo-brasileira e tentou descolar emprego num jornal. Não havia vagas. Uma semana depois, um funcionário pediu demissão, e Julius virou editor de arte. Passou um ano e meio no cargo, até sair do Japão para estudar *publishing* em Stanford. Um dia, conseguiu uma entrevista com Benedikt Taschen. O poderoso dono da editora fez apenas um pedido: que Julius apresentasse um plano editorial com 20 títulos. Ele sugeriu 25. Ganhou o emprego no ato.