

# Publish

TECNOLOGIA APLICADA ÀS ARTES GRÁFICAS, IMPRESSÃO DIGITAL, DESIGN E CRIAÇÃO

## Impressão Digital

O que falta para crescer no Brasil?

Entrevista com o designer

## Gustavo Piqueira

Ilustração realista no

## Photoshop

A busca pelas

## Certificações Ambientais

## Prêmio Fernando Pini 2011

Cobertura completa

## Guia Publish de Produção Gráfica

Enobrecimento

As tendências da

## Drupa 2012



drupa  
2012  
official  
media  
partner





O designer Gustavo Piqueira

# Gustavo Piqueira

São Paulo, Londres e muitos prêmios

**N**esta edição, *Publish* apresenta um pouco da trajetória profissional do proprietário de uma das agências de design mais importantes, criativas e premiadas do país: Gustavo Piqueira, da Casa Rex.

Com um time de aproximadamente 40 profissionais, Piqueira divide as atividades entre o escritório no bairro paulistano de Perdizes e o de Londres, na Inglaterra, desenvolvendo projetos globais para marcas de consumo, editoriais, corporativos e ambientais, além de outros experimentais, como alfabetos, ilustrações e objetos.

Ao longo de sua carreira, Piqueira recebeu mais de 100 prêmios. Só para citar alguns: são cinco How Design Awards, três Communication Arts Design Awards, dois Pentawards, vinte e nove Creativity Awards, nove IDA International Design Awards, dois Rebrand 100 e um AIGA 50|50. Além de tudo isso, Piqueira ainda encontra tempo para escrever: já possui dez livros publicados sobre temas diversos (de design a futebol), é colunista regular do site internacional Popsop.com e da revista norte-americana *Beauty Packaging Magazine*. Seu mais recente projeto é a idealização e organização da coleção de filosofia clássica *Ideias Vivas*, pela editora WMF Martins Fontes. Confira mais sobre o designer nas próximas páginas.

## Como e quando percebeu que tinha talento para o design?

Acho que nunca percebi que tinha talento para o design. Para ser sincero, ainda hoje me questiono, de tempos em tempos, a esse respeito - quando é que vão descobrir que sou uma fraude? Na verdade, mais do que ter talento ou não, eu gosto de fazer o que faço. Desde os projetos maiores aos mais experimentais, passando pelos livros que escrevo ou ilustro, nada na vida me dá mais prazer. Fazer o que faço é o modo mais completo de se aproveitar a vida - a minha, pelo menos.

## E como foi seu começo na profissão?

Eu estudei arquitetura na FAU/USP, no início dos anos 90. Lá pelo terceiro ano, "descobri" o design gráfico. Havia disciplinas dedicadas à programação visual, um modelo meio multidisciplinar à la Bauhaus, mas nada que houvesse, efetivamente, me seduzido. Para minha sorte, contudo, havia um laboratório de produção gráfica lá, onde era possível desenvolver projetos dos alunos e aprender técnicas de produção gráfica: offset, serigrafia, essas coisas. Quando eu (junto com outros três colegas de curso), descobri isso, arranjei alguém para assinar as listas de presença das aulas sobre fundamentos do concreto armado ou similares, e me enfurnei

naquele laboratório (e na gráfica, que ficava em outro espaço) até o final da faculdade. Daí pra frente, design gráfico passou a fazer parte do meu dia a dia, e conforme o tempo foi passando, se tornou meu ofício.

## Quando viu que era hora de investir de vez no design?

Não havia outra opção. Como disse, era o que eu gostava de fazer. Design nunca foi "trabalho" para mim. Minha relação com a profissão sempre foi pessoal. É, inclusive, uma dificuldade enorme que enfrento hoje, com quase 40 funcionários. A grande maioria deles simplesmente parece não entender que a Casa Rex, no fundo, não é uma "empresa que tem o Gustavo como dono". Não existe a pessoa jurídica. É só um cara, querendo fazer as coisas que gosta, tentando aglutinar pessoas que tenham objetivos semelhantes; fazer projetos relevantes — tanto em porte quanto em linguagem — sem precisar vender a alma para conseguir viver disso. Tento montar não uma empresa, mas algo próximo de uma cooperativa.

## Qual foi seu primeiro trabalho na área?

Uma vez enfiado no laboratório de produção gráfica da FAU, eu e o grupo mencionado passamos a participar de concursos de identidade visual. Era preciso justificar nossa pre-

sença diária lá, afinal. O primeiro foi a marca da Associação dos Deficientes da Região de Sorocaba. Conceito piegas e execução travada mas, mesmo assim, ganhamos. E, enfim, era o primeiro trabalho, não daria para exigir grandes arroubos de brilhantismo.

## Antes do design, você teve algum outro experimento com artes em geral?

Sim, minha porta de entrada no design gráfico, mesmo antes da faculdade, foram os fanzines. Fiz por muito tempo, dos quatorze aos vinte anos. Os valores que carrego até hoje vem deles. Bem mais do que, por exemplo, da faculdade que cursei. Porque o que você faz da vida, seu ofício, depende não só de fadados termos como capacitação técnica ou adequação ao mercado. No ponto zero, o que define sua profissão, seja ela qual for, é a atitude que você tem perante ela. Se é busca por grana, busca por status, mera necessidade... E a minha atitude perante meus projetos - sejam de design, literatura ou ilustração — foi, definitivamente, forjada fazendo fanzines: faça você mesmo, faça do seu jeito, cuide de todas as etapas, não transforme isso numa obrigação, ponha sua alma, não acredite no que te ensinaram como "o jeito certo"... Isso ficou, vai ficar pra sempre. São os mantras que repito, e aos quais me apego, nos dias ruins.

### Qual o trabalho ou trabalhos que fizeram com que você se projetasse no mercado?

Quando eu comecei, acreditava que haveriam esses projetos. O "pulo do gato", o trabalho que me faria saltar de patamar. Com o tempo, percebi que não existe o "pulo do gato". Existe uma busca constante, diária que, se bem feita, vai trazendo frutos. Às vezes, você olha para trás e vê que chegou muito mais longe do que jamais sonhou. Mas que não houve "o grande momento". A realidade é mais silenciosa, constante. É mais trabalho duro e esforço do que grandes insights.

### Qual o trabalho que mais te marcou?

Os trabalhos que mais me marcaram não são, efetivamente, aqueles que obtiveram maior reconhecimento, como prêmios. Nem maior visibilidade. Foram aqueles em que eu comecei pensando "não vou conseguir fazer isso" e, no fim, consegui. Ou seja, foram aqueles que me fizeram vencer algumas barreiras internas. Ampliar meus próprios limites.

### Qual a maior influência no seu trabalho? Há algum professor, designer, trabalho, escola ou método que você tem como parâmetro?

Minhas maiores influências não são designers, mas escritores. Com Marcel Proust, aprendi quase tudo sobre a verdade sensível — a única que, no fim das contas, existe (e item fundamental num projeto de design). Com Montaigne, a percepção de que é possível adotar o "conhece-te a ti mesmo" despidido de arrogância, prepotência ou verniz, além de misturar vivências distintas como parte de uma mesma coisa. E, por fim, "Ilusões Perdidas" e "Pai Goriot" de Balzac me ensinaram tudo o que precisei saber para me virar no "mundo dos negócios".

### Como você vê o ensino de design no país? Tanto os profissionais que ensinam quanto as escolas estão preparados?

Acho que o momento é de ajuste, após um inchaço desenfreado na quantidade de cursos e alunos. E esse ajuste é, por mais doloroso que seja, necessário. A profissão parece simples, mas está bem longe disso. Bem longe. E a preparação de um profissional vai muito além de noções básicas de história da arte + marketing + softwares, como muitas vezes parece.

### E o crescimento da chamada economia criativa, no Brasil e no exterior? Como você vê este movimento?

É ótimo, claro! Afinal, é onde eu opero. Há,

contudo, uma enorme romantização do trabalho criativo que, na verdade, não corresponde ao trabalho em si. Uma "mágica" que não passa de ficção. Há pouco, um candidato a uma vaga colocou, como um dos principais motivos para buscar trabalhar na Casa Rex, o fato de "querer me assistir trabalhando", como se eu realizasse alguma performance enquanto trabalho... Achei curioso e, refletindo um pouco mais, percebi que era relacionado à essa pretensa aura mágica que envolve o trabalho criativo. Ele certamente se decepcionaria ao me "assistir" sentado o dia inteiro em frente ao computador, bem quietinho... Trabalhar na economia dita criativa não é um cool lifestyle. Mas muita gente parece não saber disso...

### Você acha que o designer brasileiro tem algo a mais em relação aos estrangeiros, ou ainda estamos um pouco atrás?

Difícil generalizar. O design no Brasil, como um todo, não apenas em termos de designers, é uma cultura mais recente — quer se goste ou não. Logo, natural que haja uma defasagem histórica ainda não totalmente recuperada. Mas o cenário vem se alterando rapidamente, não dá pra negar. Contudo, como afirmei, ainda há um caminho a se percorrer.

### Qual área do design que você considera como a mais promissora hoje? Há uma área no Brasil e uma no exterior, ou hoje estão todos no mesmo patamar?

Não consigo dizer. Primeiro, porque "promissor" pode ter várias leituras, não apenas a de "potencial de mercado". Segundo, porque acredito que existam oportunidades nos mais diversos segmentos — o segredo está em conseguir se posicionar de modo a conseguir atendê-los.

### Como nasceu a Casa Rex e qual principal foco de atuação hoje?

A Casa Rex, na verdade, é um mero aperfeiçoamento do trabalho que venho desenvolvendo. Uma proposta de atuação ampla, voltada à real excelência criativa. Não temos um principal foco, falando em termos de segmento. Fazemos desde guidelines globais para algumas das maiores marcas de consumo do mundo, até projetos de porte minúsculo. Nosso foco são projetos interessantes — mas o motivo pelo qual um projeto se mostra interessante não pode ser definido a priori. Às vezes é seu porte, às vezes o grau de experimentação que possibilita. Às vezes



Dove Dual Treatment — Projeto global de embalagem, Unilever Reino Unido (2010)



Coleção Ideias Vivas — Idealização, organização e projeto gráfico, WMF Martins Fontes (2011)

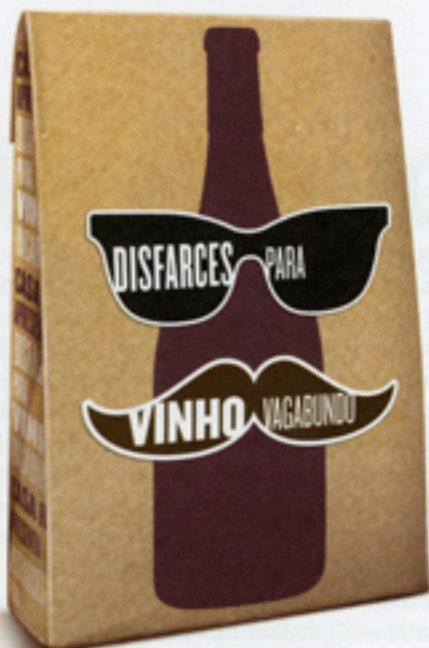


Coleção Empório — Conceito criativo e projeto gráfico para linha de produtos, Livraria Cultura (2011)

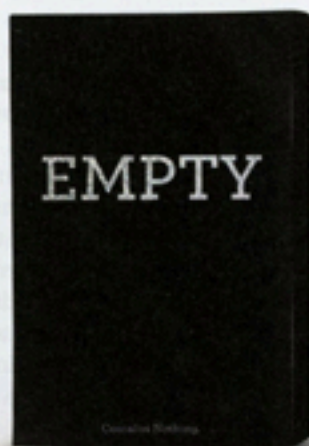
# 中華

Zhong Hua — Identidade visual de linha de cremes dentais, Unilever China (2011)

Disfarces para Vinho Vagabundo — Projeto experimental (2011)



A incrível coleção holográfica de embalagens vazias — Conceito criativo e embalagens, Dixie Toga (2010)



Valeur Absolue — Identidade visual para empresa de fragrâncias finas, Suíça (2011)

outra coisa. O que tentamos, sempre, é ser uma casa de design gráfico. Existe planejamento, estratégia, operação e etc. Mas todas as áreas estão submetidas ao design, e não o contrário. Fazer uma mega estratégia para, no final, entregar um design genérico e monótono não nos interessa, definitivamente. Trabalhar só por grana também não.

### E a filial em Londres? Qual motivo levou a abertura da filial e como estão as atividades por lá?

Há dois anos, percebi que poderia ser possível começar a desenvolver projetos para fora do país, e a filial foi uma decorrência desse movimento. As atividades vão bem. Na verdade, muito melhor do que o esperado. Hoje, 50% do nosso faturamento vem de projetos internacionais. E a previsão é que, em um ano, esse percentual suba para 75%. Estamos trabalhando não apenas com a Europa Ocidental, mas também para Estados Unidos, China, Rússia e Índia. E a sede de Londres funciona, além de suporte para os projetos de lá, também como um endosso dessa atuação global. Claro, por conta dos diversos fusos, minha rotina foi pro espaço. Por outro lado, é bem divertido tirar um projeto da Pentagram ou da Landor, apresentar sua visão de design para uma audiência de VPs de uma das maiores marcas de cosméticos do mundo num auditório da Saatchi Gallery, desenvolver identidade visual para uma companhia francesa de fine fragrances ou redesenhar uma marca em chinês — todos fatos que aconteceram este ano. É, no fundo, uma grande aventura, principalmente levando-se em conta que a gente não trabalha com intermediários (como agências de publicidade) e somos uma empresa 100% independente. Eu brinco com o pessoal aqui dizendo que conquistar o mundo é fácil. A graça está em conquistar o mundo sem sair do bairro de Perdizes.

### Que mensagem você deixaria para o jovem estudante de design?

Parafraseando a mim mesmo: Faça você mesmo, faça do seu jeito, cuide de todas as etapas, não transforme isso numa obrigação, ponha sua alma, não acredite no que te ensinaram como "o jeito certo".

Get Info

Casa Rex

[www.casarex.com](http://www.casarex.com)