

A NOVA 'TREND' DO DESIGN DE COLECCÇÃO

As leiloeiras rendem-se. As galerias procuram-no. Os colecionadores começam a achá-lo irresistível. Ultrapassada a recessão, o design de colecção está de novo em alta. Da beleza do pós-guerra ao arrojado das peças contemporâneas, retrato de um mercado em expansão, que tem ainda muito para crescer. TEXTO DE MADALENA GALAMBA

Em 1999, quando Alexander Payne, director da leiloeira Phillips de Pury inventou o termo "Design Art", o mercado do design tal como o conhecemos dava os primeiros passos e a palavra "arte" era realmente uma muleta. Como se o design, titubeante, precisasse dessa proximidade com a arte para se afirmar e conquistar a confiança dos compradores. A maior parte dos designers saltavam sem hesitar para o grande barco da "design art", desde que a etiqueta, certa ou errada, os ajudasse a convencer de que aquela peça única – uma mesa, uma cadeira, uma jarra – podia valer tanto quanto uma pintura. Hoje já não é assim. Os especialistas concordam que o mercado do design de colecção ainda não atingiu a maturidade, mas para lá caminha. É um promissor jovem adulto. Finalmente autónomo, perto da arte 'ma non troppo'.

Uma mesa de Charlotte Perriand, desenhada nos anos 30 do século passado. Uma cadeira de madeira, que se mantém de pé, coesa e unida, porque foi pacientemente embrulhada num imenso fio colorido, prescindindo de pregos ou parafusos, pela "máquina" do chileno Anton Alvarez em 2014. O que têm em comum? Ambas são design de colecção. Um termo que serve para identificar todo o design que, pela sua raridade, beleza, conceito ou processo (ou uma irrepetível mistura de tudo isto), se comercializa como objecto de colecção, equiparável, mas não idêntico, a uma obra de arte. Não é o "design nosso de cada dia", aquele que nos rodeia, com o qual interagimos, quase sempre sem reparar. É especial, experimental, sublime. Podia estar num museu, mas está nas nossas casas. Pode até olhar-se como arte, mas vive-se como a própria vida.

É este o design mais cobiçado. As leiloeiras internacionais acotovelam-se para angariar as peças mais raras, as galerias de design competem pela exclusividade dos melhores designers. Feiras como a Design Miami/Basel congregam vendedores, colecionadores, designers e 'celebrities' à procura da peça mais rara ou do 'one-off' do designer do momento. E a pergunta é: O que é que o design tem?

Tem muito. Tem tudo. Forma, estética, ideia, processo. Ah sim – e função (podemos comprar uma cadeira Eames só para a contemplar, é verdade. Mas também podemos sentar-nos nela). Mas é porque tem mais que isso, que as pessoas se apaixonam, dizem os especialistas. Como o português Guilherme Braga da Cruz, criador, com Diana Sequeira, da Show Me Design & Art, a única galeria da Península Ibérica exclusivamente dedicada ao design contemporâneo. Situada perto de Braga, em Encourados, representa, com orgulho, designers portugueses e estrangeiros desde 2009. "O que acho que o design tem, e é fantástico, é que mexe muito com os sentimentos das pessoas" explica Braga da Cruz, "A arte contemporânea também o faz, mas vemo-la com muito mais facilidade: há muitas mais galerias, museus... Com o design não acontece isso. As pessoas que não estão na área, não o vêem com frequência. Portanto, quando vêem uma peça, e quando a peça lhes é explicada, a transformação da sua reacção é fantástica. Já vi pessoas a admirar peças e a ficarem completamente fascinadas com a sua história. Acho que isso no design é incrível".

Cécile Verdier move-se em águas ligeiramente diferentes. É directora para a Europa do departamento de 20th Century Decorative Arts and Design na Sotheby's, pelo que a sua "praia" não é tanto o design contemporâneo. Mas a sua opinião coincide: "Penso que a verdadeira razão da compra é emocional. Mas, tal como acontece no mundo da arte, há muitos colecionadores de



As galerias têm o papel importante de apoiar os melhores criadores ou de lançar novos talentos. Galerias como a Kreo, em Paris (foto candeeiro), dos irmãos designers Ronan e Erwan Bouroullec, ou a Show Me Design & Art (restantes fotos), em Braga, que defende designers nacionais e estrangeiros.



Esta mesa extensível, desenhada em 1930 pela francesa Charlotte Perriand fez mais de 500 mil euros num leilão da Sotheby's.

design que sabem o que estão a comprar, estão bem informados”.

Em Portugal não é bem assim. Há colecionadores, há procura, mas a generalidade das pessoas não está, ainda, bem informada. “No mercado internacional, Europa central e Europa do Norte, as pessoas estão muito informadas. Nós participamos em feiras lá fora – por exemplo, estivemos este ano no Design Days Dubai – e noto que as pessoas, quando vêm falar comigo, mesmo de designers portugueses que nós representamos, sabem muita coisa sobre eles. Em Portugal não sabem. Não é um público informado”, explica Braga da Cruz.

UM MERCADO EM EBULIÇÃO

Rodman Primack esteve vários anos à frente da leiloeira Phillips de Pury, principal instigadora da mudança no mercado do design. Fundada em 1796, foi a primeira das “grandes” a focar-se exclusivamente no mercado contemporâneo. Desde Fevereiro, Primack é o novo director executivo da mais importante feira de design de colecção do mundo: a Design Miami/Basel, que em Dezembro celebra a sua décima edição com um pavilhão desenhado por Jonathan Muecke, um jovem designer de Mineápolis que trabalhou com Herzog & De Meuron e que representa o “sangue novo” tão procurado. Na Design Miami/Basel, um “fórum global para o design”, não se entra por convite, mas quase. Uma galeria aspirante terá de pagar mais de 500 dólares à cabeça só para entrar no processo de selecção. “Na última década, o mercado tornou-se muito mais sólido. O mercado precisava de um lugar central, que congregasse as galerias, os designers, os vendedores, os colecionadores, e esse lugar é a Design Miami/Basel”, diz Primack.

Na viragem para o século XXI, a Phillips de Pury liderou a reestruturação do mercado leiloeiro na área do design. Fê-lo extravasar os limites das simples artes decorativas e empurrou-o para o terreno muito mais arriscado, mas também lucrativo, do design contemporâneo. Foi uma mudança ousada, mas bem-sucedida. Em 2013, os leilões de design da Phillips, em Londres e Nova Iorque, geraram mais de 30 milhões de euros.

Ainda assim, as peças mais antigas, do início do século XX e também as do pós-guerra, continuam a ser as mais valiosas. Durante anos, as grandes peças Art Deco, especialmente as francesas dos anos 20 e 30, foram as mais procuradas. Depois a oferta alargou-se ao design da segunda metade do século, com ênfase no pós-guerra. Hoje, engloba o século XXI, com nomes como Marc Newson, Ron Arad, Zaha Hadid, Maarten Baas, Martin



OS COLECCIONADORES DEVEM INVESTIR NAQUILO DE QUE GOSTAM, ATÉ PORQUE TERÃO DE VIVER COM AQUELAS PEÇAS.



Szekely, Studio Job e Hella Jongerius a atingirem valores importantes. Qual é o grau de maturidade do mercado? “Seria irrealista pensar que ao fim de dez anos o mercado do design de colecção pudesse estar maduro. A verdade é que fora do mundo do design em sentido estrito, existem poucos indicadores que tragam valor ao design mais recente. As ‘antiguidades’ mesmo no terreno do design, são validadas pela academia, pelos museus, pelas galerias. Isso acontece muito pouco com o design contemporâneo. As pessoas ainda estão a aprender. Isso leva tempo, mas lá chegaremos” confia Primack.

A opinião é consensual, tanto do lado dos históricos, as leiloeiras de sempre, como do lado dos novos ‘players’ do mercado. Na Phillips de Pury, Ben Williams, ‘senior specialist’, confirma “Não me parece que o mercado tenha atingido a maturidade, mas sem dúvida cria muitas oportunidades para compradores e vendedores. Tem uma dinâmica semelhante ao mercado da arte contemporânea, e também é muito internacional”. Na mais conservadora Sotheby’s, a perspectiva é semelhante. Cécile Verdier aponta o caminho: “A tendência geral é para o mercado se movimentar sobretudo a partir dos anos 1950. Esse é o gosto que impera hoje, e são as peças mais procuradas. Peças de Jean Prouvé, Charlotte Perriand, Jean Royère, são realmente as mais fortes. Depois, há vários nichos, micromercados: o design escandinavo, o design italiano. Os designers do fim do século XX, como Ron Arad e Zaha Hadid, apesar de muito bons e de terem muita procura, sofreram bastante. Aqui o mercado não está ainda maduro.” A parte boa? Há ainda muito terreno por desbravar.

Dito isto, será o design de colecção um bom investimento? “Aconselhamos sempre os nossos clientes a investirem naquilo de que gostam. Terão de viver com aquelas peças por isso devem confiar na sua opinião. As peças de design parecem conservar ou aumentar o seu valor e isso torna-as um investimento muito atraente”, diz Ben Williams, da Phillips. Na Christie’s, há mais prudência. Apesar de terem leiloado várias peças do século XX acima do milhão de dólares (entre elas, um cadeirão de Eileen Gray, que tinha pertencido a Yves Saint Laurent, por 21,9 milhões de euros), prognósticos, só depois do jogo: “Podemos retirar conclusões a partir de alguns padrões, mas não podemos prever o futuro. Por isso o meu conselho é que os colecionadores comprem acima de tudo porque se sentem genuinamente atraídos por uma peça, não com um intuito especulativo”, conclui Phillippe Garner, Diretor Internacional de 20th Century Decorative Art and Design da Christie’s.



A “Lockheed Lounge” de Marc Newson é a peça de design mais cara de um autor vivo: 1,5 milhões de euros em leilão. Já a cadeira de Eileen Gray (ao lado), que pertenceu a Yves Saint Laurent, atingiu os 21,9 milhões. Em cima, os fundadores da Carpenter’s Workshop Gallery.

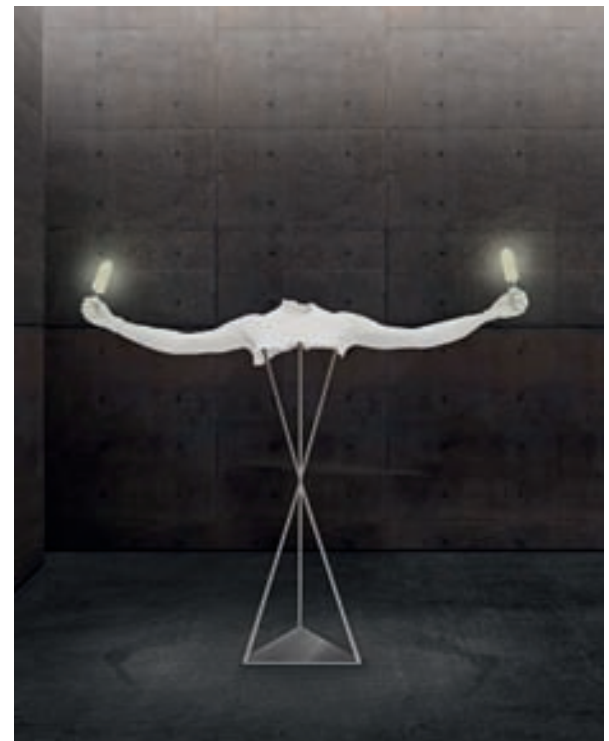
OS COLECCIONADORES

Tal como não existe um só mercado, também o perfil dos colecionadores varia. Não há um colecionador-tipo. Ainda assim, podem dividir-se em dois grupos: aqueles que, sendo colecionadores de arte, se interessam também pelo design, e aqueles, mais raros, que compram apenas design. “80% dos colecionadores de design são também colecionadores de arte moderna ou contemporânea. Eu diria que só 5% se interessam exclusivamente por design” esclarece Primack.

Cécile Verdier não discorda: “Nem todos os colecionadores de arte contemporânea são colecionadores de design. Há muitos que continuam a ver o design como estando mais próximo das artes decorativas, não como arte. Mas há cada vez mais colecionadores de arte contemporânea que são verdadeiros colecionadores de design. São pessoas informadas, cultas, que percebem que uma boa peça de design envolve estética, uma forma bela, o trabalho de um material, que corresponde a uma época, mas também uma reflexão sobre a função. Os colecionadores de design entendem-no e dão valor a isso”.

Em Portugal, não é diferente. “Obviamente que os primeiros a interessar-se são aqueles que vêm da arte contemporânea. Têm mais facilidade e sensibilidade para perceber o design”, explica Braga da Cruz. “Contudo, muitas vezes as peças de design são chamativas e interessantes, portanto há muita gente que nem sequer é compradora de arte mas que se apaixona pelas peças.”

HÁ CADA VEZ MAIS COLECCIONADORES DE ARTE CONTEMPORÂNEA QUE SÃO VERDADEIROS COLECCIONADORES DE DESIGN.





Histórico ou contemporâneo, o que atrai os colecionadores para o design? O director da Design Miami/Basel não tem dúvidas: “A parte mais interessante do design é o conceito, a ideia que está por detrás do objecto. Penso que o design se torna atraente, também, porque as pessoas podem usá-lo. As pessoas integram o design nas suas vidas, não compram uma peça para tê-la num armazém, ou simplesmente pelo prazer visual que proporciona. E é só quando interagimos com um objecto de design estamos realmente a vivê-lo. Uma cadeira antiga de (Jean) Prouvé fica mais bonita com o tempo, com a ‘patine’. Estes objectos ficam melhores com o tempo”.

VALORREAL

O protótipo da ‘chaise-longue’ “Lockheed Lounge” (1985), de Marc Newson, é a peça de um designer vivo a atingir um valor mais alto num leilão. Na Phillips, atingiu 1,5 milhões de euros. Apesar destes picos, a tendência do mercado é mais conservadora: as peças mais antigas continuam a ser as mais procuradas. Leiloeiras mais “modernas”, como a Phillips, atrevem-se a levar este tipo de peças a martelo mas as clássicas olham estas extravagâncias com alguma desconfiança. O mercado do design não é comparável, em termos de volume, às receitas geradas em leilões de arte. Mas, pouco a pouco, vai ganhando terreno. Um dos seus principais problemas é a falta de exclusividade, dizem as leiloeiras da velha guarda. São raras as peças únicas. E é justamente essa raridade, do único e irrepetível, que os colecionadores (sobretudo aqueles ainda amarrados à lógica autoral) procuram. O design de colecção, regra geral, é dominado pelas edições limitadas. Quanto mais peças se editam, mais se apaga a aura do objecto irrepetível. E é aí que as galerias entram em cena, editando peças únicas, que contrariam a ideia de que o design, por definição, não é exclusivo.

“Penso que os colecionadores de design, hoje, compreendem que há muitíssimo ainda por descobrir. E isso é importante e interessante”, explica Cécile Verdier.

Na sua casa, a Sotheby’s, fazem-se apenas dois leilões anuais. São leilões de grandes lotes, o que significa que os peixes miúdos (peças que partem de uma estimativa entre os 1000 e os 2000 euros) não entram. Paralelamente, a Sotheby’s organiza leilões dedicados à venda de uma colecção inteira. Foi este o caso do recheio de dois apartamentos (um em Londres, outro em Paris), decorados com peças de Garouste & Bonetti, uma dupla que fez furor nos anos 80, e que hoje vive um ‘comeback’. O resultado: um espelho de parede ultrapassou os 100 mil euros, e o conjunto do leilão, que tinha uma estimativa de 400 mil euros, fez 950 mil euros. Em 2013, os leilões de artes decorativas e design da Sotheby’s fizeram 15 milhões de euros. Um número impressionante, mas ainda muito distante dos valores no mercado da arte.

OS CONTEMPORÂNEOS

Se as leiloeiras servem para testar as peças e os ‘designers’, e fixar o seu valor real, as galerias servem para apoiar os melhores criadores ou lançar novos talentos.

Nos últimos anos, sobretudo na Europa, nasceram várias galerias dedicadas em exclusivo ao design de colecção. É o caso da Galerie Kreo, em Paris, líder indiscutível na edição de design de autor, que representa grandes nomes como os irmãos Bouroullec e Konstantin Grcic, ou o português Fernando Brizio.

Em Portugal, para além da Show Me, existe a Galeria Bessa Pereira, em Lisboa, que expõe e comercializa design do século XX, com ênfase no design português (José Espinho, Daciano da Costa, entre outros), e a Appleton Square, que, não sendo especializada em design, abriu caminho, com exposições e performances de designers portugueses reconhecidos como Miguel Vieira Baptista, Miguel Rios e Filipe Alarcão.

Em Londres, a galeria Libby Sellers tem marcado uma posição destacada. Criada em 2007 pela antiga Senior Curator do Design Museum de Londres, representa alguns dos mais talentosos designers da atualidade. Sellers admite que usou o modelo da galeria de arte para montar o seu negócio, mas “prefere trabalhar com designers contemporâneos”. Não muito longe, no bairro de Chelsea, nasceu em 2006, numa antiga oficina de carpinteiro, a Carpenter’s Workshop Gallery. Criada por dois franceses, Loic le Gaillard e Julien Lombrail, a Carpenter’s abriu recentemente uma segunda casa em Paris, em pleno Marais. É um espaço maior – 600m² – que lhes permite expor peças de grandes dimensões. A Carpenter’s tem uma postura mais conciliadora: representa lendas vivas do design, como Andrea Branzi, e também designers contemporâneos. Também os preços são abrangentes: de 1000 euros a 300 mil euros, consoante seja uma edição limitada ou uma peça única. Aurelie Julien, directora adjunta da Carpenter’s, não esconde o seu entusiasmo “O mercado transformou-se imenso desde a fundação da galeria. O design é visto como uma melhor oportunidade de investimento hoje do que antes, porque há dez anos os compradores não entendiam as bases do mercado. Hoje os colecionadores estão muito melhor informados e ao mesmo tempo as definições de arte e design sobrepõem-se”.

E aqui tocamos o ponto sensível. É que enquanto para alguns, o design e a arte tendem a fundir-se num híbrido chamado, precisamente, “design art”, para outros são dois mundos totalmente diferentes. Libby Sellers é categórica “Essa palavra é um termo mal concebido”. Mais moderado, Rodman Primack avança “Não gosto da expressão ‘design art’. Acho que foi um termo que se inventou para apresentar o design, aproximando-o da arte. Eu prefiro dizer ‘design de colecção’. O design não tem de ser arte para ter valor. Há muitos designers que fazem arte e não deixam de ser designers”.