

Bozzetti, um Modernista Contemporâneo

Bozzetti, a Contemporary Modernist

Curtis, Maria do Carmo; Ms; Centro Universitário Feevale
mcurtis@feevale.br

Cossio, Gustavo; Ba; Universidade Luterana do Brasil
dsgcossio@gmail.com

Resumo

Este artigo trata sobre Norberto Bozzetti, designer gráfico brasileiro atuante desde a década de 1960. Seu portfolio registra o desenvolvimento de projetos de identidade visual para diversos setores da indústria nacional. Sobre suas vivências, relata a interação com o entorno físico e cultural impregnado pelo *american way of life*, além de ter sido influenciado pela cultura européia, sobretudo alemã. Este aporte acaba por lhe imprimir um padrão formal característico da geração modernista do design gráfico europeu, embora permaneça atento à estética contemporânea. O artigo ressalta sua atuação, pois, ao longo de sua carreira profissional, Bozzetti contribui para a consolidação de uma cultura de design.

Palavras Chave: design gráfico; modernismo; estética.

Abstract

This article discourses on Norberto Bozzetti, a Brazilian graphic designer active since the 1960s. His portfolio presents the development of visual identity projects for several segments on the national industry. When it comes to his experiences, he speaks about the interaction with the physical and cultural surroundings impregnated by the American way of life, in addition to the European culture influence. This contributes to his assimilation of a formal pattern which characterizes the European modernist graphic design generation, even though he keeps himself aware of the contemporary aesthetics. The article points out his career once Bozzetti contributes to the design culture establishment.

Keywords: *graphic design; modernism; aesthetics.*

Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

Apresentação

Esta abordagem sobre Norberto Bozzetti significa mais do que um mero reconhecimento acerca do autor de inúmeras marcas com as quais convivemos. Ao falar sobre um profissional pioneiro no sul do país, temos a dimensão de sua luta de cinco décadas pela consolidação da atividade, tanto no meio acadêmico quanto para a absorção de uma cultura de design pela sociedade. Esta postura não se dá apenas pelos seus esforços em prol da regulamentação da profissão, mas também pelo desenvolvimento de trabalhos fortemente influenciados pela estética das escolas européias, traduzindo em seus projetos o espírito modernizador articulado pelo design entre o ambiente corporativo e suas necessidades de comunicação.

Trajatória: desenho & projeto

Nascido em 1941 na cidade de Rio Grande, no interior do Rio Grande do Sul, Norberto José Pinheiro Bozzetti começa desde cedo a povoar sua imaginação com os personagens das histórias em quadrinhos. E, de lápis em punho, enfrenta as “infinitas possibilidades gráficas de uma folha em branco”.

Na infância mudou-se para a cidade de São Paulo, onde começou precocemente como auxiliar de desenhista na editora de revistas em quadrinhos La Selva. Aos nove anos de idade integrou a equipe como aprendiz, sendo o responsável por passar tinta nos desenhos. Mais tarde desenhou gráficos de jogos de futebol. Os gols eram retratados em diagramas para publicação na revista *Manchete Esportiva*, do Rio de Janeiro. Inquieto, retorna ao Sul ainda na adolescência, quando passa a desenhar *cartoons* para a Revista da Editora Globo¹.

A seguir, aos dezoito anos, conquista seu primeiro emprego em uma agência de propaganda. Sobre este período, ele afirma ter sido uma excelente escola devido ao seu primeiro contato com *layouts*. Nesta época, os encontros diários nos finais de tarde com outros diretores de arte foram enriquecedores para o jovem profissional (Bozzetti, 2004:24).

Sob o ponto de vista histórico, Bozzetti (2004:32) distingue quatro momentos na inserção do design no Rio Grande do Sul². O primeiro diz respeito ao desenvolvimento, seja de produto ou gráfico, por nativos e imigrantes a partir de soluções próprias, ou seja, o estágio primitivo do processo. O período entre as duas guerras mundiais, 1919 a 1939, constitui o segundo momento em que a incipiente indústria gaúcha necessita de alternativas de maior complexidade, sendo que os responsáveis pelos trabalhos também participavam da vida artística da região. Além disso, recebiam as influências da estética européia. Um terceiro momento ocorre com a relativa consolidação da indústria local nas décadas de 1920 a 1950

¹ Informação oral obtida em entrevista realizada pelos autores com Norberto Bozzetti em 12 de março de 2008, no Centro Universitário UniRitter.

² A respeito desta questão no cenário nacional, ver o texto de introdução do livro *O Design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870- 1960*. CARDOSO, Rafael (org.). São Paulo: Cosac Naify, 2005.

cuja ênfase incide na obtenção de soluções técnicas. Ao longo da década de 1950, quando o ensino superior de arquitetura começa a se afirmar, inicia uma nova fase para as artes aplicadas.

A partir de 1952 instaura-se uma etapa decisiva no contexto gaúcho com a instalação do núcleo autônomo de ensino da Faculdade de Arquitetura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)³, que passa a contemplar a atividade projetual em parâmetros que conciliam arte e técnica. Até então, o desenvolvimento de projetos no cenário acadêmico local priorizava a forma, no âmbito da arte, ou a função, na engenharia. Assim, os debates gerados no meio acadêmico contribuíam para o exercício do projeto, porém, numa concepção em que a arte ficava distante da técnica. Neste momento crucial para a formação do design no sul do país, o jovem Bozzetti ingressa na FAU/UFRGS.

É evidente o impacto que a graduação, concluída em 1966, acarretou em sua formação em design. Após todo um percurso realizado em editoras, na publicidade e no desenvolvimento de trabalhos gráficos, o ambiente acadêmico ofereceu condições favoráveis para consolidar sua vocação. Em síntese, ao recordar a contribuição da academia, Norberto Bozzetti, ressalta a peculiar visão dos arquitetos, orientada para a projeção. Já nos seus dias de universitário, os professores falavam em *partido geral, anteprojecto, e análise do problema a resolver*, aspectos metodológicos que também integram o aporte teórico dos designers.

O relato acerca a contribuição da arquitetura na sua formação exprime a perspectiva histórica tardia da inserção de uma cultura voltada ao design, e corrobora o descompasso existente entre o cenário local e o contexto europeu. Neste período a Alemanha testemunha já uma espécie de reedição da Bauhaus, ao inaugurar a HFG, Ulm⁴. Paradigma do ensino em design, a Bauhaus evolui na Alemanha durante o período pós Primeira Guerra Mundial. Os produtos originários desta escola caracterizam-se pela configuração prático-funcional, cuja aparência visual fundamenta-se numa teoria estética elementar (Löbach, 2001:83). A inovação pedagógica desta proposta reside no objetivo de reunir as disciplinas artesanais e artísticas da construção sob a primazia da arquitetura. Desde a fundação da escola em 1919, Walter Gropius defende uma proposta de ensino projetual em que *arte & técnica* constituíam uma nova unidade. Atenta às manifestações culturais, a Bauhaus empregou elementos do desenho provenientes de movimentos artísticos modernistas para desenvolver projetos⁵.

³ Até a década de 1940 existiam dois cursos de arquitetura em Porto Alegre, cada um vinculado a diferentes instâncias do ensino superior; em 1945 o Instituto de Belas Artes, IBA, implantou o Curso de Arquitetura, mais tarde a Escola de Engenharia também. Em 1948, com a federalização da Universidade foi feita a fusão dos dois cursos. Porém, o Conselho Universitário decidiu por um Instituto de Arquitetura anexo à Escola de Engenharia. Somente em 1952, devido a movimentos estudantis e sociais, foi instalada a Faculdade de Arquitetura da UFRGS (Bered, 2002:41).

⁴ A Bauhaus (1920-1933) e a Escola de Ulm (1953-1968) compartilhavam do mesmo ideário, concebendo o design como uma influência reformadora da sociedade. No entanto, o modelo ulminiano descarta a orientação estético-formal da Bauhaus e incorpora novas disciplinas científicas com ênfase em pesquisa ergonômica, métodos analíticos quantitativos, modelos matemáticos de projeto e o avanço científico e metodológico (Denis, 2000:170).

⁵ Movimentos modernistas como o Cubismo, o Construtivismo, e o de Stijl, os quais abstraíram os elementos visuais a figuras geométricas como o quadrado, o círculo e o triângulo equilátero e às cores primárias, amarelo, azul e vermelho, para realizar suas obras artísticas.

A teoria estética da redução das formas da cultura material aos elementos geométricos básicos consolidou-se na segunda metade da década de 1920, devido à integração da Bauhaus com a indústria e uma orientação projetual voltada ao usuário. Mais tarde, no período pós-guerra, os produtos bauhausianos constituem-se paradigmas para o Good Design.

Bozzetti destaca a influência que a Hochschule für Gestaltung, HFG de Ulm, exerce no entendimento do design como um tema importante para o ensino superior no Brasil. A Escola de Ulm atrai estudantes latinos que buscam formação na escola alemã, bem como oportuniza a profissionais exercer a docência aqui no Brasil. Na década de 1960, o projeto pedagógico da ESDI⁶ tem sua grade curricular pautada na experiência desta instituição européia.

Influências das culturas européia e americana

No entender do designer, além da graduação em arquitetura, as principais influências que marcaram sua formação são provenientes da cultura européia, de conceitos mais austeros e rigorosos do Estilo Internacional e o modelo de design americano veiculado pelo *american way of life*. A cultura européia reflete-se na expressão plástica num viés modernista, presente no trabalho de Bozzetti. Isto é, ao apreciar esteticamente a linguagem gráfica utilizada em sua produção, podemos reconhecer uma série de elementos característicos do design gráfico moderno.

Sua percepção visual, influenciada pelos designers modernistas, sensibilizava-se pela cultura material que constituía o entorno físico dos ambientes, tais como automóveis, roupas, móveis, enceradeiras, liquidificadores, embalagens, livros, revistas, cartazes e histórias em quadrinhos. O legado do modelo de design americano no trabalho de Bozzetti repercute na sua atitude pró-marketing, em que a inserção no mercado é totalmente aceita, uma vez que o profissional acredita nas propriedades do design voltado para o crescimento empresarial. Ele defende esta importância para solucionar os problemas da imagem das organizações perante seus públicos, resolvendo suas falhas na comunicação e atendendo as necessidades de seus clientes. Portanto, as conveniências produtivas e comerciais da atividade projetual são priorizadas.

É importante ressaltar que o Estilo Internacional também acaba por se apresentar como solução voltada ao desenvolvimento empresarial, ao contrário de sua proposta original. Para Denis (2000:155), “a ideologia do Estilo Internacional se baseava na idéia de que a criação de formas universais reduziria as desigualdades e promoveria uma sociedade mais justa”. No entanto, após a Segunda Guerra Mundial as multinacionais prosperam e passam a se comunicar com culturas diferentes através do ideário universalizante do Estilo Internacional. Ao comentar seu reflexo na estética visual, o autor afirma:

⁶ Escola Superior de Desenho Industrial, primeira instituição de ensino superior do Design no Brasil, fundada em 1962, na cidade do Rio de Janeiro, RJ. Suas atividades iniciam em 1963/I.

Em termos de design gráfico, o Estilo Internacional se manifestou principalmente através da austeridade, do rigor e da precisão associadas à chamada “escola suíça”, termo um tanto genérico utilizado para se referir aos trabalhos realizados entre as décadas de 1920 e 1960 por designers como Jan Tschichold, Ernst Keller, Max Bill, Adrian Frütiger, Emil Ruder, Armin Hofmann e Joseph Muller-Brockmann, que impuseram definitivamente o *grid* como parâmetro construtivo. (Denis, 2000:154)

Este rigor que caracteriza a influência do modernismo no design gráfico se revela pela abstração formal e a geometria euclidiana, a ordem matemática e a racionalidade, a disposição modular de elementos construtivos, a síntese das formas, além do equilíbrio, pregnância visual e uso de cores análogas (Denis, 2000:115 e Kopp, 2004:53).

Nos anos 1950, os padrões estéticos do “bom design” conquistam um papel relevante no mercado, o que mobiliza ações que consolidam o design. Na Europa, muitas instituições governamentais instauram prêmios, como o Good Design Award na Grã-Bretanha, o Compasso d’Oro na Itália e o Beauté France, na França. Atualmente, essa adesão institucional tem suscitado críticas em relação ao movimento a favor do Good Design. Em última análise, comenta-se que o Estilo Internacional foi uma estratégia que visava impor padrões de gosto elitistas ao consumidor popular por meio de uma preleção de bom senso e eficiência (Denis, 2000:155).

No fim da década de 1960, o modelo modernista não convergia mais com os valores estético-culturais da nova sociedade que surgia. É somente nos anos 1980 que essa nova realidade se manifesta de modo mais evidente. E o pluralismo étnico constitutivo do Brasil apresenta vantagem neste contexto, pois o caráter miscigenado de nossa cultura converge com as teorias e os ideais da Cultura Pós-Moderna (Moraes, 2006:145).

Dijon De Moraes salienta que se no período moderno pensava-se em conduzir a massa humana de maneira uniforme, numa sociedade programada e projetada para o bem de todos, atualmente, o cenário se tornou fluido e dinâmico, e as respostas não são universais, mas conforme o local em que se vive. O ideal racionalista como único modelo foi superado, e “o modelo da segunda modernidade se apresenta também através da passagem da ciência exata para a pesquisa, da aplicação à experimentação, e isto, sem dúvida se reflete em todos os segmentos e atividades, incluindo o design” (Moraes, 2006:166).

O aspecto múltiplo da pós-modernidade é um traço peculiar das manifestações culturais e artísticas brasileiras, constituindo “um modelo híbrido que o Brasil alimenta e renova”. Esta questão também pode ser identificada no portfolio de Bozzetti em que soluções visuais de uma estética contemporânea manifestam-se em estilemas plásticos menos rigorosos, o que denota uma atitude mais permeável e sensível às inovações de linguagem. Sensibilidade essa que o designer expressa ao ressaltar as novas possibilidades criativas decorrentes do advento do computador, com recursos mais avançados tecnologicamente. Isto repercute em transformações no seu trabalho gráfico. Bozzetti pondera que, se a eficiência do sistema ulminiano para a geração de idéias foi importante para o processo criativo, a proposta

metodológica da escola era adequada quando os trabalhos em design eram desenvolvidos manualmente.

Bozzetti testemunha um período de intensa relação entre Brasil e os EUA. Durante a Segunda Guerra Mundial ocorre uma aproximação política e econômica entre os países, que se reflete na instauração do *american way of life*. A era industrial moderna acarretou transformações sociais e comportamentais na vida cotidiana.

Nossos jovens de então receberam influências fortíssimas dos modelos norte-americanos apresentados pela mídia brasileira. Havia uma tendência a se substituir por estes novos padrões os traços remanescentes da cultura européia, que influenciaram os primeiros designers brasileiros. Afinal, a partir de uma comunicação mundial eficaz e da utilização sistemática dos novos recursos da propaganda, os EUA colocavam sua cultura como modelo, em praticamente todo o mundo civilizado. Inclusive na Europa. Pode-se entender, assim, a adesão - consciente ou não - daqueles designers brasileiros àquilo que se impunha ao seu redor. O desenvolvimento como valor econômico era um princípio genericamente aceito. E ela trazia consigo propostas que seriam rapidamente aceitas pela maioria. Entre elas, a formação de novos hábitos de consumo e a valorização dos modelos de Good Design. Apoiados nos conceitos austeros, de rigor e precisão, da chamada “escola suíça”, os produtos criados na América pelos cânones do Estilo Internacional propunham uma estética funcionalista.

Outro fato importante veio reforçar essa influência do “americanismo”: a publicidade e a propaganda passaram a ganhar mais e mais presença na comunicação visual brasileira. O trabalho dos diretores de arte das agências se tornou, muitas vezes, a face mais conhecida da criação artística nacional. (Bozzetti, 2004:27).

As palavras de Bozzetti retratam a multiplicidade de atividades que compõem seu aprendizado, que inclui desde a representação gráfica (desenho), a promoção publicitária (comunicação social), até o método projetual (investigação). Este aporte teórico-prático se concretiza nos projetos de identidade visual desenvolvidos pelo designer.



Figura 1 – Exemplos de identidades visuais desenvolvidas por Norberto Bozzetti.



Figura 2 – Identidades visuais projetadas por Bozzetti para diversos setores.

Nota-se na Figura 1 (Suprarroz, Trevo, Univias, Ciacorp, Epatur, Oderich, Moinhos e Springer)⁷ o rigor geométrico, fonte tipográfica sem serifa, centralização do eixo compositivo e emprego de cores planas, sendo que essas características resultam numa configuração formal econômica, de acordo com os preceitos modernistas. As identidades visuais na Figura 2 (Mercúrio, Hospital de Clínicas, ULBRA TV, Dom Braga, RBS, Meridional, Bettanin e

⁷ Suprarroz, indústria de alimentos, Pelotas/RS.
Aubos Trevo, indústria de fertilizantes, Porto Alegre/RS.
UniVias, administradora de estradas pedagiadas, Porto Alegre/RS.
Ciacorp, empreendimentos imobiliários, Porto Alegre/RS.
Empresa Porto-Alegrense de Turismo S/A, Porto Alegre/RS.
Conservas Oderich, indústria de alimentos, São Sebastião do Caí/RS
Moinhos Shopping, centro de compras, Porto Alegre/RS
Springer Carrier, indústria de aparelhos de ar-condicionado, Canoas/RS

Apisul)⁸ expressam a influência modernista no desenho de composição equilibrada. Porém, traços da estética pós-moderna também estão presentes na configuração geométrica menos rígida, tipografia de linguagem visual contemporânea e no uso de componentes ornamentais, ou seja, utilização de efeitos de luz e sombra com obtenção de volumetria. Enfim, considera-se que os elementos formais empregados para gerar estes exemplos corroboram a contemporaneidade do modernismo de Norberto Bozzetti.

Atuação por uma cultura de design

Prática Docente

No início da década de 1970, Bozzetti recusa o convite para a fundação de um curso técnico de “arquitetura do objeto” ligado à FAU/UFRGS, por acreditar na necessidade de um bacharelado regular para a formação acadêmica de designers. Esta atitude demonstra uma postura engajada pela consolidação da profissão já nos seus primeiros anos de atividade.

É nesse período também que participa da versão gaúcha do Curso de Planejamento de Embalagem criado pela Secretaria de Tecnologia Industrial do Ministério da Indústria e Comércio. Trabalho idealizado por Pedro Luiz Pereira e Souza e Karl Heinz Bergmiller, da Escola Superior de Desenho Industrial – ESDI – e do Instituto de Desenho Industrial do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (Bozzetti, 2004:52).

A experiência inicial na docência ocorre logo após a conclusão da graduação em arquitetura, quando foi convidado a ministrar a disciplina de Desenho de Propaganda⁹, no Centro de Artes da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Ainda nesta época, integra a comissão responsável pela implantação do curso de Comunicação Social daquela instituição. Então, conquista importantes transformações na grade curricular, como a introdução de Fotografia na graduação, algo até então pouco comum. Após a inserção de outras disciplinas como o Projeto de Embalagem, por exemplo, Bozzetti estabelece os fundamentos para o curso de graduação de Comunicação Visual da UFSM, cujas atividades iniciam em 1973 sem sua participação devido ao seu retorno a Porto Alegre. A partir daí, tem origem o embrião do primeiro bacharelado em Design do sul do país¹⁰.

⁸ Mercúrio S.A., transportes de carga, Porto Alegre/RS.
Hospital de Clínicas, Porto Alegre/RS.
ULBRA TV, emissora de televisão, Porto Alegre/RS.
A. F. B. Agroindústria e Turismo, produtora de cachaça, Dois Irmãos/RS.
Rede Brasil Sul, rede de comunicação, Porto Alegre/RS.
Banco Meridional, Porto Alegre/RS.
Bettanin Industrial S.A., indústria de vassouras e produtos para limpeza, Esteio/RS.
Grupo Apisul, inteligência logística, Porto Alegre/RS.

⁹ Disciplina que mais tarde teria seu nome modificado pelo professor Norberto Bozzetti para Comunicação Visual.

¹⁰ O curso de Comunicação Visual da Universidade Federal de Santa Maria se tornou o curso de Desenho Industrial com Habilitação em Programação Visual em 1988.

Sua atuação acadêmica tem continuidade nos anos 1990, quando o designer torna-se um dos docentes do curso de pós-graduação *lato sensu* em Design do Produto da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Desde 2002, contribui para o estabelecimento da graduação em Design do Centro Universitário Uniritter, onde ministra as disciplinas de Projeto de Identidade Visual e Design Editorial, além de atuar no curso de pós-graduação *lato sensu* da entidade e comandar o Estúdio de Design Gráfico da instituição.

Prática Profissional

No final da década de 1960, já com certa experiência em projetos de identidade visual, foi convidado pelo professor Nelson Ivan Petzold para atuar no escritório que mantinha com o designer José Carlos Bornancini¹¹, pioneiro no desenvolvimento da atividade no sul do país. Ao recordar o legado desta experiência para sua vida profissional, Bozzetti destaca ter conquistado a consciência da necessidade de estreitar vínculo com a indústria, de modo a fundamentar o desenvolvimento do projeto. Esta inserção respalda o trabalho do designer, uma vez que ele considera essencial seu envolvimento com a problemática para só então responder às expectativas do cliente e seus públicos.

O currículo de Norberto Bozzetti revela sua participação na fundação de escritórios de design e agências de comunicação. Desenvolveu inúmeros projetos de identidade visual¹² para importantes empresas de diversas áreas, do Rio Grande do Sul e do Brasil.

Ao apontar as características metodológicas de seu trabalho, Bozzetti ressalta a importância de conhecer muito bem o problema a resolver, porque “iniciar o desenvolvimento de identidades visuais por intensa investigação assegura a consistência da projeção”. E, ao longo de todo o processo de trabalho é imprescindível manter uma atitude otimista, o que ele chama de BIP¹³.

Ao complementar a implantação de cada projeto, o designer aposta nas atividades de endomarketing, pois ele salienta que o trabalho não está completo sem a participação dos colaboradores internos da empresa.

Neste sentido, Fascioni (2006:52) afirma que assim como os diretores da corporação contratante devem estar profundamente convencidos da ação, os funcionários também precisam ser persuadidos. Isto porque são formadores de opinião e extremamente poderosos em algumas organizações. Ela acrescenta que durante o processo de investigação da imagem corporativa, toda a postura da organização é questionada, as práticas são avaliadas, as pessoas

¹¹ José Carlos Bornancini (1923-2008) e Nelson Ivan Petzold (1932-) constituem uma parceria no design de produto no RS. Atuaram desde os anos 1950 até recentemente. Ver CURTIS, M. C. & HENNEMANN, H. B. Bornancini – Uma Trajetória no Design de Produto, In: *Revista Estudos em Design*. Rio de Janeiro, V.14, p.27-40, 2006.

¹² Para maiores informações, consultar www.bozzettidesign.com.br

¹³ Para Bozzetti, é essencial que a postura do designer também se caracterize pelo BIP – bom humor, investigação e pressão.

são confrontadas com suas próprias crenças e objetivos. Conforme Curtis & Cossio (2007), os colaboradores também contribuem de forma positiva ou negativa para a construção da imagem corporativa, daí a importância de participarem do processo de definição da identidade. Ou seja, os funcionários, de certo modo, possuem uma idéia mais imparcial da empresa, constituindo uma fonte importante para a construção da identidade da organização. A fim de obter a adesão dos funcionários, a perspectiva metodológica de Bozzetti inclui palestras informativas para promoção interna do projeto. Segundo o profissional, não se pode esperar a consolidação da imagem da empresa sem o envolvimento dos colaboradores, visando torná-los defensores da marca.

Outra característica importante do seu trabalho é que cada decisão projetual decorre conforme as futuras aplicações inerentes de cada caso. O designer afirma que as manifestações da identidade visual determinam seu aspecto formal, de modo a viabilizar sua reprodutibilidade.

Sua metodologia de projeto caracteriza-se por um procedimento circular, no qual cada etapa deve ser executada ao mesmo tempo em que se cogita a próxima, e o conceito permanece como principal referência. Esta articulação interdependente colabora para o desenvolvimento do projeto. A consciência crítica do próprio processo de trabalho é um fator que identifica o profissional. O uso sistemático de métodos diferencia o designer de elementos sem formação acadêmica. (Curtis & Cossio, 2007).

Ao comentar o mercado de trabalho¹⁴, Bozzetti afirma ainda estarmos longe de um reconhecimento da importância do campo por parte do empresariado, da academia e da sociedade. Para a consolidação de uma cultura de design, ele destaca a urgência da regulamentação da profissão. Considera também fundamental uma atuação que conscientize a sociedade, ou seja, o designer deve ser um ativista pela consagração e divulgação de sua ocupação. Expõe o problema afirmando que “para muitas empresas o designer é um profissional mais preocupado com o *styling* do que com a criação propriamente dita”.

De modo a transformar este cenário, o compromisso de Bozzetti com a regulamentação profissional se intensificou ao presidir a Associação dos Profissionais em Design do Rio Grande do Sul – Apdesign/RS, no biênio 2005-2006. A fim de consolidar o design, atuou incisivamente na condição de presidente da instituição ao proferir diversas palestras sobre o tema, participar de reuniões com representantes de entidades de classe e universidades de diversos estados do Brasil, além de envolver a mídia expedindo *releases*. Também se preocupou em ampliar a representatividade da instituição ao incluir áreas diversificadas na entidade, como as de jóias, moda e ponto-de-venda. Outra medida importante foi o envio de carta à Câmara dos Deputados¹⁵, defendendo a formalização da atividade para beneficiar o desenvolvimento do país, no momento em que o projeto de lei não foi aprovado. Ele entende que todas essas ações informam o grande público sobre o tema e torna o design uma atividade mais reconhecida. É inegável que a percepção da população acerca a importância e o

¹⁴ Sobre o tema, consultar <http://www.professionalpublish.com.br/?id=77,1,view,2,3214,sid>

¹⁵ Carta disponível em <http://www.professionalpublish.com.br/index.php?id=77,1,view,2,3561,sid>

significado do design são fatores que contribuem no seu fortalecimento enquanto atividade que gera crescimento econômico e mobiliza a sociedade rumo a condições mais humanas. Atualmente, Norberto Bozzetti permanece atento à consolidação da cultura do design e, além de atuar profissionalmente, articula com colegas a criação de um sindicato para a categoria, no sentido de estabelecer direitos e deveres para os profissionais.

Considerações Finais

Desde que descobri o Design e por ele me decidi, procurei encontrar as melhores formas de aprender. E de estimular o espírito do Design em todos aqueles ao meu alcance que tivessem interesse pelo assunto (Bozzetti, 2004:51).

De acordo com Gilberto Strunck (1999:24), o sucesso de uma empresa depende de uma orientação voltada ao mercado e de sua produção. O autor destaca dois tipos de profissional: um envolvido com questões referentes ao setor comercial, outro com foco na realização de projetos. O que salientamos aqui é o fato de que Bozzetti combina tal síntese ao reunir as competências necessárias ao projeto e à gestão do design. Esta fusão de competências, forjada no exercício projetual, num período em que não havia ainda a possibilidade de uma formação acadêmica específica no campo do design, perpassa as cinco décadas de sua atuação. E, entendemos ser um dos traços mais relevantes para que a inovação seja uma constante em sua trajetória.

Falar sobre a importância e o destaque de Norberto Bozzetti para a formação da cultura do design na nossa sociedade significa apontar para suas múltiplas capacidades. As culturas européia e americana, além de sua orientação ao mercado, justificam o título deste artigo. Ou seja, ainda que tenha o DNA modernista, ele interage com as transformações tecnológicas e sintáticas da pós-modernidade, e revela uma capacidade de adaptação e aprendizado permanente.

Modernista, Bozzetti permanece fiel às prerrogativas estéticas da clareza e do equilíbrio nas suas criações visuais. Contemporâneo, soube se adaptar aos novos meios de produção, consciente de que a evolução tecnológica é uma premissa inerente à atividade projetual. Da prancha à tela do computador, exerce a atividade ciente de que pertence à geração que alicerça as bases conceituais e operacionais de uma cultura voltada ao design. Tarefa que cumpre com a versatilidade de quem atingiu o domínio da práxis projetual e tem plena consciência da necessidade da comunicação intersocial a fim de sedimentar a percepção desta atividade nos meios empresarial, acadêmico e, por extensão, na sociedade como um todo.

Modernista, Bozzetti permanece fiel aos ideais bauhausianos que investiram a atividade projetual em parâmetros conciliatórios entre a liberdade formal da arte e a objetividade técnica. Contemporâneo, compreende a necessidade do engajamento endógeno para atingir

uma plena implantação dos projetos, ao tornar cada colaborador um aliado em defesa da marca.

Enfim, destaca-se a persistência com que responde às dificuldades e percalços próprios de uma conjuntura que ainda percebe o designer como um profissional “mais preocupado com o *styling* do que com a criação propriamente dita”.

Detentor de um senso de oportunidade incomum que lhe permite vislumbrar possibilidades criativas a partir das dificuldades e percalços advindos desta percepção equivocada do designer. Ao encerrar sua gestão na Apdesign ele afirma: “Nós, designers, aprendemos cedo que a parte mais árida de um plano não é o das idéias, mas a da implantação.”

As diversas áreas de atuação as quais vivenciou, lhe lançaram para um mercado que exige polivalência do profissional. O amálgama de todo este contexto reflete-se numa postura que transcende o individualismo ao buscar “estimular o espírito do Design” no ensino, mercado e sociedade. Norberto Bozzetti realiza este importante movimento promocional da atividade em diferentes frentes de atuação. Em sua inserção acadêmica no estabelecimento do ensino do design, nas palestras que profere, na sua liderança em entidades de classe permeada na luta pela regulamentação da profissão. Além disso, vale mencionar sua prática como gestor de design no desenvolvimento de projetos gráficos que impactam na eficiência produtiva das empresas, transformando suas perspectivas comerciais.

De natureza empreendedora, desencadeia ações que mobilizam vários setores envolvidos no campo da atividade projetual. Detém a autoridade de quem consegue aliar a excelência técnico-estética à experiência adquirida através de uma carreira cuja meta, em última análise, é contribuir para a consolidação de uma cultura de design.

Referências

BERED, E. Impressões sobre os acontecimentos ligados à fundação da Faculdade de Arquitetura da UFRGS. In: **Arquitetura UFRGS, 50 anos de História**. Porto Alegre, RS: Editora da UFRGS, LIGHT, 2000, BONI, F. & CAFRUNI, S. (org.).

BOZZETTI, N. Design no sul: uma experiência pessoal, um testemunho. In: **Pensando Design**. Porto Alegre: Uniritter Ed., 2004, MAGALHÃES, E. (org.).

CURTIS, M. C. & COSSIO, G. Análise de Metodologias Aplicadas ao Redesign: Uma Questão de Identidade. In: 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design. Rio de Janeiro: 11 a 13 de Outubro de 2007. **Anais do IV Congresso Internacional de Pesquisa em Design**. Rio de Janeiro: ANPEDesign, 2007.

DENIS, R. C. **Uma Introdução à História do Design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

FASCIONI, L. **Quem Sua Empresa Pensa Que É?** Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2006.

KOPP, R. **Design Gráfico Cambiante**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2004.

LÖBACH, B. **Design Industrial. Base para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo. SP: Editora Edgard Blücher, 2000.

MORAES, D. **Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

MOREIRA, M. Estímulo & Desafio. **Revista Design Gráfico**, n° 85 p. 14-18, 2005.

STRUNCK, G. **Viver de Design**. Rio de Janeiro