

01 // Os espaços no design japonês: do obentô ao hotel-cápsula

Natasha Barzaghi Geenen: Olá! É muito bom receber você no primeiro episódio da quarta temporada do podcast da Japan House São Paulo. Eu sou a Natasha Barzaghi Geenen, diretora cultural da instituição, e quero te convidar você, mais uma vez, pra vir comigo em uma viagem pela cultura japonesa. Se essa é a sua primeira vez por aqui, aproveita pra escutar, também, as temporadas anteriores deste podcast. Na primeira, a gente falou sobre a literatura japonesa, na segunda, o tema foi gastronomia. E, na terceira, o foco foi o cinema japonês. Pra essa quarta temporada do podcast da Japan House, a gente escolheu como tema o design. E aí, mais um grande desafio. Porque, mais uma vez, a gente tá sem apoio visual pra falar, num programa de áudio, sobre tantos aspectos que demandam muita imaginação pra visualizar.

Adélia Borges: É um grande desafio mesmo, Natasha. E, no fim, vai ser um estímulo pros ouvintes pra pesquisar por conta própria o trabalho desses mestres do design que a gente vai explorar aqui no podcast. Mas lembrando, né, o design vai muito além daquilo que é visual. O design é algo onipresente no cotidiano. Ele tá em absolutamente tudo, mesmo que a gente não se dê conta conscientemente dessa presença.

Natasha Barzaghi Geenen: É isso mesmo, Adélia. Eu aproveito pra apresentar pra vocês a minha companheira de podcast nessa quarta temporada. Nas temporadas anteriores, eu tive a honra de dividir os microfones com o Paulo Werneck, com o Luiz Américo Camargo, com o Thiago Bañares e com o Pedro Butcher. Esses craques abrilhantaram os nossos episódios e, como especialistas que são, foram grandes parceiros na pesquisa e na condução das entrevistas pro podcast. Nessa quarta temporada, eu tenho o prazer de fazer esse mergulho pelo universo do design japonês com a Adélia Borges. A Adélia é jornalista, curadora, historiadora e crítica de design. E ela é, sem dúvida, uma das maiores autoridades no tema aqui no Brasil.

Adélia Borges: Natasha, pra mim também é um grande prazer estar por aqui com você, e com os ouvintes, né. Aliás, na minha opinião, a Japan House São Paulo é a instituição que mais tem dado uma atenção contínua ao design, na apresentação de exposições, realização de debates, de tudo isso. Pra mim, isso é algo fantástico! E eu acho super importante o podcast da Japan House dedicar uma temporada ao design. Claro que eu sou suspeita pra falar disso, né, porque é um tema que me apaixonou já há 40 anos. Eu acho que é muito importante a gente aumentar a percepção consciente das pessoas sobre o que é design, aumentar o nosso discernimento. Pra isso, trocar mais ideia, discutir, comentar, sabe? Do mesmo jeito que a gente sempre comenta o lançamento de um livro, de um filme, de uma coisa assim.

Natasha Barzaghi Geenen: Concordo, Adélia. Eu espero que essa temporada do podcast da Japan House São Paulo possa contribuir pra gente ter cada vez mais essas trocas e discussões. Ao longo dos próximos 8 episódios, a gente vai passar por vários temas: design gráfico, moda, robôs, artesanato... E, na verdade, até um pouco, desde o início das minhas conversas com a Adélia, a gente tem falado muito sobre essa percepção de ampliar a noção do design, do que é o design. Então, justamente aqui a gente vai conseguir

extrapolar um pouco essa perspectiva sobre o tema e vai falar sobre algumas coisas que até já passaram no nosso podcast. Como cinema, gastronomia... além de curiosidades do contexto histórico e algumas anedotas pessoais nossas e dos nossos convidados. Então, fica aqui com a gente, que eu tô louca pra começar essa jornada! Adélia, pra gente começar aqui essa nossa viagem pelo design japonês, eu queria muito que você começasse contando um pouquinho da sua primeira ida ao Japão. Quando que foi, mesmo?

Adélia Borges: Foi nos anos 90. Na época, eu já escrevia sobre design há algum tempo, principalmente pra uma revista chamada Design & Interiores. Aí, eu fiz um projeto de pesquisa sobre tradição e inovação no design japonês. Ganhei uma bolsa da Fundação Japão pra realizar essa pesquisa e fui pra lá! Olha, passei alguns meses por lá, fiz mais de 50 entrevistas com designers, com diretores de empresas, com gestores culturais... foi lindo! E depois disso, eu fiz várias reportagens, contando um pouco sobre o que eu aprendi pra diferentes veículos de imprensa.

Natasha Barzaghi Geenen: Quero muito ouvir sobre essa experiência nos próximos episódios. Teve alguém que você conheceu lá no Japão que te marcou mais?

Adélia Borges: Olha, Natasha, eu não posso deixar de falar de uma pessoa que eu tinha conhecido alguns anos antes e que foi essencial pra que eu fizesse esse projeto de pesquisa.

Natasha Barzaghi Geenen: Conta pra a gente!

Adélia Borges: Em 1990, já faz tempo, né? Eu fui pra Alemanha, pra participar de um júri internacional de design. Participaram desse júri vários grandes designers, entre eles, o Achille Castiglioni, um italiano reconhecidíssimo no campo do design de mobiliário, o diretor mundial de design da Philips, o curador de design do MOMA, enfim, um monte de gente importante. E tinha também um japonês, o Kenji. Eu não o conhecia ele antes, e tratei o tempo todo com muita informalidade, assim, como Kenji mesmo. E a gente acabou ficando muito próximo, e desenvolvemos uma grande amizade a partir daí.

Natasha Barzaghi Geenen: Então conta pros nossos ouvintes quem era o Kenji.

Adélia Borges: Olha, o meu amigo Kenji era “só” o Kenji Ekuan, um dos grandes, dos maiores mestres do design japonês!

Natasha Barzaghi Geenen: E você não fazia ideia?

Adélia Borges: Eu não fazia ideia e com o passar do tempo, ali, dos dias, mesmo, eu fui descobrindo. Mas hoje eu penso que até foi bom eu não saber da importância dele no início, senão talvez a gente não tivesse se aproximado tanto. O Kenji Ekuan, ele faleceu em 2015. Em 1952, logo no pós-guerra, ele fundou o GK Design Group. É a sigla gê-ká, né, em letras romanas. E que tinha empresas filiais em várias cidades japonesas e, também, na Europa e nos Estados Unidos. É uma empresa muito importante, responsável por projetos como sinalização de estações de metrô, identidade visual, embalagens, motos, trem-bala, mobiliária... uma infinidade.

Natasha Barzaghi Geenen: Embalagens e veículos são assuntos que a gente vai abordar aqui mais a fundo nos próximos episódios! Eu ouvi, uma vez, falar que o Kenji Ekuan era monge, é isso mesmo?

Adélia Borges: É O pai do Kenji Ekuan era chefe de um templo budista, e o Kenji chegou a estudar pra seguir os passos do pai, quando era jovenzinho. Aliás, o Arata Isozaki, um grande arquiteto japonês, chamava o Kenji de "head priest" — tipo, o monge-chefe —, como forma de reverência. A família do Ekuan vivia em Hiroshima, e ao final da Segunda Guerra, ele se deparou com aquele cenário de devastação causado pela bomba atômica. E foi nesse contexto que ele decidiu se tornar um designer.

Natasha Barzaghi Geenen: É, o Kenji Ekuan viu no design um caminho pra reerguer o Japão depois da guerra e uma ferramenta pra alavancar a economia japonesa. Ele estudou design na Universidade de Artes de Tóquio, e uns anos depois, fundou a GK. Bom, é claro que pra falar de design, como qualquer outra coisa, a gente não pode deixar de lado o contexto histórico, geográfico e cultural de um país. A gente conversou um pouco sobre isso com o Shundi Iwamizu. O Shundi é arquiteto e professor do Mackenzie e da Escola da Cidade, em São Paulo, além de grande parceiro.

Cesar Shundi: Talvez uma questão interessante de pensar na história do Japão seja esse constante enfrentamento com as crises, sejam elas as crises ambientais, sejam as guerras, as disputas que transformaram o país. Então me parece que é um país em constante processo de recuperação, de transformação. E, como tal, um país que busca superar esses traumas. Imaginando-se aqui um tsunami, um terremoto ou mesmo uma guerra. Nesse processo de reconstrução, isso aparece com muita força. Pensamos então no período pós-guerra, no momento de reconstrução dura e traumática do país. E surgem aí propostas urbanísticas, mas também arquitetônicas, mas também relacionadas ao design, de novas formas de habitar esse mundo pós guerra.

Adélia Borges: Eu achei muito interessante isso que o Shundi falou, sobre o Japão ser esse país em constante reconstrução. E é legal pensar no papel que o design tem nisso, né?

Natasha Barzaghi Geenen: É muito interessante. O design foi — e ainda é — uma ferramenta fundamental em todo esse processo de transformação do país. E isso é tanto dentro das fronteiras, pra vida, mesmo, da população japonesa, mas também pensando na imagem do Japão pro resto do mundo. E eu acho que o Japão, de fato, alcançou esse status de referência máxima pra design. Quem falou sobre isso com a gente, nessas conversas que a gente teve agora pra a temporada sobre design, foi o Jo Takahashi – que é produtor cultural e foi diretor de arte e cultura da Fundação Japão por 30 anos.

Jo Takahashi: Isso tem muito a ver com o próprio crescimento econômico. Então, quando a economia vai bem, o design também vai bem. E o Japão viu o crescimento do design, o florescimento da arte, do design, principalmente a partir de 1964, que foi a primeira Olimpíada de Tóquio, quando, de fato, designers como Ikko Tanaka, eles foram convocados para criar uma nova imagem do Japão, uma imagem de um

Japão que renasce das cinzas. Eu acho que essa foi a grande, o grande impulso do design japonês.

Natasha Barzaghi Geenen: O Jo Takahashi mencionou o Ikko Tanaka, que é outro grande nome do design japonês. O Ikko Tanaka é um dos maiores mestres do design gráfico no mundo. E você vai ouvir a gente falar muito dele em episódios futuros.

Adélia Borges: E a gente vai ouvir muito mais o Jo Takahashi também, né, ao longo dos próximos episódios! Sabe, Natasha, tem um livro do Kenji Ekuan que eu amo. Ele se chama "A estética da lancheira (ou marmitta) japonesa". E, por lancheira, ele quer dizer o clássico obentô.

Natasha Barzaghi Geenen: Aliás, pra fazer um parênteses aqui, se você ainda não ouviu a segunda temporada do podcast da Japan House, corre lá pra ouvir depois de terminar esse aqui. Esse livro, que você comentou, Adélia, que fala do obentô, é muito interessante porque ele justamente taz o obentô como um paradigma do design japonês como um todo. É como se o obentô fosse um tipo de microcosmo, uma metáfora que representa o design japonês.

Adélia Borges: Exatamente, Natasha! E faz sentido, né? Além do design, o Kenji argumenta que o obentô é uma ferramenta pra entender a própria civilização japonesa. Aliás, não foi só o Ekuan que pensou nessa comparação.

Jo Takahashi: Tem um livro do Ikko Tanaka, né. A capa do livro é um obentô, mas é assim: É o arroz branco com a ameixa umeboshi no centro. Isso remete ao quê? À bandeira do Japão, né?

Natasha Barzaghi Geenen: Esse, de novo, é o Jo Takahashi. A gente conversou um pouco com ele sobre esses paralelos entre a gastronomia e o design japonês.

Jo Takahashi: A gastronomia japonesa, ela realmente tem esse lado da estética, um convite ao deleite visual. Isso é muito interessante, porque a palavra "delicioso", né, que seria o oishii, né, ele é formado por dois ideogramas. O primeiro é o "belo", o belo visual e o segundo é "sabor". Sempre nessa ordem. Significa que uma refeição, ela tem que ser bela visualmente pra ter essa condição de refeição. E depois é que vem então o universo dos sabores, né? Então não é a língua que fala primeiro, mas sim os olhos.

Adélia Borges: Natasha, eu ouvi a segunda temporada do podcast da Japan House. E eu lembro que tem um episódio em que vocês falam justamente de "Comer com os olhos", não é?

Natasha Barzaghi Geenen: É isso mesmo, Adélia. Esse é o nome do sexto episódio da segunda temporada.

Adélia Borges: Pois ele tem tudo a ver com o que a gente tá falando aqui. A comida, além de saborosa, claro, também tem que ser bonita. Isso é algo muito presente na gastronomia

japonesa, mas acho que essa filosofia vai além. Eu observo, no Japão, uma estetização da vida. Toda a vida japonesa é estetizada, né?

Natasha Barzaghi Geenen: Concordo completamente. Acho que os japoneses prezam muito por uma harmonia visual em tudo, em todas as coisas. A gente falou sobre isso nas temporadas anteriores, mas talvez tenha um pouco a ver, também com essa ideia de harmonia que tá presente no zen-budismo. Eu sinto que os japoneses têm uma capacidade incrível de perceber e apreciar aquilo que é belo mesmo em sutilezas.

Adélia Borges: Tem uma frase do Kenji, que tá nesse livro que eu comentei, que eu acho maravilhosa: "Beleza é função". Acho que às vezes, falando de design, a gente vê essas duas coisas — beleza e funcionalidade — como opostos. Como se houvesse que escolher um dos dois, ou sacrificar uma coisa pela outra. E o Kenji Ekuan não pensava assim. Algo que é bonito ganha funcionalidade por ser bonito. E vice-versa. Algo que é útil ganha beleza por ser útil.

Natasha Barzaghi Geenen: Acho bonita essa ideia também. É uma ideia que tá muito presente no design japonês como um todo, né, Adélia? E se encaixa perfeitamente também naquela metáfora do obentô — que é lindo e funcional. Duas características que andam juntas! Que outras coisas você destacaria, Adélia, nesse paralelo entre o obentô e o design japonês?

Adélia Borges: Olha, uma delas, sem dúvida, é a questão da conveniência. O obentô é algo que é consumido por todo mundo, que é fácil de preparar, de armazenar e de servir. Também é algo flexível, adaptável. Vai ao encontro das suas necessidades, em termos de conteúdo, de tempo, de quantidade... E mesmo que o processo de produção seja uniforme, o resultado é sempre variável! O obentô tem também um senso de ordem e de harmonia no conteúdo — no caso, nos alimentos que tão dispostos ali dentro... e essa ideia de ordem e de harmonia tem tudo a ver com o design! Tem outra coisa que tá no obentô, e que é essencial, é a ideia da compactação. É como se, dentro daquela caixinha tão pequena, coubesse um mundo. E a gente falou disso com o Jo Takahashi:

Jo Takahashi: E é bem isso que é o obentô. Na verdade, é uma compactação de nutrientes, né, de sabores, e também de cores. Eu acho que o obentô guarda isso por dentro, mas ao mesmo tempo tem um componente surpresa, porque você não sabe o que tem dentro. Você vai saber só na hora de comer, de abrir a tampa. E essa é a surpresa que as mães preparam pros seus filhos pra levarem pra escola e na hora do lanche elas vão abrir. Aí encontram fofurinhas como uma salsicha em forma de polvo. Enfim, coisas assim.

Natasha Barzaghi Geenen: Eu adoro essa ideia do elemento surpresa. Acho que é uma das coisas mais legais do obentô, pra mim.

Adélia Borges: Eu também acho fantástico. Tem até um lado meio ritualístico. A experiência de abrir um obentô e se surpreender, se deliciar com o que tem dentro. Isso é como um ritual. Tem uma frase no livro do Kenji Ekuan sobre isso, que ele diz: "A etiqueta e a estrutura do obentô fazem com que tanto o criador quanto o comedor sejam gênios. Ou seja, o próprio obentô fornece essa genialidade".

Natasha Barzaghi Geenen: Incrível mesmo. É como se, ao montar o obentô, a pessoa tivesse criando ali uma obra de arte. E quem vai comer a refeição depois, quando ela abre e vai transformando aquilo, ela também tá participando dessa criação artística, de certa maneira. É uma coisa muito... muito vanguardista, também, como concepção.

Pensando em sair um pouco desse exemplo do obentô, mas continuando falando desse aspecto bem característico do design japonês contemporâneo, que é a ideia da compactação e da miniaturização, eu vou aproveitar pra puxar aqui outro entrevistado, que é o Tatewaki Nio.

Tatewaki Nio: Creio que na raiz dessas ideias de miniaturização e compactação está uma forma de pensar que não dá muita importância ao volume e à quantidade, né? Pelo contrário, eu penso que os japoneses tradicionalmente dão mais valor à compacticidade e à funcionalidade.

Natasha Barzaghi Geenen: O Tatewaki Nio é fotógrafo japonês e vive no Brasil há 25 anos. É curioso que esse apreço pelas coisas pequenas e compactas possa parecer uma coisa ultra moderna, mas é, na verdade, presente no modo de vida do povo japonês há séculos.

Adélia Borges: Pois é, tem um exemplo que veio à minha cabeça agora, do bonsai, né, essa árvore em miniatura. Não se sabe bem ao certo quando o bonsai foi cultivado pela primeira vez no Japão, mas se acredita que foi por volta ali do século XIV. Tem uma pintura em rolo dessa época que mostra pessoas apreciando uma planta em vaso semelhante ao bonsai. Nessa época, era uma atividade restrita à aristocracia, ao clero budista e aos samurais de alto escalão no Japão. Foi no início dos anos 1700 que o bonsai se popularizou e depois, no século XIX, que ele passou a ser considerado uma obra de arte. E ainda hoje é possível encontrar inúmeras exposições dentro e fora do Japão mostrando bonsais.

Natasha Barzaghi Geenen:

As casas pequenas dos japoneses também não são um fenômeno totalmente contemporâneo. Têm registros de residências em tamanhos reduzidos no Japão desde o período Heian, entre os séculos VIII e XII. Aliás, esse é um tema que eu quero abordar mais a fundo nesse episódio: os espaços japoneses. Quem trouxe um aspecto super interessante disso foi o arquiteto e professor Shundi, que a gente ouviu no começo do episódio.

César Shundi: É conhecida essa história que você pode ir ao Japão e encontrar perto das estações de trem, hotéis-cápsula. Cápsulas pra você passar a noite ou cápsulas que são usadas pelos trabalhadores que não têm tempo de voltar à casa e acabam dormindo numa cápsula.

Adélia Borges: Esse exemplo que o Shundi deu dos hotéis-cápsula representa muito bem essa ideia de compactação nos espaços japoneses. Isso tem tudo a ver com a própria geografia do Japão, né, Natasha?

Natasha Barzaghi Geenen: É exatamente isso, Adélia. O território japonês, como a gente sabe, é um arquipélago. E ele tem uma extensão relativamente pequena em área, se a

gente for pensar nos mais de 125 milhões de pessoas que vivem ali. Então, ao longo das décadas, a gente percebe que os japoneses tiveram que se virar para encontrar formas de viver nessa lógica de escassez de espaço, de encontrar soluções justamente para fazer render esses espaços.

Cesar Shundi: Um país insular, de pequenas dimensões, mas de grande densidade populacional, pouco espaço pro seu espraiamento, ao mesmo tempo, uma noção clara de proteção dos recursos naturais. Por motivos até religiosos, pensando que no xintoísmo se valoriza a natureza como um elemento importante. Então, assim, surge, naturalmente, a ideia de se adensar e de se valorizar esse espaço urbano e pra isso, possibilitar que a cidade como um todo ampare a vida humana. Inclusive nessa ideia de que as cozinhas são mínimas e os os cômodos das habitações das propostas nesse período são também de dimensões reduzidas. Mas isso está numa raiz do presente, tradicionalmente, no país. Então, na arquitetura tradicional é bonito mesmo pensar que um único cômodo permite distintas ações de distintas atividades necessárias ao modo de viver. O mesmo espaço abriga o dormitório, o local de refeições, os espaços de estar em encontro. E, sobretudo, porque do ponto de vista do design, é um espaço aberto com essa superfície dos tatames que até hoje delimita o tamanho das construções e dos cômodos. Essa é a medida dessas construções, a partir da dimensão do tatame. E que o tatame também tem uma relação com o corpo humano, uma dimensão de 90 por 1,80, que de alguma maneira é um módulo que está relacionado à dimensão do corpo humano e que permite que esse espaço, portanto, se transforme. Se transforme, se adapte em diferentes momentos. Então, é uma característica muito interessante da arquitetura japonesa, porque de alguma forma, ela nunca é estática. Ela nunca é específica. O espaço japonês, de alguma maneira, vai se adaptando à imprevisibilidade da vida.

Natasha Barzaghi Geenen: Bom, você deve estar percebendo que a gente aqui está, assim, ali, meio chegando perto do tema da arquitetura japonesa. Isso é inevitável, pensando que o design e arquitetura estão intimamente ligados. Mas a gente não vai poder, infelizmente, se aprofundar muito nas obras dos grandes arquitetos japoneses, porque esse é um tema que rende assunto para uma temporada inteirinha.

Adélia Borges: Então, mas já que a gente está falando disso, eu queria abordar, um pouco, sobre essas particularidades das casas japonesas. Achei lindo isso que o Shundi disse sobre os espaços que se adaptam à imprevisibilidade da vida. Isso tem tudo a ver com outros aspectos que eu acho bem interessantes no design de objetos e no design das casas japonesas. Eu estou falando, aqui, de versatilidade e de flexibilidade. Em várias casas, um mesmo cômodo pode ser muitas coisas. De dia, ele é um espaço de convivência, espaço de refeições, de estudo. De noite, ele se transforma. A gente retira a mesa dobrável que estava ali, guarda, estende um futon e pronto: vira um quarto. E na manhã seguinte dobra o futon, guarda e traz de volta a mesa e os objetos que estavam ali.

Tatewaki Nio: Hoje em dia, a maioria dos japoneses dormem em cama ocidental, mas a forma tradicional de dormir era em futon no quarto ou na sala de tatame, né?

Natasha Barzaghi Geenen: Esse, de novo, é o fotógrafo japonês Tatewaki Nio.

Tatewaki Nio: A sala de estar de modo japonês tem Oshi-ire, isto é, armário para guardar os futons e todas as manhãs, os futons são dobrados em três e guardados em Oshi-ire. Deste modo de viver faz, inevitavelmente, um espaço vazio na sala de tatame, né? E como qualquer pessoa que já se hospedou em ryokan, em pousada tradicional japonesa, sabe, o quarto de tatame de um ryokan funciona como sala de estar, sala de jantar e quarto de dormir. Portanto, pode-se dizer que o próprio estilo de viver dos japoneses é naturalmente compacto, e acho que a influência deste estilo é presente no modo de pensar e na criatividade artística do povo japonês.

Natasha Barzaghi Geenen: Sabe uma coisa que eu pensei, Adélia? Que eu acho que quando a gente pensa numa casa tradicional japonesa, a gente nem pensa muito em um espaço totalmente ocupado por móveis, né. Tem muita coisa que se faz no chão mesmo, na verdade nos tatames. E isso proporciona essa versatilidade dos espaços.

Adélia Borges: É isso aí, com certeza. Eu me lembrei, agora, de uma outra história que eu ouvi naquela passagem pelo Japão, que foi, assim, incrível. Eu entrevistei um designer, o Tetsuo Matsumoto, que trabalhou, imagina só, no design, na criação daquela garrafinha icônica do Yakult, que todo mundo usa.

Natasha Barzaghi Geenen: Nossa, que máximo!

Adélia Borges: Então, ele já tinha uma certa idade nessa época da entrevista e ele me contou de um momento muito marcante da juventude dele. Ele disse que, quando entrou para a faculdade, ganhou um presente do pai, uma escrivaninha e uma cadeira para ele estudar. E que esse foi o primeiro móvel que ele teve em casa. E eu queria também resgatar um ponto que foi citado tanto pelo Tatewaki quanto pelo Shundi: os espaços abertos, os vazios. A gente falou um pouco das casas japonesas, mas quando eu penso nesses espaços vazios, eu penso também num templo budista, um espaço usado para uma cerimônia tradicional do chá...

Cesar Shundi: Essa ideia do vazio. Um vazio que pode ser apropriado de diferentes formas, de diferentes maneiras. E tem até um termo japonês que é utilizado para isso, que é o Ma.

Natasha Barzaghi Geenen: É, aqui o Shundi tocou num ponto essencial quando a gente pensa em design japonês, que é o Ma. Essa é a primeira vez que a gente cita esse termo “Ma” nessa temporada, mas eu garanto que não vai ser a última. O Tatewaki Nio ajuda a gente a começar a entender.

Tatewaki Nio: No universo de arquitetura e design, o termo Ma é mais usado relacionado ao espaço. Entretanto, Ma significa tanto questão de espaço quanto do tempo. É uma palavra frequentemente usada nas conversas diárias, e tem muitas

frases comuns. Por exemplo, "maniau" significa "não atrasar" e também "basta". "Ma ga warui" significa "sentir-se incômodo numa certa ocasião". E no mundo das artes marciais, tem a palavra "maai". "Maai" incorpora, não apenas a distância entre oponentes, mas também o tempo necessário para percorrer a distância e o ângulo e ritmo de ataque. E como, no caso das artes marciais, acredito que o Ma só pode ser compreendido pela sensação e pela experiência. Ma não é um conceito lógico nem uma questão geométrica. Portanto, acho que a essência do Ma no design japonês só pode ser entendido quando conhecer, pela experiência, o modo de viver dos japoneses e a tradição cultural nipônica.

Adélia Borges: É, não é mesmo uma missão fácil definir o Ma. Mas a gente não desistiu e foi atrás de ajuda especializada.

Michiko Okano: Meu nome é Michiko Okano. Escreve-se Mi-chi-ko. E lê-se Mi-ti-ko, ou pretende se que se leia Mi-ti-ko, porque eu sou japonesa. Então, vim do Japão com 8 anos de idade, e passei por essa identidade ambivalente, ambígua, entre Brasil e Japão.

Adélia Borges: A Michiko Okano tem formação em arquitetura, trabalhou por muitos anos na Fundação Japão, e é professora de História da Arte da Ásia há mais de uma década. E antes de se tornar professora, claro, ela estudou muito.

Michiko Okano: Foi nesse momento que eu estudei o Ma, justamente porque o Ma é um espaço intermediário, que não é nem aqui nem lá, mas no entre-espaço e a minha identidade e se situava exatamente nesse entrelugar.

Natasha Barzagli Geenen: O Ma foi justamente o tema da tese de doutorado da Michiko na PUC São Paulo. E é muito interessante, Adélia, a presença do Ma na cultura japonesa. Aqui, a gente vai acabar focando mais em como ele aparece no design, claro. Mas, na tese da Michiko, ela dedica um capítulo inteiro à presença do Ma no cinema, por exemplo. Ela investiga, especialmente, os filmes do Takeshi Kitano e do Yasujiro Ozu, que apareceram aqui, na terceira temporada. Mas é engraçado que até pra a Michiko, que se dedicou tanto tempo a estudar o tema, é difícil descrever, assim, em poucas palavras. Eu acho que explicar o Ma à fundo levaria uma temporada inteira com horas e horas de podcast.

Adélia Borges: Olha, eu ouviria essas horas e horas porque eu sou apaixonada por esse tema do Ma. Mas, pra nossa sorte e dos nossos ouvintes, a Michiko se saiu muito bem numa explicação sucinta.

Michiko Okano: Para a minha análise, o Ma, ele é um entrelugar, um espaço, um espaço intermediário que foge, então, dessa concepção bipolar e opositiva entre o bem e o mal, o preto e o branco, o raciocínio, a racionalidade e a sensibilidade. Mas algo que se encontra nesse entrelugar, não é? Como também tem a ver com a questão do vazio. Porque o vazio, para os japoneses, é uma concepção em que... algum lugar onde há disponibilidade, onde tudo pode acontecer. É o lugar de nascimento e não o vazio do nada. Então eu acho que o Ma, ele compreende tanto entre-espaço, tanto a questão do vazio.

Adélia Borges: Sabe, Natasha, eu acho muito interessante a maneira como os japoneses lidam com o vazio. É tudo uma percepção diferente. O espaço vazio não quer dizer que ali não tenha coisas, e sim que pode haver. Um espaço em que a gente fala da potencialidade. Então não dá aflição algo ser vazio ou o silêncio, né? Acho muito lindo esse conceito todo.

Michiko Okano: Eu acho que a questão do vazio tem a ver com a palavra Mu, que os filósofos traduzem como "nadidade", que é diferente do nada. E também tem a ver com o budismo, o zen-budismo e também, por exemplo, com arquitetura japonesa tradicional, em que você tem uma sala, uma sala vazia, onde tudo pode ser. Diferente de uma arquitetura ocidental, onde a gente tem sala, dormitório, sala de refeição. No Japão a gente tem uma sala que tudo pode ser. E pra tudo poder ser, ele teria que ser vazio. Então, o vazio é aquele vazio potencial e não aquele vazio do nada, como a Adélia nos colocou.

Natasha Barzaghi Geenen: Eu acho que já deu para perceber que o Ma é algo complexo e cheio de significados. Ele está no vazio, no intermediário, no tempo, no espaço. E a gente teve um outro convidado que escolheu explicar o Ma de uma outra forma.

Hayato Fujii: Mas antes de explicar Ma, acho que é melhor esclarecer uma palavra que se chama Ki.

Natasha Barzaghi Geenen: Esse é o Hayato Fujii. Ele é arquiteto, gerente geral do escritório do arquiteto japonês Kengo Kuma aqui no Brasil. Ele, inclusive, fez parte da equipe que realizou o projeto da Japan House São Paulo, na Avenida Paulista. Esse outro termo que ele mencionou, o Ki, está presente em várias expressões na língua japonesa.

Hayato Fujii: Ki, a gente usa bastante, né, diariamente. Mas, se traduzir diretamente, Ki significa "força vital". Existe um sentimento, né... ou a energia que circula entre as pessoas — e das coisas. Inclusive, não é só pessoas, tá? É das coisas. Isso é chamado de Ki. E, quando as pessoas e os objetos com Ki se juntam, ou reúnem tudo, eles criam um Ma. Então a verdadeira de Ma, seria Ki emitido por pessoa e objetos.

Adélia Borges: Essa ideia de uma força vital que está presente em todas as pessoas — e em todas as coisas e até nos objetos inanimados — é algo que está muito presente no design japonês. E a gente com certeza vai falar disso mais tarde, nos próximos episódios.

Natasha Barzaghi Geenen: Bom, deve ter dado pra perceber, pelo sotaque, que o Fujii é japonês. E, já que ele topou conversar com a gente aqui para essa temporada, a gente resolveu aproveitar um pouquinho e pedir a ajuda dele para tentar explicar, por aqui, um pouco mais desses termos quase intraduzíveis do design japonês.

Adélia Borges: Um desses termos, eu tenho certeza que você já ouviu alguma vez: wabi sabi.

Hayato Fujii: Até os japoneses — é muito difícil explicar isso. Wabi Sabi indica que a beleza está no que é simples, imperfeito, transitório e incompleto.

Natasha Barzaghi Geenen: Essa ideia do wabi sabi, por mais que seja difícil de explicar em poucas palavras, tá presente em muito do que a gente já falou aqui até agora. Na filosofia japonesa, falar em wabi sabi tem a ver com encontrar beleza em todas as coisas. Especialmente naquilo que é imperfeito.

Adélia Borges: E isso inclui nós mesmos, né? Afinal, todo mundo é imperfeito. Quando a gente fala de design, a filosofia wabi sabi tá presente na simplicidade, na rusticidade, nos materiais naturais... e sobretudo, na harmonia.

Hayato Fujii: Meu ponto de vista pro design japonês... Bom, acho que a maioria do povo japonês ainda tem espírito de artesão. Ou seja, carpinteiro, seja serralheiro, ou outros artesãos, ceramista, e tal. Porque há muito tempo existe uma cultura artesão competindo em sua habilidade, né, pra fabricar bons produtos, a fim de melhorar a qualidade de vida do povo japonês. Também, ao mesmo tempo, a gente tem o espírito de cuidar as coisas em torno de você, em torno de nós, ou cuidar, ou consertar e usar meio eternamente... então, esse círculo de uso das coisas para os japoneses é muito comum. Esse espírito de artesão para melhorar a qualidade de vida. Por isso que eles disputam com artesãos por si mesmos e para melhorar técnica, para melhorar a tecnologia deles e para inventar novos produtos. Isso não é só coisa artesanal. Produtos industriais, comidas, tudo mais, né? Japoneses gostam — quer dizer — fazer inovação para qualquer, qualquer produto, qualquer coisa. Acho que é isso que é fundamental do design japonês. Claro que todo mundo diz que design japonês é simples. Minimalistas, organizados, tal. Sim, isso é fato. Mas tudo atrás dessas coisas, na minha opinião é por causa de espírito de artesãos japoneses.

Natasha Barzaghi Geenen: Bom, deu pra entender, né, que, pro Hayato Fujii, o aspecto fundamental do design japonês é o espírito do artesão. Isso é o gancho perfeito pro nosso próximo episódio, em que a gente vai falar justamente de artesanato. A gente te espera, aqui, na semana que vem!

O podcast da Japan House São Paulo é uma produção da Rádio Novelo.

A coordenação da Japan House São Paulo é de Miyuki Teruya.

O conteúdo digital é de Júlia Casadei e Adriana Pedroso.

E a identidade visual é de Thiago Minoru.

A produção e o roteiro do podcast ficam por conta da Bárbara Rubira.

A montagem é da Mariana Leão, e a sonorização, da Júlia Matos.

A mixagem é feita pela equipe do Pipoca Sound.

A música original é da Mari Romano.

Nós gravamos no estúdio Trampolim, em São Paulo.

A estratégia de promoção é da Juliana Jaeger e da Bia Ribeiro.

No site da Japan House São Paulo, você encontra conteúdos extras deste e de todos os episódios.

Eu, Natasha Barzaghi Geenen, diretora cultural da Japan House São Paulo, apresento esta temporada na companhia da Adélia Borges.

Até semana que vem, Adélia!

Adélia Borges: Até, Natasha!

