

02 // Mingei: o artesanato feito pelo povo, para o povo

Natasha Barzaghi Geenen: Olá! É muito bom receber você nesse segundo episódio da quarta temporada do podcast da Japan House São Paulo. Eu sou a Natasha Barzaghi Geenen, diretora cultural da Japan House, e tô aqui para levar você para mais uma viagem pela cultura japonesa. Se você ainda não ouviu o primeiro episódio dessa quarta temporada, faz o seguinte: dá um pause aqui e volta lá pra acompanhar a gente desde o início. Mas, se você ouviu a estreia dessa temporada, já sabe que o tema da vez é o design japonês. Você também já conhece a minha companheira de microfones dessa temporada. A jornalista, curadora, historiadora e crítica de design Adélia Borges.

Adélia Borges: Oi, Natasha! Feliz de estar de novo por aqui.

Natasha Barzaghi Geenen: Bom, no episódio passado, a gente falou um pouco do design nos espaços japoneses e principalmente, de como os espaços japoneses costumam ser flexíveis e versáteis. Isso é uma coisa que faz parte da cultura japonesa há muito tempo, mas é ainda mais importante nos dias de hoje, pensando na população japonesa vivendo nas grandes cidades.

Adélia Borges: É. E a gente falou, também, do Ma, da visão interessantíssima que os japoneses têm sobre o vazio. Mas eu queria começar o episódio de hoje tratando do que está dentro dos espaços, do mobiliário. E, para falar desse assunto, vamos chamar a nossa primeira convidada, a Maria Cecília Loschiavo dos Santos. Ela é professora titular de Design da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP — a FAU-USP — e pesquisadora e autora de livros sobre mobiliário brasileiro.

Maria Cecília Loschiavo dos Santos: O Japão, ele tem essa multifuncionalidade dos espaços, né? A redução da escala, ela acaba trazendo e convidando e, de alguma forma, digamos... favorecendo o cidadão usuário a desenvolver uma certa flexibilidade mental e comportamental. Então, num espaço bastante restrito, ele tem que ser multifuncional. Então, às vezes, de repente, uma porta, ela vira um guarda roupa que você vai ter que pendurar casaco, entende? Dependendo da sua profissão, o interior da sua casa tem que ser absolutamente flexível e você não pode ter um acúmulo de peças, de móveis e de produtos. A casa japonesa, ela é uma casa simples. Mas há essa composição decorrente da simplicidade imposta principalmente em Tóquio. Se nós vamos para o interior, a coisa é um pouco diferente, né? A gente vai encontrar outra relação com a moradia, mas a casa japonesa em geral em Tóquio, ela tem que ser uma casa simples, funcional, flexível. No caso, claro, se você for visitar os palácios, né, o Palácio Imperial, se você for visitar o palácio em Kyoto, você vai verificar alguns elementos ali presentes e tal, mas há uma presença constante do tatame. E o tatame é um elemento minimalista que caracteriza o interior de todos os ambientes japoneses, não só da casa, não só do ambiente privado, mas também, às vezes, o tatame está em ambientes públicos.

Natasha Barzaghi Geenen: A gente já tinha começado a falar sobre o tatame no episódio passado, sobre como ele é, até hoje, muito usado como unidade de medida para a área de uma casa e de como ele acaba sendo um elemento tão simbólico das casas japonesas. A

gente falou, também, sobre como não ter esse acúmulo de móveis é importante para ter flexibilidade dentro de um espaço reduzido. E isso também tem uma relação íntima com as próprias questões geológicas do território, que, a gente sabe, é bastante propenso a terremotos.

Adélia Borges: Seguindo essa lógica, o mobiliário que existe dentro de uma casa japonesa tem que ser muito bem escolhido, bem planejado e bem feito. A Maria Cecília falou mais sobre isso.

Maria Cecília Loschiavo dos Santos: Olha, o mobiliário japonês, ele é um mobiliário produzido muito, sempre com um conceito de adequação ao espaço existente e é um mobiliário que leva muito a sério essa questão sobre o emprego justo dos recursos naturais. O mobiliário japonês, ele se distingue pelo requinte, mas esse requinte não é só um requinte estético. Ele é um requinte ético, no sentido do uso justo, do emprego correto dos materiais. E isto já vem no Japão há muito tempo, e, claro, agora, esse elemento do manejo dos recursos naturais é cada vez mais respeitado na cultura de projeto japonês.

Adélia Borges: Bom, a Maria Cecília mencionou o requinte estético do mobiliário japonês. Isso me faz lembrar de um verdadeiro clássico do design japonês que eu amo, que é o banco "Borboleta" do Sori Yanagi.

Natasha Barzaghi Geenen: Esse banco sempre me faz lembrar de você, Adélia, porque acho que a gente falou dele no nosso primeiro encontro, há muitos anos, falando sobre design japonês. Como é que você descreveria ele para os nossos ouvintes?

Adélia Borges: Olha, ele tá mais para uma banquetta, né, um assento individual. E ele foi projetado pelo Sori Yanagi, um grande designer industrial japonês, em 1954. Essa não foi a única banquetta com o nome de animal que ele criou na década de 50, teve, também, o banco "Elefante". As banquettas, elas não são exatamente itens tradicionais do modo de vida japonês, porque, tradicionalmente, no Japão, se senta no chão, no tatame. Quer dizer, a criação desses objetos já demonstra que algumas novidades trazidas pela ocidentalização do país já estavam bastante integradas. Mas eu acho que esse trabalho do Yanagi, ele tem uma sensibilidade estética que só podia ser japonesa. O banco "Borboleta" é formado por duas placas de madeira curvadas, um formato um pouco parecido com uma letra "L" maiúscula, só que de ponta-cabeça. São essas duas peças unidas lado a lado, simetricamente, que formam tanto o pé, quanto o assento. Elas são unidas por uma única haste de metal na parte de baixo e parecem, de fato, como sugere o nome, com as asas de uma borboleta. É de uma simplicidade, de uma força, assim, é realmente um ícone do design japonês. Ouso dizer, do design mundial.

Natasha Barzaghi Geenen: No episódio passado, Adélia, a gente matou um pouquinho da saudade da nossa temporada de gastronomia, falando do obentô e de como ele representa muito bem algumas características chave do design japonês. A Maria Cecília Loschiavo também trouxe um exemplo de design fundamental do Japão nessa mesma linha.

Maria Cecília Loschiavo dos Santos: O design japonês, em primeiro lugar, tendo em vista a condição demográfica existente no Japão, o design japonês, ele tem que pensar essa grande escala de demanda, de demanda por produtos e, claro, não só por produtos, por materiais para a produção desses produtos. Acho que um dos produtos mais emblemáticos na cultura japonesa é o hashi. Então, o design japonês, quando ele desenha o hashi, ele não só tem que desenhar o hashi para todos os tipos de uso, para pessoas de dois anos a cento e tantos anos — porque a população japonesa tende a ser uma população muito longeva —, como, também, o designer tem que se preocupar com o material que é utilizado para a produção do hashi. Isto, principalmente a partir de um determinado ponto da história mundial, quando nós passamos a enfrentar essa problemática muito séria de uso justo dos materiais. Então o uso da madeira para a produção de hashi é um elemento que os designers passaram a ter que se preocupar. Isso levou a um desenvolvimento de materiais e de materiais inovadores muito importante. Muitas vezes, são os mesmo materiais, mas que são trabalhados a partir de outros paradigmas.

Morito Ebine: Japonês gosta bastante da madeira assim, né? Por exemplo, japonês gosta muito, usa hashi descartáveis de madeira. Mesmo que não seja descartável, a gente usa, sim, madeira.

Natasha Barzaghi Geenen: Essa voz é novidade por aqui. Esse que a gente teve a honra de ouvir é o grande marceneiro Morito Ebine.

Morito Ebine: E tigela também, assim, sabe? Tomar sopa de tigelas de madeira e bastante gente até usa assim sabe tomar chá em copos de madeira ou até pratos de madeira. E no Japão tem aquele tipo de marmitta feita de madeira descartável.

Natasha Barzaghi Geenen: Olha o obentô aí de novo, Adélia!

Adélia Borges: É, a gente não consegue esquecer dele, né?

Natasha Barzaghi Geenen: Pois é. Bom, o Morito é japonês, estudou marcenaria e desenho de mobiliário lá no Japão. Tá no Brasil há quase 30 anos. Ele conversou com a gente lá do atelier dele em Santo Antônio do Pinhal, no interior de São Paulo. E é lá que ele produz móveis lindos e impecáveis, além de dar aula de marcenaria tradicional, que é muito ligada a esse universo do encaixe da madeira.

Adélia Borges: Essa técnica de encaixes, como tudo no design japonês, exige muito estudo e muita precisão. Não dá pra falar da marcenaria japonesa sem falar de encaixes. A técnica do Sashimono existe há mais de 300 anos e consiste na construção de móveis e outros artigos de madeira, sem o uso, nem de pregos, nem de parafusos. Para unir tudo, apenas um encaixe — ou os encaixes — meticulosamente planejados dentro das próprias peças, como um perfeito quebra-cabeça. Pode parecer loucura, mas o encaixe bem feito é mais firme, mais seguro e mais durável que qualquer elemento de fixação.

Natasha Barzaghi Geenen: É verdade, Adélia. Sabe que os encaixes de madeira tradicionais do Japão foram uma inspiração para o desenho da fachada aqui da Japan House São Paulo, na Paulista. O projeto é do arquiteto japonês Kengo Kuma, que a gente

até mencionou no episódio passado. Ele usou a madeira Hinoki, que é o cipreste japonês, também muito tradicional, e as peças foram todas montadas e desmontadas várias vezes antes da instalação para ter certeza que tudo ia se encaixar perfeitamente.

Adélia Borges: Nossa, acho linda essa fachada.

Natasha Barzaghi Geenen: Um outro exemplo recente desse uso de técnica de encaixe foi uma casa de chá contemporânea que a gente mostrou numa exposição dedicada a chá, em que todas as peças foram feitas em impressora 3D e encaixadas uma por uma, nessa mesma maneira, feitas pelo arquiteto Kei Atsumi.

Adélia Borges: E outra técnica muito antiga que a gente pode ver em algumas peças de mobiliário tradicional japonês é o trabalho em laca. O Morito conversou com a gente sobre isso.

Morito Ebine: Japan Laca é uma resina de árvore. Se chama Urushi, que tira como se fosse seringueira, né, como se fosse látex da seringueira. E risca assim da árvore e junta esse líquido. Ele é como se fosse marrom, acabamento é parecido com goma laca. Ele, assim, dá coceira, assim, na pessoa, mas ele é muito apreciado e se não bater... como se chama? Ultravioleta. Se não tiver ultravioleta, ele dura, acho que 2 mil, 3 mil anos. Ele é, assim, muito durável.

Natasha Barzaghi Geenen: A laca japonesa, como o Morito disse, vem das árvores Urushi. É da árvore que vem o nome do principal composto químico presente na laca, que é o urushiol. O uso da laca no revestimento de móveis e objetos é milenar e a técnica é super delicada e demorada. Precisam ser aplicadas camadas muito finas, que precisam secar totalmente antes de aplicar a próxima. Então o processo de revestimento de uma única peça pode durar meses. Dá pra misturar outros pigmentos na laca, também, pra criar vários desenhos, que normalmente são de motivos e padronagens tradicionais Japoneses.

Adélia Borges: Esses dias eu estava lendo justamente sobre isso, Natasha. Ali, por volta do século XVII, quando já estava estabelecido o comércio entre os continentes, as peças com revestimento tradicional em laca vindas da Ásia começaram a fazer muito sucesso pela Europa. Só que, importar artigos feitos com essa técnica original custava caro. Então, os europeus acabaram desenvolvendo uma espécie de imitação, que eles chamavam de "Japanning". Eles não usavam o urushi, mas outro tipo de laca e tentavam reproduzir, muitas vezes de maneira bastante estereotipada, os desenhos tradicionais.

Natasha Barzaghi Geenen: Que interessante, Adélia. Eu nunca tinha ouvido falar de pirataria de móveis!

Adélia Borges: Mas é claro que o resultado não era o mesmo, né? Mas enfim, voltando para a Madeira, Maria Cecília tinha falado um pouco da importância do manejo dos recursos naturais no design japonês contemporâneo. E, na conversa com o Morito Ebine, ele contou que essa coisa de reaproveitamento de materiais na marcenaria japonesa não é nenhuma novidade.

Morito Ebine: No Japão, sim, desde mais de mil anos atrás já tinha, sim, madeira que vende, assim, sabe, madeira utilizada, né? Madeiras de segunda mão. Madeira assim, pra reutilizar.

Natasha Barzaghi Geenen: É, eu acho que essa preocupação da marcenaria japonesa com o bom uso e o reaproveitamento da madeira vai além do conceito moderno de sustentabilidade, sabe? É parte de uma cultura de profundo respeito pela matéria prima e pela própria natureza. O Morito falou disso também.

Morito Ebine: Mas no Japão tem muito assim, sabe, budismo, mas ao mesmo tempo tem xintoísmo, que tipo animismo, que acreditam no espírito. Então, é... Sobre, a respeito de madeira assim e mesmo tempo a gente... não sei o que exatamente, mas a gente acha que isso é espírito na madeira, né? No xintoísmo. Por exemplo, antes de cortar, assim, a árvore. Normalmente a gente faz tipo uma oração por causa do espírito. E normalmente assim a árvore grande tem outro espírito assim maior, espírito mais respeitoso, então é bastante, assim, tomar cuidado para assim cortar madeira. Antigamente, faziam tipo cerimônia, né, assim, de bebida tipo o saquê no Japão e outras em comida. Hoje quem corta, assim, mesmo que seja pequena a árvore tipo machado, no machado tem três risco e outro lado tem quatro riscos, símbolos assim. De um lado é bebida, do outro é comida. Então, antes de cortar, sabe, é como se fosse dando bebida e comida para a árvore. Ao mesmo tempo, esse spiritismo é meio amplo assim, sabe? Não é só a madeira, até objetos... Tem gente acha que tem espírito assim, tipo copo, tipo computador, é desse nível.

Natasha Barzaghi Geenen: Essa coisa de que tudo tem um espírito, desde uma árvore até um computador, é uma coisa muito forte na cultura japonesa. Claro que não é todo mundo que acredita nisso e nem todo mundo que acredita, interpreta da mesma forma. Mas a influência do xintoísmo na cultura japonesa faz com que essa ideia esteja muito presente, inclusive no design. No episódio passado, a gente ouviu o Hayato Fujii, arquiteto e gerente geral do escritório do Kengo Kuma aqui no Brasil. E ele falou pra gente do Ki, que ele traduziu como força vital. Presente em todas as pessoas e também em todas as coisas.

Adélia Borges: E, além do Ki, ele falou também de algo que, segundo ele, tá no centro do design japonês, que é o espírito de artesão. Eu adorei ouvir o Fujii falar disso, Natasha, porque não dá pra gente falar do design japonês sem falar do universo riquíssimo do artesanato tradicional do Japão. Aqui no Brasil a gente tem uma visão preconceituosa dessa palavra. E não é assim que ocorre no Japão e nos países orientais. É algo muito interessante, com o qual a gente tem bastante a aprender.

Natasha Barzaghi Geenen: Eu concordo, Adélia. A gente, inclusive, já dedicou bastante da nossa programação justamente a mostrar essa valorização do artesanato no Japão como sendo realmente algo que é digno de muita admiração e que deveria, sim, nos inspirar. É realmente uma área toda de atuação que demanda uma técnica muito apurada e demanda realmente uma estética única e muito, muito sofisticada, né, muito elegante. Esse é outro dos temas que a gente vai abordar nesse episódio. Nesse papo sobre artesanato japonês, a gente vai falar de algumas técnicas e tradições que sobrevivem e que se reinventam ao longo dos vários séculos.

Adélia Borges: Inclusive Natasha, lá em exposições que eu fui no Japão, de design, você tem industrial design e craft design. Então, a reprodução do objeto ser industrial ou ser artesanal é algo que não altera o substantivo. Então, se trata apenas da forma de reprodução. Eu acho isso bem interessante, essa terminologia diz muito sobre essa visão mais integrada que o Japão e que as culturas orientais têm sobre o design.

Natasha Barzaghi Geenen: Para começar essa nossa conversa, a gente vai fazer uma viagem no tempo para um passado não muito distante, os anos 20. Bom, na verdade, os anos 1920, né, 100 anos atrás. Foi em meados dos anos 1920 que o pensador japonês Soetsu Yanagi fundou o movimento Mingei. Esse nome — Mingei — vem da junção de duas palavras: minshu, que significa povo e kogeï, que significa artesanato.

Silvia Sasaoka: Então, o artesanato do povo, pelo povo, para o povo...

Natasha Barzaghi Geenen: Essa que a gente está ouvindo agora é a Silvia Sasaoka. A Sílvia é gestora cultural, pesquisadora e designer social.

Adélia Borges: Bom, no episódio passado, eu contei um pouco sobre a viagem de pesquisa que eu fiz nos anos 1990 com uma bolsa da Fundação Japão. Alguns anos depois, a Silvia recebeu essa mesma bolsa da Fundação Japão. E, com isso, ela pôde ir para lá e fazer uma pesquisa in loco sobre o artesanato tradicional.

Silvia Sasaoka: Em 2002, né, eu ganhei essa bolsa porque eu trabalhava no museu A Casa, hoje, Museu do Objeto Brasileiro, como coordenadora de projetos. Na época, estava trabalhando com artesãos de Serrita, Pernambuco e da Associação Monte Azul. E eu me interessei... assim, vinha sempre uma pergunta, né? "Como que o Japão resistiu, com seu artesanato tradicional, à modernização, à ocidentalização, à industrialização?" E, quando eu comecei a pesquisa, eu encontrei o livro de Soetsu Yanagi lá na biblioteca da Fundação Japão. Era o único livro traduzido para o inglês que chama "The Unknown Craftsman". E, sem conhecimento prévio, percebi que tinha muita ligação com minhas reflexões e meu trabalho com o artesanato popular aqui no Brasil.

Natasha Barzaghi Geenen: "The Unknown Craftsman". Em português, o nome desse livro seria algo como "O Artesão Desconhecido".

Adélia Borges: Bom, se o sobrenome Yanagi tá te soando familiar, não é à toa. O Soetsu Yanagi, do Mingei, é o pai do Sori Yanagi, aquele designer que eu comentei, sobre o banco "Borboleta".

Natasha Barzaghi Geenen: Olha só, que mundo pequeno! Voltando para a Sílvia, ela se inspirou pelo trabalho do Yanagi – o Yanagi pai – e também pelas experiências dela com o artesanato brasileiro e partiu para uma viagem de dois meses pelo Japão para ver de perto como as coisas eram feitas por lá.

Silvia Sasaoka: Então, não foi uma pesquisa acadêmica científica, assim, no sentido de entrar na questão antropológica do artesanato. Eu fui para o Japão para

saber como funcionavam os equipamentos culturais, como funcionava o sistema, para dar apoio a esses artesãos. E tive a sorte de ter a orientação do professor Ryuta Imafuku. Ele dava aula na Universidade de Sapporo e, com isso, ele me ajudou a montar um roteiro onde eu pudesse encontrar algumas respostas sobre o artesanato Mingei.

Adélia Borges: Vamos ouvir um pouco a Silvia contar sobre quem era o Soetsu Yanagi, né - o Yanagi pai -, e de onde veio a ideia do Mingei

Silvia Sasaoka: Yanagi era um crítico de arte, estudioso em teologia oriental e também era colecionador. E ele tinha observado que o artesanato japonês, na época, era estruturado em três categorias. O artesanato manufaturado, que era produzido com alguns processos já em série, em escala. Outro, o artesanato aristocrático, que era produzido sob esquema de mecenato e produto de patrimônio aristocrático, né. E o artesanato artístico, que era uma produção autoral, de peças únicas, feito principalmente para os colecionadores. E, numa viagem que ele foi para a Coreia, ele viu uma cerâmica maravilhosa, branca, perfeita, feita por artesãos anônimos. E ele observou que, esses objetos, eles não tinham nem uma categoria, um nome, né, eram objetos feitos para o próprio uso das pessoas. Eles chamavam de getemono, que tinham um significado, assim, de coisa. E ele quis dar a esse objeto uma categoria, assim... queria qualificar. Daí que ele criou esse termo "Mingei", né?

Natasha Barzaghi Geenen: O Mingei seria, então, esse artesanato popular, feito por artesãos anônimos e para ser usado por pessoas comuns no cotidiano.

Adélia Borges: Isso. Mas ao dar um nome para esse tipo de artesanato, o Soetsu Yanagi estava propondo que essa era uma arte que merecia ser muito valorizada.

Silvia Sasaoka: O Yanagi, ele se inspirou no zen budismo pra criar essa terceira categoria. Porque com a ocidentalização, com a modernização, os japoneses, o artesanato japonês começou a... ter uma visão assim de dualidade, né? Belo, feio. Perfeito, imperfeito. Arte, artesanato. Artista, artesão, e tal. E isso tava ligado à industrialização, né? Então ele queria propor uma outra visão estética que tava ligada à prática zen budista. Da cerimônia do chá, tal... Que valoriza nuances entre esses opostos e não essas duas polaridades. Porque a imperfeição e a antiforma e está nesse meio. Eu acho que deve ter a ver com o Wabi Sabi, né?

Adélia Borges: Eu concordo com a Silvia. Eu acho que isso tem tudo a ver com Wabi Sabi, com a beleza na simplicidade e nas nuances.

Natasha Barzaghi Geenen: Eu também acho, Adélia.

Silvia Sasaoka: Quando ele se juntou, criou o movimento Mingei, ele influenciou muitos intelectuais da época. Pra preservar esse trabalho, pra reconhecer, valorizar mesmo. E aí virou um movimento ideológico, né? Por vezes, assim, parece um pouco que cristalizou. Porque pra você entrar nessa categoria, você tinha que

atender a esses critérios. Tinha que ser anônimo, tinha que ser utilitário e... e boni-
Bom, o belo estava sempre lá, né?

Natasha Barzaghi Geenen: É claro que a beleza não podia ficar de fora, né?

Adélia Borges: É claro que não. Mas, com a difusão das idéias das ideias do movimento Mingei, foi inaugurado em 1936 em Tóquio, o Museu Nihon Mingeikan, também conhecido em inglês como apan Folk Crafts Museum. E eu estou contando isso, Natasha, porque eu tive lá uma vez e nunca esqueci de uma frase que eu vi escrita em uma das paredes:

"É belo porque é útil, é útil porque é belo."

Natasha Barzaghi Geenen: Tem tudo a ver com aquela frase que a gente comentou no episódio passado do livro do Kenji Ekuan, né? "Beleza é função".

Adélia Borges: Exatamente. E essa é uma coisa que eu acho fundamental do movimento Mingei e que também conversa com vários aspectos do design japonês que a gente tem abordado aqui. A ideia de enxergar a beleza e a complexidade naquilo que é simples e cotidiano, de ver a arte não só no que foi feito para as galerias, para os museus, mas, também, no que usamos no dia a dia. Num prato ou numa mesa, por exemplo. Num artigo que o Yanagi publicou em 1926, ele escreveu assim:

"Utensílios são parceiros do nosso dia a dia, são fiéis amigos que apoiam a nossa vivência. Não teriam as suas formas uma beleza autêntica e honesta?"

Natasha Barzaghi Geenen: Que lindo isso, Adélia! Bom, a gente falou aqui de alguns critérios que o Soetsu Yanagi estabeleceu para categorizar o Mingei. A gente falou do anonimato, já que as peças são produzidas, não por um artista específico e sim por artesãos desconhecidos ou grupos deles. E falou também do utilitarismo, que é o artesanato sendo usado na prática, no cotidiano.

Adélia Borges: É, mas não é só isso. O Yanagi propôs algumas outras características pra conceituar o Mingei. Apesar de ele ter uma produção totalmente artesanal, a gente tá falando de itens fabricados em grandes quantidades e vendidos a preços acessíveis para pessoas comuns. A produção demanda a união dos esforços de muitas pessoas. As peças raramente são feitas por uma pessoa só. Elas são feitas a partir de técnicas tradicionais, herdadas e passadas ao longo das gerações. Técnicas aprimoradas pela prática bastante repetitiva, cuidadosa, intensa. Por causa do valor às tradições, o artesanato Mingei costuma ser bastante específico de cada região — do povo que vive num território e que ali produz. Ou seja, ele também não depende só dos esforços do indivíduo, mas também de forças alheias invisíveis, aparentemente, como a natureza, o clima, o tempo e a própria tradição do lugar.

Natasha Barzaghi Geenen: Bom, e foi com esse critério em mente que a Silvia Sasaoka saiu pelo Japão pra fazer a pesquisa dela. Parte dessa jornada acabou virando um filme. O documentário "Mingei – Em busca do artesanato popular do Japão", foi dirigido pelo Rica Saito e é como um caderno de viagem de pesquisa da Silva.

Trecho do Documentário "Mingei – Em busca do artesanato popular do Japão"

Silvia Sasaoka: *Aos 40 anos, eu ansiava conhecer o Japão, terra dos meus ancestrais. Quando planejei a viagem retratada nesse filme, meu sonho era penetrar no Japão antigo que eu havia criado na minha imaginação.*

Silvia Sasaoka: O meu roteiro foi organizado para que eu visitasse quatro ilhas, então começando lá em cima em Hokkaido e depois Honshū, Okinawa, Amami. E aí eu entrevistei mais ou menos 40 pessoas, entre curadores de museus, designers, lojistas, professores de universidades ligadas ao artesanato, artesãos de primeira a vigésima geração, artesãs e artesãos reconhecidos como tesouro vivo nacional, artesãos reconhecidos como patrimônio cultural intangível. Foi difícil encontrar Mingei, porque pra ser um autêntico Mingei, deve ser um utilitário ou um artesão anônimo, ter preço acessível, produzido em quantidade por processo coletivo, sem a assinatura do artesão. Hoje em dia, mesmo naquela época, em 2002, já não era uma prática, assim, realista no contexto econômico e cultural do Japão. Então, toda vez que eu entrevistava assim, alguém, falava: "Mingei? Ai, nossa...". Mingei, naquela época ainda não tinha sido retomado como hoje em dia. De uns anos para cá o termo foi novamente reconhecido como um valor, como um conceito importante na história do artesanato, né...

Natasha Barzaghi Geenen: São curiosos os ciclos, né, Adélia? Lá no começo do século XX, o objetivo do Yanagi — e de outros membros do movimento Mingei — era justamente valorizar uma cultura popular e uma produção artística enfraquecida pela modernização e pela industrialização. Foi pra liderar esse "redescobrimto", digamos, que eles viajaram o Japão todo atrás de objetos Mingei. Criaram publicações e museus, como o que a gente mencionou mais cedo.

Adélia Borges: Mas, como que você tá vendo isso, Natasha? Agora, um século depois do começo do século XX, a gente na terceira década do século XXI. Como é que, nas suas viagens, você tem sentido essa questão no Japão?

Natasha Barzaghi Geenen: Eu tenho justamente notado uma certa vontade de valorizar a autoria por trás desse artesanato. Acho que o Japão é realmente uma grande referência no que diz respeito ao fazer manual e a uma técnica que é, também, transmitida de maneira bastante próxima numa relação de mestre e aprendiz. E que, atualmente, existe uma vontade de valorizar a autoria e os nomes por trás dessa produção, como quase um selo de qualidade, como um rastreamento de origem. E acho isso bonito também, porque isso coloca realmente em outra perspectiva essa, essa produção.

Adélia Borges: É, eu sinto, na verdade, que está ocorrendo no mundo todo. A gente tá — ao contrário daqueles prognósticos de desaparecimento, que falaram que quando a indústria surgiu ia substituir totalmente as coisas feitas à mão — o que a gente tá vendo é

que, na sociedade contemporânea, esses objetos estão sendo muito valorizados. Isso ocorre no hemisfério sul, no hemisfério norte, e é uma coisa bem legal. E tem um outro convidado com quem a gente conversou pro podcast, que também falou desse redescobrimto.

Natasha Barzagli Geenen: O Mateus Bagatini é designer e pesquisador e vive no Japão há mais de dez anos. E ele também tem observado esse movimento de valorização do artesanato tradicional nos últimos anos por lá.

Mateus Bagatini: Eu tenho me interessado bastante nessa questão, que é cultural também, que é o retorno à tradição. Tem um processo muito grande de retorno ao campo, retorno ao interior no Japão, que tem acontecido com muito incentivo do governo, até. E eu tenho visto muitos jovens interessados em voltar ao design tradicional, que é o artesanato. Então, com incentivos do governo e com interesse na cultura e história do Japão e não só japoneses, mas até outras outras pessoas de outras nacionalidades que vêm morar aqui, eles vão pra essas regiões e tentam conhecer a cultura local e esse artesanato e esse design — porque, pra mim, é design e tem coisas que você olha e que você fala, "isso é design a nível altíssimo", assim. Acho que esse é um ponto que eu acho muito interessante, esse retorno, que não é só no Japão. A gente vê isso acontecendo no mundo, essa valorização da cultura tradicional, que pra mim é muito grande. Então tem muito essa questão do *place branding*. Acho que em português a gente deve chamar esse "*branding* de regiões" ou alguma coisa assim, que é valorizar e criar uma marca nessas regiões no Japão. E isso tem se tornado uma estratégia de atrair turismo, uma estratégia de atrair pessoas pra morarem lá, pra produzirem e pra pagarem impostos pra que aquelas regiões sejam desenvolvidas. Então, criando um produto e uma característica de design ligada à marca, ao aspecto daquela região tem ajudado o interior do Japão e várias áreas a se recuperarem, porque a gente sabe que o Japão tem essa questão de que as regiões rurais tem uma população em declínio, tem várias culturas e até práticas artesanais e tradicionais com risco de desaparecer e, por causa desse processo de retorno à cultura, esse design tradicional, esse artesanato tradicional, ele tem começado a se recuperar. E é muito interessante ver isso acontecendo e ver pessoas aprendendo e tentando reviver isso. E, ao mesmo tempo, é interessante ver como eles usam essas técnicas tradicionais, mas eles dão um *twist*. Eles pegam essas técnicas tradicionais e eles trazem algo novo, eles misturam isso com culturas diferentes, eles adicionam coisas inusitadas. Então, ao

mesmo tempo que você está preservando uma cultura tradicional, você está trazendo uma camada nova.

Adélia Borges: Bom, eu acho toda essa conversa super interessante e a gente tem vários exemplos desse "feito à mão", né, do Craft Design, que são coisas, projetos de nível altíssimo. E como valorizar esse trabalho é benéfico, não só pela sobrevivência da tradição e da cultura local — a gente está falando de culturas ricas que estão em eterna mudança, em eterna transformação —, isso é importante também para o contexto social e econômico das regiões. E aí eu lembro de uma exposição recente que vocês fizeram na Japan House São Paulo, que era destinada justamente a descobrir tesouros do design espalhados pelo Japão, né. A "DESIGN MUSEUM JAPAN: investigando o design japonês". Como é que foi isso?

Natasha Barzaghi Geenen: Foi uma experiência muito interessante, acho que justamente bastante conceitual nesse sentido. Porque é você dissociar a noção de design como sendo algo que foi feito por nomes muito importantes, conhecidos — objetos que sejam com valor aquisitivo alto e que devam ser colocados num pedestal pra serem admirados e quase consagrados —, e entender que design, na verdade, são soluções que podem, muitas vezes, ser encontradas realmente no nosso dia a dia, no nosso entorno, muitas vezes sem ter uma aura por trás desse designer. Ele precisa ser apenas alguém que achou uma boa solução para um problema. E acho que essa exposição foi muito nessa direção. Issey Miyake, que é um grande estilista japonês, mencionava constantemente a ausência de um museu japonês dedicado ao design propriamente. Isso se mantém ainda, de certa maneira. Então, essa exposição serviu um pouco como um museu itinerante, de alguma maneira, sem um espaço físico fixo e sem uma coleção, mas justamente trazendo à luz uma série de produções, muitas vezes, que poderiam passar batidas como sendo grandes soluções de design.

Adélia Borges: É eu acho que isso coloca o design no seu lugar verdadeiro. Porque, pra muitas pessoas, quando a gente fala de design, a gente está falando de objetos caríssimos, objetos que, em geral, vêm com o adjetivo "arrojado". Não sei se já ouviu, todo mundo que fala de design põe logo o adjetivo "arrojado". Objetos feitos pra uma elite, ou seja, algo que está distante da gente. E essa exposição, Ela aproximou o design e foi bem interessante que eu tive oportunidade algumas vezes a exposição e vi que as pessoas começaram a redescobrir os objetos do seu cotidiano. O que é design bacana? O que que é o design que me ajuda? Aí, o filtro de barro. "Nossa, mas o design pode estar num objeto arqueológico?", como vocês tinham mostrado, já existia design, né? Também tem uma confusão a respeito

disso, porque design é uma palavra em inglês que vem da origem latina de "desígnio", ou seja, está embutida a ideia de projeto de futuro e não tem nas outras línguas. Aliás, só tem na língua espanhola que você tem "dibujo" para "desenho" e você tem "diseño" para "design". Em inglês, seria o "drawing" que seria um mero desenho e um design para essa noção de projeto. É até o Japão usa também a expressão em inglês. E eu acho que por causa dessa coisa de ficar com uma aura, um nome internacional, um nome em inglês, dá um mal entendimento sobre essa coisa que está no dia a dia da gente, que quem tá ouvindo a gente agora tá imerso — se não estiver dentro da mata totalmente, mas ele está usando uma roupa que alguém desenhou, pode estar usando um óculos que alguém desenhou, enfim, tudo isso. Bom, e eu acho que isso é bem interessante para a gente abrir esses novos horizontes e pra gente, falando de uma coisa que a gente já tratou aqui, que é a percepção consciente da presença do design no nosso cotidiano.

Mateus Bagatini: Eu acho que o artesanato é muito subestimado, não só no Japão como no mundo inteiro. Mas eu acho que a gente tá nesse momento também de processos pós-coloniais, que o artesanato tem sido redescoberto enquanto expressão cultural. E, pra mim, o artesanato é uma referência ou um ponto que mostra claramente como que uma cultura— ela existe, e como ela se transforma, e como ela se expressa.

Adélia Borges: E, conversando com o Mateus, a gente descobriu que, além de designer, ele é artesão. Ele trabalha com vidro soprado e esse trabalho trouxe pra ele uma nova perspectiva sobre o artesanato.

Mateus Bagatini: Quando eu comecei com esses processos de me tornar um artesão, de certa forma, eu entendi como que o tempo faz parte daquele processo de existir naquele espaço. Eu não aperto um botão e as máquinas produzem tudo para mim. Eu tenho que fazer parte daquele espaço, eu tenho que fazer parte daquele material, eu tenho que fazer parte daquelas ferramentas. É uma coisa muito próxima do que a gente faz em meditação, que é, quando você está meditando, você tem que entender que você existe num espaço, seu corpo está ali e aquele momento, ele é único. E eu acho que o artesanato é muito ligado a isso. E tem esse aspecto de você ter que estar presente naquela produção que é muito diferente do processo industrial. Então a gente também tem muito essa questão da sociedade contemporânea, que tudo é muito rápido e a gente nunca está presente, a gente nunca está aqui, a gente nunca está agora. E eu acho que o artesanato, ele só funciona, ele só existe quando você está presente, você está naquele lugar e você

está agora. Então, eu acho que com esses novos pensamentos de cultura pós-colonial e tudo mais, a gente tem voltado a entender a relação do ser humano com os materiais, com o ambiente que a gente existe e com o consumo, até, porque você consumir uma coisa industrializada e consumir uma coisa que foi produzida por alguém, elas te permitem resolver o mesmo problema. Elas têm a mesma funcionalidade, mas existem algumas coisas extras ali que são a história daquele produto, a história daquele objeto que você está manuseando e também o local que você existe e você está com ele. Então, eu acho que tanto a produção do artesanato quanto a utilização do artesanato, se as pessoas estão conscientes enquanto elas estão lidando com essas peças, elas estão experienciando esse aqui e agora.

Natasha Barzaghi Geenen: Acho que talvez esse "aqui e agora" fosse a beleza que o Yanagi queria valorizar nos objetos artesanais cotidianos quando ele fundou o Mingei. Bom, eu acho que isso dá para a gente o gancho perfeito para o próximo episódio. A gente vai ouvir um pouco mais sobre o mergulho da Silvia Sasaoka pelo artesanato japonês e também entender como a tradição japonesa lida com alguns materiais.

Adélia Borges: A gente já falou da madeira, né? Mas tem tantos outros materiais para abordar...

Natasha Barzaghi Geenen: Tem mesmo, Adélia. O Japão tem um universo riquíssimo a se explorar quando a gente fala de cerâmica, papel, tecidos... A gente te espera para falar mais disso 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!