

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE BELAS-ARTES



FRIENDLY ENEMIES

A NEGOCIAÇÃO ENTRE DESIGNER E CURADOR NO PROCESSO DE DESIGN DO CATÁLOGO DE EXPOSIÇÃO DE ARTE

ANDREIA DE ALMEIDA

DISSERTAÇÃO ORIENTADA PELO
PROF. DOUTOR VICTOR ALMEIDA

MESTRADO EM
DESIGN DE COMUNICAÇÃO E NOVOS MEDIA

2013

“The commonality between these friendly enemies being a shared symbolic space. They agree on the ethico-political principles that inform their political association, but they disagree, about the interpretation of these principles – thus emerges a struggle around different interpretations of shared principles.” Miessen (2012: 187)

RESUMO

O trabalho desenvolvido no âmbito do design de comunicação é, não raras vezes, o resultado de negociações entre os designers e os seus interlocutores, ainda que essa relação de interdependência não seja conscientemente estabelecida, pelas partes envolvidas.

Nesta investigação, a negociação será abordada enquanto parte estruturante do processo de colaboração entre designer e curador, aquando do design de um catálogo de exposição de arte, e iremos também analisar os vários níveis – conceptual, processual e relacional – em que ela se realiza, para que fiquem claros os diferentes critérios a observar em cada caso.

O objectivo será mapear a interação para se compreender: como esta se estrutura; quais são as bases de negociação de cada interlocutor; qual é o seu campo de ação; quais são os seus limites de cedência; que influência têm outros agentes na tomada de decisões e na modelação do acordo. Para o efeito, será apresentada a análise de 3 estudos de caso, cada um baseado na relação designer/curador, dentro de cada catálogo de exposição de arte escolhido. No capítulo dos anexos, podem ser lidas, na íntegra, as entrevistas a cada par designer/curador.

As notas conclusivas evidenciarão a existência da negociação, nos 3 processos de trabalho e darão conta da percepção que os vários relatores têm acerca da negociação, do próprio papel e do papel dos seus interlocutores. O contexto específico em que estes atores se movem – o mundo da arte – ajudará à leitura dos dados recolhidos.

PALAVRAS-CHAVE: “Negociação”, “Colaboração”, “Design de Comunicação”, “Curador”, “Catálogo”.

ABSTRACT

The work developed within the communication design discipline is, often, the result of negotiations between designers and their counterparts, even if that interdependence is not consciously established, by the parties involved.

In this investigation, the negotiation will be addressed as a structuring part of the collaboration process, between designer and curator, during the design of an art exhibition catalogue. In it, we will also examine the various levels – conceptual, procedural and relational – in which the negotiation takes place, in order to observe the different criteria for each case.

The main goals will be: to map the interaction, so that we can understand how it is structured; analyze on what grounds each agent negotiates; define the sphere of action of each party; define their limits when it comes to giving up their ideas; list the other agents who influence the decision making and who help to shape the agreement. To this end, we will present three case studies, each one based on the designer/curator relationship within each art exhibition catalogue chosen. In the appendix, the interviews with each designer/curator pair, are fully available.

The concluding remarks will emphasize the existence of negotiation in all 3 design processes and will show the perception that the various rapporteurs have on: the negotiation; on their own role; on the role of their counterparts. The specific context in which these actors move – the art world – will help to read the collected data.

KEYWORDS: “Negotiation”, “Colaboration”, “Comunication Design”, “Curator”, “Catalogue”.

MUITO OBRIGADA

ANTÓNIO SILVEIRA GOMES
KAI BERNAU
MANUEL RAEDER
MATTIA DENISSE
MIGUEL WANDSCHNEIDER
SOLVEJ HELWEG OVESEN
SUSANA CARVALHO
VICTOR ALMEIDA

GIUSEPPE GRECO

ANTÓNIO MASSANO DE ALMEIDA
MANUEL DE ALMEIDA
MIGUEL SOUSA PINTO
SUSANA DE ALMEIDA

FILIPA OLIVEIRA
JOANA BÉRTHOLO
JOANA SOBRAL
JOÃO SILVA
LOURDES DE ALMEIDA
MARIA REMÉDIO
PEDRO ANDRADE
RAFAEL LOURENÇO
SOFIA GONÇALVES
TERESA CORTEZ

ÍNDICE

INTRODUÇÃO (13)

Estrutura da investigação (16)

1. CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA (19)

1.1. A lógica cultural pós-modernista e a obra de arte como mercadoria (19)

1.2. O catálogo e a função de reproduzir e comunicar a obra de arte (23)

1.3. Designer de comunicação visual (25)

1.4. Curador (29)

1.5. Função semântica e conflito (31)

NEGOCIAÇÃO (35)

2.1. Definição de negociação e percepção de riscos (35)

2.1.1. Fases da negociação (38)

2.2. Negociação baseada na argumentação (43)

2.3. O Papel da negociação na ação colaborativa (47)

3. ESTUDOS DE CASO (51)

3.1. Caso 1: Experiments and Observations on Different Kinds of Air (57)

3.1.1. Negociação (57)

3.1.2. Designer (58)

3.1.3. Curador (60)

3.1.4. Parceiros e atores da negociação (61)

3.1.5. Reconstituição do processo de negociação (63)

3.1.6. Esquematização das relações de negociação (67)

3.2. Caso 2: 1+1+1=3 – Robert MacPherson, Manfred Pernice, Katerina Šedá (73)

3.2.1. Negociação (73)

3.2.2. Designer (77)

3.2.3. Curador (79)

3.2.4. Parceiros e atores da negociação (81)

3.2.5. Reconstituição do processo de negociação (83)

3.2.6. Esquematização das relações de negociação (85)

3.3. Caso 3: The Eye is a Lonely Hunter: Images of Humankind (91)

3.3.1. Negociação (91)

3.3.2. Designer (94)

3.3.3. Curador (97)

3.3.4. Parceiros e atores da negociação (99)

3.3.5. Reconstituição do processo de negociação (101)

3.3.6. Esquematização das relações de negociação (105)

3.4. Análise comparativa dos estudos de caso (109)

3.5. O eixo designer/curador, curador/designer ao longo do processo de negociação (115)

4. NOTAS CONCLUSIVAS (117)

4.1. Negociação (117)

4.2. Designer (121)

4.3. Curador (123)

4.4. Considerações finais e recomendações para futuras investigações (125)

REFERÊNCIAS (129)

ANEXOS

Entrevista a António Silveira Gomes e Mattia Denisse **(a3)**

Entrevista a Natxo Checa **(a27)**

Entrevista a Miguel Wandschneider **(a41)**

Entrevista a Susana Carvalho e Kai Bernau **(a65)**

Entrevista a Manuel Raeder **(a79)**

Entrevista a Solvej Helweg Ovesen **(a89)**

Guião **(a97)**

INTRODUÇÃO

“Um ‘mundo’ tal como o entendo (...) consiste em pessoas reais que tentam levar a cabo tarefas, em grande medida juntando-se a outras pessoas que fazem outras coisas que serão úteis para os seus projetos. Dado que todas as pessoas têm um projeto, e o resultado das negociações entre elas é aquele sobre o qual finalmente estão de acordo, qualquer dos envolvidos numa dada atividade terá de considerar como os outros irão responder às suas acções.” (Becker, 1982: 307)

Na passagem em epígrafe, o autor fala sobre as diferenças entre o seu conceito de «mundo» e o conceito de «campo» usado por Bourdieu. Tanto este como Becker olham para a mesma realidade social, porém, abordam-na de perspectivas diferentes: ao analisá-la do ponto de vista de «campo», Bourdieu pergunta «quem domina quem, com que estratégias e recursos e quais os resultados?», ao passo que Becker, do seu ponto de vista de «mundo», prefere perguntar «quem faz o quê, com quem, e de que modo o trabalho [artístico]¹ é afetado por esta interação?».

Nesta dissertação, opta-se pela perspectiva de «mundo» de Becker, já que esta abre múltiplas possibilidades e descobertas no decurso de uma imersão na vida social, sendo mais flexível na compreensão do fenómeno tal como ele é, enquanto a abordagem de «campo» se mostra mais empenhada em provar, com base em considerações *a priori*, a verdade de uma posição filosófica abstrata e preestabelecida.

Interessa-nos então olhar para o desenvolvimento da criação de um catálogo de exposição com vista à análise da relação de negociação entre designer, curador e os demais intervenientes que colaboram na produção do objeto, não para provar uma posição preestabelecida, mas para encontrar dados relevantes que nos ajudem a compreender o estado de consciência com que cada um dos intervenientes aborda e tira partido da relação.

1. No decorrer desta dissertação, o uso de aspas angulares e parêntesis retos indicará a intervenção da autora.

Não se olhará para o trabalho criativo como sendo um processo unilateral, onde uma figura central delega operações secundárias, optando-se antes pela análise de como esse trabalho – e a inovação que dele resulta – é fruto de [co]laborações onde interdependem várias disciplinas e seus interlocutores, pois, tal como afirma Santos (1999: 5-6), a inovação forja-se no contexto de jogos de relações complexos e surge, privilegiadamente, associada a redes de informação onde operam criadores de diferentes áreas.

O âmbito do design de comunicação é, sem dúvida, um desses casos em que o trabalho criativo se desenvolve por entre as sinergias estabelecidas com as disciplinas que lhe são limítrofes, produzindo objetos decorrentes de negociações que, como veremos no capítulo 2, não se dão apenas ao nível dos conceitos e dos conteúdos – apesar de ser essa a primeira relação identificada entre design e negociação. Na verdade, a discussão dá-se igualmente, e em boa parte, no campo das relações, sendo essencial discutir e estabelecer previamente o processo de trabalho, para que a negociação possa tomar um rumo saudável.

Contudo, segundo Frascara e Winkler (2008), são poucas as instituições de ensino de design que lidam em profundidade com o complexo problema da comunicação humana, não se verificando uma introdução à questão da evolução do pensamento, da linguagem ou da lógica nos seus programas, que permanecem pobres no que ao conhecimento desta área diz respeito, votando à estagnação o ensino e a prática em design, ao continuarem a formar profissionais numa base sobretudo vocacional. No artigo sobre a pertinência da investigação em design, os seus métodos e desafios, os autores referem que pouco tem mudado no processo de design nos últimos 50 anos, em que o principal papel do designer continua a ser a formalização dos conteúdos de outros, atuando pouco na área conceptual. Não obstante, os autores advogam que estes profissionais têm todas as ferramentas necessárias para poderem começar a ser autores e investigadores, contribuindo para que a disciplina tenha maior relevância no campo social. Essa relevância irá, por sua

vez, espelhar-se na prática e ensino da disciplina, contrariando os atuais esforços que insistem em ir no sentido de ativar o mercado de consumo e que deixam de parte os problemas do design no campo humano.

Os autores fazem ainda referência (Frascara e Winkler, 2008: 8) a Buckminster Fuller, que deixou a ideia da necessidade das sinergias entre disciplinas, apesar de esse lado ser sistematicamente ignorado nos programas de ensino, em especial aqueles que se desenvolvem nas escolas de arte. A sua sugestão é a de que os designers devem compreender as relações [de interação, independência e interdependência entre disciplinas] para perceberem quais as vantagens de atuarem em conjunto, partilhando conhecimentos e encontrando soluções para problemas complexos. Para tirarem partido dessas sinergias, deverão ser capazes de saber fazer as perguntas certas, para recolherem a informação necessária, e de reconhecerem que têm limites, precisando dos conhecimentos de outros profissionais para chegarem aos melhores resultados. Todavia, o atual ensino de design continua a raramente abordar os problemas que ocorrem nos processos de negociação e na comunicação, que lida em muitos momentos com a resolução de conflitos, especialmente se o emissor e o receptor da mensagem habitarem em diferentes ambientes culturais, éticos, políticos ou económicos.

Estas constatações tornam imperativa a necessidade de se facultarem aos designers ferramentas para a compreensão das relações de interação e interdependência que desenvolvem com os demais profissionais, já que estas são parte intrínseca da estrutura do seu trabalho. Para isso, será necessário quebrar com a tendência para a aplicação da teoria individualista (Becker, 1982: 294) aquando da construção de uma reputação, quer estejamos a falar de um artista, de um curador ou de um designer, pois, ao fazê-lo, ignoramos “(...) sistematicamente tudo o que essa produção deve à acção de outros participantes.” (Becker, *ibidem*)

ESTRUTURA DA INVESTIGAÇÃO

“Grosso modo, a colaboração pode ser definida como uma troca de onde os participantes retiram vantagens do facto de estarem juntos. É um comportamento imediatamente reconhecível (...) nas crianças que constroem um castelo de areia, ou nos cidadãos que empilham sacos de areia contra uma inundação iminente. É imediatamente reconhecível, porque a ajuda recíproca está inscrita nos genes de todos os animais sociais: colaboram para realizarem o que não conseguiriam fazer sozinhos.” (Senneth, 2012: 15)

Esta investigação irá incidir sobre o território da negociação, entre o designer de comunicação visual e o curador, num contexto de design colaborativo, onde estes agentes reconhecem a importância da colaboração no seu processo de trabalho, considerando a ajuda recíproca como um meio válido para atingirem um objetivo, inalcançável caso agissem solitariamente. Este pressuposto projetual contribui também para a produção de publicações incomuns – podendo falar-se de um ambiente de contracultura – em que, como refere Becker (1982: 248), testam “mudanças de organização que acabam, por seu turno, por desencadear novos fatores de evolução”.

Todavia, antes de nos debruçarmos sobre a relação negocial entre as várias partes envolvidas na construção do catálogo de exposição, será útil compreendermos em que macroestrutura cultural operam estes profissionais [designer de comunicação visual e curador], já que estas lógicas determinam, em boa parte, as características e o campo de ação dos agentes que nela atuam.

Para o efeito, no primeiro capítulo iremos abordar:

- as características das indústrias culturais, que se organizam no âmbito da superestrutura cultural do capitalismo tardio (Jameson, 1991);
- o catálogo de exposição na rede de reprodução e comunicação da obra de arte;
- as características do designer de comunicação visual e do curador;
- a relação entre a função semântica e o conflito.

No segundo capítulo, faremos um estudo abrangente sobre a negociação baseada na argumentação, não só enquanto ferramenta para a resolução de conflitos decorrentes da dissonância de posições, como enquanto processo que viabiliza o trabalho conjunto – a colaboração. Nele serão focados os seguintes aspetos:

- em que fases se estrutura uma negociação;
- quais os diferentes níveis em que ela ocorre;
- qual a perceção de risco do agente que negocia;
- como se aplica este processo à área projetual;
- qual a pertinência do processo negocial na colaboração.

Como se tornará claro no 2.º capítulo, nenhuma das referências bibliográficas em análise tem por base o contexto específico do design de um catálogo de exposição ou mesmo do design de comunicação. Tal como se depreende das afirmações de Frascara e Winkler (2008), ainda é escassa a produção nesta área, pelo que esta investigação se propõe mapear o processo negocial neste âmbito, através da análise de três estudos de caso.

O capítulo 3 será o espaço de apresentação dos resultados de 6 entrevistas realizadas a 8 agentes, diretamente implicados no design de três catálogos de exposição de arte:

- no 1.º estudo de caso, foram entrevistados o curador Natxo Checa, o designer António Silveira Gomes e o editor Mattia Denisse, a propósito do catálogo *Experiments and Observations on Different Kinds of Air*;
- o 2.º caso refere-se ao catálogo *1+1+1=3: Robert MacPherson, Manfred Pernice, Kateřina Šedá*, cujos entrevistados foram o encomendador e curador geral das exposições da série “1+1+1=3”, Miguel Wandschneider, e a dupla de designers Susana Carvalho e Kai Bernau;
- para o 3.º estudo de caso, recolheram-se os testemunhos do designer Manuel Raeder e da curadora Solvej Helweg Ovesen, a propósito do catálogo *The Eye is a Lonely Hunter: Images of Human Kind*.

Todas as entrevistas foram realizadas presencialmente ou – no caso dos entrevistados que se encontram fora de Portugal – via tele-

conferência (Skype), estando as transcrições disponíveis, na íntegra, no documento anexo a este trabalho. Optou-se pelo método de entrevista qualitativa proposto por Weiss (1994), em que a entrevistadora apresentou os temas-chave em questão, deixando espaço aos interlocutores para falarem sobre as suas experiências, interpelando-os, ocasionalmente, com o objetivo de dirigir a conversa para as questões principais ou de obter mais pormenores sobre as ideias veiculadas. A partir destes relatos – nem sempre objetivos –, a informação foi organizada e esquematizada de igual modo para os três casos. As conclusões retiradas desta sistematização deram origem ao 4.º capítulo.

Por meio do cruzamento das informações das referências bibliográficas e das resultantes das entrevistas, o 4.º e último capítulo pretende dar resposta à questão central desta investigação – como se estrutura o processo negocial entre designer e curador, durante o processo de design de um catálogo de exposição – e a três questões secundárias, que ajudarão à melhor compreensão do fenómeno:

- quais as bases de negociação de ambas as partes no processo de design do catálogo;
- que fatores influenciam essa negociação;
- quais os limites do campo de ação e de cedência do designer.

1. CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA

1.1. A LÓGICA CULTURAL PÓS-MODERNISTA E A OBRA DE ARTE COMO MERCADORIA

Todos os catálogos de exposição de arte em análise nesta dissertação foram produzidos durante a última década, facto temporal que os situa num sistema de produção tardo-capitalista (Jameson, 1991), que tem como vertente ideológica e cultural o pós-modernismo. Nesse contexto, mercado e arte apresentam-se como duas faces da mesma moeda, pois, tal como afirma Santos (1999), é o grande capital quem controla todos os tipos de produção [e reprodução] cultural, ainda que, em algumas circunstâncias, o faça de modo indireto.

Sendo baseada no sistema económico global, a atividade da sociedade pós-moderna alicerça-se no uso das novas tecnologias da informação, tendo por consequência a assimilação de uma crescente velocidade, superficialidade e excesso informativo na sua produção cultural. Esta produção, massificada, incorpora em si a constante reutilização e integração de referências e fragmentos do passado² na produção de novos sentidos, ao ponto de este método se tornar inerente ao trabalho criativo [de artistas, curadores e designers] e inerente aos produtores culturais, que se formaram no seio destes pressupostos.

“(…) a produção estética hoje está integrada à produção das mercadorias em geral: a urgência desvairada da economia em produzir novas séries de produtos que cada vez mais pareçam novidades (…) atribui uma posição e uma função estrutural cada vez mais essenciais à inovação estética e ao experimentalismo. Tais necessidades económicas são identificadas pelos vários tipos de apoio institucional disponíveis para a arte mais nova, de fundações e bolsas até museus e outras formas de patrocínio.” (Jameson, *ibidem*: 30)

2. Appadurai (1996: 47) refere: “ (...) porquanto, na crónica das peculiaridades do capitalismo tardio, o *pastiche* e a nostalgia são modos essenciais de produção e receção de imagens. Os próprios Americanos já não estão bem no presente quando tropeçam nas megatecnologias do séc. XXI com roupagens de *film noir* dos anos sessenta, de jantares dos anos cinquenta, de moda dos anos quarenta, de casas dos anos trinta, de danças dos anos vinte e assim por diante, *ad infinitum*.”

Através da citação de Jameson, torna-se clara a posição do mundo da arte no sistema de produção atual: ele tem uma função estruturante, responde a uma necessidade económica e está integrado na produção de mercadorias.

Como sugerido anteriormente, também Santos (1999) corrobora esta ideia, no entanto, a autora concebe vários graus de dependência do capital referindo-se às bolsas de produção «independente», que, não tendo que cumprir todas as regras implícitas ao mercado concorrencial, têm ainda assim uma função específica no mercado cultural, servindo de ba-lão de ensaio para testar o grau de sucesso das experiências e inovações, que poderão vir a ser absorvidas pelas estruturas «dependentes», não só ao nível dos resultados, mas também ao nível dos processos empregues para se chegar até eles. Deste modo, e por se inserir no mercado, a produção das indústrias culturais deve também ser considerada mercadoria, apesar de ter características próprias que a diferenciam das demais, já que:

- o seu valor de uso é mais incerto e aleatório;
- a procura dos mercados para este tipo de produtos é imprevisível, levando ao emprego de estratégias que possam ajudar a controlar a sua imprevisibilidade, apostando-se em públicos bem definidos, na cultura do *star system* ou na lógica dos *gatekeepers* [agentes que determinam as tendências no mercado da arte e que produzem uma «raridade gerida» deste tipo de mercadoria];
- por ser um tipo de indústria instável e precária, levanta-se a questão da necessidade de intervenção do Estado no seu financiamento, sendo as políticas públicas muito importantes para a definição dos jogos de relações que se estabelecem como relevantes nas indústrias culturais;
- estas indústrias funcionam em dois universos distintos:
 - A) O UNIVERSO DA CRIAÇÃO – em que a obra é o produto de um criador (ou conjunto de criadores) e onde se desenvolve a relação deste com o seu público;
 - B) O UNIVERSO DOS MEIOS DE DIFUSÃO E REPRODUÇÃO – acionado por empresas capazes de atingir milhões de pessoas.

Apesar destas características aglutinadoras, também existem diferenças entre as várias mercadorias culturais não só de acordo com a maior ou menor divisão social do trabalho ou com o seu grau de reprodutibilidade, mas também de acordo com o seu encomendador e com os profissionais que o produzem.

1.2. O CATÁLOGO E A FUNÇÃO DE REPRODUZIR E COMUNICAR A OBRA DE ARTE

Quando falamos de catálogos de exposição de arte, falamos de um suporte de comunicação que reproduz obras apresentadas em outros contextos – sobretudo em espaços expositivos – e que tem como principal função comunicar a obra de arte a um público mais alargado do que aquele que a ela pode aceder no seu contexto *in situ*, bem como divulgá-la junto de públicos especializados, contribuindo não só para a reputação da obra e do artista, mas também para a reputação do curador, da instituição e, especialmente, do designer de comunicação visual.

No pressuposto de que a obra de arte é a razão de existir de um catálogo de exposição, para o podermos analisar será interessante debruçarmo-nos, brevemente, sobre a relação da obra de arte com a evolução da sua reprodução, para compreendermos que a função e o valor da obra tiveram profundas mudanças nos últimos séculos da história da cultura ocidental.

Tradicionalmente, a obra de arte, para além da função profana da produção do belo, estava intimamente relacionada com o artefacto mágico-religioso, enquanto parte integrante dos rituais de culto. No entanto, as obras criadas neste contexto viam a sua produção, exposição e circulação condicionadas à função, o que, conferindo-lhes um alto valor de culto, lhes retirava valor de apresentação³ por não fazerem sentido fora dos contextos específicos para os quais tinham sido produzidas.

A relação entre o valor de culto e o valor de apresentação da obra de arte só se irá modificar quando esta se emancipa das funções sociais acima referidas, encontrando novas possibilidades para a sua existência. Estas possibilidades foram abertas quer pelos avanços

3. Benjamin (1936: 12-13) refere: "The displayability of the panel painting is greater than that of the mosaic or fresco that preceded it." Este "display value" foi, no presente trabalho, traduzido livremente por "valor de apresentação" que conjuga, em nosso entender, o valor de circulação e de exposição de uma obra de arte.

ideológicos – em que o Iluminismo prepara a emancipação da arte dos códigos religiosos –, quer pelos avanços técnicos e tecnológicos de produção e reprodução que, sobretudo com o advento da fotografia, vieram promover a legitimação da arte pela arte ou, mesmo, de uma teologia da arte, como chega a avançar Benjamin (1936: 12). Neste contexto, a obra deixa de se ater ao ritual religioso enquanto origem da sua produção, procurando a sua génese na função política e adquirindo valor de apresentação por meio das tecnologias da reprodução.

Na sequência destas mudanças, passa também a ser considerada uma mercadoria, incorporando os novos cânones de produção que lhe permitem a entrada no mercado.

Nesta transposição da obra de arte única e genuína para a reproduzida por meios tecnológicos, a obra irá perder a sua aura, mas o seu autor e toda a rede de agentes que a comunicam vão poder tirar partido das vantagens da sua reprodução, pois passará a chegar a sítios que nunca poderia alcançar por ser única e passa a poder ser amplamente difundida, para fins educativos e comerciais.

Nos campos de ação específicos quer do curador, quer do designer de comunicação visual, a sua reprodução cria também outras possibilidades:

- abre espaço para a intervenção destes agentes, enquanto coautores da mensagem mediada para o público;
- permite o «comentário» da obra por parte de quem opera a tecnologia mediadora – que salientará aspetos da obra de acordo com a sua interpretação da mesma. É este o tipo de análise que acontece no âmbito de um catálogo de exposição onde o curador, o artista e o designer de comunicação visual têm a oportunidade de criar novos contextos para a obra, de salientar pormenores à primeira vista pouco relevantes, tirando partido das possibilidades técnicas da sua reprodução.

1.3. DESIGNER DE COMUNICAÇÃO VISUAL

“(...) criatividade não é mais que inteligência (...) que, no meio de uma grande quantidade de informação aparentemente desconectada e caótica, consegue descobrir semelhanças que outros não descobrem, ver diferenças que outros não veem e estabelecer conexões que outros não estabelecem e, consequentemente, pode produzir sínteses novas e surpreendentes.”⁴

Com o objetivo de compreendermos o papel do designer de comunicação visual, iremos, antes de mais, explorar o seu ambiente profissional e os pressupostos da sua atividade.

Segundo Frascara (2006), existe uma falta de entendimento generalizada relativamente ao design enquanto disciplina, e parte do problema poderá residir na forma ambígua como o vocábulo design é usado para nos referirmos tanto ao produto da atividade como à atividade em si e, ainda, à tendência para o uso da palavra com sentido de adjetivo, mais do que enquanto substantivo. Este [ab]uso remete para segundo plano o processo da atividade de design, ignorando-se que “projetar é coordenar uma ampla lista de fatores humanos e técnicos, trasladar o invisível em visível e comunicar”⁵.

O autor é criterioso na designação que emprega, referindo-se ao designer de comunicação visual, já que este não só planifica metodologicamente os problemas da comunicação humana, como o faz especificamente ao nível visual, preocupando-se com o tratamento gráfico da mensagem, com o contexto da informação e com o seu modo de receção. O seu objetivo é a produção de comunicações eficazes por meio da sua capacidade de interpretação, que lhe permite traduzir em linguagem visual os conteúdos que lhe são fornecidos. Deste processo de interpretação, organização e apresentação da mensagem, faz parte o

4. Tradução livre de (Hofstadter, 1979: 26 *apud* Frascara, 2006: 29): “(…) creatividad no és más que inteligencia (...), que en medio de una gran cantidad de información aparentemente desconectada y caótica puede descubrir semejanzas que otros no descubren, ver diferencias que otros no ven, y establecer conexiones que otros no establecen y, consecuentemente, puede producir síntesis nuevas e sorprendentes.”

5. Tradução livre de (Frascara, 2006: 23): “Diseñar es coordinar una larga lista de factores humanos y técnicos, trasladar lo invisible en visible, y comunicar.”

constante equilíbrio da sua capacidade de trabalhar a forma, o conteúdo e de se relacionar com a constelação de profissionais cujos estímulos processa e de quem depende diretamente. Em relação a estes profissionais, o designer deverá ser capaz de reconhecer não só o potencial criativo que cada um lhe proporciona, mas também o tipo de interação que pode promover entre os vários interlocutores da equipa.

Assim sendo, é possível compreender como a ação do designer nunca pode ser neutral, já que, ao receber a informação, necessita de a selecionar, organizar e hierarquizar, para poder estabelecer relações e assumir ou descartar escolhas. Só através deste método consegue interpretar os conteúdos e traduzi-los visualmente, residindo o seu poder criativo na combinação flexível e eficaz dos processos de observação, investigação e análise.

No âmbito desta dissertação, a atividade do designer de comunicação visual é vista sobretudo do ponto de vista relacional, sendo analisados os fatores que influenciam a sua coordenação com os demais agentes negociantes. A sua ação é exercida não só em confronto direto com o curador, mas também com o artista, o encomendador, o coordenador editorial e o gráfico, o que o coloca, não raras vezes, numa posição de mediação ou até mesmo de observação. Neste contexto, o designer não interage de modo idêntico com todos os seus interlocutores, tendo que se adaptar aos vários estímulos, personalidades e vicissitudes que se lhe apresentam, como ficará claro através dos relatos em análise no 3.º capítulo. Esta predisposição à adaptação é, segundo Lind (2012: 41), característica conhecida dos designers “historicamente propensos a confiar nos outros, a trabalhar em equipa e a colaborar”⁶.

Neste jogo da adaptabilidade, também o campo de ação do designer de comunicação visual parece não ter limites bem definidos, encontrando-se evidências de que o seu espetro de ação poderá ir desde o mero “*styling*” (Frascara e Winkler, 2008: 6) de conteúdos fornecidos,

6.“It is of course different with architects and most designers who historically openly rely on others, work in teams, and collaborate. Even if the results still tend to carry the name of one or two authors.”

a uma ação editorial sobre eles – como sugerido por Frascara (2006) –, até à produção desses conteúdos. Esta diversidade pressupõe que o designer corra riscos ao intervir em novos contextos, ao investir tempo e dedicação em novas áreas, mas, tal como afirma Miessen (2012: 189)⁷, “é o acto da produção que nos permite rever, ajustar, repensar e mudar. (...)”, afirmando ainda que o evitar do erro só leva a resultados previsíveis e a resultados “convencionais e medíocres” (Miessen, *ibidem*) no campo criativo e artístico.

7. “It is the act of production that allows us to revise, tweak, rethink and change. (...) If one's priority is to resist failure at all cost, the potential of surprise is never played out. This is why the results of certain investigations and inventions in many fields and disciplines have become predictable, and the outcome of a vast majority of creative and artistic output is both conventional and mediocre.”

1.4. CURADOR

“(...) a tarefa do curador [*freelancer*] prova ser flexível, dinâmica e uma constelação de operações e posições, uma forma específica de criticalidade no campo da arte.”⁸

Os curadores, para além do seu papel de produtores de sentido, têm uma função determinante enquanto *gatekeepers* por escolherem que obras são expostas, qual a sua relevância e o que é, ou não, considerado arte em determinado momento. Este conjunto de funções torna-os mediadores entre o artista e o público, à semelhança da ação de um padre que medeia o sagrado para a sua congregação. A analogia é feita por Bismarck (2011: 20) em função da autoridade de que ambos se empossam e que usam para revelar, manipular e veicular determinados conteúdos que estão no seu domínio. Indo mais longe, a autora distingue ainda o curador *freelancer* do curador institucionalizado:

– a ação do primeiro tem uma dimensão política e está mais próxima da de um profeta, pela sua capacidade de construir, autonomamente, a sua autoridade com base no seu carisma e no seu processo de trabalho. Sendo que, nesta linha de ação, o curador reclama para si o espaço de criação de sentidos para a obra – e de algum modo as liberdades sociais conferidas tradicionalmente aos artistas –, esta posição pode colocá-lo na linha de conflito com os últimos e com os demais profissionais que assumam a comunicação da arte, de entre os quais o designer de comunicação visual.

As convicções contraculturais do curador *freelancer*, como refere Bismarck (2011: 21)⁹, só poderão vir a ser reconhecidas pelo *mainstream*, no final da sua carreira, quando as suas ideias de

8. Tradução livre de Bismarck (2011: 23): “Understood in this way, the curatorial task proves to be a flexible, dynamic, and contingent constellation of operations and positions, a specific form of criticality in the art field.”

9. “Through this process of adoption, they [the freelance curators] too can deviate from the doctrinal opinion represented by the institutions only to become a part of the institutions themselves at a later stage when the hierarchies and dogmas they introduce are recognized.”

ruptura tiverem já sido metabolizadas e reconhecidas, já que, enquanto opera, ele se desloca à frente do seu tempo, por ser o único [em conjunto com o artista] com capacidade para assimilar e reorganizar «em direto» toda a informação referente ao mundo da arte em que atua;

– o curador institucionalizado, por seu turno, faz uso da autoridade que lhe é conferida pela própria instituição que representa; porém, esta posição leva a que se identifique, sobretudo, com a responsabilidade pelos pelouros administrativos, arquitetónicos e financeiros do projeto expositivo, em detrimento da criação de novos sentidos.

1.5. FUNÇÃO SEMÂNTICA E CONFLITO

“Quando olhamos para o conflito como o oposto da participação inocente, este não deve ser entendido como uma forma de protesto ou de provocação contraditória; deve, sim, ser entendido como uma prática micropolítica, através da qual o participante se torna num agente ativo, que insiste em ser um ator no campo de forças que enfrenta. Deste modo, a participação torna-se numa forma de envolvimento crítico.”¹⁰

Através da lógica pós-modernista de produção e de consumo da arte, tornou-se possível divulgar os produtos culturais junto de uma grande camada da população numa atitude que, podendo ser considerada demagógica ou populista em determinados contextos, pode também ser entendida como democrática, por chamar para o mundo da arte um público generalista, numa tentativa de contrariar o elitismo, tradicionalmente relacionado com este contexto.

Esta divulgação massiva dos produtos culturais só se torna possível com uma economia globalizada, com sistemas e tecnologias de reprodução de larga escala e com as novas tecnologias da informação que – por ligarem várias realidades contemporaneamente e permitirem o fácil acesso a grandes quantidades de informação – se tornam num terreno fértil para novos processos de subjetivação e de criação de sentidos, a partir de informação fragmentada. Este processo de re-avaliação – que passa pela seleção, hierarquização e conexão das informações recebidas – para a produção de novos sentidos passa a fazer parte do método de trabalho dos produtores culturais pós-modernistas, como é o caso de designers e curadores cuja função é a interpretação dos conteúdos artísticos e a sua tradução em novas linguagens.

Assim sendo, podemos encontrar fortes semelhanças no *modus operandi* do designer de comunicação visual e do curador, já que:

10. Tradução livre de Miessen (2012: 93): “When we look at conflict as opposed to innocent forms of participation, conflict is not to be understood as a form of protest or contrary provocation; but rather, as a micro-political practice through which the participant becomes an active agent who insists on being an actor in the force field they are facing. Thus, participation becomes a form of critical engagement.”

- ambos procuram novos significados por meio de conexões de ideias e interpretam a informação existente para gerarem novas realidades;
- ambos atuam como coordenadores de equipas, tendo que negociar em várias constelações;
- ambos se definem pela sua capacidade de constante re-emolduramento e re-definição, variando as posições que tomam segundo a relação com os outros sujeitos ou objetos envolvidos no âmbito da exposição e no âmbito do seu catálogo;
- para ambos, a proximidade e a distância, as hierarquias e as dependências em relação aos objetos, aos artistas e aos outros profissionais são sempre temporárias e fruto de contínuas re-negociações.

Deste contexto, torna-se evidente uma pré-disposição comum para a negociação por parte do designer de comunicação visual e do curador. No entanto, porque a função semântica faz parte da génese profissional dos dois agentes, a dissonância de posições sobre o que deve ser veiculado no catálogo de exposição pode ser um elemento gerador de conflito. Contudo, este não surge apenas dessa dissonância, surgindo também – como sugerido por Miessen (2012) na citação que introduz este ponto temático – da vontade de um envolvimento crítico por parte dos atores da negociação que encontram nele um motor gerador de novas possibilidades. Assim, podemos olhar para a relação do conflito com a função semântica de dois pontos de vista:

- por um lado, a criação de sentidos gera disputas de afirmação de legitimidade;
- por outro, é através do conflito que se geram novos sentidos, pois este atua como um motor para a descoberta de novas soluções.

Como Miessen volta a afirmar numa outra passagem:

“Estes inimigos-amigáveis partilham um espaço simbólico. Eles concordam acerca dos princípios ético-políticos que informam a sua associação política,

mas discordam acerca da interpretação desses princípios – assim emerge um esforço em torno das diferentes interpretações dos princípios partilhados.”¹¹

Constatando-se, um vez mais, que a negociação é uma peça-chave na interação entre estes dois profissionais e deles com a constelação de profissionais que os circundam, no próximo capítulo iremos explorar as suas características para que, num segundo momento, possamos analisar o material obtido nas entrevistas dos estudos de caso, à luz destas informações, e possamos construir uma proposição válida sobre o funcionamento da negociação entre designer e curador.

11. Tradução livre de Miessen (2012: 187): “The commonality between these friendly enemies being a shared symbolic space. They agree on the ethico-political principles that inform their political association, but they disagree, about the interpretation of these principles – thus emerges a struggle around different interpretations of shared principles.”

2. NEGOCIAÇÃO

Neste capítulo, será feita a caracterização da negociação a partir dos estudos de:

- Sousa (2000), que nos dará uma perspectiva ampla sobre a negociação, sua estrutura, possibilidades de aplicação e processo;
- Jin e Geslin (2010), que nos dará pistas mais concretas sobre negociação num ambiente de projeto colaborativo, já que a sua recolha de dados foi feita com o objetivo de compreenderem e atuarem na negociação entre pares, no contexto do design de engenharia;
- Sidner (1993), que mostrará de que modo a negociação não só se articula com a colaboração, como é também fundamental para que esta exista.

2.1. DEFINIÇÃO DE NEGOCIAÇÃO E PERCEÇÃO DE RISCOS

Começaremos por clarificar o que se entende por negociação, que mitos e riscos lhe estão associados e em que domínios a usamos, ainda que nem sempre com a consciência de o fazermos.

Segundo Sousa (*ibidem*), a negociação surge, historicamente, em dois âmbitos: o das trocas comerciais e o da diplomacia enquanto alternativa à guerra. Só se estenderá aos demais contextos da vida [profissional e familiar] quando as sociedades passam de regimes autoritários a regimes democráticos, podendo-se considerar “democráticas as sociedades em que todos os indivíduos têm o poder de negociar a satisfação dos seus interesses e necessidades” (Sousa, *idem*: 44).

Enquanto processo, pode ser aplicada com o objetivo de resolver pacificamente conflitos [*e.g.*, pessoais, profissionais ou entre nações] ou de gerir situações em que não se dispõe de poder ou autoridade para decisões unilaterais e deverá ser vista como uma forma legítima para a tomada de decisões e para o estabelecimento de con-

sensos. O autor cita Dupont (1990 *apud* Sousa, 2000: 22), para quem a negociação é uma atividade que coloca face a face dois ou mais atores que, ao serem simultaneamente confrontados por divergências e interdependências, escolhem procurar uma solução aceitável para ambos, que lhes permita criar, manter ou desenvolver uma relação.

Estamos na presença de uma negociação quando se verificam três elementos:

- a interdependência de objetivos, ou seja, para atingir os seus objetivos, um interveniente precisa da colaboração do seu interlocutor e vice-versa;
- objetivos dissonantes, gerando-se competição entre interlocutores para que consigam satisfazer as suas necessidades;
- preferência por uma solução conjunta, em que o uso de autoridade (própria ou de terceiros) está fora da equação, valorizando-se o trabalho colaborativo para a chegada ao acordo.

A existência de negociação pela coexistência destes três elementos verifica-se em vários contextos para além do profissional; todavia, é nele que ganham maior relevância. No contexto profissional, é a eficácia de um produto que está em causa, e essa eficácia está intimamente dependente do empenho dos vários intervenientes no processo que, apesar de terem um objetivo comum, têm perspetivas diferentes sobre como lá chegar, sobre quem tem responsabilidades em quê e sobre que recursos utilizar.

Será também vantajoso compreendermos que o ato negocial não se realiza apenas no âmbito da discussão de conteúdos, como podemos pensar que acontece no caso do design de um catálogo. O estudo de Sousa (2000) refere que as negociações se dão em três níveis, devendo considerar-se diferentes critérios para a análise de cada um deles:

A) NEGOCIAÇÃO DE CONTEÚDO

Este é o nível primeiramente associado à palavra negociação. Aqui, teremos em conta o que é negociado, as necessidades e interesses mútuos,

e far-se-á o balanço sobre o acordo estabelecido, para avaliar se este constitui uma solução melhor do que a prevista, unilateralmente, antes da discussão.

B) PROCESSO (FORMA DE NEGOCIAR)

Neste caso, é importante definir *a priori* que tipo de relação se quer estabelecer ou manter com o outro: se a relação será de curto, médio ou longo prazo, ou se será benéfica ou prejudicial, serão fatores a ter em conta. Para alcançar esse objetivo, é necessário ter consciência do tipo de comunicação a utilizar, de modo a tornar eficaz a discussão do conteúdo.

Apesar de sermos pouco conscientes deste nível de negociação, ele existe sempre e será benéfico para a relação se os seus termos, condicionantes e limites forem discutidos de antemão pelos participantes, de modo a clarificarem como pensam abordar a relação.

C) PESSOAS (QUEM NEGOCEIA)

Em qualquer negociação, geram-se sentimentos e percepções de parte a parte, que facilitam ou dificultam a chegada a acordo e a sua execução. Neste nível, afere-se a motivação das pessoas envolvidas para a chegada a acordo e/ou para o cumprimento dos termos a que se chegou. É necessário ter também em conta a percepção que a negociação criou em terceiros que, mesmo não participando ativamente no processo negocial, possam ter uma palavra a dizer e possam influenciar as decisões.

Tendo estes critérios bem definidos e conseguindo-se, a partir deles, estabelecer as prioridades para o acordo, teremos ferramentas para uma negociação mais eficaz.

Nesta lógica de construção de ideias, o processo negocial revela-se pleno de potencial; todavia, existem preconceitos relativos a ele, havendo a percepção da existência de riscos para a própria posição, quando se empreende uma negociação. Muitos intervenientes poderão conside-

rar o risco de serem enganados, de perderem autoridade ou controlo, de a sua posição não ser respeitada ou mesmo considerada e, ainda, o risco de terem que assumir responsabilidades com as quais não estão de acordo ou para as quais não se sentem preparados. Esta perceção leva a que os agentes negociantes assumam posturas demasiado competitivas na tentativa de obviarem estes receios, mas acabam por obter o resultado inverso ao esperado, pois, ao fecharem a porta a uma comunicação aberta e ao assumirem pouca flexibilidade nas suas posições, provocam no seu interlocutor uma reação semelhante, condenando o processo negocial a uma fraca produtividade e ao desgaste da relação.

2.1.1 FASES DA NEGOCIAÇÃO

Sendo a negociação uma atividade complexa, há que encontrar estratégias que nos permitam ter maior controlo sobre as atividades a emprender durante o processo. Do ponto de vista estrutural, Sousa (*ibidem*) propõe a divisão do processo negocial em três etapas principais, que analisaremos de seguida:

A) PREPARAÇÃO

“A dinâmica da situação negocial não se compadece com improvisos. O imprevisto em negociação deverá surgir como consequência da utilização da criatividade na descoberta de novas formas de satisfação dos interesses e necessidades (...)” (Sousa, 2000: 65).

A preparação é, segundo os negociadores mais experientes, uma fase essencial no processo de negociação. Regra geral, o maior tempo despendido nesta fase é dedicado à preparação dos conteúdos que serão discutidos, sendo a dimensão dos conteúdos a mais valorizada [senão mesmo a única assumida] pelo designer que prepara a sua negociação. É inegável que é importante fazê-lo com eficiência, mas devemos ter sempre em mente que a negociação se dá em outros dois níveis, para além do conteúdo – o

processo e as pessoas –, igualmente essenciais para o sucesso da negociação. Veremos de seguida que aspetos devem ser tidos em conta na preparação de cada um dos níveis:

- CONTEÚDO: deve ser recolhida informação relevante sobre o tema, analisar essa informação à luz dos nossos objetivos na negociação, determinar os nossos interesses e necessidades no contexto em apreço e tentar prever os interesses e necessidades do nosso interlocutor. Este trabalho dar-nos-á a possibilidade não só de conhecermos melhor o assunto, como também de hierarquizar os temas a tratar e as necessidades a satisfazer, balizando o nosso campo de ação;
- PROCESSO: aqui, devemos ter em conta o onde, o quando e o como decorrerá a negociação, e será importante avaliarmos as convicções [profissionais ou pessoais] do interlocutor, a sua cultura, o seu *background*, mas também as convenções que regem a sua prática profissional [código deontológico, leis que se aplicam ao seu campo profissional...], caso não estejamos a negociar com um par, como é o caso da negociação entre designer e curador. Há também que ter em conta o contexto negocial. Por exemplo, a construção de um catálogo de exposição pode ser feita por encomenda de uma instituição mais conservadora, ou pode ser feita por iniciativa de uma galeria com uma atitude mais experimental, o que muda as possibilidades da negociação;
- PESSOAS: este componente da preparação é, sem dúvida, mais simples de pôr em prática quando o nosso interlocutor é conhecido ou próximo da nossa rede de conhecimentos, já que neste domínio é necessário ter em conta não só o seu currículo profissional, reputação e função atual, como também características de personalidade, sendo para isso necessária a recolha de informações neste sentido. A partir delas, será importante prever como nos poderemos relacionar com o outro agente negociante e estabelecer hipóteses sobre as suas necessidades.

No âmbito específico do processo negocial, é essencial determinar o que representa o nosso interlocutor – se representa a instituição mas depende dela para decidir, se é autónomo nas decisões, se costuma ser mais ou menos interventivo nos processos de trabalho semelhantes ao que estamos prestes a desenvolver – para não ficarmos desprevenidos perante as indecisões ou mudanças de direção.

Todavia, e apesar da importância da preparação, devemos sempre salvaguardar alguma distância das previsões feitas, sob pena de criarmos preconceitos sobre o nosso interlocutor, sendo útil usar a fase de abertura da negociação para aferirmos com correção o outro agente e para adaptarmos as nossas opções à realidade.

B) NEGOCIAÇÃO

Esta é a fase em que se negociam os conteúdos e pode ser dividida em três momentos distintos: abertura, discussão e fecho.

- Na abertura, a negociação será processual, estabelecendo-se as bases para a relação e criando-se um clima conveniente à discussão;
- Na discussão, os agentes negociantes começam por demarcar as suas posições dissonantes para, de seguida, trabalharem em conjunto na exploração das posições do outro e para integrarem as ideias de parte a parte, com vista ao acordo. Neste momento, é de suma importância a capacidade de ouvir ativamente, para que a compreensão e utilização da informação sejam eficazes;
- O fecho será, segundo o autor, o último momento, correspondendo à redação do acórdão ou, numa situação projetual, à tradução do acordo verbal na linguagem própria do objeto em discussão, segundo as diretrizes acordadas.

No caso da construção de um catálogo de exposição, as fases de discussão e fecho podem suceder-se e intercalar-se, pois, sendo a discussão sobretudo verbal e o fecho sobretudo visual, a tradução

entre as duas linguagens gera diferenças de interpretação, pelo que deve existir uma natural sequência de reavaliação dos resultados obtidos no fecho.

C) EFETIVAÇÃO

Quando todas as etapas anteriores tenham sido levadas a cabo, entrar-se-á na fase de efetivação, em que cada interlocutor afetará os recursos necessários para cumprir com a sua parte do acordo. Neste momento, será necessário ter ainda em conta a perceção de terceiros sobre a negociação, sendo importante informar convenientemente todos os agentes direta ou indiretamente afetados pelo acordo, de modo que não seja necessário voltar à fase de negociação. Em relações não pontuais estas fases diluem-se, sendo que a efetivação do acordo já vai servir de preparação para a negociação seguinte.

2.2. NEGOCIAÇÃO BASEADA NA ARGUMENTAÇÃO

Jin e Geslin (2010) começam por constatar que no ambiente do *engineering design*, os engenheiros precisam de trabalhar em equipas multidisciplinares altamente especializadas, para serem capazes de identificar corretamente as necessidades do mercado, gerarem soluções alternativas e tomarem decisões conjuntas. Só assim podem proporcionar produtos de alta qualidade a um mercado de grande exigência, mas, para que tal funcione, torna-se essencial que a comunicação seja eficaz e que existam meios apropriados que facilitem o entendimento mútuo. No entanto, verificam que os sistemas de apoio que têm sido criados vão na direção de agilizar a partilha de informação, o processo de gestão e a propagação de novas ideias, mas que poucos apoiam a negociação de decisões, ou ajudam a quantificar o impacto dos métodos de negociação nos processos e resultados do trabalho colaborativo.

Com vista a compensarem essa lacuna, os autores trabalham na criação de um contexto de negociação baseada na argumentação que possa facilitar o entendimento e a decisão dentro das equipas, que apoie os designers na expansão do seu espaço de pesquisa e que, consequentemente, os ajude a gerar novas e melhores alternativas.

Da sua investigação, podemos extrair informações importantes para o presente trabalho, a partir da sua recolha de diferentes perspetivas sobre a negociação em áreas como as ciências sociais, com foco na interação humana; no campo da inteligência artificial, com o objetivo de melhorar o trabalho colaborativo entre sistemas de computadores; ou, na teoria da decisão, com foco em modelos normativos de negociação baseados na teoria dos jogos.

Focando-nos nas perspetivas das ciências sociais, mostram-nos a divisão do processo de negociação descrito por Gulliver em 8 fases (Gulliver, 1979, *apud* Jin e Geslin, 2010: 128):

- a) reconhecimento do campo de ação;
- b) estabelecimento de objetivos;
- c) exploração do campo de ação;

- d) estreitamento das diferenças;
- e) preparação para o compromisso final;
- f) compromisso final;
- g) ritual de afirmação;
- h) execução do acordo.

Por sua vez, a proposta de Pruitt (1981, *apud* Jin e Geslin, 2010: 127) vai no sentido de um modelo estratégico de negociação, onde as partes envolvidas devem, em cada fase, criar estratégias que passam por concessões unilaterais, firmeza de opiniões e colaboração com os outros intervenientes na procura de uma solução mutuamente aceitável. Para o autor, negociação é um processo de decisão conjunta, entre duas ou mais partes, em que os interlocutores começam por verbalizar propostas dissonantes, de onde partem no sentido do acordo, recorrendo a trocas de informação que lhes permitam conhecer as intenções dos outros agentes e explorar novas alternativas, com base nos conhecimentos apenas adquiridos.

Esta definição permite-nos perceber que, no contexto do design colaborativo, a negociação pode ser usada para facilitar a chegada a um conjunto de soluções mais vasto através da influência direta da perceção que o outro tem do problema, dos seus conhecimentos, perspectivas e juízos de valor.

Neste processo de decisão conjunta Toulmin (1969, *apud* Jin e Geslin, (2010: 128) introduz o modelo de negociação com estrutura argumentativa baseada na troca de «propostas», «informações» e «pedidos» entre os participantes, o que lhes permite compreender melhor a proposta do outro interlocutor, bem como justificarem a própria postura negocial. Jennings *et al.* (1998, *apud* Jin e Geslin, 2010: 129) terá uma abordagem semelhante, afirmando que, através da argumentação as partes podem trocar informação no âmbito da situação negocial, explorando mutuamente as opções dentro das propostas em discussão, para a chegada a um acordo aceitável para todos (Parsons *et al.*, 1998, *apud* Jin e Geslin, 2010: 128).

Por fim, temos ainda a direção de investigação de Klein (2000, *apud* Jin e Geslin, 2010: 129), que olha para a negociação como um processo de resolução de conflitos cuja identificação, gestão e resolução estuda com vista a criar ferramentas que permitam apoiar os agentes negociantes no desempenho destas ações.

2.3. O PAPEL DA NEGOCIAÇÃO NA AÇÃO COLABORATIVA

No seu estudo *O Papel da Negociação na Ação Colaborativa*¹², Sidner (1993) considera que existe colaboração quando duas ou mais pessoas atuam, conjuntamente, para atingirem um mesmo objetivo e que, para tal, os agentes precisam de estabelecer regras com que todos concordem e que sirvam de base à ação individual e coletiva, pelo que terão que fazer uso da negociação para alcançarem esse fim. Todavia, à pergunta “porque é que os colaboradores negociam?”, a resposta intuitiva que recebe é “porque estão em desacordo acerca de como atingirem os seus objetivos”, o que Sidner (1993) contesta, afirmando que esse é apenas um motivo secundário. O motivo principal prende-se com a limitada informação que cada um de nós tem sobre o mundo, pelo que cada agente chega ao terreno da colaboração com o intuito de ganhar o máximo de informação possível sobre como conseguir chegar ao seu propósito. Por exemplo, quando um agente [um curador] reconhece que tem um objetivo a atingir [necessidade de fazer um catálogo], pode ainda não saber quem estará disposto a partilhá-lo consigo [a instituição que lhe pagará os custos], ou quem terá a capacidade de interpretar as ações necessárias à execução do projeto [um designer interessado naquele trabalho], ou mesmo que ações são essas, pelo que necessita de entrar em negociação com outros interlocutores.

Segundo a autora, essa negociação dá-se coloquialmente, sendo posta em prática por meio do discurso ou, antes, por meio de uma simples conversa. Para ilustrar essa simplicidade, Sidner (*ibidem*: 89) apresenta um excerto de um diálogo onde se torna claro que os dialogantes não precisam de ter a consciência de estar a negociar para levarem a cabo esse processo. Pelo contrário, a negociação mostra-se intuitiva e natural, não requerendo grandes transferências de informação entre as partes. O que acontece é apenas uma troca de dados que lhes permite

12. No original: *The role of negotiation in collaborative activity*.

chegar a acordo sobre as convicções e intenções mútuas, que possibilitarão a cada agente atuar, *a posteriori*, individualmente ou em grupo. Este estabelecimento de convicções mostra-se fundamental para a existência da colaboração, já que é necessária uma receita, um “plano partilhado” (*idem*)¹³, que todos possam seguir.

Na conversa, são então negociados os termos comuns desse plano e é aí que as várias partes vão envidar esforços para que as suas convicções individuais se tornem nas convicções comuns, por meio de proposta/aceitação ou rejeição/reproposta. A aceitação e a rejeição nem sempre são explícitas, sendo somente imprescindível que o interlocutor faça uma reproposta para que o primeiro agente compreenda que não está 100% de acordo com o que lhe propôs. Segundo Sidner (*idem*), na comunicação humana a falta de determinadas ações não impede o entendimento da intenção, sendo inteligível que, apesar de não se aceitar explicitamente a proposta, esta foi rejeitada.

Para além das convicções a partilhar, durante a conversa os agentes irão ainda determinar outros dois fatores importantes:

- a executabilidade – asseguram-se que existe alguém para realizar cada uma das tarefas;
- a intencionalidade – cada uma das partes assume que ação irá desempenhar no ato da colaboração. Esta assunção é considerada um fator relevante já que as intenções fazem parte do estado mental de cada um, sendo importante que, intrinsecamente, cada interlocutor esteja convencido de que a execução dessa tarefa lhe cabe a si e partilhe essa segurança com os demais.

Às informações que cada parte partilha, chama-se convicções, pois são pedaços de informação em que esse agente acredita. O estabelecimento de convicções mútuas é o fator que distingue a negociação colaborativa da negociação com objetivos opostos [*e.g.*, lutas trabalhistas ou debates políticos]. Os agentes, na negociação colaborativa, beneficiam então de convicções comuns e têm a certeza de que o seu objetivo

13. No original: “ (...) ‘Shared Plan’ model collaboration. (...)”

é tangível quando todos acreditam, individualmente e em grupo, que determinada receita é a correta para atingirem o propósito e que cada uma das partes tem a capacidade para realizar a tarefa que lhe cabe.

Porém, a mera comunicação das próprias convicções não se constitui como negociação. Para que esta exista, os agentes têm que conseguir que os outros aceitem aquilo em que acreditam, ou aceitar as convicções alheias, estabelecendo-se um terreno comum para a colaboração. A grande complexidade em negociação consiste, assim, na não aceitação das convicções do outro por uma das partes, ou na impossibilidade da chegada a acordo sobre convicções comuns, fazendo parte do processo negocial a resolução deste tipo de disputas.

3. ESTUDOS DE CASO

Para a recolha de informações relevantes sobre o processo negocial entre designer e curador, levado a cabo durante o design de um catálogo de exposição, foram primeiramente escolhidos três entrevistados:

- o curador geral de arte contemporânea da Fundação Culturgest, Miguel Wandschneider, pela qualidade da linha editorial que tem vindo a construir desde o início da sua atividade naquela Fundação;
- o designer de comunicação Manuel Raeder, pelo seu trabalho de cerca de 10 anos na área das publicações de arte, que desenvolve em colaboração estreita com artistas e curadores, tendo já trabalhado com Tom Humphreys, Tom Burr e Omer Fast, entre outros;
- o curador Natxo Checa, por representar a associação cultural independente Zé dos Bois e pelo seu envolvimento na publicação *Experiments and Observations on Different Kinds of Air*.

Os três agentes foram contactados através de um *email* com uma breve introdução ao assunto, onde se pretendia aferir a disponibilidade para uma entrevista presencial e o interesse no tema. Após resposta afirmativa, foi pedido a Miguel Wandschneider e a Manuel Raeder que indicassem um catálogo em que tivessem participado e que considerassem ser um bom exemplo de negociação. O curador Natxo Checa foi diretamente questionado sobre a possibilidade de abordar o processo de trabalho do catálogo específico atrás mencionado.

A partir das publicações seleccionadas, foram encontrados os respetivos pares de entrevistados:

- a dupla de designers Carvalho Bernau, constituída por Susana Carvalho e Kai Bernau, que solicitaram uma entrevista conjunta, já que consideram que o seu *atelier* tem uma voz única. A dupla trabalha desde 2005, tendo projetado vários catálogos e livros de arte em colaboração com artistas e curadores, para além de desenvolverem projetos na área do design de tipos de letra;

- a curadora independente Solvej Helweg Ovesen, em atividade desde 2000, tendo curado exposições para instituições como o centro de arte De Appel, BAK Utrecht ou Kunsthalle Fridericianum. Durante o seu percurso, tem desenvolvido vários projetos editoriais;
- o designer de comunicação António Silveira Gomes, que exerce a sua atividade no *atelier* Barbara Says..., fundado em 2006 com Cláudia Castelo mas com uma formação de coletivo anterior, onde já projetava desde 1996. O designer tem um longo historial de trabalho no campo da publicação de arte. Nesta entrevista fez-se acompanhar do editor da publicação, Mattia Denisse.

Relativamente aos catálogos em análise, apesar de serem considerados como tal pelos entrevistados, devemos sublinhar as diferentes abordagens para cada um deles:

- o catálogo *The Eye is a Lonely Hunter: Images of Human Kind* é ambivalente, relacionando-se na perfeição com a exposição que representa – que tomou forma em vários museus e cidades contemporaneamente, facto que o designer levou em grande consideração para estruturar os conteúdos dentro da publicação – mas vivendo também com autonomia para além do evento efêmero. O leitor que interaja com a publicação sem ter visto a exposição consegue recriar mentalmente a ideia do projeto expositivo através das divisões temáticas distribuídas pelos diferentes espaços físicos;
- no caso *Experiments and Observations on Different Kinds of Air*, a lógica é bastante diferente. Na publicação, constrói-se o universo em que trabalham os artistas, e o seu objetivo é proporcionar ao leitor um cruzamento de leituras, que sugerem novas interpretações sobre as obras em exposição. Com uma quase ausência de imagens, não faz referência ao projeto expositivo, mas tem uma íntima relação conceptual com ele;

– a publicação $1+1+1=3$: *Robert MacPherson, Manfred Pernice, Kateřina Šedá*, por seu turno, também se relaciona proximamente com a exposição mostrando vistas da sua instalação, mas requer dos artistas um trabalho extra de contexto da sua obra, por meio de conteúdos acessórios numa secção própria.

Com o material recolhido nas entrevistas [na íntegra, em anexo] aos vários agentes da negociação nestes três estudos de caso, iremos de seguida apresentar:

- as considerações de cada par de entrevistados sobre negociação, o papel do designer e o papel do curador no âmbito do catálogo de exposição, para percebermos a moldura de trabalho em que desenvolvem este processo. Sempre que considerado necessário, o relato será pontuado por excertos das entrevistas. No caso das entrevistas em inglês, far-se-á uma tradução livre do excerto, remetendo-se o leitor para a página da entrevista no volume dos anexos;
- os agentes negociantes e a sua ação no catálogo em análise, bem como uma reconstituição dos factos tendo por base os relatos das entrevistas – e, nos casos em que a informação foi omissa, a moldura de trabalho encontrada previamente;
- uma esquematização do processo de negociação, faseado segundo as referências propostas no ponto 2, que nos permitirá comparar os processos, no capítulo das conclusões. Nestes esquemas optou-se por salientar [a vermelho] todos os casos em que a negociação designer/curador é direta.

EXPERIMENTS
AND
OBSERVATIONS
ON DIFFERENT KINDS OF
AIR.

de JOÃO MARIA GUSMÃO e PEDRO PAIVA



3.1. CASO 1: EXPERIMENTS AND OBSERVATIONS ON DIFFERENT KINDS OF AIR

O catálogo *Experiments and Observations on Different Kinds of Air* foi publicado por ocasião da participação oficial portuguesa na 53.^a Bienal de Veneza (2009), com a exposição do mesmo nome, da autoria da dupla de artistas João Maria Gusmão e Pedro Paiva, curada por Natxo Checa.

Para a reconstituição do processo de negociação, foram entrevistados o curador da exposição, Natxo Checa, e o designer António Silveira Gomes, ao qual se juntou o editor da publicação, Mattia Denisse.

3.1.1. NEGOCIAÇÃO

NATXO CHECA

Para o curador, não é possível tipificar um perfil de debate entre curador e designer dentro das premissas com que trabalha, considerando que apenas curadores com uma metodologia de trabalho mais clássica é que poderão ter essa oportunidade, mas que, se o fazem, na sua ótica, é porque “(...) não estão a trabalhar com os designers certos...”.

Natxo Checa trabalha num regime de grande proximidade com as pessoas com quem colabora, tornando-se amigo dos seus interlocutores. Afirmar não ser “nada verticalista” e que, nos processos de trabalho em que se envolve, “(...) a intenção é que as pessoas tenham um valor próprio acrescido (...), referindo que a base de uma boa equipa é a confiança mútua, a certeza de que não serão escamoteadas dúvidas e de que todos os interlocutores irão cumprir os objetivos a que se propuseram para o trabalho.

Mais tarde, na entrevista, o curador mostra concordar que a negociação não se baseia em conflitos, que tem a ver com a ausência de hierarquias e com a possibilidade de conversa e de crescimento.

Natxo Checa considera que também negocia com os artistas a possibilidade de ter um papel mais interventivo na exposição [*e.g.*, escolhendo objetos e a sua localização], assumindo que, se o seu interlocutor não gosta da sua proposta, a repensa sem problemas.

ANTÓNIO SILVEIRA GOMES

Para António Silveira Gomes, a negociação depende, sobretudo, de 2 fatores:

- está relacionada com o percurso do designer;
- só acontece quando o curador se disponibiliza para negociar [no caso de o curador não ser interveniente, não poderá existir negociação].

No seu caso, quando trabalha com amigos de longa data, considera que a negociação é mais fácil, dando o exemplo da sua colaboração com Pedro Moura no catálogo *Tinta nos Nervos*: “(...) este comissário é meu amigo (nosso amigo) e foi por isso que ele quis trabalhar connosco...”. Neste caso, António não utiliza o termo negociação, mas antes “mediação”.

3.1.2. DESIGNER

NATXO CHECA

Para o curador, é essencial haver “confiança plena” no designer, o que apenas se gera com anos de trabalho. Para ele, o designer toma as suas opções depois de compreender bem o conceito, em discussão próxima com o curador, trabalhando “conceptualmente uma ideia, de acordo com a encomenda (...)”. A partir desse momento, “(...) o gosto é dele”, referindo que se trata de um fenómeno em que o designer manifesta o seu gosto face a um problema.

A função do designer é a de tornar o livro num objeto fabuloso, mas reconhece que, quando se trata de “(...) um livro de artista, o que o *designer* faz é quase [só] paginar.”

Relativamente a António Silveira Gomes, Natxo compara o seu trabalho ao cinema de autor, considerando a sua produção próxima da de um artista, tendo, neste livro, manifestado a sua autoria ao sugerir cruzamentos entre textos e ao incorporar conteúdos.

ANTÓNIO SILVEIRA GOMES

Dependendo do posicionamento, da seriedade e das circunstâncias em que atua, o designer pode [e deve] cumprir vários papéis: ser interventivo, ser apenas um intermediário, ou um mero mecanismo para veicular as escolhas de outros [e.g., do curador]. António Silveira Gomes refere que “a própria definição de *designer* de comunicação, hoje em dia, está como a de curador. Um *designer* pode fazer muitos outros papéis. Atualmente, ele é um “*jack of all trades*”, é um “faz-tudo”. Nos casos com que vai exemplificando durante a entrevista, pode-se perceber que assume diferentes papéis nas diferentes circunstâncias [para além da tradicional função técnica e formal]:

- no caso do catálogo *Metaflux*, recorda ter feito “pseudocomissariado”, propondo-se visitar os vários *ateliers* de arquitetura, pedindo conteúdos aos arquitetos;
- no catálogo *Tinta nos Nervos*, sugeriu a organização de todos os conteúdos;
- no caso do catálogo *Experiments and Observations on Different Kinds of Air*, ele e a sua equipa leram todos os textos, por sentirem necessidade de compreender as idiossincrasias e a complexidade da coleção de conteúdos e, através da formalização desses mesmos conteúdos, ajudaram à edição, criando uma estrutura semântica.

Com o exemplo do projecto expositivo/livro *The Xerox Book*¹⁴, refere como existem publicações e catálogos em que o designer de comunicação visual “(...) tem um papel de cenografia quase...”.

¹⁴. Refere-se ao projecto expositivo em formato de livro de Seth Siegelaub (curador/editor), realizado em 1968.

MATTIA DENISSE

“ (...) este livro, para ser lido, sem o trabalho do António e da Cláudia, a sua leitura seria impossível. E esse é um trabalho muito importante. Este livro não se faz sem um trabalho muito autoral dos designers!”

Mattia Denise, para além de ajudar na reconstituição dos factos e vicissitudes dos eventos ocorridos neste estudo de caso, foi firme ao assumir que este catálogo seria impossível de ler se não fosse o trabalho autoral dos designers, considerando ainda que o livro foi [e é, no sentido geral] um trabalho de equipa, apesar de muitas vezes só se considerar o seu autor [o nomeado na capa].

3.1.3. CURADOR

NATXO CHECA

Enquanto curador, sente que a sua função é, sobretudo, acompanhar o trabalho e motivar os seus colaboradores – neste caso, artistas e designer.

Considera que, se o curador é uma figura hierática, “um mandão”, então o designer passará a ser um mero “paginador”, situação que não se compadece com a sua visão das funções do designer.

Tanto com artistas como com designers, discute sobretudo conteúdos, mas raramente a parte formal [apesar de ter uma atitude crítica sobre ela]. Ainda assim, sente-se mais à vontade para discutir “(...) a produção de conteúdos artísticos do que a produção de um livro”.

ANTÓNIO SILVEIRA GOMES

Relativamente ao papel do curador, o designer refere que já trabalhou com o “(...) espectro todo, desde o comissário ausente, que também não está interessado – o que era normal acontecer –, até aos comissários que são ativos e estão muito presentes no trabalho”, passando também pelo curador que fala com o designer por intermediários. No que toca

à comunicação intermediada, António comenta que é um processo que começa a cair em desuso, o que traz vantagens e desvantagens, dependendo do grau de intervenção que é pedido ao designer, e acrescenta que cada projeto tem as suas vicissitudes específicas.

Num outro momento da conversa reflete sobre as mudanças no meio da curadoria nos últimos 10 anos, constatando não só o aumento do número de curadores na atualidade, mas também uma mudança no uso do termo curadoria, que tem vindo a ser aplicado, sobretudo, no âmbito dos novos *media*, a várias outras funções que não a da curadoria da arte [dá o exemplo do *flickr* e dos *blogs*], passando a definir-se pelo contexto em que se encontra.

Pela sua experiência, os comissários preferem trabalhar com a sua “carteira de designers”, “porque já se dão bem com eles, já trabalham há muitos anos (...), são amigos e partilham interesses”.

3.1.4. PARCEIROS E ATORES DA NEGOCIAÇÃO

53.^a BIENAL DE VENEZA

EVENTO QUE ACOLHEU A EXPOSIÇÃO

– a Bienal tem regras rígidas sobre a colocação do logótipo do evento em todas as publicações. Foi perentória neste aspeto.

DIREÇÃO-GERAL DAS ARTES

ENCOMENDADOR

- o convite para a participação na exposição e o consequente projeto do catálogo partiram desta instituição;
- foi o encomendador que assumiu os encargos financeiros do trabalho;
- convidou a dupla de artistas e o curador;
- desempenhou um papel fundamental ao nível da gestão dos recursos humanos e financeiros, que permitiram ter textos traduzidos e revistos e os direitos de autor negociados [até mesmo por via diplomática];
- desta equipa, destacou-se a importância da revisora Manuela Vieira

Constantino, cuja relação com a equipa designer/editor foi mediada pela assistente editorial Francisca Bagulho;

- apesar de terem disponibilizado para o catálogo um orçamento inicial mais reduzido, captaram mais recursos financeiros para a publicação, uma vez que a equipa criativa estava a trabalhar com muito pouco tempo, o que não permitia estudar alternativas viáveis ou fazer muitas concessões;
- não tiveram uma voz ativa no que diz respeito aos conteúdos;
- tiveram interesse em ver e aprovar o mono;
- tiveram voz ativa no âmbito das questões de representação, nomeadamente na colocação dos logos e das fichas técnicas.

NATXO CHECA

CURADOR

- assumiu, em conjunto com os artistas João Maria Gusmão e Pedro Paiva, o trabalho de produzir uma exposição para a 53.^a Bienal de Veneza e consequente catálogo;
- forneceu parte dos conteúdos para o livro;
- acompanhou a publicação em 4 ou 5 reuniões, mas dedicou-se sobretudo à produção das obras e da exposição;
- delegou as suas funções de editor em Mattia Denisse, pago para o efeito.

JOÃO MARIA GUSMÃO E PEDRO PAIVA

ARTISTAS

- em conjunto com o curador Natxo Checa, assumiram a produção da exposição e do catálogo;
- forneceram parte dos conteúdos para o livro;
- apesar de este catálogo não ser um livro de artista, consideram-no parte do seu trabalho, pois é através dele que constroem um universo de leituras que permite ao leitor aproximar-se das obras;
- negociaram com a Direção-Geral das Artes a [in]existência de fotografias.

ANTÓNIO SILVEIRA GOMES

DESIGNER

- foi convidado para projetar o catálogo da exposição;
- sugeriu o nome para o livro a partir da sua pesquisa;
- as suas escolhas formais foram alicerçadas nas discussões conceptuais com curador/artistas/editor;
- pesquisou ativamente e desenvolveu estratégias específicas para tratar cada texto, dadas as profundas diferenças entre os diversos conteúdos;
- propôs ao editor estratégias de paginação específicas para cada texto;
- foi convidado a participar com um texto para o catálogo;
- reagiu aos comentários da revisora Manuela Vieira Constantino, em reunião com a restante equipa;
- António Silveira Gomes faz parte do *atelier* Barbara Says..., constituído pela sua sócia Cláudia Castelo e a colaboradora Patrícia Maya, que tiveram um papel ativo quer na fase de leitura e pesquisa, quer na fase de design do catálogo.

MATTIA DENISSE

EDITOR

- foi convidado para editar os conteúdos do catálogo da exposição;
- forneceu parte dos conteúdos para o livro;
- convidou o designer para colaborar com um texto;
- estruturou os textos e escreveu um texto preparatório.

3.1.5. RECONSTITUIÇÃO DO PROCESSO DE NEGOCIAÇÃO

Pelos relatos dos entrevistados, é possível perceber que a base da relação entre curador, designer, artistas e editor é a amizade e a confiança que têm vindo a desenvolver ao longo de 10 anos de trabalho, o que lhes permite beneficiarem de uma grande sinergia. A relação de colaboração estende-se igualmente à dupla de artistas João Maria Gusmão e Pedro Paiva, bem como ao editor Mattia Denisse. Relativamente a esta

proximidade, Natxo Checa faz, no entanto, uma ressalva, afirmando que esta confiança pode, por vezes, retirar-lhes distância crítica, dando azo a observações baseadas em “caprichos” pessoais.

NATXO CHECA

“(...) este livro foi feito a 8 mãos (4 pessoas) e, neste caso concreto, foi feito principalmente por 2 pessoas: o António (mas, quando falas no António, falas na Cláudia) e o Mattia, sendo que o João Maria, o Pedro e eu também estávamos [envolvidos], só que nesses 4 meses também tivemos de produzir as obras todas para Veneza, por isso, no fundo, houve 4 ou 5 reuniões e sabíamos que o Mattia faz parte da nossa *crew* de confiança, é uma pessoa que conhecia os textos todos, teve uma importância na escolha dos próprios textos (...).”

Para Natxo Checa, o processo de negociação foi feito entre equipas – Mattia Denisse/António Silveira Gomes, João Maria Gusmão/Pedro Paiva/Natxo Checa, Direção-Geral das Artes – e não considera que tenham existido figuras hieráticas.

Para o curador, o livro foi feito “à volta de uma mesa”, onde a argumentação e a inteligência foram a base sobre a qual se desenvolveu o trabalho colaborativo entre estas pessoas, que partilhavam um objetivo comum.

No âmbito da sua atividade de curador, poderia ter optado por chamar a si as funções de editor do catálogo, porém, devido à falta de tempo [o convite para produzir toda a exposição chegou com apenas quatro meses de antecedência] e pela extrema confiança que deposita em Mattia Denisse, optou por lhe delegar a tarefa de editar o catálogo da exposição.

Mattia, conhecendo bem o trabalho dos artistas, aceitou a tarefa de organizar uma antologia de textos, em que se permitiu desviar o sentido dos mesmos para criar um universo de leituras que deixa compreender o contexto em que os artistas trabalham. Para essa descontextualização e reorganização, contou com a ajuda de António Silveira Gomes e de Cláudia Castelo, com quem editou a paginação, de modo a construir uma nova narrativa.

Neste caso, o curador acompanhou o livro em quatro a cinco reuniões, uma vez que teve que se ocupar, mormente, da produção das obras de arte. Trabalhou proximamente com a dupla de artistas e com a dupla designer/editor, sobretudo acompanhando-os e motivando-os, e considera que o que faz um bom projeto é uma equipa de confiança, não acreditando em verticalismos.

Na sua ótica, o trabalho com um designer baseia-se numa relação de “confiança plena” que se gera com anos de trabalho, dinâmica que se estabelece com António Silveira Gomes. Assim, afirma ter confiança absoluta nas escolhas do designer, apesar de dar, sobretudo, exemplos de origem formal.

ANTÓNIO SILVEIRA GOMES & MATTIA DENISSE

“**ASG:** (...) Este trabalho é um trabalho de equipa, isto é um filme autêntico. Este livro é feito quase como se fosse um filme de cinema, um rol de agradecimentos. (...) E muitas vezes as pessoas esquecem-se disso. Os designers também se esquecem desse tipo de coisas. Muitas vezes, pensam (...) que há uma mediação bilateral, mas não há! Nem trilateral, nem quadrilateral. (...) Não há hipótese de uma pessoa encontrar um centro aqui (...).”

Artistas, editor, designer e curador têm já um longo historial de trabalho em colaboração. Por se conhecerem muito bem e terem um método de trabalho estabelecido, o processo de construção do corpo de conteúdos foi muito sinérgico.

Designer e editor não recordam a existência de conflitos neste trabalho. António chega até a afirmar que é “(...) por isso é que ele é tão bonito”. Todavia, fazem referência a dois episódios mais conturbados: o primeiro, respeitante às revisões de Manuela Vieira Constantino, que por mais de uma vez discordou das opções tomadas pela equipa de design, relativamente ao tratamento dos textos; a segunda diz respeito à negociação que os artistas tiveram que levar a cabo com a Direção-Geral das Artes, no sentido de terem o mínimo possível de imagens no catálogo, como o excerto da entrevista ilustra:

MD: Quase não há fotografias.

AA: Há muito poucas, de facto!

MD: Pouquíssimas! A ideia, de início, era fazer sem fotografias nenhuma. Mas eles não queriam isso.

AA: Na DGArtes não deixaram?

MD: Não deixaram porque era um catálogo de uma exposição.

ASG: Mas pusemo-las assim, muito sumidas, o menor que se pudesse pôr, não é? Isto foi uma guerra... (...) Porque isto são intercalos. Há um limite (...)

MD: 8, 16, 24 páginas. Até está mais ou menos certo.

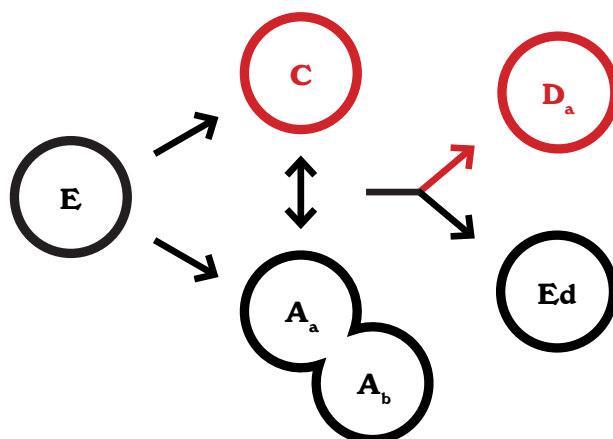
ASG: (...) nós (...) tentámos relacionar com o texto (...), mas não foi fácil. Há aqui tantas relações, por exemplo esta relação do Poe que cita o Verne no próprio texto e depois esta...

Os entrevistados consideram esta publicação como um objeto híbrido, entre um catálogo e um livro, e comparam o trabalho que está por trás dele a um filme de cinema, com uma longa ficha técnica que demonstra a grande quantidade de agentes envolvidos. Por esse motivo, António Silveira Gomes afirma a inexistência de uma mediação bilateral entre designer e artistas ou entre designer e curador, acrescentando até que não é possível encontrar um centro na constelação de relações.

3.1.6. ESQUEMATIZAÇÃO DAS RELAÇÕES DE NEGOCIAÇÃO

FASE 0: 1.º CONTACTO

O encomendador [E] – Direção-Geral das Artes – convidou o curador [C] Natxo Checa e a dupla de artistas [A] para curarem a exposição e produzirem o respetivo catálogo. A equipa entrou em acordo imediato quanto à pertinência do convite ao designer [D_a] António Silveira Gomes e ao editor [Ed] Mattia Denisse.

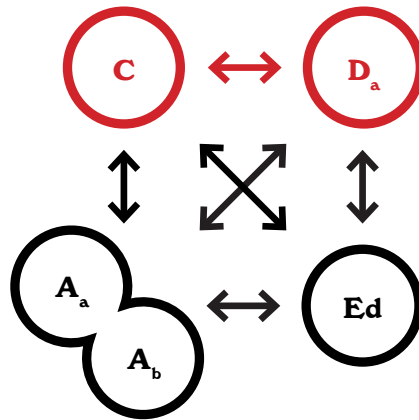


FASE 1: PREPARAÇÃO

FASE 2: NEGOCIAÇÃO – ABERTURA

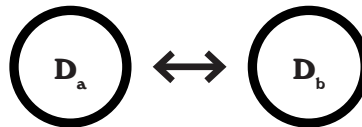
Neste caso, a preparação e a abertura da negociação sobrepõem-se, uma vez que a equipa trabalha em conjunto há vários anos: a relação de trabalho está estabelecida, e mesmo a estrutura da publicação estava testada em outras publicações anteriores.

Tiveram apenas que preparar a articulação das várias partes no que toca à produção/pesquisa de conteúdos.



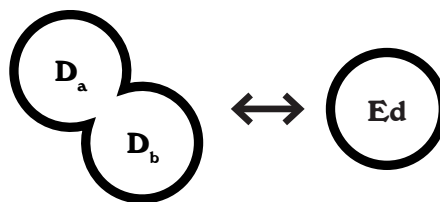
FASE 2: NEGOCIAÇÃO – DISCUSSÃO A

Após a abertura da negociação com os vários agentes António Silveira Gomes [D_a] reúne com a sua equipa, Cláudia Castelo e Patrícia Maya [D_b], para prepararem uma primeira proposta.



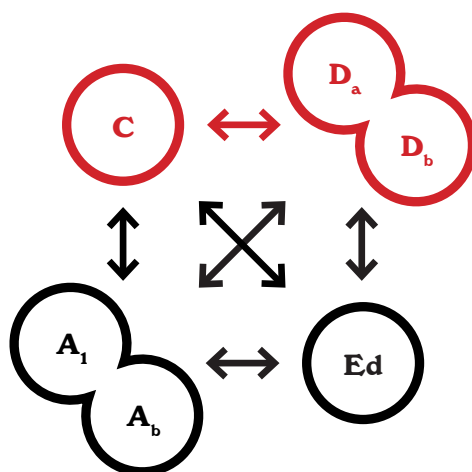
FASE 2: NEGOCIAÇÃO – DISCUSSÃO B

Os designers discutem a proposta com o editor, que lhes dá *feedback*.



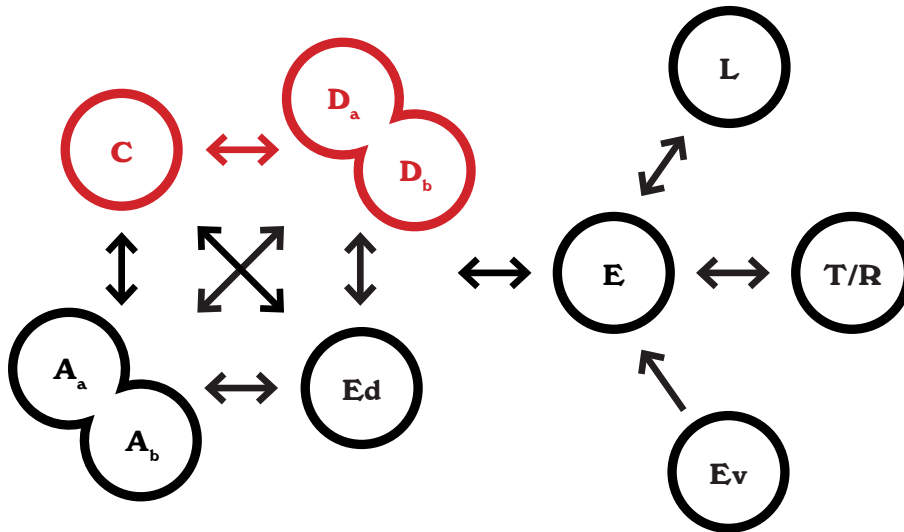
FASE 2: NEGOCIAÇÃO – DISCUSSÃO C

A proposta é discutida pela equipa. Os 3 modelos de discussão repetiram-se até chegarem a um acordo.



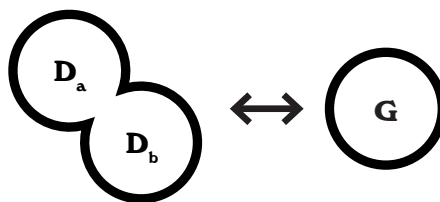
FASE 2: NEGOCIAÇÃO – FECHO

Após chegarem a acordo sobre a melhor proposta, a equipa articula-se com o encomendador [cuj a equipa dá assistência na coordenação editorial com a equipa legal [L] [que negociou os direitos de autor das imagens e textos] e com os tradutores e revisores [T/R], de onde se destacou Manuela Vieira Constantino, como já atrás foi mencionado. O único agente com que não houve negociação foi a equipa do evento [Ev] que tinha regras restritas que tiveram que ser aplicadas ao catálogo.



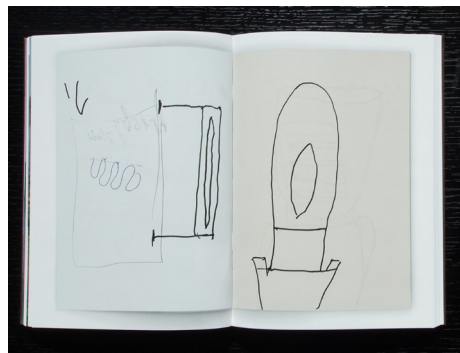
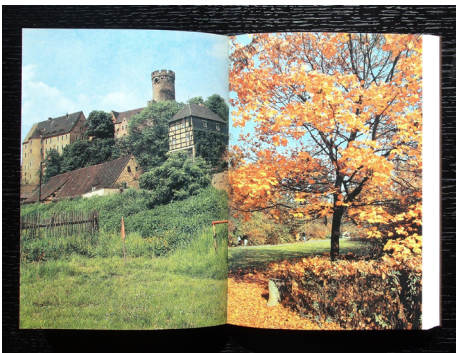
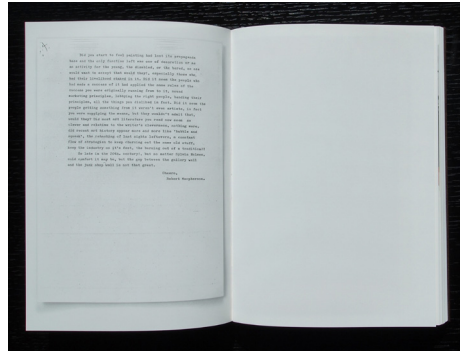
FASE 3: EFETIVAÇÃO

Com o acordo fechado, os designers trabalham com a gráfica no acompanhamento da produção. Se se verificarem alterações importantes decorrentes de impossibilidades na produção, os designers poderão ter que voltar à fase anterior de Fecho para concluírem um novo acordo, passível de ser produzido.



1+1+1=3

Robert MacPherson
Manfred Pernice
Kateřina Šedá



3.2. CASO 2: $1+1+1=3$

ROBERT MACPHERSON, MANFRED PERNICE, KATERINA ŠEDÁ

Este catálogo foi editado em 2008 por ocasião da exposição “ $1+1+1=3$ ” na Fundação Culturgest, onde foram apresentados os artistas Robert MacPherson, Manfred Pernice e Katerina Šedá.

A exposição foi encomendada por Miguel Wandschneider e curada por Trevor Smith, que colaborou com a dupla de designers Carvalho Bernau no catálogo.

Os entrevistados para este caso foram Miguel Wandschneider, Susana Carvalho e Kai Bernau.

3.2.1. NEGOCIAÇÃO

MIGUEL WANDSCHNEIDER

“(…) a pior forma de negociação é o compromisso, é um meio caminho qual-quer, não é carne nem é peixe, é uma solução normalmente débil.”

Para o curador Miguel Wandschneider, a negociação, no âmbito do catálogo de exposição, é um processo empírico que se opera, por vezes, “(…) de forma dedutiva, ou seja, há uma ideia e trata-se de operacionalizar essa ideia, e outras vezes de forma indutiva, e, portanto, pode surgir, a certa altura, uma ideia que obriga a repensar a própria estrutura do catálogo, toda a definição do catálogo, dos seus próprios conteúdos”.

Continuando a definir o processo, emprega o termo “simbiótica” para definir a sua relação de colaboração com os designers, afirmando que, neste contexto, nenhum dos intervenientes pode “parasitar” o outro, e considera ainda que a negociação é apenas uma pequena parte de um processo maior a que chama de colaboração e que se caracteriza por uma ação descomplexada, em que nenhum dos interlocutores se deve sentir confinado à sua zona restrita de ação, por receio de ferir susceptibilidades. Para o curador, a colaboração é

um processo pragmático onde imperam a franqueza, a abertura e a ausência de complexos e que confere um potencial de ganho a todos os intervenientes. Dentro desta dinâmica, não sente que existam riscos para a sua visão conceptual do projeto.

Quando questionado acerca do modo como resolve as divergências de opinião com os designers, Wandschneider afirma que se estabelece uma conversa onde conseguem “esgrimir argumentos”, o que lhes permite explicitar as vantagens e desvantagens de cada posição. Estas trocas de informação podem ser feitas presencialmente, via telefone ou via *email*. Porém, o seu resultado não deverá levar a soluções de compromisso que, no seu entender, são geralmente débeis, e considera ainda que os resultados obtidos em conjunto são sempre qualitativamente melhores que os resultados unilaterais. O desacordo é, então, um fator produtivo, pois permite reabrir a discussão e chegar a novos resultados, de forma imprevista e não intencional, num processo que nomeia de “serendipidade”.

Para o curador, é exagerada a “(...) tematização destes processos (...)”, já que, para ele, as regras básicas do jogo são apenas “(...) inteligência, bom senso e pragmatismo”, conjugados com a partilha de um objetivo comum pelos vários interlocutores – chegar a uma publicação que valha a pena produzir. Todavia, assume que podem existir entraves ao bom funcionamento desta simbiose, como o excesso de ingenuidade, a falta de bom senso e pragmatismo e até mesmo, nas palavras do curador, “um excesso de peneiras”.

“(...) eu não preciso de estar como intermediário, como uma espécie de filtro, entre os artistas e os designers. (...) os próprios termos da comunicação entre os diferentes intervenientes numa publicação são variáveis, consoante cada publicação e consoante as necessidades de cada publicação. Há casos em que a comunicação é sobretudo, senão exclusivamente, entre mim e eles, eles não precisam de comunicar diretamente com o artista. Há outros casos em que comunicam muito mais com o artista. É muito variável. E, portanto, não há propriamente uma hierarquia preestabelecida neste processo de conceção e de produção dum livro e até ao nível da comunicação entre os diferentes participantes neste processo.”

No que toca a hierarquias, nos processos de negociação em que se envolve, Miguel Wandschneider não crê que estas se estabeleçam, pois o responsável das exposições não irá «falar mais alto» só porque tem essa posição. Porém, como fica explícito na citação anterior, reconhece que a comunicação entre os vários intervenientes numa exposição muda conforme as necessidades do projeto e que como tal o processo de trabalho é criado à medida para cada situação, não sendo “mecânico” e replicável.

SUSANA CARVALHO & KAI BERNAU

SC: (...) Eu nunca vejo [este processo] enquanto negociação, vejo sempre enquanto colaboração.

(...)

KB: Bom, é negociação, mas não parece negociação.

AA: E qual seria a diferença entre negociação e colaboração, do teu ponto de vista?

KB: É a mesma coisa, mas talvez negociar queira dizer que, pelo menos, uma das partes tem já uma ideia muito definida (...) mas, tal como diz a Susana, é apenas uma questão de se conversar. (...) Quer dizer, não é uma negociação porque, nesse caso, se presumiria que temos diferentes objetivos, mas, no fundo, o objetivo é o mesmo, ou seja, apresentar o trabalho do artista da melhor maneira possível (p. a65).

Para estes designers, no processo de negociação, o elemento mais importante não é o curador, mas o conteúdo – o trabalho do artista. O curador é o transmissor de uma visão sobre esse trabalho, já que é ele quem melhor conhece o artista e a sua obra.

Como está explícito no excerto em epígrafe, Susana Carvalho separa negociação de colaboração, ao que Kai Bernau acrescenta que a colaboração poderá ser também uma negociação, mas num ambiente em que não se sente a negociar. Momentos mais tarde, o designer acaba por separar, igualmente, colaboração de negociação, concluindo que esta última pressupõe que os dois agentes tenham objetivos diferentes e que, pelo menos uma das partes tenha já uma ideia muito definida daquilo que pretende, avançando para a conversa com uma postura fechada e pouco flexível.

Quanto ao método de trabalho que empregam, estes designers afirmam que começam por ouvir o que o “curador pensa querer” (p. a65), para perceberem o porquê desses objetivos e reagirem a essas premissas. Após este momento de escuta ativa, elaboram uma proposta com base na interpretação das necessidades do seu interlocutor, que pode divergir dos primeiros objetivos do curador. Perante estas propostas divergentes, afirmam que os interlocutores têm, geralmente, uma atitude bastante aberta e de discussão. Porém, perante reações adversas ao seu trabalho, entram num ambiente de diálogo lógico em que, argumentando, justificam as suas opções e escutam ativamente o interlocutor para perceberem quais os pontos de discórdia.

Mudando o ponto de vista da análise sobre o tema da negociação, Kai constata que, frequentemente, a negociação não é feita sobre o livro, mas antes sobre a necessidade de o designer conquistar espaço e “liberdade para poder contribuir com ideias próprias” (*idem*). Nestas situações, tenta demonstrar ao seu interlocutor que lhe reconhece todas as capacidades para fazer a sua parte do trabalho, mas que este precisa de lhe dar espaço e de lhe depositar a sua confiança, para que o designer possa pôr em prática as suas competências, fazendo o seu trabalho da melhor maneira possível.

No processo de construção do catálogo de exposição, Susana e Kai gostam de envolver toda a equipa na tomada de decisões. Por esse motivo, também os produtores [a gráfica] são ouvidos desde o momento em que lhes pedem orçamentos e começam a escolha de materiais. As sugestões do impressor, no que diz respeito às soluções técnicas mais favoráveis à ideia que querem desenvolver, são ouvidas e consideradas; todavia, a palavra final cabe aos designers.

Relativamente às relações estabelecidas com os artistas com quem trabalham, referem que, por se tratar, não raras vezes, de profissionais internacionais que estão espalhados pelo mundo, se torna difícil conseguirem sentá-los à mesma mesa que os demais agentes interessados no catálogo e, nessas circunstâncias, reconhecem o curador como representante do trabalho dos artistas.

Quando questionados acerca das relações hierárquicas com que se deparam na sua prática profissional, a princípio afirmam que não sentem uma estratificação e justificam a afirmação com o facto de trabalharem no ambiente cultural holandês, em que a sociedade civil está muito bem informada sobre o que é o design e a sua função, atribuindo-lhe uma grande importância, pelo que se sentem em pé de igualdade com os seus interlocutores. Susana chega até a afirmar que a Holanda é um “paraíso” (p. a70) para quem trabalha nesta área, ao contrário do que sucede em Portugal.

Kai reformula um pouco a questão dizendo que não há uma “hierarquia tangível” (*idem*), enquanto trabalham e que, se o fosse, perderiam interesse em trabalhar com o cliente em questão, mas que na verdade ela existe a partir do momento em que há um encomendador que paga o trabalho. Quem paga coloca-se assim no topo da cadeia, lugar que, no entanto, pode também pertencer ao artista, dependendo da relação que encomendador e artista estabelecem. Nesta constelação de relações, o designer encontra-se, naturalmente, no fim da cadeia. Kai remata este assunto afirmando ainda que, caso sintam esta hierarquia, é porque algo correu mal durante o processo de negociação.

3.2.2. DESIGNER

MIGUEL WANDSCHNEIDER

Relativamente à esfera de ação do designer no contexto em análise, Wandschneider não considera limitativa a sua definição quando vê estes profissionais, sobretudo, como *problem solvers* de questões formais, reconhecendo-os raras vezes como intervenientes no processo conceptual da publicação.

Na sua ótica, a função dos designers é, após receberem um caderno de encargos fornecido pelo curador, formalizarem uma proposta a partir dos conteúdos que lhes chegam às mãos e tomarem decisões essenciais para a resolução de problemas práticos como formato, tipo de

papel, tipografia, *layout*, mancha de texto, inserção de imagens, escolha de materiais para capa e miolo, escolha da gráfica e acompanhamento da produção.

A sua escolha recai no *atelier* Carvalho Bernau porque lhes reconhece uma ampla experiência a nível técnico – na articulação com as gráficas e na escolha e conhecimento do comportamento dos materiais – e por revelarem grande capacidade para tomarem decisões diferentes em função das capacidades da gráfica com que estão a trabalhar.

Wandschneider é totalmente contrário à ideia do designer como autor.

SUSANA CARVALHO & KAI BERNAU

“SC: Normalmente, na parte da formalização do conceito trabalhamos sozinhos. (...) há preocupações que nós temos de ter que são desconhecidas para os nossos clientes, para os curadores (...)” (p. a68).

Em resposta ao que pensam ser a sua esfera de ação, enquanto designers no âmbito do projeto de um catálogo de exposição, a dupla considera ter um papel ativo sobre a edição dos conteúdos que lhes são fornecidos pelo curador [apesar de não terem qualquer papel na decisão sobre quem escreve os textos ou sobre qual o teor dos mesmos], na medida em que escolhem imagens, lógicas e mecanismos de apresentação do material. Em alguns casos, podem até substituir a figura de um editor, como no livro de Myung Feyen – um projeto recente em que colaboraram estreitamente com a artista na interpretação do seu trabalho para o formato de livro –, pelo que sabem que podem adotar um papel editorial mais ou menos ativo, dependendo do seu interlocutor.

No geral, a partir do momento em que os conteúdos lhes são fornecidos, trabalham a solo na formalização dos conceitos, assumindo que há preocupações que só um designer pode ter, como qual o formato mais económico, qual o melhor papel para reproduzir determinadas imagens ou a escolha da fonte tipográfica mais adequada. Todavia, reconhecem que alguns dos seus interlocutores têm sensibilidade para

estas questões, pelo que as propostas são sempre discutidas, apesar de a decisão final caber aos designers.

Definem-se como profissionais muito pragmáticos, que trabalham sempre a partir dos conteúdos, relegando para segundo plano as decisões estéticas, como refere Susana Carvalho:

“(...) para nós, o conteúdo é o rei. Não somos formalistas. Claro que existem sempre decisões estéticas envolvidas em tudo o que fazemos, mas essa não é a nossa maior preocupação” (p. a70).

Preferem trabalhar em projetos em que participam desde o início, tomando decisões e editando os conteúdos e consideram a fase de produção fundamental para o seu trabalho enquanto designers, pois não concebem a separação da parte digital e material do projeto. Ainda que esta seja executada por terceiros, os designers têm a responsabilidade de garantir que foram tomadas as melhores opções.

No que diz respeito à possibilidade de serem autores do catálogo, consideram que há sempre algum grau de autoria nos trabalhos que fazem, mas que esse varia consoante a ação que têm em cada projeto. Se o seu trabalho criativo for adicionado ao projeto apenas na fase de “*styling*” (p. a72), o grau de autoria será mais baixo do que se participarem também no desenvolvimento do conceito.

3.2.3. CURADOR

MIGUEL WANDSCHNEIDER

Enquanto curador e diretor de exposições da Culturgest, Miguel Wandschneider não só desempenha um papel fundamental na definição da lógica editorial da instituição, como participa ativamente em cada uma das publicações, desempenhando todas as funções necessárias para promover a máxima qualidade dos livros produzidos, uma vez que a instituição não tem uma equipa exclusivamente dedicada ao setor editorial.

No contexto de um catálogo de exposição, a montante da sua colaboração com o designer, desenvolve um trabalho de “devaneio” com o artista, com quem define a ideia para a publicação e as “regras do jogo”. A partir daí, é o curador quem estrutura o catálogo, a sequência de imagens¹⁵ e quem convida os autores dos textos. Sempre que necessário, faz também a coordenação editorial, comunicando com designers, tradutores, autores e revisores, centralizando, organizando e filtrando a informação. Na procura da qualidade, assume ainda o acompanhamento das provas e correções de cor do catálogo. Todavia, e apesar de assumir todas estas funções, afirma que prefere as situações em que o produto final lhe chega às mãos já com ótima qualidade e em que não tem que fazer o controlo de todo o processo.

Quando questionado sobre a possibilidade de ser autor dos catálogos que produz, responde:

“Eu não considero que o curador seja um autor, já para não dizer que muito menos considero que o curador seja um artista, ou um para-artista, ou tenha uma atividade que partilha com a atividade artística uma série de metodologias ou de ingredientes. Eu sou completamente contrário à ideia do curador como autor e acho que a ideia do *designer* como autor é uma ideia também bastante desagradável.”

SUSANA CARVALHO & KAI BERNAU

KB: “(...) tentamos perceber a visão do curador, o que ele pensa ser o mais importante sobre o trabalho do artista. E, provavelmente, perceber a visão do curador é uma boa ideia, porque ele conhece o artista. Mas o curador não é um designer, e apesar de conhecer bem o artista, não compreende os livros tão bem como nós, portanto, ele pode ter ideias que façam sentido para ele, para a sua perspetiva enquanto curador, mas que nos parece que podem ser melhor resolvidas da perspetiva do designer, porque um livro não é o mesmo que uma exposição” (p. a65).

Do ponto de vista dos designers, o curador é quem melhor conhece o trabalho e a carreira do artista e, como tal, é quem filtra a informação, sendo um “mensageiro” (p. a69), um transmissor de uma visão sobre a

¹⁵. Para ilustrar esta competência fala do catálogo *As Piores Flores* de José Loureiro.

obra. Não obstante, a visão do curador tem sempre que ser trabalhada do ponto de vista do designer.

De modo geral, afirmam não ter problemas com os curadores, pois estes têm uma ótima capacidade de adaptação e, “(...) quando escolhem um designer (...)”, geralmente, “(...) sabem por que o fazem(...)” (p. a70).

Não têm grandes expectativas relativamente à ação do curador que, na maioria dos casos, apenas lhes fornece os conteúdos.

Quando a ideia para a publicação não está ainda maturada, gostam de ter a oportunidade de a desenvolver em conjunto com o curador.

3.2.4. PARCEIROS E ATORES DA NEGOCIAÇÃO

MIGUEL WANDSCHNEIDER

ENCOMENDADOR, CURADOR DE ARTE CONTEMPORÂNEA DA CULTURGEST

- reúne as condições para que seja possível produzir a exposição e a publicação;
- concebeu a ideia da série de exposições “ $I+I+I=3$ ”;
- pretendeu que a publicação desta exposição traduzisse o projeto expositivo;
- em conjunto com Trevor Smith, definiu a estrutura de conteúdos para a publicação;
- convidou os designers para colaborarem no catálogo;
- produziu o texto de introdução do catálogo, que explica o conceito das exposições “ $I+I+I=3$ ”;
- segundo os designers, este curador só entrou na discussão do projeto na fase final, trabalhando com Trevor Smith nas fotografias da exposição e escolhendo as vistas do espaço expositivo que deveriam ser mostradas.

TREVOR SMITH

CURADOR DA EXPOSIÇÃO “ $I+I+I=3$ ”

- foi convidado por Wandschneider para curar a exposição e conceber o catálogo;

- em conjunto com Miguel Wandschneider, delineou os conteúdos a constar do catálogo – introdução sobre o conceito geral das exposições, imagens da instalação das obras, *sketchbook* de cada artista, texto do curador –, mas deu “carta branca” aos designers para proporem a ordem, a forma e os mecanismos para mostrarem esses conteúdos;
- com exceção das vistas da exposição, o curador não quis replicar, na publicação, as obras expostas. Para o efeito, pediu aos artistas que fornecessem conteúdos que pudessem funcionar como um pano de fundo aos seus trabalhos, tornando-se o catálogo num documento que os contextualiza;
- sugeriu a ideia de dar a cada artista o espaço de um caderno de 32 páginas dentro da publicação, onde estes puderam intervir com material próprio;
- uma vez que o primeiro catálogo da coleção foi desenvolvido em colaboração com este curador, a estrutura definida contribuiu para a fórmula a aplicar aos catálogos futuros.

SUSANA CARVALHO & KAI BERNAU

DESIGNERS

- foram convidados por Miguel Wandschneider para projetarem o catálogo da exposição;
- trabalharam sobretudo com Trevor Smith, tendo poucas recordações do contributo de Miguel Wandschneider;
- os conteúdos foram-lhes fornecidos pelo curador e, a partir daí, definiram a ordem, a forma e os mecanismos de apresentação;
- após fazerem a proposta, discutiram-na com Trevor Smith para definirem o objeto final;
- para evitar “zapping”, introduziram a ideia de separar a contribuição de cada artista por meio de um conjunto de páginas a branco;
- uma vez que referem que em todos os trabalhos são muito exigentes relativamente à qualidade da impressão de imagens, adequação de materiais e encadernação, assumimos que, neste catálogo, fizeram igualmente a escolha de materiais e que acompanharam toda a produção do catálogo na gráfica.

ROBERT MACPHERSON + MANFRED PERNICE + KATERINA ŠEDÁ

ARTISTAS

- foram totalmente responsáveis pelos conteúdos das suas secções [1 caderno de 32 páginas para cada artista]¹⁶.

MÁRIO VALENTE

COORDENADOR

- enquanto coordenador, comentou sempre as propostas dos designers.

IMPRESSORES

- participaram no catálogo em estreita colaboração com os designers, dando opções alternativas de materiais e aconselhando sobre processos de impressão e pré-impressão.

3.2.5. RECONSTITUIÇÃO DO PROCESSO DE NEGOCIAÇÃO

A relação profissional do *atelier* Carvalho Bernau com Miguel Wandschneider começou com um contacto por parte dos designers ao curador, quando este iniciou a sua atividade na Culturgest, há cerca de oito anos. Desde aí, têm vindo a colaborar em várias publicações.

O processo de colaboração aqui em análise teve início com a ideia de Miguel Wandschneider para um série de exposições que, não sendo exatamente exposições coletivas, se constituem como três exposições individuais de artistas que têm alguma relação com o curador convidado. O curador, através do conjunto das três exposições, mostra uma relação entre os três artistas.

Para a primeira das exposições, “ $1+1+1=3$ ”, o curador convidado por Wandschneider foi Trevor Smith, com quem começou um trabalho de

16. Das entrevistas, não é possível recolher dados suficientes para tirar ilações sobre o nível de participação dos artistas. No entanto, pela ausência de referências à sua participação, ficamos com a ideia de que não foram muito interventivos, para além do fornecimento do seu material.

“devaneio” na procura da estrutura para o catálogo. Deste processo surgiram algumas ideias de base – texto inicial explicativo no arranque da publicação, fotografias da instalação das obras em vez de fotografias mais tradicionais [fotografias de estúdio, com cada obra em separado] –, que Trevor Smith levou para a primeira reunião com os designers.

Os designers e o curador conheceram-se pela primeira vez no aeroporto de Schiphol, Amesterdão, onde tiveram a primeira troca de impressões acerca da publicação a conceber. Nessa ocasião, conversaram sobre a estrutura de conteúdos e as ideias e preocupações de Trevor, que deu “carta branca” (p. a66) a Susana e Kai para elaborarem a sua proposta sobre a ordem, a forma e os mecanismos para mostrem os conteúdos.

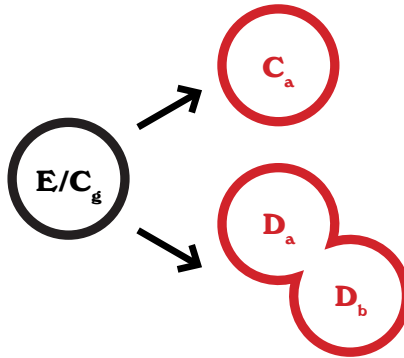
Após pesquisa e discussão interna no *atelier* dos designers, a primeira proposta chegou no momento seguinte e foi discutida com o curador até chegarem às premissas finais do livro, que incluiu dois mecanismos interessantes adotados para as publicações futuras – entregar a cada artista o espaço de 32 páginas para introduzirem material de contexto às suas obras numa atitude *sketchbook* e separadores de 8 páginas em branco, entre as várias secções do livro, para evitar o *zapping* entre artistas.

Com a estrutura e os mecanismos definidos, os designers trabalharam na proposta final em articulação com a equipa da Culturgest para obterem os conteúdos na sua forma final e corrigida, articulando-se também com a gráfica na escolha dos materiais de produção e fazendo o seu acompanhamento.

3.2.6. ESQUEMATIZAÇÃO DAS RELAÇÕES DE NEGOCIAÇÃO

FASE 0: 1.º CONTACTO

O encomendador e curador-geral [E/C_g] Miguel Wandschneider convida, em momentos separados, o curador da exposição [C_a] e a dupla de designers [D_a + D_b] que ainda não se conhecem.



FASE 1: PREPARAÇÃO

Em separado, cada um dos agentes prepara a(s) reunião(ões) de abertura que irá(ão) dar início à discussão.



FASE 2: NEGOCIAÇÃO – ABERTURA

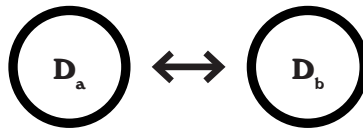
A abertura da negociação dá-se em 2 momentos distintos:

- 1) o encomendador faz a primeira reunião de “devaneio” com o curador da exposição;
- 2) o curador reúne com os designers para lhes falar sobre o projeto, passar o “caderno de encargos” e para estabelecerem uma metodologia de trabalho.



FASE 2: NEGOCIAÇÃO – DISCUSSÃO A

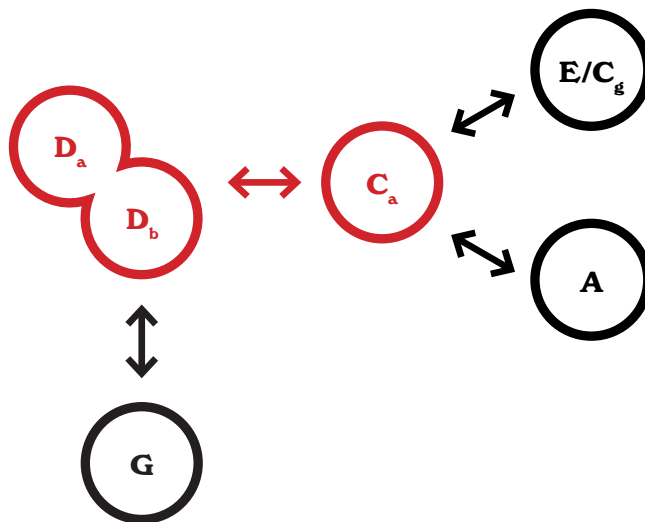
A primeira fase da discussão dá-se entre a dupla de designers, no seu *atelier*, onde preparam a primeira proposta que irão discutir com o curador.



FASE 2: NEGOCIAÇÃO – DISCUSSÃO B

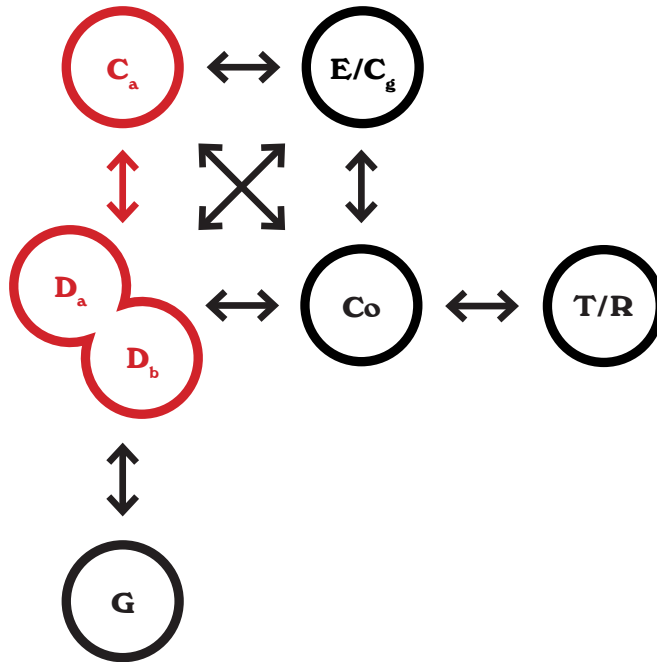
Com o primeiro esboço de proposta em mãos os designers discutem com a gráfica pormenores técnicos que influenciam as suas escolhas. Após este momento a proposta é levada ao curador, que lhes dá *feedback* e que, por sua vez, a discute com o encomendador e artistas [A],

com quem irá também preparar conteúdos para a publicação. As fases de discussão podem repetir-se até chegada a acordo.



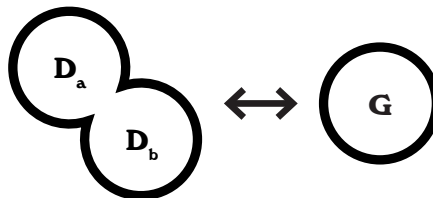
FASE 2: NEGOCIAÇÃO – FECHO

Com o acordo estabelecido na fase de discussão os vários intervenientes tomam as providências necessárias para obterem todos os conteúdos na sua fase final, entrando em cena o coordenador editorial [Co] que se irá articular com tradutores/revisores [T/R]. Também a gráfica [G] irá providenciar um custo para a produção e continuará a aconselhar os designers sobre a adequação de materiais e técnicas de impressão e acabamento.



FASE 3: EFETIVAÇÃO

Com o acordo fechado, os designers trabalham com a gráfica no acompanhamento da produção. Se se verificarem alterações importantes, decorrentes de impossibilidades na produção, os designers poderão ter que voltar à fase anterior de fecho para concluírem um novo acordo, passível de ser produzido.





3.3. CASO 3: THE EYE IS A LONELY HUNTER: IMAGES OF HUMANKIND

A publicação, cujo processo de negociação de seguida se analisará, foi produzida para a exposição do mesmo nome, integrada no 4.º Fotofestival Mannheim_Ludwigshafen_Heidelberg.

Os entrevistados são o designer Manuel Raeder e a curadora Solvej Helweg Ovesen.

3.3.1. NEGOCIAÇÃO

MANUEL RAEDER

“Negociar... A palavra tem mais a ver com a ideia de que há um comissário e um prestador de serviços. Negociar é encontrar um acordo acerca de alguma coisa sobre a qual, desde o início, não estás 100% de acordo. (...) Negociar implica uma espécie de conflito porque precisas de chegar a algum acordo. Eu não vejo as coisas [o meu trabalho] desta forma. Em relação aos livros, eu não negoceio, colaboro” (p. a85).

No excerto em epígrafe, é notória a veemente convicção do designer de que negociar e colaborar são ações bem diversas, que se aplicam a áreas diferentes do seu trabalho e, ainda, que negociação tem, sobretudo, a ver com conflito e compromisso.

No que toca ao seu método de trabalho, tanto quando trabalha com um artista, como quando trabalha com um curador, aborda o projeto por meio de várias discussões iniciais, onde debate com o seu interlocutor o tema e o conceito da exposição. Depois disso, elabora a primeira proposta e, caso não haja acordo entre as partes, o designer pede uma justificação sobre a rejeição da sua proposta, voltando a abrir a discussão sobre os pontos de desacordo, a partir das críticas.

Raeder não acredita na ideia de que tem que existir desacordo entre o designer e o seu interlocutor. Para ele, “muito mais frutífero e interessante” (p. a81) é colocar-se numa posição em que se permite

compreender o porquê dos pedidos específicos que um curador ou um artista lhe faz e trabalhar, dentro dessa moldura, com esses conceitos:

“Se alguém chega e me diz: ‘Quero a tipografia em Courier mas em cor-de-rosa’, eu não vou entrar em desacordo, (...) tratando-se de um artista ou de um curador... Estou mais interessado no porquê daquela escolha e de qual a razão por trás disso.” (p. a81)

Também não crê que o designer tenha que defender uma posição, nem que seja mais qualificado para dizer o que é esteticamente melhor, em comparação com um artista ou um curador.

SOLVEJ HELWEG OVESEN

“E por processo de negociação entendes em termos criativos, de orçamentos, divisão de tarefas... ?” (p. a89)

Solvej tem uma noção ampla do que pode ser negociação no contexto do catálogo. É ela própria quem começa por perguntar sobre que tipo de negociação deve falar – ao nível criativo, da divisão de tarefas ou de orçamento –, já que no catálogo em apreço foi ela o agente comum às várias frentes de negociação [desde o designer à sua colega curadora, passando pela casa editora, até à equipa do festival]. No seu discurso, transparece a consciência para o tipo de precauções que devem ser tomadas com cada um dos interlocutores – *e.g.* quando refere que precisa de preparar o designer com antecedência para que este tenha um “plano B” (p. a96).

Para a curadora é evidente que cada negociação depende do designer com quem está a trabalhar, pois esse processo está intimamente ligado com a personalidade de cada interlocutor.

Sente-se muito confortável com a negociação conceptual com o designer, mas reconhece que é necessário um grande investimento de tempo para se ganhar confiança mútua e que, muitas vezes, os intervenientes não têm essa disponibilidade para conhecer o outro.

Para Solvej, a negociação é uma espécie de ato democrático e tem muito a ver com as pessoas envolvidas e com a forma como o encomendador lida com o facto de ter o poder na relação [referindo-se ao poder de quem paga]. Na dinâmica da relação, há também que contar com as diferenças culturais, que tornam os interlocutores mais ou menos recetivos para lidarem com a atitude crítica do designer que contrataram, pois essa atitude crítica gera um potencial de conflito.

No contexto da construção do catálogo, a entrevistada entende que o seu papel é o de dialogar com constância com o designer, com os escritores, com os artistas e com a casa editora, pois só assim se torna possível articular a complexidade dos vários contributos. É também necessário ter uma macrovisão das várias relações que se estabelecem e de como estas, em conjunto, levarão à formulação daquele objeto.

Enquanto curadora, tem tendência a optar pelas soluções mais ambiciosas, reconhecendo, porém, que tem que ter bem presente as possibilidades económicas do encomendador para concretizar estas soluções. Para o caso de esses recursos não existirem, prepara desde cedo o designer para o, atrás referido, “plano B”. Ao fazê-lo sabe que espoleta nele uma forte argumentação, através da qual justifica a importância das suas escolhas. Com estes argumentos, Solvej defende a proposta junto do encomendador que, concordando com a importância dessas opções, irá provavelmente fazer um esforço extra para encontrar novos recursos. Na sua opinião, este tipo de argumentação, em conjunto com a disponibilidade para mostrar a evolução do trabalho ao longo do processo e para discutir as propostas, colocam o designer numa posição muito favorável no contexto da negociação com o encomendador.

A curadora faz ainda uma reflexão pertinente relativamente à rede de trabalho inerente a um produto deste género: na era global em que vivemos e sobretudo no âmbito da arte contemporânea, é muito comum, por hipótese, o designer estar em Xangai, a casa editora na Groenlândia e os curadores nos Estados Unidos, pelo que há um constante navegar entre os problemas de interesse local de cada uma das partes, os problemas relativos à distribuição de dinheiro e os problemas que se

prendem com as competências de cada agente, no que toca à produção de um catálogo de exposição. Na sua opinião, seria bom reduzir o número de agentes envolvidos e promover um bom ambiente de colaboração entre as várias partes, apesar de ter consciência da dificuldade em reunir estas condições:

“Portanto, eu diria que seria melhor limitar o número de parceiros, sempre que possível. Ou, pelo menos, ter a certeza de que existe já uma colaboração e um entendimento entre eles. Mas é claro que isso nem sempre é possível” (p. a95).

3.3.2. DESIGNER

MANUEL RAEDER

Regra geral, Manuel tenta compreender o que é que os curadores e/ou artistas estão a planear fazer no que diz respeito à exposição, já que é chamado para trabalhar nos catálogos, ainda numa fase muito embrionária dos projetos [no caso deste catálogo, a própria exposição ainda estava num estágio prematuro].

Quando trabalha em catálogos de exposições coletivas, o que faz – uma vez que considera impossível sentir empatia para com o trabalho de todos os artistas representados, ou mesmo conhecer todas as obras – é criar um sistema que seja suficientemente flexível, para acomodar todas as obras e que torne agradável a narrativa visual. Neste tipo de situações trabalha, sobretudo, com o conceito curatorial subjacente à exposição.

“(...) vou ver o que é que o artista já fez, que relação tem, o livro que estamos a fazer, com a sua carreira, com o trabalho que o artista está a fazer ou com o trabalho que ainda irá fazer” (p. a84).

Através do seu discurso, torna-se claro que se prepara para os projetos pesquisando sobre o trabalho já feito pelo interlocutor, para perceber de que modo o presente livro se relaciona com a carreira deste. É também notório, durante a entrevista, que tem uma postura ativa

quando ouve o curador ou o artista, questionando-o sobre as suas intenções e referências.

Define os seus limites de ação em consonância com a pessoa com quem vai trabalhar. Nos dois exemplos que dá durante a entrevista, reconhece-se uma abordagem diferente perante o seu interlocutor, sendo que, no caso do catálogo de Tom Humphreys, delegou no artista a decisão sobre toda a lógica estética da publicação, atuando sobretudo como um editor dos conteúdos produzidos pelo artista, sem sentir nenhum risco para a sua visão do trabalho:

“Continuo a sentir este livro como um livro feito por mim, mas, se sou eu a mexer no rato ou se é ele, não é importante... ao mesmo tempo continua a parecer um livro feito pelo Tom Humphreys. É uma fusão dos dois e é a [epítome] da colaboração, do trabalho conjunto. E é disso que eu gosto. Gosto de colaborar” (p. a85).

Enquanto designer, não acredita ter a solução para um dado problema, já que, na sua ótica, existem múltiplas possibilidades para resolver as questões que lhe são colocadas. O importante será, então, pensar sobre essa multiplicidade e chegar a um resultado possível, preferindo sempre pensar em sistemas abertos de interpretação que permitam ao leitor ter espaço para refletir.

SOLVEJ HELWEG OVESEN

“(...) por exemplo, o Manuel Raeder quer estar envolvido em tudo e quer recriar a exposição dentro do catálogo, pelo que quer entender todo o conteúdo. Ele quer fazer... digamos que uma tradução performativa da exposição dentro do catálogo (...), ele é tão ambicioso quanto um artista, não é pragmático e racional como a maioria dos designers (...). Isso tem vantagens, no sentido em que podes ficar com um livro muito muito bom, que será interessante mesmo depois da exposição, mas tens a desvantagem de que ele é tão ambicioso como um artista: quer o melhor papel, (...) as melhores imagens e constantemente dá a sua posição subjetiva acerca do material que recebe” (p. a89).

Da experiência profissional da curadora com Manuel Raeder, Solvej afirma que este não é racional e pragmático como a maioria dos designers e, apesar de ter grande afinidade com o seu método de trabalho, reconhece

que não gostaria que todos os designers tivessem as mesmas características, pois considera necessário que existam profissionais mais pragmáticos e previsíveis.

Questionada sobre qual a esfera de ação do curador e qual a do designer Solvej Ovesen responde, uma vez mais, com a sua experiência com Manuel: ambos são muito interventivos e críticos sobre aquilo que o outro faz, mas sabe que esse espaço não existe na maioria das relações designer/curador, pois os próprios intervenientes não consideram que esse entrosamento seja necessário para o produto final.

Para além destas conclusões mais generalistas, durante a entrevista a curadora reflete longamente sobre o método de trabalho de Manuel Raeder. Apesar de ser um método particular parecem-nos informações relevantes, pelo que serão aqui resumidas de seguida:

- Solvej caracteriza o designer como sendo tão ambicioso como um artista. Este tipo de abordagem tem, porém, vantagens e desvantagens. Como vantagens refere a grande qualidade do resultado final que será interessante mesmo depois da exposição. Como desvantagens apresenta a necessidade de um grande investimento de tempo de negociação para lidar com um designer que pensa como um artista, com várias exigências de qualidade e com uma visão muito crítica e subjetiva do trabalho;
- Manuel escolhe os projetos que faz com base na afinidade com os conteúdos produzindo, automaticamente, um julgamento sobre a sua qualidade;
- por trabalhar muito com artistas conhece bem os seus valores criativos e tem uma grande experiência sobre como projetar um livro que se adegue aos propósitos de determinada obra de arte;
- nos projetos em que se envolve, Manuel Raeder mune-se de todos os pormenores relativos aos conteúdos e ao conceito da exposição para, a partir daí, imaginar o seu próprio conceito para o formato de livro;
- Raeder desenvolveu a capacidade de trabalhar simultane-

amente com imagens e texto, com contratos e dinheiro, fazer as relações públicas do seu *atelier* e de desenvolver uma linha conceptual muito interessante para a sua prática. Segundo a curadora, é raro encontrar todas estas qualidades num designer. É também por estes motivos que os artistas e curadores lhe depositam tanta confiança, para que trate da representação das suas obras. Essa confiança confere-lhe, conseqüentemente, grande liberdade para arriscar;

– por ser tão confiante nas suas interpretações consegue argumentar com os seus interlocutores, de modo a que estes canalizem mais recursos para levar a cabo as suas opções. Comparativamente, Solvej reconhece que a maioria dos designers com quem já teve oportunidade de trabalhar são muito mais pragmáticos em relação às questões económicas, tomando opções baseados no que podem ou não fazer com determinado orçamento;

– apesar de ser “mais ambicioso do que a economia permite” (p. a89), Solvej compreende que o modo ambicioso e inovador de trabalhar de Manuel Raeder o obrigue a exceder os limites e que é esse método que abre portas a novas formas de produção, de onde podem sair obras de grande qualidade.

3.3.3. CURADOR

MANUEL RAEDER

“Em catálogos de exposições colectivas (...), a posição do curador, de certa forma, substitui a posição do artista (...) normalmente, a maioria dos catálogos de exposições colectivas são sobre o conceito curatorial (...), tento avaliá-lo e trabalhar no design através dele.” (p. a79).

Segundo Manuel, numa exposição coletiva, por ser difícil a comunicação com todos os artistas, o curador coloca-se na vez destes, sendo o principal interlocutor com o designer. Contudo, e apesar de não haver

uma referência expressa a essa característica, através do seu discurso é perceptível que trabalha a partir da visão do curador para a exposição, pelo que lhe atribui uma função de interpretação da obra do artista, para além de ser um mero mensageiro.

SOLVEJ HELWEG OVESEN

“Eu acho que fazer um catálogo cuidadosamente significa que tens que ter um constante diálogo com o designer, com quem escreve os textos, bem como com os artistas. Só assim consegues chegar a uma conclusão que está num nível superior de complexidade, que conjuga tudo” (p. a95).

Solvej Ovesen acredita que, para fazer um catálogo de modo completo e detalhado, é necessário que o curador tenha um constante diálogo com os vários intervenientes nele envolvidos, para poder ter uma visão abrangente dos conceitos que estão a ser trabalhados.

Preferencialmente, trabalha com designers que dão provas de entenderem o seu conceito para a exposição e, quando assim é, não sente que existam riscos para a sua visão do projeto pois, durante as conversas/negociações, tem a oportunidade de fazer os ajustes necessários e rever os mal-entendidos.

No âmbito dos catálogos, também gosta de adotar uma postura bastante ambiciosa mas, porque tem uma macrovisão de todo o projeto e tem que considerar os custos, faz a ponte entre os vários agentes, para conseguir negociar as melhores opções.

Solvej Ovesen faz ainda um contraponto com a abordagem, bem diferente, da sua colega Katerina Gregos. Esta, sentindo-se numa posição hierárquica superior, pelo facto de assumir a responsabilidade da encomenda, tem uma postura semelhante à de alguém que entra numa loja de roupa e que quer ter o controlo sobre o que está a comprar e sobre a gestão do seu dinheiro. Nestes casos, Solvej não descarta a possibilidade de negociação; porém, a relação não será encarada como uma colaboração, mas mais como uma prestação de um serviço:

“A maioria das pessoas, enquanto clientes que dão dinheiro para que um projeto se realize (...), esperam poder ter a palavra final. É o seu produto que estão a comprar. Desde o início que não veem a relação como uma colaboração, veem como... é uma negociação mas... há uma hierarquia clara. Se vais comprar alguma coisa a um restaurante, ou a uma loja de roupa, ou se contratas um consultor, continuas a ter o controlo do orçamento. Vês-te como um patrão.” (p. a91)

Enquanto curadora, assume ainda o papel de moldar a estrutura dos conteúdos [em conjunto com o designer], por reconhecer que, em determinadas situações, é ela que melhor conhece o comportamento e as necessidades do seu público.

3.3.4. PARCEIROS E ATORES DA NEGOCIAÇÃO

FESTIVAL MANNHEIM_LUDWIGSHAFEN_HEIDELBERG

ENCOMENDADOR

- pagaram os custos relativos ao catálogo;
- Heide Häusler, produtora e parte da equipa do festival, encarregou-se das tarefas de coordenadora editorial, fazendo a ponte entre os redatores dos textos, os tradutores e os revisores;
- forneceram as imagens e as legendas;
- tentaram mudar a capa no sentido de aumentarem o tamanho da designação do Festival; todavia, a opção impressa foi a proposta inicialmente pelo designer;
- captaram mais recursos financeiros para o catálogo do que tinha sido previsto.

SOLVEJ HELWEG OVESEN + KATERINA GREGOS

CURADORAS

- trabalharam com vários artistas e fotógrafos internacionais;
- a pedido do designer, forneceram todas as referências para a exposição;
- Katerina Gregos não teve um papel ativo nas negociações com o designer;

- foi a cocuradora Solvej Ovesen quem:
 - a) esteve na posição central das negociações entre designer, equipa do festival, casa editora e cocuradora Katerina Gregos;
 - b) acumulou os papéis de editora de conteúdos – em conjunto com Katerina Gregos – e responsável pela gestão do projeto, controlando todos os custos relativos a tradução, escrita, design, publicação e impressão;
 - c) apesar da distância geográfica, envolveu-se muito no processo de construção do catálogo.

MANUEL RAEDER

DESIGNER, ASSISTIDO POR MANUEL GOLLER, COLABORADOR DO STUDIO MANUEL RAEDER

- pediu às curadoras que lhe fornecessem toda a informação sobre o projeto expositivo;
- por meio de pesquisa e recolha de dados junto das curadoras, quis inteirar-se de todos os aspetos relativos aos conteúdos tratados;
- deslocou-se a Mannheim para uma discussão conjunta, com o diretor do festival e com as curadoras;
- fez o pedido expresso de ter apenas um interlocutor;
- encontrou uma solução global para estruturar e criar uma narrativa visual para os conteúdos;
- foi contrário à aceitação das exigências de 3 artistas relativamente ao tratamento das respetivas imagens. O seu colaborador Manuel Goller, com um perfil “mais diplomático”, aceitou o desafio;
- no desenvolvimento do catálogo, Goller trabalhou proximamente com Solvej.

ARTISTAS

- do rol de 56 artistas representados na exposição, apenas 3 entrevistaram no catálogo. Do contrato destes 3 artistas constavam as especificações sobre o modo como as suas imagens deveriam ser apresentadas na publicação.

KEHRER VERLAG

CASA EDITORA

- casa editora de Mannheim especializada em fotografia;
- esta instituição tem uma visão empresarial/comercial acerca dos livros que publica, uma visão que difere em muito da usual no meio da arte;
- por se encontrar geograficamente distante, tinha interesses para a publicação bastante diferentes dos do designer.

3.3.5. RECONSTITUIÇÃO DO PROCESSO DE NEGOCIAÇÃO

As curadoras Solvej Helweg Ovesen e Katerina Gregos venceram o concurso para curarem o 4.º Fotofestival Mannheim_Ludwigshafen_Heidelberg, escolhendo o *atelier* Manuel Raeder para projetar o catálogo da exposição.

Em resposta ao pedido do designer as curadoras trouxeram as suas referências para o projeto, em especial o catálogo da exposição de 1955, *The Family of Man*, a partir do qual começaram o diálogo sobre a publicação.

Num primeiro momento, a negociação deu-se apenas entre as curadoras e o responsável do *atelier*, Manuel Raeder, mas, no desenvolvimento do projeto, o seu colaborador, Manuel Goller, mais diplomático e flexível, passou também a incorporar a equipa. Em ambiente de *atelier* houve também negociação entre a equipa de designers.

A primeira reunião conjunta foi levada a cabo em Mannheim, onde o designer conheceu o diretor do festival e a cocuradora Katerina Gregos. Nesse encontro, discutiram o conceito-base para o catálogo, ainda que sem garantias da parte do designer acerca das opções gráficas a adotar. Após este momento, Manuel Raeder fez o pedido para trabalhar apenas com um interlocutor – Solvej Ovesen –, o que lhe permitiu canalizar energias e ser mais eficiente.

O início da colaboração em projetos editoriais entre Solvej Ovesen e Manuel Raeder remonta a 2003, pelo que têm uma dinâmica de

trabalho já testada. Apesar disso, na opinião da curadora, o processo de negociação continua a ser difícil, gerando-se sempre muita discussão, uma vez que ambos são ambiciosos, têm grande domínio sobre os conteúdos e querem ter uma palavra sobre o lado económico do projeto. Na sua ótica, ambos lutam pela qualidade do produto que estão a projetar e, apesar das negociações difíceis e das divergências, o balanço é positivo e saudável, pois, para além de encontrarem boas soluções, continuam a construir uma maior proximidade.

Dos relatos de Solvej Ovesen, é possível perceber que esta teve um papel fundamental neste catálogo, não só nas discussões conceptuais, como na articulação e negociação com os vários agentes. No entanto, por força das suas funções, passou muito tempo em Mannheim [Sul da Alemanha], onde se situa também a sede da casa editora Kehrler Verlag. A distância geográfica [o *atelier* de design situa-se em Berlim] constituiu-se assim como um fator influente nas posturas de negociação entre os vários agentes, com objetivos e pontos de vista bastante diferentes relativamente ao catálogo, levando a situações de alguma competição e conflitos de interesses, sobretudo entre designer e casa editora. Solvej explica um pouco melhor quais os motivos dos conflitos de interesses neste caso, afirmando que, numa publicação desta natureza, existe uma série de atividades [*e.g.* um coordenador editorial que faz a ponte entre os redatores dos textos e quem os traduz e revê] que têm que ser pagas mas que, regra geral, não são tidas em conta nas estimativas orçamentais iniciais. No caso deste catálogo, a pessoa que fez este trabalho foi a produtora Heide Häusler, que já fazia parte da equipa do Festival, repartindo-se as demais tarefas pelas curadoras e pelo designer. Todavia, inicialmente, estas funções haviam sido disputadas pela casa editora, que não as pôde assumir por falta de orçamento.

Ainda com relação à Kehrler Verlag, a curadora afirma que, apesar de os seus preços não serem os melhores do mercado, a equipa do festival optou por esta casa editora por ser de Mannheim e ser especializada em fotografia, o que, em retrospectiva, Solvej considera que não foi uma má opção, já que a instituição conhecia bem o público que ia

comprar o catálogo e, no momento crucial das vendas, estava perto dos museus onde as exposições tiveram lugar, para além do facto de ter uma boa rede de distribuição internacional. Contudo, não deixou de se gerar algum conflito entre casa editora e designer, pois, para este último, teria sido mais proveitoso trabalhar com alguém que partilhasse da mesma ética de trabalho e com quem houvesse maior sintonia.

Outro aspeto muito debatido entre Solvej e Manuel, durante o processo de trabalho, foi a questão económica, já que, a princípio, contavam com um orçamento mais baixo, que só aumentou à medida que o projeto foi avançando e de acordo com a ambição do próprio objeto. Um dos pormenores desta discussão é recordado por Manuel quando se refere à escolha do papel para o catálogo: à proposta de um tipo de papel mais caro para a capa, a curadora preferiu, inicialmente, uma solução mais económica. Como forma de argumentar a favor da sua proposta, o designer encomendou dois monos, com dois tipos de papel diferentes e, perante as evidências, a curadora concordou que seria melhor optar pelo papel mais caro, sobretudo por se tratar de um catálogo de fotografia onde este é uma escolha de suma importância. Nesta linha de raciocínio, o designer acredita que as evidências são demonstrativas da melhor opção a tomar – se há um desacordo relativamente a um determinado aspeto, o melhor será produzir as diferentes soluções, pois, perante as evidências, todos os intervenientes conseguirão perceber qual a melhor opção. Outras discussões prenderam-se apenas com o posicionamento de imagens na página, mas, segundo o designer, não se verificaram discordâncias de maior relativas a *layout*, opções gráficas ou definição da estrutura.

Nestas escolhas, foi importante o aval da equipa do festival, que concordou em angariar mais dinheiro para a produção do catálogo. A possibilidade de terem um melhor papel na capa e de imprimirem mais páginas a cores iria melhorar, substancialmente, não só a qualidade do objeto, como a compreensão da relação catálogo/exposição por parte dos visitantes.

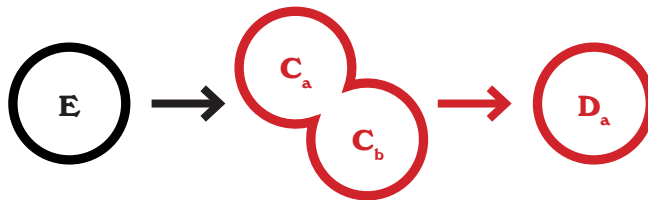
No processo de construção do catálogo, a curadora Katerina Gregos não teve um papel ativo nas negociações com o designer, mas

Solvej Ovesen reconhece que a postura da sua colega, relativamente a estes profissionais, é bem diferente da sua. Solvej acrescenta que a postura bastante crítica de Manuel Raeder, relativamente ao trabalho que faz, pode fazer com que o encomendador [ou um agente na posição de Katerina] se sinta desafiado, em vez de sentir que o trabalho está a ser feito como pretende. Não obstante, e apesar das diferenças de abordagem entre as cocuradoras, o objeto final foi unanimemente considerado como tendo grande qualidade.

3.3.6. ESQUEMATIZAÇÃO DAS RELAÇÕES DE NEGOCIAÇÃO

FASE 0: 1.º CONTACTO

O encomendador [E] – diretor do Festival de Mannheim_Ludwigshafen_Heidelberg – convidou a equipa de curadoras [$C_a + C_b$] para curarem o Festival. A equipa de curadoras estabeleceu o contacto com o designer [D_a] Manuel Raeder.



FASE 1: PREPARAÇÃO

FASE 2: NEGOCIAÇÃO – ABERTURA A

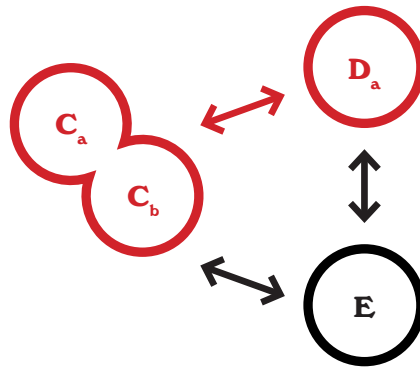
FASE 1: A dupla designer/curador prepara, em conjunto, a negociação com o Festival.

FASE 2: A dupla designer/curador já se conhece, pelo que passam à abertura da negociação sem passarem pela fase de preparação, trocando informações sobre conteúdos e divisão de tarefas.



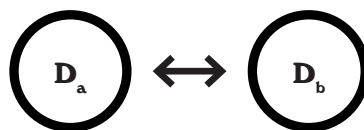
FASE 2: NEGOCIAÇÃO – ABERTURA B

Na primeira reunião entre designer, curadoras e encomendador, tem início a abertura da negociação entre estes agentes.



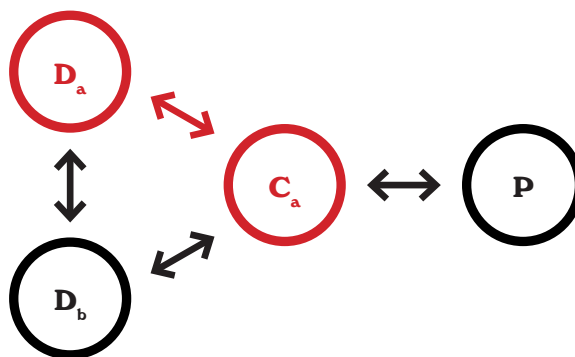
FASE 2: NEGOCIAÇÃO – DISCUSSÃO A

A primeira fase da discussão dá-se em ambiente de *atelier* entre os designers da equipa [Manuel Raeder e Manuel Goller], para prepararem a primeira proposta que será discutida com o curador.



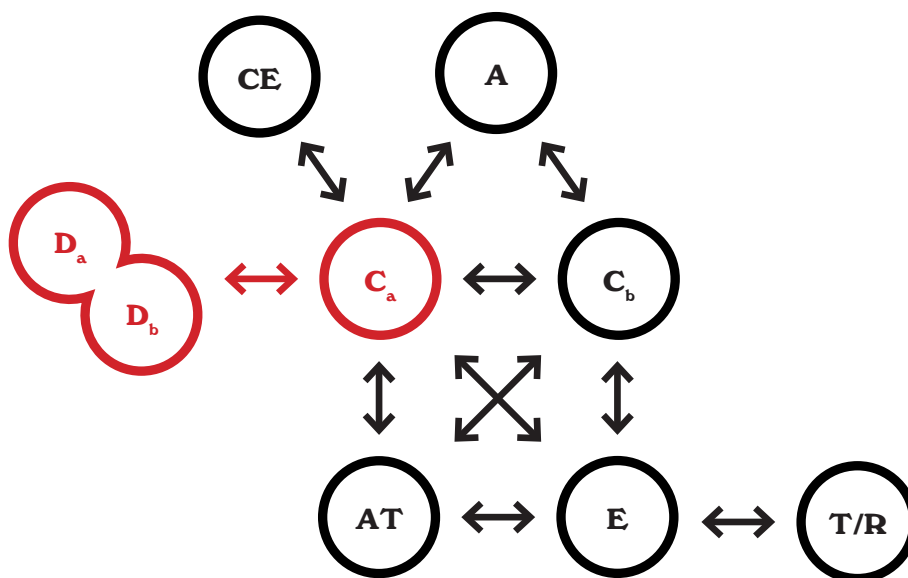
FASE 2: NEGOCIAÇÃO – DISCUSSÃO B

Os designers discutem a proposta com Solvej, que irá, posteriormente, discuti-la com a cocuradora Katerina Gregos, voltando à discussão com o *feedback* desta.



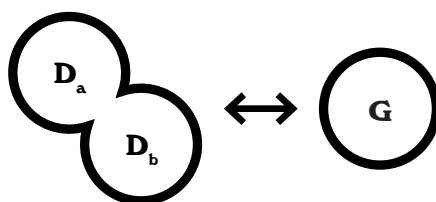
FASE 2: NEGOCIAÇÃO – FECHO

Com o acordo estabelecido na fase de discussão, os vários intervenientes tomam as providências necessárias para obterem todos os conteúdos na sua fase final. Solvej [C_a] está no centro das negociações, filtrando a informação entre o designer e a restante equipa. Articula-se com a cocuradora [C_b], com os autores dos textos [AT], o encomendador [aqui representado por Heide Häusler, que, pertencendo à equipa do Festival, atua como coordenadora editorial, fazendo a ponte com os tradutores e revisores [T/R]], os artistas [A] e a casa editora [CE].



FASE 3: EFETIVAÇÃO

Com o acordo fechado, os designers trabalham com a gráfica no acompanhamento da produção. Se se verificarem alterações importantes decorrentes de impossibilidades na produção, os designers poderão ter que voltar à fase anterior de fecho para concluírem um novo acordo, passível de ser produzido.



3.4. ANÁLISE COMPARATIVA DOS ESTUDOS DE CASO

Da análise comparativa dos esquemas de relações dos três estudos de caso, é possível afirmar que:

- segundo o faseamento de Sousa (2000), existe negociação em todos eles;
- apesar das diferenças próprias de processos colaborativos entre agentes e circunstâncias tão diversos, todos se estruturam, na generalidade, da mesma forma.

De seguida, sumarizam-se, para cada fase, as similitudes e as divergências próprias de cada caso.

FASE 0: 1º CONTACTO

Apesar de esta fase não constar das referências bibliográficas em que este estudo se baseia para o faseamento da negociação, considerou-se importante mostrar, em cada caso, o início do processo de trabalho entre designer, curador e encomendador.

Nos casos 1 e 3, o contacto entre encomendador, curador e designer é sucessivo e articulado, ao passo que, no 2.º caso, por não existir uma relação prévia, o primeiro contacto é feito por intermédio do encomendador, sem articulação direta designer/curador.

FASE 1: PREPARAÇÃO

Relativamente aos vários fatores a ter em conta no âmbito da preparação, recolhemos a seguintes evidências:

A) CONTEÚDO

Como referido no ponto 2.1.1, é na Preparação que os agentes negociantes recolhem informações sobre o tema que vão tratar, preveem os interesses dos seus interlocutores, hierarquizam os seus objetivos e

balizam o seu campo de ação e de cedência. Quanto a este último elemento, através dos presentes relatos, nenhum dos entrevistados deu evidências de ter limites claros de cedência, fazendo depender essa decisão das circunstâncias em que se encontram. No entanto, a dupla Carvalho Bernau e o designer Manuel Raeder são perentórios em afirmar que lutam para levar adiante as suas propostas, argumentando a favor das suas escolhas. Sobre o mesmo tema, Ovesen afirma que a sua postura se fecha com designers que não a querem ouvir, preferindo, nessas circunstâncias, não entrar em negociação.

B) PROCESSO

A questão da preparação do processo de trabalho [onde e como decorrerá a negociação] é levantada por Solvej quando fala sobre as diferenças éticas – entre a casa editora Kerher Verlag e o designer Manuel Raeder – que tornaram o processo de negociação mais complexo do que seria necessário, afirmando ser importante ter em linha de conta a cultura, a ética profissional e as convicções profissionais do interlocutor.

Quanto à necessidade de se levar em consideração que o tipo de encomendador poderá limitar as possibilidades de negociação, nos 3 casos de estudo que nos servem de referência temos evidências de que houve uma boa sinergia entre encomendador, designer e curador ao nível do tratamento de conteúdos. Existiram, no entanto, interferências nas questões relacionadas com a representação – fichas técnicas e logótipos – e com a quantidade de recursos financeiros captados para a produção dos catálogos *Experiments and Observations on Different Kinds of Air* e *The Eye is a Lonely Hunter: Images of Human Kind*. Estas últimas foram negociadas pelas várias partes, tendo prevalecido as propostas das equipas criativas.

C) PESSOAS

Em todos os casos, os pares de entrevistados já se conheciam e colaboravam há vários anos e todos foram decisivos em reconhecer que uma

relação profissional de longa data é um fator importante no processo de colaboração, já que a confiança mútua passa a ser um dado adquirido e os processos de trabalho são mais escorregados, por já estarem estabelecidos. Houve, porém, uma relação designer/curador em que os agentes se conheceram apenas no trabalho em curso: foi o caso da dupla Carvalho Bernau e do curador Trevor Smith. Ainda assim, é de reforçar que a experiência profissional de Miguel Wandschneider com os designers já era longa, pelo que Trevor Smith terá partido de uma base de confiança também ela preestabelecida por intermédio de Wandschneider.

Neste contexto, Manuel Raeder assume abertamente que faz uma pesquisa prévia quando se encontra na situação de colaborar com novos interlocutores, no sentido de perceber como é que o futuro trabalho se irá encaixar no percurso destes.

Nos 3 casos em análise, a fase de preparação tem semelhanças e diferenças:

- existe nos três processos, apesar de, no 1.º e 3.º casos, ser simultânea à abertura da negociação, por já existir um conhecimento prévio entre os interlocutores;
- no 2.º caso, designer e curador pesquisam por conta própria, antes da abertura da negociação.

FASE 2: NEGOCIAÇÃO – ABERTURA

É na segunda fase que a negociação propriamente dita tem início. Ela é sobretudo processual, e o seu objetivo é o estabelecimento das bases de trabalho.

No caso de estudo, *Experiments and Observations on Different Kinds of Air*, a fase de abertura coincide com a fase de preparação que tem vindo a ser feita ao longo dos anos, não só no que toca à construção de uma relação interpessoal, mas também no que toca ao método de trabalho e afinidades relativamente a conteúdos. Contudo, a fase de abertura serve aos intervenientes para definirem tarefas, pois, apesar das afinidades, trata-se de um projeto novo que precisa de ser organizado.

No caso *The Eye is a Lonely Hunter: Images of Human Kind*, a abertura foi feita com a presença do diretor do Festival, ocasião em que falaram sobre a estrutura de conteúdos e a divisão de tarefas. É neste momento que Manuel conhece Katerina [cocuradora] e o diretor do festival, sendo o momento ideal para colocar sobre a mesa o seu método de trabalho. Neste processo, existem dois momentos de abertura: a abertura A, entre designer e curadora, simultâneo à preparação da abertura B onde irão iniciar as negociações com o encomendador e a cocuradora.

No caso da dupla Carvalho Bernau/Trevor Smith, por só aí se conhecerem, tiveram, na abertura, a oportunidade de falar sobre o método de trabalho de cada um, dividir tarefas e conhecer os conteúdos e a estrutura pensada pelo curador para a publicação.

NEGOCIAÇÃO – DISCUSSÃO

Tal como na Abertura, nesta fase a capacidade de escutar ativamente é um fator determinante para que cada interlocutor consiga compreender o que o outro pretende com a sua proposta, ganhando, simultaneamente, argumentos para apresentar os pontos fracos e fortes da proposta do seu interlocutor. É igualmente importante saber comunicar a própria visão do trabalho.

Manuel Raeder refere por várias vezes este momento de escuta, com cujas informações recolhidas fará a sua interpretação e proposta. Natxo Checa também afirma a atenção que presta aos artistas e designers, fundamental para perceber se, reciprocamente, concordam com as premissas.

Da análise dos 3 cenários, percebemos que, em todos os casos, a discussão tem vários momentos, começando internamente apenas entre os designers, que preparam uma primeira proposta e envolvendo, num segundo momento, o curador e os demais interessados, até que seja possível a chegada ao acórdão.

Para a chegada ao acordo, Miguel Wandschneider afirma que prefere não seguir por vias de compromisso, opinião partilhada por Solvej Helweg Ovesen quando refere que a cultura alemã, por ser mais propensa a levar uma ideia até ao fim, produz resultados mais arrojados, ao contrário do que acontece na cultura dinamarquesa [a sua própria cultura] ou na cultura holandesa [referida na sua entrevista por Susana Carvalho], em que o compromisso é mais valorizado.

NEGOCIAÇÃO – FECHO

Esta é a fase que, em todos os casos, envolve mais agentes que negociam e em que as relações se tornam mais complexas.

No caso *Experiments and Observations on Different Kinds of Air*, ao quadrilátero inicial junta-se o encomendador que, assumindo funções de coordenador editorial, faz a ponte com tradutores, revisores e equipa legal.

No caso *1+1+1=3: Robert MacPherson, Manfred Pernice, Kateřina Šedá*, juntam-se ao eixo designers/curador o encomendador, o coordenador editorial, que faz a ponte com tradutores e revisores, e, ainda, a gráfica por intermédio dos designers.

Por fim, no caso *The Eye is a Lonely Hunter: Images of Human Kind*, a curadora Solvej Helweg Ovesen assume um papel central em todas as negociações, sendo o filtro de informação para os designers, articulando-se com todos os demais agentes, à exceção dos tradutores e revisores.

EFEITIVAÇÃO

Em todos os casos, a efetivação é representada do mesmo modo. Apesar de não existirem evidências expressas em todos os casos de que é este o último passo para a concretização da publicação, essa parece ser uma função dos designers atribuída, *grosso modo*, por todos os entrevistados ao referirem-se à sua *expertise* técnica nesta área. Susana Carvalho e Kai Bernau, contudo, são claros quando referem que este é um elemento fundamental da sua prática.

3.5. O EIXO DESIGNER/CURADOR, CURADOR/DESIGNER AO LONGO DO PROCESSO DE NEGOCIAÇÃO

Designer e curador estão presentes desde o 1.º contacto [Fase 0] e em articulação direta nos casos 1 e 3. No caso 2, por ser o único em que designer e curador não têm já uma relação prévia, a articulação direta só começará a existir a partir da abertura da negociação [Fase 2], sendo de igual modo inexistente durante a preparação [Fase 1]. Ressalvando esta exceção, em todos os casos o eixo designer/curador ou curador/designer está presente em todas as fases, menos na discussão A [reservada aos designers em ambiente de *atelier*] e na fase de efetivação.

4. NOTAS CONCLUSIVAS

É transversal a quase todos os relatos a ideia de que, apesar de o fazerem, os entrevistados não negociam conscientemente. Por este motivo, na sua maioria, não foram conclusivos sobre todos os passos dados durante o processo de design do catálogo, nem sobre todas as situações de acordo/desacordo pelas quais passaram até à chegada ao acórdão final. Através das entrevistas, foi-nos possível obter:

- métodos de trabalho dos entrevistados;
- uma lista dos intervenientes em cada um dos processos e respetiva função;
- sugestões sobre as relações entre esses intervenientes;
- tipologias de relações estabelecidas;
- que ideias e [pré]conceitos têm os agentes sobre o processo negocial;
- o que pensam da sua profissão e como se relacionam com os seus interlocutores.

A partir destes dados e com a ajuda das referências bibliográficas antes explanadas, elaborou-se a estrutura do processo negocial para cada um dos casos de estudo, de onde tivemos já a oportunidade de retirar conclusões acerca da factual existência de negociação e dos passos idênticos levados a cabo pelos vários agentes, ao longo do projeto do catálogo.

No que concerne a darmos resposta às restantes questões que esta dissertação se propôs estudar – bases de negociação dos interlocutores, fatores que os influenciam e os limites do campo de ação de ambos os profissionais –, far-se-á de seguida uma análise comparativa para os temas “negociação”, “designer” e “curador”.

4.1. NEGOCIAÇÃO

Das entrevistas, é possível extrair vários factos relativamente ao modo como os agentes entrevistados encaram o processo da negociação.

Na generalidade, há pouca consistência no uso deste termo, sendo claramente perceptível o pendor negativo que relaciona negociação com conflito, com objetivos dissonantes, com posturas fixas e com comunicação fechada. Em várias circunstâncias, as palavras utilizadas para substituir negociação são: mediação, conversa, diálogo, discussão, falar e debate, para além de colaboração, de todas a mais utilizada e com a qual há mais identificação. Todos os entrevistados se mostram, então, confortáveis com a ideia de colaboração, processo que assumem levar a cabo nos projetos em que se envolvem. Solvej Helweg Ovesen é a única que, desde o primeiro momento, demonstra ter grande noção do importante papel da negociação, facto que se justifica ao longo do seu relato, em que é visível que assume conscientemente esse papel nas colaborações em que se envolve, assumindo negociar, inclusive, em vários planos: financeiro, relacional e conceptual.

De um modo geral, para todos os outros entrevistados, a primeira aceção relativa ao termo negociação está sempre relacionada com os conteúdos. Porém, e apesar de não serem consistentes no uso da palavra e no reconhecimento de procederem à negociação, Natxo Checa e Kai Bernau têm a percepção de que o fazem em mais planos, afirmando que negociam a sua liberdade e grau de intervenção. Ovesen fala também deste aspeto por meio de um exemplo, mostrando que, se o designer tiver uma postura de abertura durante o processo de trabalho, se colocará numa posição privilegiada para conquistar a confiança do seu interlocutor e para ser mais interventivo.

A confiança é, unanimemente, a melhor base para uma relação de negociação [a que fazem referência, sobretudo, através do termo colaboração], juntando-se a ela outros fatores enumerados pelos relatores: inteligência, objetivo comum, confiança, franqueza, abertura, ausência de complexos, investimento de tempo e disponibilidade. A negociação/colaboração é descrita ainda como um ato democrático e um processo pragmático baseado na argumentação.

No confronto entre os dois termos, Miguel Wandschneider chega a afirmar que a negociação é apenas parte do processo maior que é a colaboração, ideia partilhada por Sidner, citada no ponto 2.3. Kai Bernau e Susana Carvalho, por seu turno, separam os dois processos, dando até a entender que a colaboração por via da negociação se torna mais difícil.

No que concerne ao tema conflito/desacordo, encontramos também posições bem diferentes: se, para Wandschneider e Ovesen, este é um fator produtivo, para Manuel Raeder os conflitos não fazem sentido, devendo ser substituídos pelo diálogo. Denota-se então, na afirmação deste último, uma cisão entre conflito e diálogo, reconhecendo-se que não partilhará da opinião de Miessen (2012), quando este reconhece no conflito uma atitude de envolvimento crítico. Wandschneider, todavia, parece estar de acordo com o autor, quando encontra na discórdia um gerador de novas ideias.

Relacionando ainda os relatos com a teoria proposta no ponto 1.5, podemos afirmar que a função semântica – que, como veremos nos pontos seguintes, é imputada aos designers e aos curadores – pode ser um fator gerador de conflito entre os dois agentes. Solvej menciona o tema quando refere as disputas que se geram entre si e Manuel Raeder, exatamente porque ambos dominam os conteúdos que estão em cima da mesa e querem, na publicação, passar a sua interpretação desses conteúdos. A atitude crítica tem também um potencial de conflito, e Solvej dá-nos o exemplo onde o curador – a sua colega Katerina Gregos – tem uma postura bem diferente da sua.

Através das entrevistas, conclui-se que o tema hierarquia não é fácil de atingir e que, na generalidade, os entrevistados não se reconhecem numa posição de inferioridade.

Quando questionados acerca da existência de hierarquias nas colaborações em que se envolvem, todos são perentórios em afirmar que este é um conceito que, neste âmbito, não faz sentido, ainda que reconheçam poder ao encomendador ou ao artista, em mais do que uma

circunstância. As relações entre as duplas entrevistadas são de igual para igual, admitindo-se até o risco de se suprimir o valor do interlocutor com imposições.

Kai Bernau vai mais ao pormenor quando reconhece que a hierarquia existe pelo simples facto de haver alguém que paga o trabalho; todavia, acrescenta que, se chega a sentir essa hierarquia, é porque algo no processo negocial correu mal. Essa afirmação mostra-nos, novamente, que Kai Bernau reconhece o papel da negociação dentro do processo colaborativo, mas que tem dificuldade em aplicar o termo que relaciona, sobretudo, com um sentido pejorativo. Esta dupla assume ainda que o facto de trabalharem num ambiente não hierárquico os ajuda a conceber melhores ideias e a arriscarem mais, pois sabem que as suas propostas serão sempre consideradas pela equipa. O motivo para a dissolução dos verticalismos e para a tendência para o compromisso é associado à cultura holandesa em que a dupla se insere profissionalmente. Miessen (2012: 86) discorre a este respeito, afirmando que esta é uma característica herdada pelos holandeses desde os tempos medievais e que se prende com a premente necessidade de colaboração entre povos [mesmo inimigos] por motivos geográficos¹⁷.

Quanto à existência de riscos para a própria visão do projeto em que estão envolvidos, é também comum a ideia de que, se estão a colaborar/negociar, esses riscos não existem, já que lhes é possível controlar o resultado final e fazer correções ao longo do processo. Contudo, Susana Carvalho faz referência a esse receio, mas por parte dos artistas, que lhe parecem ter dificuldade em deixar o seu trabalho em mãos alheias:

“(...) é preciso ter cuidado com a sensibilidade do artista (...). Alguns artistas têm medo de ‘deixarem ir’ o seu trabalho (...) outros não... portanto, temos sempre que ouvir o artista.” (p. a69).

17. Miessen (2012: 86): “The reason this style of decision-making works so well in the Netherlands is because the supposedly unique situation created by the fact that a large part of the Netherlands consists of polders below sea level –such as dikes, reclaim land, flood plain, or marshes. Ever since medieval times, competing or warring cities in the same polder were forced to set aside their differences in order to maintain the polder. They would otherwise be flooded.”

4.2. DESIGNER

Não existe, entre os relatos, uma descrição unânime sobre qual será a esfera de ação do designer.

No discurso de António Silveira Gomes, Manuel Raeder, Natxo Checa e da dupla Carvalho Bernau, o designer assume um papel diferente [de maior ou menor intervenção ao nível dos conteúdos], de acordo com o seu interlocutor, podendo ir de editor de conteúdos a organizador da informação fornecida, até ser um mero paginador [tarefas que se somam, sempre, à de especialistas formais e técnicos].

Solvej Helweg Ovesen e Natxo Checa reconhecem, várias vezes, a capacidade de interpretação de conteúdos dos designers com quem trabalham. Já Miguel Wandschneider salienta, sobretudo, a capacidade técnica da dupla Carvalho Bernau; todavia, o seu discurso deixa transparecer que o lado conceptual destes designers é igualmente posto em prática nos processos colaborativos com o curador:

“(...) há sempre a possibilidade de o designer subverter esse caderno de encargos, apresentando uma contraproposta. Se essa contraproposta for convincente e for considerada melhor do que aquela que tinha sido impingida ao designer, não há problema nenhum em reverter o processo. Foi o que aconteceu com o Kai e com a Susana com o catálogo do Alexander Gutke em que eles, cerca de um mês e meio depois de terem recebido uma proposta relativamente fechada, vieram com uma contraproposta que era francamente melhor, e foi essa que foi posta em prática.”

Algumas das ideias que podemos compilar sobre este tema são que os designers:

- trabalham a solo na formalização dos conceitos;
- definem os seus limites de ação de acordo com os interlocutores envolvidos em dado projeto;
- são pragmáticos, na opinião de Wandschneider;
- são conotados como artistas [Manuel Raeder por Solvej Ovesen, e António Silveira Gomes por Natxo Checa];
- têm como força motriz do seu trabalho os conteúdos;

- preferem envolver-se nos projetos na sua fase embrionária, pois têm mais espaço de manobra para discussões conceptuais.

No que toca ao papel autoral, as opiniões dividem-se mas, à exceção de Miguel Wandschneider, é reconhecido aos designers algum grau de autoria, que varia conforme a sua maior ou menor participação na fase conceptual dos projetos.

4.3. CURADOR

Dos vários relatos recolhidos, retira-se a conclusão de que existem várias posturas adotadas por diferentes curadores. António Silveira Gomes enumera desde o curador totalmente ausente até ao curador muito participativo, e Solvej Helweg Ovesen estabelece as diferenças entre a sua abordagem de igual para igual com o designer e a abordagem da sua colega Katerina Gregos, que se coloca numa posição hierárquica superior, concluindo que há curadores que não dedicam tempo a conhecer o seu interlocutor, por não considerarem vantajoso que exista um bom entrosamento com o designer com quem trabalham, que consideram um mero prestador de serviços.

Para Solvej, o curador é um agente comum às várias frentes de negociação com as quais dialoga com constância, para poder ter uma macrovisão do projeto e assume uma posição central nas negociações entre os vários agentes envolvidos, conferindo ao designer uma posição mais reservada e protegida, ao ter que negociar apenas com ela.

No geral, nas entrevistas em português, o emprego do termo curador é consistente; todavia, tanto António Silveira Gomes como Miguel Wandschneider usam também o termo comissário, aparentemente, sem que haja diferenças no tipo de situações ou tarefas. António refere ainda o facto de a palavra curador ser aplicada, atualmente, em vários âmbitos.

No que toca às tarefas deste profissional, foi possível fazer uma breve lista com os aspetos que parecem ser comuns às várias entrevistas:

- são os principais interlocutores com o designer;
- são representantes do(s) artista(s);
- preparam e discutem conteúdos;
- centralizam, organizam e filtram informação;
- fornecem os conteúdos e têm ótima capacidade de adaptação a diferentes personalidades;
- acompanham e motivam os colaboradores;

- moldam a estrutura dos conteúdos e conhecem bem o seu público;
- uma vez que a relação prévia é importante, trabalham, sobretudo, com uma carteira definida de designers.

No caso específico de Miguel Wandschneider – por se tratar do diretor de exposições da Fundação Culturgest e como tal adotar uma postura de promotor –, este afirma ser quem define as regras do jogo para a exposição/publicação, a estrutura da publicação e a sequência de imagens. Relativamente ao estudo de caso em apreço, o curador começa por dar uma ideia de omnipresença da sua ação ao longo de todo o processo, ideia que desconstrói no final da entrevista, quando se depara com a ficha técnica do livro, ideia que também o relato da dupla Carvalho Bernau ajuda a desfazer. O que parece acontecer, nesta situação, é que a sua ação de supervisão e de controlo de qualidade é transversal a todo o projeto, mas que não chega a ser invasiva ao ponto de se sobrepor ao trabalho dos designers. Contudo, este curador é o único que assume abertamente fazer sugestões específicas sobre como deve ser executada, *e.g.*, a capa de determinada publicação:

“Mesmo ao nível da capa eu intervenho no processo, e intervir no processo pode ser propor um determinado tipo de capa ou pode ser chumbar a capa que os designers me propõem.”

Natxo Checa, por seu turno, prefere atribuir as funções de estrutura e organização também ao designer, não deixando de ter sempre uma atitude crítica para com as opções tomadas. Dos vários relatos, é possível perceber que os curadores não se sentem autores da publicação e que não são considerados como tal pelos designers.

4.4. CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES PARA FUTURAS INVESTIGAÇÕES

No início desta dissertação, identificou-se a necessidade de estudar o fenómeno da negociação, entre os vários agentes que concorrem para o processo de design de um catálogo, escolhendo-se como foco do estudo o eixo designer de comunicação visual/curador.

À semelhança do que já indiciava o texto de Frascara e Winkler (2008), encontrámos poucas referências bibliográficas que dirigissem a sua atenção para a relação de negociação em design e mesmo nenhuma que se focasse no design de comunicação visual, ou no trabalho de projecto de um catálogo de exposição.

Numa primeira fase, a recolha bibliográfica teve como premissa contribuir para colmatar esta lacuna e, num segundo momento, estabeleceu-se contacto com os profissionais envolvidos no processo, com vista a analisar, na primeira pessoa, as negociações em que se envolvem. Em cada uma das entrevistas, pudemos verificar vários níveis de percepção sobre a [in]existência da negociação: se, para Manuel Raeder, na conceção e produção de um livro não se negocia, para Solvej Ovesen a negociação está presente em cada passo. Este confronto de atitudes num mesmo par de entrevistados poderá parecer controverso à primeira vista, mas, numa segunda leitura, vem confirmar que negociar, como nos diz Sidner (1993), é parte intrínseca da colaboração e que, ainda que não exista a percepção plena de que se negocia, o processo continua a desenrolar-se.

Destes 3 estudos de caso, pudemos também concluir que cada par de interlocutores tem uma dinâmica própria, moldada por pressupostos culturais¹⁸, pelas personalidades de cada um¹⁹ e pelos objetivos que cada parte traz para o palco da negociação. Não obstante, encon-

18. Como identificam Solvej Ovesen e a dupla Carvalho Bernau ao referirem-se respetivamente, ao ambiente sociocultural alemão e dinamarquês e ao ambiente sociocultural holandês.

19. Como sugere Natxo Checa: "Não sei se um perfil como o do Wandschneider funcionava com o António. Duvido."

trámos semelhanças que já acima foram referidas²⁰ e compreendemos que, apesar de oculta, a existência da negociação se impõe.

Mas porque fica oculta a negociação nos relatos dos entrevistados? A resposta não pode ser lida diretamente no discurso, mas este não deixa de nos dar pistas sobre os motivos: os estudos de caso reportam-se ao mundo da arte e como tal a um ambiente semiprofissional em que os interlocutores consideram negociar, mormente a função semântica – que traz consigo a notoriedade autoral. Para estes agentes [à exceção de Solvej], negociar tem ainda o pendor negativo do conflito, do risco e da perda de espaço, de controlo e de autoria, pelo que o termo colaboração – que implica menos riscos – é a forma mais confortável que encontram para traduzir os seus processos de trabalho conjuntos.

Conclui-se, assim, que há ainda muito trabalho a fazer para que o processo negocial [que, na sua plenitude, abarca os níveis conceptual, pessoal e processual] seja reconhecido e valorizado, nos contextos em que o designer de comunicação visual atua. Para tal, será necessário que a própria disciplina projetual ganhe lastro cultural e um maior reconhecimento, não só por parte dos seus interlocutores diretos, mas também por parte da própria sociedade onde se insere e onde passará a assumir um estatuto de maior importância. São os próprios entrevistados que assumem que o meio social é um fator potenciador da menor ou maior capacidade de o designer negociar, como afirma Susana Carvalho ao comparar o ambiente português com o ambiente holandês.

Esta investigação pretende contribuir para gerar interesse por esta característica da metodologia projetual em design, promovendo a sua clarificação e sistematização, para que se adotem novas atitudes, posturas ativas e para que, futuramente, se possam desenvolver ferramentas que apoiem os interlocutores neste tipo de interação.

Com o conjunto de dados recolhidos e com as conclusões produzidas a partir deles, esta investigação espera contribuir para que os

20. No ponto 3.4.

designers se tornem conscientes da importância da sua ação no plano negocial, em todos os seus níveis, e servir de base para outras linhas de investigação. A título de exemplo, a análise presentemente feita parte do relato indireto dos acontecimentos, por ter sido necessário, em primeiro lugar, fazer um levantamento acerca dos vários agentes envolvidos neste tipo de processo. Neste relato indireto, a negociação fica muitas vezes oculta, quer por imperceção por parte dos relatores, quer por esquecimento de todos os passos e de todas as posições assumidas durante a execução do projeto. Futuramente, o trabalho poderá passar pelo acompanhamento, por parte do investigador, do desenrolar das operações, de modo a que lhe seja possível recolher com maior precisão:

- que tipo de dificuldades surgem;
- quais são os meios de comunicação mais utilizados e porquê;
- como se estrutura a linguagem utilizada pelos vários agentes nos diferentes meios que usam.

A partir das entrevistas aqui apresentadas, poderá também ser feita uma análise exaustiva sobre melhores formas de colocação das perguntas [formulação verbal; questões mais ou menos abertas, consoante o tema a explorar; questionários presenciais, via *email*, ou conjugação de ambos, dividindo a investigação por fases], testando-se formas de abordagem que permitam explorar áreas mais sensíveis como, por exemplo, o tema das hierarquias ou o das pressões sofridas.

Pertinente será também construir um modelo de análise que permita acompanhar e comparar a evolução do processo negocial em diferentes ambientes socioculturais [*e.g.*, dentro e fora de Portugal].

REFERÊNCIAS

ALCOBIA, Carlos (2012)

O dilema do curador – Entre consenso e conflito, o agonismo e a sua importância dentro da prática curatorial. Lisboa: Universidade de Lisboa – Faculdade de Belas-Artes; 100 pp.

APPADURAI, Arjun (1996)

Modernity at large – Cultural dimensions of globalization. Minneapolis: University of Minnesota Press, 278 pp. [*Dimensões Culturais da Globalização* (trad. portuguesa Telma Costa). Lisboa: Editorial Teorema, 2005, 306 pp.].

BAPTISTA E SOUSA, (2011)

Como fazer investigação, dissertações, teses e relatórios, segundo Bolonha. Lisboa: Pactor, 176 pp.

BECKER, Howard S. (1982)

Art Worlds. Berkeley e Los Angeles: University of California Press, 385 pp. [*Mundos da arte* (trad. portuguesa Luís San Payo). Lisboa: Livros Horizonte, 2010, 328 pp.].

BENJAMIN, Walter (1936)

The work of art in the age of mechanical reproduction. Londres: Penguin Book (2008), 1–50 pp.

BENNETH, Andrew (2005)

The author. Londres: Routledge, 160 pp.

BISMARCK, Beatrice von (2011)

“Curatorial Criticality – On the role of freelance curators in the field of contemporary art”. In *On Curating* (publicação digital disponível em

www.oncurating.org – última consulta em 05 de setembro de 2012), 19-23 pp.

CLAIR, Jean (1988)

“Les catalogues d’exposition: Le cas Bonnard”. In *Histoire de l’art*, Paris: INHA, 110-112 pp.

CHAN, Carson (2011)

The measures of an exhibition: Space, not art, is the curator’s primary material. In <http://fillip.ca/content/measures-of-an-exhibition> (última consulta: 30 de Janeiro de 2012)

CHEETHAM, Charlotte (2011)

The catalogue and its hybrids. In <http://lecatalogueetseshybrides.tumblr.com/> (última consulta: 05 de setembro de 2012)

CLIFFORD, James (2003)

“Museus como Zonas de Contacto”. In Renée Green (org.), *Negociações na Zona de Contacto*. Lisboa: Assírio & Alvim; 225-256 pp.

DE FUCCIA E PRÉAUD (2010)

À l’origine du livre d’art. Milão: Silvana Editoriale, 288 pp.

DENISSE, Mattia (org.), et al. (2009)

Experiments and Observations on Different Kinds of Air. Lisboa: DGArtes – Ministério da Cultura, 336 pp.

FISHER, URY E PATTON (1981)

Getting to yes – negotiating agreement without giving in. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 1991, 200 pp.

FOSTER, Hal (2002)

Design and Crime – and other diatribes. Londres/Nova Iorque: Verso, 176 pp.

FRASCARA E WINKLER (2008)

“On design research”. In *Design Research Quarterly*. Londres: Design Research Society, 3-13 pp.

FRASCARA, Jorge (2006)

El diseño de comunicación. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 176 pp.

GREEN, Renée (2003)

“Introdução: Simpósio «Negociações na Zona de Contacto»”. In Renée Green(org.), *Negociações na Zona de Contacto*. Lisboa: Assírio & Alvim, 15-21 pp.

GREGOS E OVESEN (org.) (2011)

The Eye is a Lonely Hunter: Images of Humankind. Heidelberg, Berlim: Kehrer Verlag, 240 pp.

GUERRA, Isabel Carvalho (2006)

Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo – Sentidos e Formas de Uso. Cascais: Principia, Janeiro de 2012, 96 pp.

HASKELL, Francis (1987)

The Painful Birth of the Art Book (The Walter Neurath Memorial Lectures). Londres: Thames and Hudson, 64 pp.

HUMPHREYS, Tom (2011)

Flaca/Tom Humphreys. Berlim: Sternberg Press, 160 pp.

JIN E GESLIN (2010)

“A study of argumentation-based negotiation in collaborative design”. In *Artificial Intelligence for Engineering Design, Analysis and manufacturing* #24, Cambridge: Cambridge University Press, 35-48pp.

KELLER, Christoph, *et al.* (2009)

Kiosk – Modes of multiplication. Berlim: Jrp Ringer, 344 pp.

KYES, Zak (2009)

“Forms of inquiry”. In *Graphic #11: Ideas of design exhibition*, Seoul: Propaganda Press, 38-41 pp.

JAMESON, Frederic (1991)

Postmodernism or, The cultural logic of late capitalism. Durham: Duke University Press, 438 pp. [*Pós-Modernismo – A lógica cultural do capitalismo tardio* (trad. portuguesa Maria Elisa Cevalco). São Paulo: Ática, 2006, 431 pp.]

LIND, Maria (2012)

Sliding Collaboration. In *Zak Kyes Workin With...*, Berlim: Sternberg Press, 33-42 pp.

MACPHERSON, PERNICE E ŠEDÁ (2008)

1+1+1=3 – Robert MacPherson, Manfred Pernice, Katerina Šedá. Lisboa: Fundação Caixa Geral de Depósitos, 200 pp.

MARCHART, Oliver (2011)

“The curatorial function – Organizing the ex/position”. in *On Curating* (publicação digital disponível em www.oncurating.org – última consulta em 05 de setembro de 2012), 43-45 pp.

MARQUES, Lúcia, *et al.* (2007)

Outras zonas de contacto. Lisboa: Assírio & Alvim, 184 pp.

MIESSEN, Markus (2010)

The Nightmare of Participation (Crossbench Praxis as a Mode of Criticality). Berlim: Sternberg Press, 304 pp.

MIESSEN, Markus (2012)

“Economic Practice(s): When Ongoing Conversation Produces the Specifics of Collaboration”. In *Zak Kyes Workin With...*, Berlim: Sternberg Press, 181-196 pp.

- NESBITT, Rebecca Gordon (2011)
 “False economies – time to take stock”. in *On Curating* (publicação digital disponível em www.oncurating.org – última consulta em 05 de setembro de 2012), 32-38 pp.
- OBRIST, Hans Ulrich (2008)
A brief history of curating (4.^a ed.). Berlim: Jrp Ringer, 2011, 200 pp.
- POTTER, Norman (2002)
What is a designer: things, places, messages. Londres: Hyphen Press, 184 pp.
- PRATT, Mary Louise (1991)
 “Arts of the contact zone”. In *Profession 91*, New York: MLA, 33-40 pp.
- PRATT, Mary Louise (1992)
Imperial eyes: travel, writing and transculturation. Londres: Routledge, 272 pp.
- ROSENBERG, Pierre (1988)
 “Un genre nouveau – un catalogue d’exposition”. In *Histoire de l’art*, Paris: INHA, 101–102 pp.
- SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos (1999)
 “Indústrias culturais: especificidades e precaridades”. In *OBS* n.º 5, s.l.: Observatório das Actividades Culturais, 2-6 pp.
- SENNETH, Richard (2012)
Together: The rituals, pleasures and politics of cooperation. New Haven: Yale University Press, 324 pp. [*Insieme: Rituali, piaceri, politiche della collaborazione* (trad. italiana Adriana Bottini). Milão: Giangiacomo Feltrinelli Editore – Coleção Campi del Sapere, 2012, 334 pp.]
- SIDNER, Candace L. (1993)
 “The Role of Negotiation in Collaborative Activity”. In *AAAI Tech-*

nical Report FS-93-05, Cambridge: DEC – Cambridge Research Lab, 89-92 pp.

SONNENWALD, Diane (1996)

“Communication roles that support collaboration during the design process”. In *Design Studies*, volume 17, número 3, julho, s.l.: Elsevier Science, 277-301 pp.

SOUSA, José Vasconcelos (2000)

O que é negociação. Lisboa: Difusão Cultural, 198 pp.

TERNOIS, Daniel (1988)

Donner à voir: l'exposition et son catalogue. In “Histoire de l’art”, Paris: INHA, 103-109 pp.

THOMPSON, Leigh L. (1998)

The mind and heart of the negotiator. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 359 pp. [*A razão e o coração do negociador* (trad. portuguesa de Carlos Varela Pinto). Lisboa: Monitor, 2008, 448 pp.]

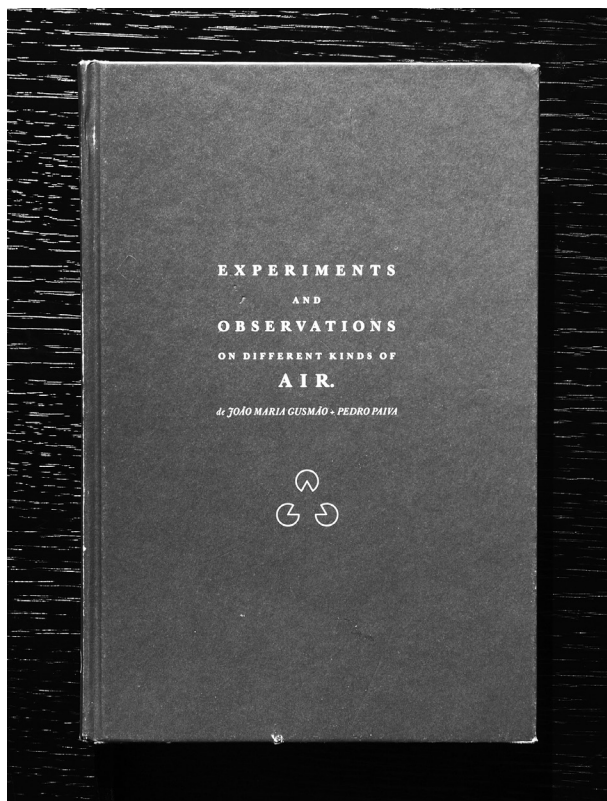
WEISS, Robert S. (1995)

Learning from Strangers – The art and methog of Qualitative Interview Studies. Nova Iorque: The Free Press, 256 pp.

ANEXOS

ENTREVISTAS

ANTÓNIO SILVEIRA GOMES
MATTIA DENISSE
NATXO CHECA



*EXPERIMENTS AND OBSERVATIONS ON
DIFFERENT KINDS OF AIR*

ANTÓNIO SILVEIRA GOMES
(1971, NELSPRUIT, ÁFRICA DO SUL)

Entre 1990 e 1996, estudou Design Gráfico no Joubert Park College (África do Sul), no Witwatersrand Technikon (Joanesburgo) e na Faculdade de Belas-Artes de Lisboa, onde completou os seus estudos.

Em 1997, cofundou a Cooperativa de Design de Comunicação Barbara Says..., com José Albergaria e Nuno Horta Santos.

Desde 2001, leciona na ESAD – Caldas da Rainha, e é professor convidado em outros cursos de Design em Lisboa.

Em parceria com a produtora e jornalista Cláudia Castelo, continua a manter o *atelier* Barbara Says... Projecto Próprio, onde trabalha, proximamente, com museus, galeristas e artistas, promovendo a colaboração na forma como comunica as necessidades dos seus clientes.

O seu *atelier* também se dedica a projetos editoriais próprios, em associação com artistas e investigadores, entre outros.

MATTIA DENISSE (1967, FRANÇA)

Artista.

Em 2006, uma viagem a Cabo Verde, muda, profundamente, o seu trabalho. Aí, criou três instalações – “Paisagem Inacabada”, “A Continuação” e “O Vulcão Invertido” –, desenhou e escreveu.

Entre 2008 e 2009, focou-se apenas no seu trabalho de desenho e começou três séries – “Les Îles Désertes”, “Engramme” e “Les Conférences: Ensaio Acerca da Ontologia Topológica” –, onde é possível encontrar vestígios do processo de instalação e reminiscências de trabalhos anteriores.

NATXO CHECA (1968, ESPANHA)

Inicia a sua actividade profissional, no início da década de 1990.

Em 1994, funda a Galeria Zé dos Bois e em 1995, dirige o Festival Atlântico (que terá novas edições em 1997, 1999 e em 2007). Em ambos os projetos, mostra parte significativa da emergente produção artística visual portuguesa.

A partir de 2001, envolvendo a curadoria, a produção e a mostra individual, começa uma relação mais profunda com alguns artistas: João Maria Gusmão e Pedro Paiva, Mattia Denisse, RIGO 23, Societé Realiste, João Tabarra, Alexandre Estrela, Gabriel Abrantes e Gonçalo Pena.

Desde 2005 até ao presente, é curador e produtor na Galeria Zé dos Bois, onde a maior preocupação do seu método curatorial é o desenvolvimento de uma relação íntima com o trabalho dos artistas, desde o início do processo criativo.

Em paralelo à sua atividade principal, aceita, frequentemente, convites de estruturas de ensino artístico, para lecionar estágios na área da programação, da produção artística e da curadoria.

Foi já distinguido com o prémio Natércia de Campos, para melhor produtor (Academia de Produtores Culturais, Lisboa)

FONTES (ÚLTIMA CONSULTA 25.01.2013):
<http://www.a-g-i.org/member-work/profile/591>
<http://www.buala.org/en/autor/mattia-denisse>

FONTES (ÚLTIMA CONSULTA 25.01.2013):
http://www.curators-network.eu/database/db_item/id/natxo_checa
<http://ofeio.jimdo.com/conferencistas/natxo-checa/>

**ENTREVISTA A
ANTÓNIO SILVEIRA GOMES E
MATTIA DENISSE**

LISBOA, ATELIER DO DESIGNER

01.08.2012

AA: Estou a estudar o processo de negociação entre o designer e o curador e gostava de dividir a conversa em dois momentos: o primeiro num âmbito mais geral sobre o que achas que é a negociação entre o designer e o curador, quem é que intervém, que fatores é que influenciavam a tua postura enquanto designer, se existem riscos para o teu trabalho quando comesças uma negociação com o curador; e um segundo momento para falarmos então do catálogo, se achares que este é o melhor exemplo [referência ao *Experiments and Observations on Different Kinds of Air*], ótimo, já que o Natxo também falou sobre ele e pode ser bom ter as duas visões sobre o mesmo objeto.

Eu, entretanto, também gostava de comparar, ou de perceber, como é que funcionou o processo no caso do *Tinta nos Nervos*, se achares que isso é interessante.

ASG: Ah! o *Tinta nos Nervos* [vai buscar o catálogo à estante]...

Relativamente à primeira pergunta, o que é a relação entre o designer e o curador, ou seja, como é que isso funciona, já experimentei várias interações: há o curador que nem sequer fala com os designers, e fala-se através de intermediários, que é um processo de trabalho que se tem vindo a perder, felizmente, por um lado, infelizmente, por outro, dependendo do grau de intervenção que é necessário do designer; já trabalhei com esse espetro todo, desde o comissário ausente, que também não está interessado – o que era normal acontecer –, até aos comissários que são ativos e muito presentes no trabalho.

AA: Falas no passado?

ASG: Falo no passado, sim. Ainda há curadores que trabalham assim, em todo o mundo. Depende muito do contexto de cada projeto. O designer faz parte dum trabalho que é um processo colaborativo.

Agora está-se numa fase, por exemplo, em que os próprios catálogos, o tipo de resultado... já se põe em causa se se deve fazer catálogos ou não (devido à austeridade...) e por isso a intervenção do designer aí é completamente circunstancial, se vai haver algum objeto, ou não. Até àqueles catálogos em que provavelmente nem é preciso designer, em que o catálogo é o objeto. Vi agora uma exposição dos anos sessenta em que a exposição é o catálogo... Como é que se chama? Não sei se conheces... o *The Xerox Book* está na Gulbenkian. O próprio livro, o próprio objeto dispensa a exposição. Ali, o designer tem um papel de cenografia quase... o designer de comunicação, o gráfico.

O que é isso para mim? No fundo, é uma coisa que pode depender muito e também tem a ver com o percurso do designer. Neste momento, a questão da curadoria é um termo também... agora há mais curadores do que há dez anos. O próprio termo curadoria está sempre numa fronteira – especialmente no âmbito dos novos *media* –, perde muito esse valor, porque a palavra nos últimos 10 a 15 anos, desde a consolidação da internet, o valor dela mudou, por isso as pessoas apropriam-se muito facilmente da palavra curadoria para um *site* do flicker ou para um *blog* ou coisa do género, pelo que o seu valor depende muito do contexto. [Atende o telefone]

Já falaste com Mattia Denisse?

AA: Ainda não.

ASG: É que ele vem aí. É circunstancial... mas ele vem aqui buscar algumas coisas.

AA: Ele foi o editor deste livro, não é?

ASG: Sim, ele é o editor. Não sei se ele terá tempo, mas, eventualmente, poderás também falar com ele... em primeira mão.
[Volta à conversa]

Onde é que eu ia?

Por isso a questão é muito relativa, depende do posicionamento, depende da seriedade do designer ou do curador relativamente àquilo que faz. Se um caso de curadoria for escolher imagens para um *site*, o que é que o designer faz aí? Aí, é um intermediário, ou nem sequer o é, é só um mecanismo. No fundo, o designer pode cumprir vários papéis, dependendo das circunstâncias, pode e deve. A própria definição de designer de comunicação, hoje em dia, está como a de curador. Um designer pode fazer muitos outros papéis. Hoje em dia, ele é um “*jack of all trades*”, é um “faz-tudo”... em português, a expressão não é tão bonita.

Mas não é essa a questão, a questão era o que era para mim a relação entre o curador e o designer, a negociação. A negociação só acontece quando o curador se disponibiliza para negociar [risos], ou seja, se o designer é o curador, não há negociação. É uma espécie de esquizofrenia que ele tem de resolver sozinho. Se o curador é não-interveniente, também não há propriamente uma negociação. Muitas vezes, os curadores podem ser mais políticos e podem estar a fazer um trabalho, eles não estão em representação de uma instituição, são independentes e podem fazer um papel neutro, em que a opinião deles obedece ao poder em que ele se situa.

AA: Aí, há uma hierarquia?

ASG: Estás a querer falar do *Tinta nos Nervos*, não quer dizer que seja o caso, mas aproxima-se: aqui, o curador é um agente livre que propõe uma exposição, mas o trabalho de mediação entre

mim e o curador é circunscrito a uma determinada área dos artefactos que se produzem para a exposição, não é? O grau de intervenção, o grau de negociação, ali, é feito em três partes: existe uma entidade patronal que paga, que não é o curador, mas que faz um trabalho que, de certa maneira, influencia o curador.

AA: E a ti também...

ASG: Claro, é uma corrente.

AA: Se calhar, podias-me explicar um bocadinho melhor como começou o processo do *Tinta nos Nervos*, já que me parece interessante essa comparação entre estruturas.

ASG [procura qualquer coisa]: A primeira coisa importante a dizer, neste caso específico, é que o papel do designer é fazer o catálogo, ou seja, não existe a parte expositiva da exposição, o design da exposição ficou a cargo do Museu Berardo, por isso automaticamente existe ali um fornecimento de um serviço, que é inevitável, mas para uma componente do trabalho do curador, ou seja, o curador, ali, é o eixo central entre a montagem da exposição, o conceito da exposição e o conceito do livro. Depois, a entidade patronal é que define se quer ter uma exposição e um livro que é uma exposição. Portanto, neste contexto, a política do, na altura, diretor do Museu Berardo, Jean-François Chougnet, era um bocado esta: ele achava que isto [o catálogo] é um trabalho artístico que está lá dentro, que engloba o trabalho da exposição e que, como tal, é um trabalho colaborativo que contribui para a multiplicidade que é o contexto dessa exposição. Sendo assim, é um objeto passível de se autonomizar, de tal maneira que ele trabalhava também com artistas que faziam a cenografia da exposição – ele trabalhava com um artista

que fez a cenografia para várias exposições para o Museu Berardo... Perigot... François Perigot [refere-se a Alexandre Perigot], se não me engano, artista francês contemporâneo que vive na Polónia. Dependia dos projetos, mas algumas das cenografias eram feitas por ele, como a da exposição da Amália.

Neste caso não havia isso, ou seja, não havia cenógrafo, portanto foi a equipa interna do Museu que fez tudo com o designer interno, e esse trabalho estava a decorrer ao mesmo tempo que este livro, que este projeto.

Mas deixa-me só fazer um parêntesis: na experiência que eu tenho, que ainda é curta, quinze anos, isto pode ir por vários caminhos, mas desde 2007, mais ou menos, uma tendência geral que se instalou foi os comissários, os artistas ou quem pede ou precisa deste trabalho no contexto de uma exposição se referirem ao trabalho, muitas vezes não como um catálogo, mas como um livro. E essa condição é importante porque (nós, internamente, temos registado esse tipo de ocorrências de uma maneira livre) é uma tendência, ou seja, acima de tudo é uma coisa que se reflete em quase todo o lado, esta questão da autonomização deste objeto que é o catálogo, um *raisonné*. Um *raisonné* é uma coisa mais para um artista individual, algo entre uma monografia e um catálogo. O catálogo, acho eu, é uma coisa um pouco como o curador, pode-se estar a tentar redefinir como um objeto, porque, de repente, a comercialização destes objetos também implica essa autonomia, por isso é uma prática política, que eu acho que nasce nas instituições, ou seja, o MoMA – que é a grande referência – ou o Whitney começaram a fazer e, duma certa maneira, foram sendo pioneiros dessa prática, isto é, o objeto livro é depois passível de ser traduzido para outras línguas, vendido, se a exposição é itinerante ou não.

No caso concreto deste, isto não tem nada a ver com a exposição. O conteúdo é o mesmo, mas eu sugeri que fosse ordenado alfabeticamente [vai mostrando o catálogo], indexado como se fosse um dicionário, uma enciclopédia, que é uma coisa recorrente nos últimos tempos no nosso trabalho e vai continuar a ser, de uma certa maneira, nas próximas coisas que vamos continuar a fazer, mas que é algo que também nos interessa explorar, por isso foi proposto como tal – embora os artistas todos que aqui estão não cubram todas as letras do alfabeto. Portanto, havia claramente uma necessidade antológica de reunir o maior número possível de artistas nesta exposição. Digo artistas porque é, de facto, esse o contexto deste objeto que é a banda desenhada. É a primeira vez que se faz uma exposição institucional de BD em Portugal, deste universo que pode ser BD ou outra coisa qualquer. Não é necessariamente sequencial, grande parte dos trabalhos que estão aqui não são sequenciais, não existem pranchas com quadradinhos de uns para outros, por isso o grande discurso deste comissário é esse, ele quer, de uma certa maneira, afirmar e conquistar este espaço. Isto é uma conquista e, para todos os efeitos, é esse o objetivo: num contexto prático, o comissário tem uma visão sobre a Banda Desenhada, o texto dele é sobre essa autoafirmação e autonomização da BD como arte, autónoma, como forma erudita até, e, de uma certa maneira, ele confronta-se também com a noção instalada – as pessoas acham que isto é uma arte menor.

Portanto, não é nada a que não estejamos habituados, o design também tem esses problemas, quero dizer, não é um problema, é uma questão inerente ao design. A questão é o designer acreditar nisso, ou não. Por exemplo, no caso de designers como o Stuart Bailey, ele é uma pessoa que claramente não se acha

um designer, por isso renega essa situação, ele próprio acha que fazer design de cartões pessoais, logotipos é uma coisa que não lhe interessa, que o inferioriza, e ele prefere fazer o seu próprio trabalho autônomo.

Isto é a mesma coisa, grande parte destes autores, aqui, são autores autônomos – não ganham nenhum dinheiro com o trabalho que fazem –, a recolha era um bocado feita pela qualidade artística dos objetos, alguns fazem parte de coleções. Em alguns, há uma noção de sequência, em outros, não...

Por isso, o que nós propusemos na negociação, havendo aqui alguma espécie de negociação, foi uma negociação muito fácil. Primeiro, convém dizer que este comissário é meu amigo (nosso amigo) e foi por isso que ele quis trabalhar connosco... provavelmente nunca teríamos feito este trabalho... portanto, há aí uma situação, que acontece em todo o lado..., a questão meritocrática perde-se aqui, não é importante, não é o caso. Também nasce um pouco de um trabalho contínuo que fazemos com ele, ou seja, nós também trabalhamos com esta figura há muito tempo, e há muitos comissários que preferem trabalhar com os seus designers, com a sua carteira de designers, digamos, porque já se dão bem com eles, já trabalham há muitos anos com eles, porque são amigos e partilham interesses. O Pedro trabalha connosco desde o início deste atelier, ele era o tradutor da *Flirt*, fazia as traduções em inglês antes de o Google existir, antes de haver o Google Translator fazia as traduções em três tempos. Ele é tradutor profissional, é bom tradutor, é um revisor de português, é professor de português, aliás, ele não é de BD, ele nem sabe desenhar. Mas também há, aqui, muitas pessoas que não sabem desenhar [risos], mas que têm um trabalho genial...

E, portanto, o que se fez neste trabalho foi usarmos uma estrutura de

indexação, que é o alfabeto, e uma pessoa pode ver isto como se fosse uma história contínua, uma antologia. Inclusive, a decisão – a proposta foi nossa também – de incluir o próprio comissário como artista, ou seja, ele aparece como autor de vários textos, ele escreve para Banda Desenhada também – ele trabalha muito com o André Lemos e pusemos os nomes de todos eles por ordem alfabética. O Pedro convidou duas pessoas para escrever: a Sara Figueiredo Costa, que é uma crítica, e o Domingos Isabelinho, que é outro crítico. Penso que tanto um como o outro também colaboram nesta área, calculo que devam disponibilizar textos para Banda Desenhada. A única pessoa que não se podia tratar desta maneira – mas que nós propusemos tratar da mesma forma –, foi o Sr. Joe Berardo, o dono, o mandachuva principal.

AA: E por que é que o queriam incluir no elenco alfabético?

ASG: Porque ele contribuiu com um texto.

AA: Mas ele foi ativo?

ASG: Não. Ele, provavelmente, nem sequer escreveu este texto, mas não interessa, ele assina o objeto, é um objeto concetual [risos]. Por isso pode-se considerar como uma contribuição, só que em termos institucionais não nos foi permitido fazer isso, por várias forças internas. O próprio comissário principal do Museu – que é o Chougnet – não contribuiu com nada e é um indivíduo que gosta muito de Banda Desenhada; aquilo com que ele contribuiu foi autorizar uma exposição destas, a acontecer naquele contexto, mais nada. Provavelmente, com outro comissário, ele não é comissário, ele é diretor. Provavelmente, com outro diretor isso não aconteceria. Agora, o que

acontece é que o Berardo não poderia ser introduzido aqui como autor porque ele não o é; portanto, aqui, foi um decisão tripartida: entre o comissário (Pedro Moura), a instituição (o Chougnet) e as camadas ainda mais acima. Essa estratificação existe.

[ASG interrompe e pergunta]
Conheces este trabalho?

AA: O livro? Sim.

ASG: A única coisa que fizemos para destacar, que é mais ou menos óbvio, foi imprimirmos no interior do livro [refere-se ao *french fold* impresso no interior], para isolar... nota-se subtilmente [na face externa do miolo] uma linha para cada texto.

AA: E como é que estas questões formais foram decididas? Vocês fizeram a proposta, o Pedro aceitou, o Chougnet não teve nada a dizer. Houve algum tipo de dissonância, quer a nível concetual, quer a nível formal?

ASG: O Museu Berardo é uma equipa, ou seja, existem lá várias pessoas que trabalham neste tipo de [publicação]..., existem pessoas mais ligadas à comunicação com a imprensa, outras mais ligadas à edição do próprio objeto. Essas pessoas participaram aqui como revisores, como intermediários de produção com a gráfica. E, portanto, tudo isso são coisas que muitas vezes nem é o designer que decide, porque as instituições podem ter uma boa relação com uma gráfica (tu és designer, sabes disso), por isso à partida depende de montes de circunstâncias.

AA: Então, aqui, não tiveste essa acção direta de falar com a produção?

ASG: Quer dizer, nós fazemos sempre isso, dizemos sempre qual é a nossa

gráfica ideal para este género de encadernação, por exemplo, porque pensamos primeiro no objeto e, depois, pensamos no tipo de problemas de produção que poderá eventualmente ter e, depois, falar com a gráfica, o que é importante. Mas, normalmente, a nossa experiência é que propomos uma gráfica, mas acaba sempre por ser outra, porque é mais cara, ou não sei quê. Por isso, também os custos têm sempre uma grande importância.

Nesta altura ainda não havia austeridade mas estava à porta, por isso o projeto foi feito com muito pouco dinheiro, este livro é bastante económico, os materiais são pensados também duma maneira mais ou menos básica, isto é papel de *offset* normal. Por outro lado, a maior parte destes autores também trabalha assim, há desenhos que estão aqui que são feitos no pior dos contextos imagináveis, ou seja, não há uma preocupação com os materiais, há uma preocupação em termos económicos, mas há coisas que se compensam aqui, penso eu. É assim, este género de publicação também não é nada de novo, o objetivo era fazer uma encadernação que fosse semântica, que tivesse uma ligação mais ou menos semântica com o tipo de autor e com o tipo de trabalho, mas também com as qualidades que se esperam de um catálogo: não se ver a imagem no verso... essas coisas básicas que, com esta pequena viragem, foi perfeitamente possível, a gramagem é a mais baixa que há, isto é tudo produto nacional, acho eu, tirando o papel da capa, isto é Soporset ou Inaset.

Até fizemos esta brincadeira [refere-se ao logo do Museu Berardo impresso na capa e ao autocolante com a identificação da exposição na capa do catálogo], acho que isto foi mais ou menos unânime, isto é um autocolante, ou seja, uma coisa externa, e isto é o Berardo, há aqui também uma ligação, isto se não tivesse este autocolante... não tem nada aqui, ainda pusemos umas coisas escondidas assim...

quando colam mal vê-se mas, pronto, tem mesmo esse aspeto, ou seja, o Berardo é que alberga esta exposição e não há aqui... tentou fazer-se uma coisa que respeitasse isto. A questão formal das decisões aqui da capa tem muito a ver com as referências do autor. *Tinta nos Nervos* é uma frase do Herberto Helder. Acho que tinhas de ler o texto, há de estar aqui neste texto...

A propósito da exposição, está aqui tudo. Portanto, há aqui um cruzamento também com este objeto, o texto académico, numa linguagem que não é excessivamente académica, mas um texto escrito com um propósito académico, ou seja, de facto é uma linguagem de vernáculo, são coisas que vêm de subculturas, mas que, duma certa maneira, aqui reunidas estão trabalhadas como um objeto intelectual, um objeto erudito. Não é intelectual, é erudito.

AA: Ok, então, só para fazermos um balanço, parece-me que foram então bastante pacíficas as opções que foram tomadas, pelo menos entre ti e o curador.

Quanto à instituição: teve uma palavra mais forte em determinados elementos?

ASG: Não interveio em praticamente nada, só nestas questões formais, do texto do presidente honorário, ficha técnica (como é óbvio)... A ficha técnica é dividida em quatro partes: uma parte que é a exposição, o catálogo (e nós só intervimos aqui), na exposição não tivemos absolutamente nada, e a opção foi mesmo essa, desde o início, não havia sequer verba para o fazer, acho eu...

AA: Mas o dinheiro também foi importante na tomada de decisão, mais a nível formal, não tanto a nível conceptual?

ASG: Sim, quer dizer, a questão de ter essa opção, de ter um designer de

fazer isto, a exposição acabou por ir um bocado ao encontro disto, ou seja, a exposição ficou com aquilo que está predefinido como identidade do Museu – que também é uma coisa feita por vários designers, mas aqui a identidade é dos Albuquerque e, depois, a manutenção dessa identidade é do *atelier* R2. Mas aquilo é autónomo, aquilo é tipo chaves de Lamborghini, não é? Dão-lhes as chaves e eles ficam com autonomia suficiente para tomar as decisões que podem dentro das normas daquela identidade (que eu nem conheço muito bem). Mas eu penso que a exposição, depois, acabou por ter estas três cores no título, mas na letra (que nem sei qual é), que eles desenharam para o logo. Aqui, a utilização do logo como um logo sem a designação também é uma opção em que, muitas vezes, as instituições não pensam, quer dizer, não sabem fazer essa separação e é uma coisa que eu acho que não era previsto no logotipo original dos Albuquerque, mas, depois da revisão feita pelos R2, foi criada essa opção. Eles redesenharam o logo para ter mais autonomia, para se aguentar só como um *pretzel*. Não é?

AA: Neste caso, a instituição não se importou por não haver essa assinatura no logo, isso foi pacífico, não é?

ASG: Mas depois, aqui dentro, acho que, se calhar, tem o logo, não sei. Só aparece duas vezes assim.

AA: Ele também já é bastante forte, bastante reconhecível. E ao nível da autoria do catálogo?

ASG: Posso dizer... desculpa, só como exemplo, aqui é bastante radical [refere-se ao catálogo *Experiments and Observations on Different Kinds of Air*], isto aqui é *branding*. Por exemplo, nas bienais de Veneza, quem manda ali é a

Bienal, não é o comissário, não é a comitiva portuguesa, eles não têm opção nenhuma. Se aquilo que não tem o logotipo da Bienal de Veneza não aparece, não se vê, eles põem nas lojas, mas ninguém vê. Os cartazes, se não o tiverem – e o logo tem normas muito restritas, o logo é quase mais do que 10% da área, da superfície – se o logo não estiver neste objeto, na capa, a capa não aparece nas lojas lá em Veneza e ninguém compra o catálogo. [interregno a pedido do ASG]

ASG: Por isso, neste objeto, isto [refere-se ao logotipo do Museu Berardo na capa do catálogo *Tinta nos Nervos*] é o suficiente para ele ser autónomo, porque pode ser uma editora, a chancela é editorial. Aqui, não [refere-se ao logotipo da Bienal de Veneza no catálogo *Experiments and Observations on Different Kinds of Air*], aqui há um acontecimento; depois do acontecimento, ele passa a não ter..., passa a ser um objeto efêmero, ao ter o logotipo na capa.

AA: Só serve para aquele momento específico.

ASG: No caso disto, que é um evento, já é uma chancela editorial do próprio Museu, da loja. Acho que há uma distribuidora, a “Chilly Con Carne”, que distribui isto, que é do Marcos Farrajota. Não sei... mais curiosidades?

AA: Ok. Então, se quiseres passar aqui ao *Experiments and Observations on Different Kinds of Air*, se calhar até é interessante ver quais são as diferenças no processo.

ASG [levanta-se para procurar algo]: Eu faço isto para todos os projetos: um *scrapbook* para cada projeto onde junto todo o material. Faço isto desde sempre, todo o material que sobra, desde cartas até a algum material também orgânico.

AA: Ah! Isso é muito interessante.

ASG: Mas depende: muitas vezes, há muitas coisas que se perdem no processo destes trabalhos.

São coisas de pesquisa. Comecei a fazer isto com o *Metaflux*, que foi o primeiro grande projeto institucional que fizemos, para a Bienal de Veneza também, de arquitetura. Isto foi a primeira vez que fizemos isto. Se calhar, tu conheces este padrão.

AA: Sim, sim. Já o vi.

ASG: Isto é da Munken.

AA: Exatamente.

ASG: Do papel em que foi impresso o catálogo do *Metaflux*. Tu conheces este catálogo?

AA: Sei que já me passou pelas mãos, mas não me recordo.

ASG: Desculpa passar-te à frente, mas é o mesmo tipo de contexto. O catálogo, tenho-o aqui. Isto, se calhar, interessa-te mais por causa destas questões de negociação...

Isto é de 2004 ou 2005, já não me lembro bem. Bom, isto foi para a Bienal de Veneza, mas a verdade é que também não tem o logo [risos], acho que não foi por ignorância, foi circunstancial, e o que aconteceu foi que só estava no Pavilhão de Portugal, não estava nas lojas. Atenção que o contexto das lojas também é importante. Têm lá 3 ou 4 lojas, tens uma loja no jardim. As lojas só têm os catálogos dos pavilhões e, depois, são lojas assim muito vazias. A do jardim, por exemplo, é circular, a pessoa circula e vê tudo. Percebe logo e vê os catálogos, se eles não os põem, têm-nos escondidos... só se alguém souber do catálogo, que esteja à procura especificamente desse

catálogo, é que o encontra, pedindo. Neste caso concreto, eu não me lembro. Como eu não fui, não sei, mas provavelmente não foi para a loja, ou seja, foi para a loja, mas ficou...

AA: ... escondido.

ASG: Aqui, temos uma coisa que se chamava Instituto das Artes, que antecedeu a DGArtes, que também já morreu. E, antes do Instituto das Artes, era o ICAM...? Já não sei. Tinha outra sigla, tinha um nome completamente diferente. Em termos estruturais, ainda não tinha o tipo de coisas que fazem hoje: de *crowdfunding*, de patrocínios e de bolsas, não tinham nada desse tipo de atividades. Este catálogo foi feito no âmbito da Bienal de Arquitetura, é uma exposição comissariada por dois comissários, o Instituto das Artes – na altura o diretor era o Paulo Cunha e Silva – cofinanciou isto com a editora Civilização. É uma editora que faz livros infantis, livros educacionais, mas não tem muita coisa nesta área, mas naquela altura devem ter feito um acordo qualquer, deveriam estar interessados no tipo de visibilidade que isto daria, eventualmente, à editora.

Este, aqui, é o clássico tipo de esquizofrenia que temos neste tipo de projetos: primeiro, o logo do Instituto das Artes, na capa; depois, há aqui uma série de questões de redundância. Portanto, isto passou por várias fases: primeiro, estava o logo da Civilização aqui, depois este estava aqui, depois queriam estar juntos, depois este punha maior e este também queria pôr maior... [aponta para os elementos e para vários sítios na capa do catálogo *Metaflux*].

Isto andava assim numa guerra, porque havia ambas as participações, mas acaba por ser um objeto completamente esquizofrénico: temos um logo na capa, os dois logos na lombada e, ainda, dois logos no verso: o do Ministério da

Cultura e do Instituto das Artes e, depois, ainda mais uns parceiros secundários, como o Instituto Camões. Ou seja, de repente, aqui, quem impõe, seja o que for, não interveio praticamente nada no contexto do objeto...

AA: Relativamente ao conteúdo...

ASG: ... nós aqui participámos em tudo – no design da exposição, não, porque era desenhado por arquitetos – desde a intervenção nas superfícies, tudo o que era painéis, esse tipo de coisas. A arquitetura da exposição já estava predefinida, era uma exposição cujo objetivo também era ser itinerante: portanto, estreou em Veneza, a seguir em Lisboa e, depois, em S. Paulo, no Brasil; esteve em três localidades. Aquilo era tudo caixas. Era toda pensada por esse lado nómada. Os arquitetos eram o Pedro Gadanho e o Luís Tavares Pereira.

A capa está assim, isto aqui abre e, depois, pegámos nesta coisa do quadratim, usámos o quadratim como modelo e fizemos uma grelha toda à base disso, mas são coisas formais que não interessam. Curiosamente, os curadores não têm o nome na capa, só o tem os artistas. A exposição eram: 5 arquitetos com mais de 45 anos, 5 arquitetos com menos de 40 anos, e 5 artistas que trabalhavam na arquitetura de uma maneira qualquer.

Isto são várias aproximações à arquitetura, é uma espécie de apanhado da arquitetura contemporânea portuguesa. Isto é baseado numa exposição chamada “*Influx*”, que foi uma exposição que houve cá, e os catálogos eram feitos por outro designer.

AA: Sempre de arquitetura?

ASG: Sim. Não sei se havia esta componente dos artistas. Por isso, que mais questões se colocaram aqui? Nós pro-

pusemo-nos ir visitar, juntamente com os comissários, todos os *ateliers*, nós propusemo-nos um trabalho que, hoje em dia, seria impensável, em termos práticos, num contexto destes. Sabes, não é prático e não faz sentido, nós fomos juntamente com os arquitetos, fomos visitar todos os *ateliers*: ao Porto, a Coimbra, a todo o lado; portanto, aqui os Germanos da Silva que trabalham em Coimbra. Em Lisboa, visitámos todos os *ateliers*, estivemos presentes numa entrevista e fomos, juntamente com os comissários, pedir aos arquitetos... – fizemos uma espécie de pseudocomissariado, aqui, dentro do catálogo. Pedimos a cada arquiteto um elemento qualquer característico, modular, que representasse o trabalho deles.

AA: E representaram-no aí?

ASG: E fizemos isto, que agora já envelheceu um bocado e está a envelhecer um bocado mal.

AA: É de que ano, desculpa?...

ASG: É de 2005.

Isto é em Letraset. A ideia original era fazer decalques.

E depois é que descobrimos que os arquitetos não usam decalques, usam – como é que se chamam? – *transfers*, uma espécie de película que se recorta, em plástico, que se levanta e que cola. Usavam, alguns deles ainda usavam, os de mais de 45 anos sabiam perfeitamente o que era isto... e os mais novos também sabiam, era uma coisa pela qual eles também tinham passado, mesmo como estudantes. E nós propusemos isto como uma espécie de identificação. Foram feitos convites... Isto é mesmo película autocolante.

Pusemos uma cor para se distinguir – já nem me lembro porquê –, isto depois ficou como o verde *Metaflux* [risos].

Depois, serviu para tudo, ou seja, como eram três exposições, para todas tivemos que produzir objetos como convites... a parafernália toda. Mas a nossa intenção, acima de tudo, era olhar para o aspeto da multiplicação e da redundância, da tautologia do objeto, como é que ele se transforma, como é que ele se identifica ou se autonomiza em termos representativos do trabalho de cada autor. Isto era uma coisa altamente experimental. Em Portugal nunca se tinha trabalhado com este tipo de materiais, portanto isto tem montes de falhas [risos], coisas de que não se estava à espera, de recorte *laser*, isto foi feito em recorte *laser*, que em 2005 já não era nada de novo, já existia muito antes. Em 2000 ou 1999, já havia coisas feitas em recorte *laser* no papel. Fica todo chamuscado [vai mostrando os vários pontos do catálogo onde a técnica é utilizada]. Aqui já se controla, de tal maneira que não derrete a película, isto é um acrílico. Está de tal maneira controlado que aquilo só corta, nem derrete. Isto foi metido aqui dentro, no caso do catálogo. Depois foram produzidos convites, isto serviu para montes de coisas! Os arquitetos tiveram depois direito a ter um *pack*, cada um deles com o seu...

AA: E como é que eles reagiram?

ASG: As pessoas aderiram muito a isto. Tivemos a grande preocupação de isto não ser excessivamente fetichista, mas acabou por se transformar num aspeto fetichista do trabalho...

Eles gostaram muito. Houve arquitetos que mandaram montes de coisas e pode-se fazer algo mais complexo. Houve uns, tipo aqueles arquitetos da onda do Porto, em que o desenho importa muito, mandaram um motivo, como se fosse um monograma.

Estes são uns arquitetos que trabalham só no contexto digital, é tudo moléculas, e membranas, trabalham com

moléculas biológicas. Um deles é artista, e o outro é arquiteto, é uma dupla que trabalha em Londres. Um dá aulas no Royal College, um é o Mariano Colleti, e o outro é o Marcos Cruz. Desculpa estar a divagar, mas acho que isto responde a essa questão porque, no fundo...

[Batem à porta – entra Mattia Denisse. A conversa passa a centrar-se no livro *Experiments and Observations on Different Kinds of Air*]

ASG: Neste trabalho não houve conflitos, por isso é que ele é tão bonito. Mas nós somos suspeitos para dizermos que ele é bonito.

Mas isto é um trabalho de mediação, isto não há só duas partes, como em quase todos. Houve quatro. Havia um comissário...

Para mim, há uma figura fundamental, neste trabalho, que é a Manuela, que é talvez a pessoa mais influente. [risos]

MD: Por acaso, houve algum conflito com a Manuela, não era conflito, era divergência de opinião.

ASG: Sim, divergências de opinião. A Manuela é uma revisora profissional, mas daquelas *old school*, se bem que esse termo seja um bocado pejorativo.

MD: É supercompetente, superexigente.

ASG: É supercompetente, acho que já não existem pessoas assim. É uma pessoa que nós nunca vimos. Eu nunca a vi! Tu também nunca a viste? Trabalha com *email*?

MD: Sim, com *email*.

ASG: Tem *email*, mas só trabalha com provas impressas.

MD: O seu marido vem buscar os documentos.

AA: Ah, há um intermediário!

[risos]

ASG: Portanto, essa figura é muito importante neste livro.

MD: Depois de os papéis passarem na sua casa, cheiram a fumo...

ASG: [risos] Pois é, cheiram a tabaco, não é?

Eu já estou habituado, porque tenho um outro cliente que é produtor de azeite e também é assim: vem a cheirar a lareira e a tabaco. Às vezes, vem com umas manchas de óleo. Enfim, avança com as perguntas.

AA: Qual foi o processo? Quem é que o iniciou? Quem é que deu o mote para se fazer o livro? Partiu da exposição?

MD: O livro faz parte da Bienal e, quando se faz uma Bienal de Veneza, há sempre um catálogo. E o João, o Pedro e o Natxo (que era o curador), sobretudo o João e o Pedro [refere-se aos artistas João Maria Gusmão e Pedro Paiva], não gostavam da ideia de fazer um catálogo, porque eles costumam fazer outras coisas, mesmo com o António e a Cláudia [refere-se aos Barbara Says...]. E convidaram-me – porque não tinham tempo para fazer o catálogo, o tempo foi muito curto – para ser editor do livro, e a ideia era fazer uma espécie de antologia de textos que tinha a ver com o trabalho deles.

AA: Trabalho que tu já conhecias?

MD: Sim. Na verdade, este trabalho de antologia de textos é um trabalho que fazemos naturalmente, desde há muito tempo. O partilhar textos, mostrar aquilo de que gostamos, estamos sempre a fazer isso. É uma coisa natural mas que,

neste caso, passou a ser um objeto. Com o António e a Cláudia, também costumava trabalhar, daí o convite. Eu e ele temos referências um bocadinho equivalentes em certas direções, por exemplo referências enciclopédicas.

ASG: Neste caso concreto, eu já trabalho com eles há... Eu conheço o Mattia há mais tempo do que conheço o João Maria. Já trabalho com ele há mais tempo do que trabalho com estes senhores [os artistas], mas trabalhei muito consistentemente, durante uns anos, com eles, porque o Mattia trabalhou na ZDB. Não, desculpa, o Mattia esteve cá como artista e fez um projeto na ZDB, é isso que é correto (não é?), juntamente com um coletivo e, depois, ficou por cá e continuou a fazer vários trabalhos, não só na ZDB mas também noutros sítios.

Eles começaram, a trabalhar também da mesma maneira com a ZDB, no mesmo sítio, que é um espaço alugado. Não, um espaço ocupado. Não! Cedido pela câmara, mas que depois foi retomado, foi... como é que se diz?, foi anexado... enfim, aquelas coisas. No fundo, eles sucederam ao Mattia, são o grupo de artistas ao qual o Mattia pertencia. E fizeram lá [a exposição] e depois pediram-nos para fazermos publicações, passados uns tempos, já depois dessa exposição.

Eu penso que comecei logo a fazer publicações com eles, ali. Não havia dinheiro, aquilo era uma coisa financiada pela ZDB, que pagava a produção dos objetos que se faziam para aquilo, que eram basicamente cartazes, as “*Tercenas*”. O espaço chamava-se Tercenas. E os cartazes, no caso do Mattia, foram três cartazes A3, ou seja, cartazes que ninguém conseguia ver [risos], eram tão pequenos! Feitos para pôr nas caixas de eletricidade, mas depois no verso tinham programa, tinham comunicação, tinham trabalhos de co-

municação, tinham lá texto... e, depois, o catálogo. Depois deles, houve menos dinheiro, acho eu, e então fizeram-se só cartazes, sendo que, para o último cartaz, nem houve dinheiro e acabou por ser só um convite. Eram três exposições. Então, no convite, eles puseram uma página do Edgar Allan Poe tirada do livro e nós anexámo-la ao convite. Ainda sou capaz de encontrar isso. [levanta-se para procurar]

AA: Essa exposição de que estão a falar é de quando?

MD: Esta é de... Eu fiz esta primeira exposição chamada “*Tercenas*” em 2001, e eles devem tê-la feito em 2002. A primeira, em 2001, era com outros artistas franceses. A ideia era passar nove meses dentro do lugar... era muito radical, vivíamos dentro. E, todos os três meses, cada artista mudava de espaço e fazia uma instalação *in situ*. Depois, o João e o Pedro readaptaram a ideia, convidaram, por exemplo, o Alexandre Estrela...

ASG [volta]: Isso foi o catálogo que se fez, isto é o espaço. Isto ia ser o África Conte que é no mínimo... Isto depois tinha um terraço, tinham aqui esta ponte que unia dois espaços, no outro tinham o Edgar Pêra, o realizador que tinha lá um estúdio. E entravam sempre, semana sim, semana não, e gamavam coisas. Eram sempre uns filmes assim...

MD: Nós chegámos lá dentro e tirámos três camiões de tralha, de porcaria. Está aqui, olha.

AA: De entulho...

ASG: Isto é mais ou menos o fim. Eles vestiram praticamente um escafandro... [risos]

Era lindo. A vivência deste espaço era linda.

MD: Havia de tudo, gatos mortos, seringas.

ASG: A essa parte, não assisti. Assisti, depois, à parte final. Montaram lá dentro tendas (mesmo com espigões e tudo).

O trabalho que fiz para eles era um trabalho que até documentava um bocadinho o que se estava a passar lá dentro. Havia uma tenda verde central, num dos pisos, não sei de quem é que era. Havia uma cozinha... e isto tornou-se num espaço completamente autónomo. Depois havia concertos...

MD: 2 *workshops*: 1 *workshop* de música concreta e 1 *workshop* de...

ASG: Exato. Eles depois continuaram o projeto. Chamaram a isto “*Tercenas*”, e a ZDB adotou o nome. E isto é o *De Paramnésia*, que é um projeto que eles fizeram quando os conheci. E tu também, não é? Até antes, se calhar...

MD: Eu conheci na exposição da ZDB.

ASG: Pois foi com um coletivo de alunos, com a Inês Botelho e essa malta toda.

MD: No fim do “*Tercenas*”, mostrei o que podia fazer e...

AA: ... começaram a trabalhar juntos.

ASG: Isto foi o último, portanto foram três, eles fizeram três. E todas as três exposições eram obras deles em diálogo com os artistas com quem se identificavam e convidaram esses artistas, já não me lembro: o [Alexandre] Estrela, o [João] Tabarra, o Mike Goes West, que faz serigrafias no Porto. Ele chegou a trabalhar contigo, não?

MD: Não, comigo, não.

ASG: O Philippe Meste, um francês que faz uma arte meio bélica. Que mais?

Nesta última tinha, o primeiro era um cartaz, fez-se um cartaz enorme em serigrafia, o segundo foi um cartaz A3, e o terceiro foi isto... não houve dinheiro para fazer um cartaz. [risos]

Isto foi num ano em que apertaram as torneiras todas. Portanto, isto é a primeira coisa que eles fazem de publicação. Pegaram num texto do Edgar Allan Poe, passaram o texto e pediram para o pôr aqui, como se fosse um acrescento, uma acoplagem. Isto depois era feito...

MD: Fizeram com a ZDB um pequeno panfleto para uma exposição. Eu já tinha 2 ou 3 textos também e, depois, foi crescendo.

Há sempre uma ideia de antologia nas coisas que eles propõem.

ASG: Sim, sim.

E, portanto, eles fizeram um outro projeto que era o *Eflúvio Magnético*, não é? Era deste que o Mattia estava a falar. Fizeram um coisa tipo *newsletter*, mas não havia assim uma intenção... tinha um formato de *newsletter*, com uns papéis um bocado reles.

Já agora, mostro... [levanta-se para procurar algo] Este livro tem mesmo imensos antecedentes [refere-se ao *Experiments and Observations on Different Kinds of Air*].

MD: Na verdade, o único catálogo que eles fizeram não foi contigo, foi com o Museu do Chiado, não é?

ASG: Portanto, cá está. O *Eflúvio Magnético*, a tal *newsletter*. Depois, houve o *Abissologia*. Mas estes três livros foram feitos mais ou menos na mesma altura. A única diferença é que este foi antes, referente à grande exposição que eles fizeram na Cordoaria. Este foi de repente para o Foto Espanha. Convidaram-nos para fazermos uma exposição em Espanha,

em Madrid. E este passou à frente deste e depois, no ano seguinte, para a Bienal, foram eles os convidados. Mas assim *in extremis*, porque houve uma série de boatos que ia ser o Pedro... Como se chama o realizador? Aquelas coisas que correm...

MD: Joana Vasconcelos.

ASG: Joana Vasconcelos... Que agora vai ser, desta vez. Por apontamento superior.

Para fazer isto [*Experiments and Observations on Different Kinds of Air*], tivemos para aí quatro meses. De repente, surgiu este trabalho quando estávamos *in medias res* deste...

MD: Três meses e meio.

ASG: Três meses e meio! Isto foi feito em tempo *record*. Isto mais a exposição.

Eles não tinham nome para a exposição. Eu, no meio das pesquisas, estava a ler um livro dum americano, o Steven Johnson, um daqueles tipos que escreve sobre *new media*, um escritor de novos *media*. Ele estava a escrever sobre o livro onde se descobriu o oxigénio e depois fui ver ao Google – na altura estávamos a ir buscar também alguns destes textos ao Gutenberg Project –, fui buscar a primeira edição do livro ao Gutenberg Project. É um livro do século XVIII e encontrei o frontispício – a folha de rosto – desse livro e mostrei-lhes a eles todos, e eles apropriaram-se deste nome, ou seja, porque não havia título, estávamos basicamente a trabalhar com a pistola na cabeça. O comissário, o Natxo, também não sugeria título, mas tinha de surgir um título para a exposição. E, pronto, ficou isto. Acho que foi assim que surgiu.

AA: E também te apropriaste do próprio [frontispício]?

ASG: Não propriamente. Ainda se pensou em fazer... tipo directo, mas achámos

que não fazia sentido, porque tudo o que está aqui não tem absolutamente nada a ver com o livro, o próprio trabalho deles... Aquilo é um livro sobre a descoberta científica dum indivíduo.

O texto do comissário é sobre a flogística... não, é sobre a descoberta do fim da flogística... (Já não me lembro o que é isso... a flogística é a emanção de energia, em que se acreditava nesta altura) e um Sr. chamado Lavoisier que descobriu a teoria do aproveitamento da energia, que depois refutou uma série de teorias em que este tipo também acreditava. Portanto, não havia qualquer hipótese, em termos narrativos, de entrelaçar isto aqui, tanto que o Mattia, como editor, depois nos convidou para escrever um texto.

Nós, no meio da pesquisa, começámos a pesquisar a página: como é que as margens funcionavam... e depois descobrimos estas coisas do Balzac, que, basicamente, ia às tipografias e, quando o livro estava no prelo, mudava o livro, mudava a história toda [risos]. Mas isto era prática comum, o Eça de Queirós também fazia isso. Ou seja, estes autores são excêntricos e por isso mesmo é que são brilhantes.

MD: Bom, nós estamos acostumados a ver no computador as coisas já feitas, e esta era a primeira vez que eles viam as coisas feitas. E mudavam tudo, tudo.

ASG: Pronto, era uma loucura. Quase todas as provas do Balzac – há várias – são assim, parecem hipertextos. Tinham umas margens que eram uma loucura!

Fomos ver também algumas das referências que eles partilham com o Vítor Hugo, tanto no *Eflúvio Magnético* como no *Abissologia*. Há textos do Vítor Hugo em que ele escrevia um bocadinho e depois, passados três anos, escrevia mais um bocadinho... A origem da história é

toda assim: visualmente, é uma folha de papel – no fundo, um rascunho –, mas com ligações e com aproveitamento formal.

Deixa ver outros exemplos... Depois, começámos também a pesquisar mais no contexto da tipografia e descobrimos que o Baskerville conheceu o Priestley, se bem que o livro do Priestley tenha sido composto em Caslon, com uma letra do género da Caslon. O Baskerville nunca foi aproveitado na Inglaterra, nos países anglófonos. Eles, depois, também faziam todos parte de um grupo e, portanto, havia uma narrativa, havia ligações muito fortes entre estas referências todas, o mesmo contexto destes textos e das obras dos artistas e do Mattia... a questão da crença no ser... o próprio Baskerville era anticlerical, radical e pediu para ser enterrado de pé.

MD: Tipo anarquistas.

ASG: Mas depois foi exumado e puseram-no numa capela, numa daquelas capelas que não tinham religião, onde esteve cerca de sete anos. O corpo dele não apodreceu, secou, mumificou-se e as pessoas iam desenhar o Baskerville à vista. [risos] Por isso, ele tinha uma história, há uma série de histórias aqui e de narrativas que brincam com esta questão...

MD: Sim, sim, uma literatura fantástica. O João e o Pedro trabalham muito sobre este tipo de literatura científica, pré-científica, assuntos do século XIX, fim do século XVIII, filosofia muito mais antiga, pré-socrática, materialismo, muito antes da filosofia... Um conjunto [de textos] fantásticos, científicos. A ideia era fazer uma escolha de textos que tivesse a ver com isto, a brincar um bocadinho com todos os estilos de literatura. Há textos extremamente variados, Darwin, por exemplo...

ASG: O Mattia, basicamente apareceu aqui com isto, estão aqui uns excertos desse... uns textos... uns em francês, outros do Sócrates, traduções... por isso isto exigia também um trabalho, um esforço nosso, de indexação e de controlo da sequenciação. Nós estávamos um pouco em delírio... Com o tempo que havia...

MD: Na verdade, não tivemos problemas, não pedimos os direitos de autor...

ASG: Como?

MD: O que eu fiz, foi uma antologia, que é uma montagem como no cinema.

AA: Sim...

MD: Isto tem de ter... é um tipo de antologia que tem de ter direitos de autor específicos, porque tu vais desviar o sentido dos textos.

AA: Descontextualizar os textos.

MD: Por exemplo, no texto do Borges e do [imperceptível], o António deixou o texto acabar ao mesmo tempo para ter a coincidência das duas mortes. Isso, numa antologia normal, é completamente impossível. Tu estás a desviar o sentido. E eu fiz muito isso...

ASG: ... há montes de textos que estão interrompidos, não é? Há um texto que acaba, entra outro texto e, depois, volta outra vez ao texto original.

AA: Mas essas opções foram tuas, Mattia?

MD: Sim, sim. Eu fiz toda a estrutura do texto. O João e o Pedro sugeriram alguns, o Natxo também me sugeriu alguns. Depois, escolhi todos os textos e como seriam montados, como se

chamavam os capítulos e, depois, escrevi um texto que se chama *Câmara de Descompressão*, que é uma espécie de texto que não é editorial no sentido de explicar o que iria acontecer, mas que dá algumas ideias. A ideia era preparar o leitor para o que vem depois.

AA: A *Câmara de Descompressão* está aqui, primeiramente, mas depois editaste-a com a Sofia, não foi?

MD: Editei com a Sofia. A Sofia e o Rui achavam que este texto tinha capacidade para se autonomizar, para viver sozinho. Não é um texto sobre a obra do João e do Pedro, nem é um texto sobre o conteúdo do livro, a *Câmara de Descompressão* é uma espécie de sub-marino, para preparar o corpo...

AA: Para preparar o que vem a seguir.

ASG: Ele, aqui, foi trabalhado no contexto do livro, como objeto de continuidade, mas acima de tudo para fazer aquilo que ele queria, que era que as pessoas se ambientassem ao livro.

MD: Há um capítulo do livro que se chama *Sincronização*. Eu brinquei mais com o Darwin, com o Allan Poe e com o... como se chama o francês, o da ficção científica?

ASG: O Verne. O Júlio Verne.

MD: São três livros... é um jornal de bordo de navegação. Encontrei dias que são parecidos e mudei os dias... Por exemplo, o primeiro dia era o Darwin, o segundo dia era (mais ou menos sincronizado) o Allan Poe...

ASG: Está aqui. Nós ao lermos os textos, quer dizer, em três meses e meio... Janeiro e depois a 19... eu mostro o português que é mais...

[procuram os textos na versão em português]

MD: 15 de janeiro é o Darwin, 18 de janeiro é Allan Poe, 19 também é Allan Poe.

Depois havia uma relação: o primeiro de fevereiro, depois o Júlio Verne também.

Mas só que os textos estão mesmo... pareciam quase a mesma história. Então brinquei a fazer o texto.

AA: Como se fosse um diário de bordo, mas dos vários autores misturados.

MD: Exato. Os dias são mais ou menos sincronizados, a sucessão dos dias tem uma lógica. O tempo, não, porque não são os mesmo anos... Mas dão a sensação, assim de entrada na história, e eles falam de coisas que são relativamente equivalentes.

O Allan Poe e o Júlio Verne são a mesma personagem, porque acho que o Júlio Verne tinha... não sei... apanhado uma personagem do Allan Poe (ou o contrário) e brincaram com isso. Então, no texto, aparece a mesma personagem, uma espécie de confusão.

ASG: Pois, havia outra questão: nós, ao lermos os textos, reparámos que cada um deles tinha brincadeiras destas (também por advertência dele [Mattia]) idiossincráticas em cada capítulo, ou seja, nunca se poderia aplicar um método único para os tratar todos, se cada um tem a sua maneira de trabalhar. Normalmente, os designers (dentro desta questão concetual) arranjam logo um ou dois conceitos que servem para todo o livro. Aqui, era impossível.

Por exemplo, no caso deste do Mattia, em que ele entrelaça quatro autores, quatro histórias de viagens e faz depois, mais à frente, um livro de viagem. Nós depois reparámos, na leitura, que, por exemplo, o Darwin não punha

as coordenadas, um deles punha as coordenadas dos sítios que visitava (que era o Poe), o Darwin não punha, o Verne também não punha, então resolvemos ir ao GoogleEarth e acrescentámos na margem... e uma pessoa pode fazer estas viagens com o GoogleEarth aberto.

AA: Para irem encontrando os sítios.

Mas, quando dizes “fizemos”, foste tu enquanto designer ou foi a equipa?

ASG: Sim. Nós propusemos ao Mattia fazer isso, e estiveram a Cláudia e a Patrícia, as duas tipo “deixa-me ver... Corcovado, onde é que é isto?” [risos] E andaram às voltas. Depois, havia nomes que não batiam assim certo...

AA: Tiveram que fazer essa pesquisa...

ASG: Estiveram à procura dos sítios, e a Patrícia colocou depois, mais ou menos, tudo a bater certo. Esta de que o Mattia estava a falar do Borges, do último piscar de olhos, começa com um texto do Borges e depois, a meio do texto, entra um outro do Villiers. O texto tem uma estrutura semelhante em termos narrativos, não tem uma estrutura semelhante em termos semânticos ou em termos de pontuação, nem nada. Mas o que nós tentámos foi forçá-los de maneira a que eles acabassem na mesma página. Em termos de texto, um era ligeiramente diferente do outro, um tinha mais ou menos caracteres do que o outro, já não me recordo.

AA: Mas a ideia é ler este texto linearmente, desde a primeira até à última página, e este a mesma coisa, não é?

ASG: Podias ler os dois ao mesmo tempo.

MD: Podes ler os dois ao mesmo tempo, mas também podes ler um a seguir ao outro. Mas era para mostrar, a minha ideia era dar equivalência, os dois são

uma história de uma pessoa que sabe que vai morrer, há um que faz parar o tempo antes de morrer para acabar o que estava a fazer...

ASG: Estava a fazer um trabalho.

MD: ... e outro que pisca o olho, depois de ter a cabeça cortada, para mostrar que a vida continua um bocadinho mais depois da morte. Mas então a ideia era juntar os dois fins... o piscar do olho e a bala que para, e que depois dispara... e então as duas mortes coincidem no fim do texto.

ASG: Eles morrem no mesmo momento.

MD: Podes muito bem ler o Borges de uma vez e, depois, o outro. O grafismo faz com que vejas de uma maneira...

AA: ... quase cénica.

MD: É quase uma encenação.

ASG: Pronto, isso é um exemplo de como, mais ou menos, negociámos.

MD: Também a ideia do *hapax*, que acontece só uma vez.

AA: O *hapax* é o quê?

ASG: O *hapax legomenon* é uma palavra que aparece só uma vez numa obra. Antigamente, os autores usavam para evitar plágios e não sei quê. O Shakespeare usava isso.

MD: A ideia era criar uma espécie de ilha dentro do livro.

Aparece algo de muito curioso, que não tem nada a ver com o resto: por exemplo, a história de um caranguejo que sobe acima dos coqueiros para comer cocos... [uma história] para corresponder à ideia de *hapax*.

ASG: Sim. Mas há outra. Como era a outra? Aquela da... [imperceptível] que são as lendas de Dogon, que é uma tribo africana mítica, que se estuda desde o surrealismo. A mitologia deles é incrível. Portanto, são histórias dessas.

Há um momento em que de repente (este é o único momento em que usámos o texto como ilustração, acho que é o único) é uma coisa mais óbvia, se calhar, mas que num contexto destes, se calhar, vale a pena. Aonde é que ela está? É no fim, não é?

É uma história do pai e do filho que vão caçar no deserto, na savana, e que levam a água dentro de uma bexiga e penduram a bexiga na árvore, para evitar que as térmitas, as formigas, cheguem à bexiga. Durante a noite, as térmitas comem a bexiga e eles acordam e deparam com a água a pairar no ar, como se... então pusemos o texto numa bola, fizemos um “curandel”... está aqui algures.

AA: Ah! Sim, já vi.

ASG: Está aqui algures. Não é fácil. Pensava que era fácil... [risos]

AA: Está, está. Já vi.

ASG: No meio disto tudo, o Mattia... quer dizer, quando estávamos a tentar perceber como íamos estruturar isto, entrou mais uma figura importante: a equipa de advogados.

AA: Por causa dos direitos de autor?

ASG: Os advogados tiveram de negociar os direitos de autor.

AA: É importante...

MD: Neste livro estiveram quinze pessoas a trabalhar, três meses sem parar.

Na DGArtes, três pessoas a trabalhar sobre os direitos de autor, na tradução,

na revisão, porque era em duas línguas, encontraram uma tradução do hebraico para o português... [risos]

ASG: Foi espantoso. O trabalho deles foi exemplar.

MD: Com dificuldades... O João e o Pedro conseguiram negociar isso. Eu não tinha tempo nenhum. Quando temos tempo, isto não é nada... mas não era nada evidente, porque a ideia não era fazer um catálogo, mas um livro. Quase não há fotografias.

AA: Há muito poucas, de facto!

MD: Pouquíssimas! A ideia, de início, era fazer sem fotografias nenhuma. Mas eles não queriam isso.

AA: Na DGArtes não deixaram?

MD: Não deixaram porque era um catálogo de uma exposição.

ASG: Mas pusemo-las assim, muito sumidas, o menor que se pudesse pôr, não é? Isto foi uma guerra...

MD: Aparece de uma maneira completamente aleatória, como se...

AA: Não têm relação com o texto?

MD: Não têm relação com o texto... mesmo na entrada aparecem nos cadernos, então não podíamos escolher bem...

ASG: Porque isto são intercalos.

Há um limite, não se pode, mas nós tentamos.

MD: 8, 16, 24 páginas. Até está mais ou menos certo.

ASG: Mas nós tentámos. Tentámos relacionar com o texto. [risos] Há aqui

momentos em que até se consegue, mas não foi fácil. Há aqui tantas relações, por exemplo esta relação do Poe que cita o Verne no próprio texto e depois esta... Nós tentámos fazer esse tipo de coisas.

AA: Há sempre alguma relação.

ASG: As imagens, por si só, têm uma sequência que os artistas escolheram com o Mattia e connosco, em sessões de reuniões contínuas de baralhar isto e voltar a pôr e ver onde é que calha e, depois, voltar a paginar e meter as imagens e ver onde é que calha, ou seja, temos centenas...

MD: Dentro dos limites que havia.

ASG: Sim, isto é muito limitado. Por exemplo, neste caso aqui, esta imagem aparece no Fernando Pessoa, isto é a Boca do Inferno, um sítio com que o Fernando Pessoa tinha uma relação muito forte. É circunstancial.

MD: Há uma coisa que tem de se dizer: no início, quando me pediram para fazer isto, eu não sabia, não me tinham dito se ia ter 20 páginas ou 100 páginas.

ASG: Sim, não sabíamos... e a parte financeira também não. Todos os dias eram orçamentos novos...

MD: Aliás, eu tinha pensado que ia fazer uma escolha destes textos, umas 50 páginas. Entusiasmei-me! [risos] Não tinham previsto que ia escrever.

ASG: Normalmente, os catálogos da Bienal são tipo três textos: o do comissário... e depois imagens dos trabalhos dos autores...

AA: Subverteram completamente essa lógica. Mas então a DGArtes não reagiu

muito bem ao facto de não haver imagens, não foi?

MD: Depois gostaram, mas ao início tinham um complexo...

ASG: ... depois entraram no jogo, mas isto não deixa de ter os textos deles antes do texto do editor. O texto do Natxo. O diretor acabou por entrar também no lado lúdico disto. O texto dele também... acaba por ser um objeto que fica homogéneo, não é? Por exemplo, nós, aqui, [refere-se ao *Tinta nos Nervos*] quisemos pôr o Joe Berardo, pusemos tudo por ordem alfabética, comissário e tudo. Artistas, comissário... ordenámos tudo por ordem alfabética – também quisemos pôr aqui o Joe Berardo porque ele também contribuiu com um texto. Depois tivemos que o pôr fora... houve um telefonema de cima. [risos]

O Mattia depois, no processo disto – quando viu o nosso entusiasmo –, resolveu convidar-nos para escrevermos um texto para aqui. Eu fiquei logo um bocado aflito com isso, porque nós não estamos acostumados a fazer isso. Então optámos por escrever só um cólofon. Também nunca tinha feito um cólofon... assim deste género, nunca tínhamos feito! (eu e a Cláudia).

MD: Achava que era muito importante é que cada parte do livro faz parte da construção do objeto, desde a escolha da letra [fonte]... de se ter procurado uma pessoa que não só desenha a letra mas que tem um espírito comum com o resto dos outros [autores].

Eu acho que um livro é um trabalho em comum... muitas vezes olhamos só para o autor.

AA: E a questão da autoria, da autoria do livro? Quem é o autor? Aqui na capa aparecem os artistas, mas...

ASG: [risos] Esta questão é sempre a questão problemática do livro. No fundo, é a questão da morte do autor. Este livro é representativo da questão da morte do autor. Porque, aqui, quem escolhe quem é autor é quem... Depende! Neste caso, pode ser... por exemplo, para uma editora (no caso da Sofia), o autor é o Mattia. E, claramente, fazem a excisão do texto dele para uma nova publicação (incrível).

Para um designer... O designer, aqui, não tem posicionamento autoral nenhum. Nunca teve de início, por isso a única coisa de que o designer se pode proclamar autor é da semântica toda disto: da introdução de intercalos, da escolha de...

MD: Mas há uma coisa... em relação a um livro comum este livro, para ser lido, sem o trabalho do António e da Cláudia, a sua leitura seria impossível. E esse é um trabalho muito importante. Este livro não se faz sem um trabalho muito autoral dos designers!

ASG: A maior parte dos *ateliers* não tem tempo sequer para ler os textos. Em três meses e meio, ter que ler estes textos todos e tentar encontrar e perceber as idiossincrasias do Mattia, do comissário (do Natxo), dos artistas... Só é fácil porque já trabalhamos há muito tempo e também porque a Cláudia Castelo, acima de tudo (ela assume-se como designer, mas ela não é designer), é também uma editora.

Ela foi editora da *Flirt*, ela é que esteve a ler os textos todos, incansável, ela leu quase todos os textos. Eu também li alguns, mas li os textos no tempo em que eu conseguia ler. A Patrícia também leu os textos no tempo em que ela conseguia ler. Mas quem leu isto de igual para igual foi a Cláudia e foi ela que depois foi chamando a atenção para algumas coisas, que depois nos foi obrigando a focar a nossa atenção...

A parte da pesquisa, digamos, a contextualização, fui eu e a Cláudia que fizemos.

MD: A produtora também estava a trabalhar para encontrar os textos em línguas diferentes.

São pessoas que se conhecem todas muito bem e que trabalham numa...

AA: ... numa simbiose.

ASG: Sim, e o espaço de tempo que tínhamos para fazer isto... na altura em que fizemos este trabalho, eu recebi uma chamada para fazer um megatrabalho, a Moda Lisboa, e recusei. E depois paguei as consequências, aliás o *atelier* pagou as consequências disso, começou a circular por aí que éramos arrogantes e não sei quê... [risos]

MD: Há aqui uma coisa estranha, inacreditável: este livro está completamente desaparecido.

ASG: Ah, sim, ninguém sabe da existência deste livro!

MD: Ninguém sabe disto. Não há um artigo sobre o livro.

A DGArtes tinha um distribuidor, o livro foi para a FNAC, na altura, mas durante pouco tempo porque a distribuidora [faliu]... Mas não houve crítica, ninguém falou disso.

AA: Mas isso deveu-se a quê?

MD: Falou-se da exposição porque a escolha do João e do Pedro foi muito polémica. Quando se falava da Bienal de Veneza, só se falava da polémica. Não se falava nunca da exposição que eles fizeram, nem do conteúdo... [imperceptível] é que, para se falar do conteúdo, tem que se ler. É melhor falar do problema do dinheiro. Então, mais ou menos tudo

o que havia foi sobre isso. Mas, mesmo sobre o catálogo, foi zero.

ASG: Nada, nada.

MD: Acho um bocadinho incrível, quer dizer, não é o único exemplo de bom livro, mas acho que é um livro que merecia ser reconhecido como sendo uma coisa diferente das outras coisas que se fizeram. Nem que fosse só por isso.

AA: Certo.

ASG: Acho que isto foi uma espécie de treino importante, tanto para nós como para a DGArtes. Como eles nunca fizeram um livro destes, nunca trabalharam com todo o potencial que tinham na altura. Agora não sei se terão ou não.

Eles têm lá uma figura dentro, também importante, a Mónica Guerreiro, que ainda está lá. É uma figura... para os legistas, com os... Isto até chegou ao ponto de haver direitos negociados através da via diplomática. Teve que ser através da...

MD: ...da [imperceptível] É uma estrutura superpotente. [explica que pediam para lhes darem respostas com rapidez pois o livro seria editado em 15 dias]. Chegávamos à semana seguinte e não havia resposta.

AA: E como é que fizeram?

ASG: Através do Ministério dos Negócios Estrangeiros.

MD: Decidimos avançar sem saber. Porque, a partir do momento em que envias um pedido e eles não respondem, depois podes dizer que fizeste o pedido. Mas depois responderam e, no final, era barato.

ASG: É prática comum a edição fazer

isso. Não se conseguiram pedir todos os direitos.

MD: Não é grande coisa, porque é um catálogo para uma Bienal...

AA: ... uma tiragem pequena.

ASG: Por isso, este trabalho acaba também por ter esta condição, não é? Não é um catálogo, é um livro, não é um livro, é um catálogo. É uma coisa assim um bocado híbrida.

Só um parêntesis, a propósito da Manuela: porque é que a Manuela, a revisora, é uma figura importante? Ia-me esquecendo! Não é só por ser uma figura que não conhecemos diretamente. É porque grande parte da qualidade que está aqui é por coisas que ela deteta. E também pela maneira como ela contribuía. Às tantas, no processo, ela manda-nos um... as provas vinham dela como vêm do Balzac, não é?

Quando eu e a Patrícia víamos isto, ficávamos tipo... como é que vamos reagir a isto?

Por exemplo, em relação ao texto do Borges, ela escreveu aqui: "Não faço comentários, porque não me compete." [risos]

MD: Ela estava a dizer: "Cuidado com os designers, eles estão sempre..." [risos]

ASG: Eles não percebem nada, não respeitam. Não leem os textos! Não leem os textos! O que era mentira.

Não, mas ela é impecável, quer dizer, ela fez este reparo, lindo, basicamente a dizer que, segundo ela, este tipo de tratamento que se deu ao texto – que fizemos ao Villiers e ao Borges –, não cabia aqui.

MD: Ela dizia que era revisora há 25 anos e que nunca tinha visto uma coisa destas. E que não podia ser responsabilizada.

ASG: Revisora há 20 anos, assinou no fim.

As provas dela vinham assim, mas cheias de contribuições, de tal maneira que, por exemplo, (esta aqui até foi gira) parecia que este era o Natxo Checa [aponta para a imagem na folha de rosto]. Não sei se o Natxo te falou desta.

AA: Não, ele não me falou, mas eu já tinha reparado.

ASG: Isto é um encantamento, com um tipo a quem nasceram cenouras nos olhos. É uma imagem que ele escolheu para ilustrar o texto dele. Isto, posto desta maneira, parecia que era referente ao Natxo. O Natxo ainda ficou mais contendo com essa possibilidade. [risos]

MD: “Quem não conhece o Natxo fica a pensar que...” – era para ver se os designers tinham percebido bem que a fotografia não era do Natxo.

ASG: Olha, isto é um desenho do Baskerville em decomposição, em mumificação.

AA: Ah, uau!

ASG: Nós, neste caso, fizemos praticamente tudo. Fizemos o design da identidade da exposição, mas usámos tal qual tínhamos composto aqui. Até se fizeram cartões pessoais. Acho que nunca se tinham feito... para cada um. Só o Mattia é que não teve direito, ou teve? Tiveste direito?

MD: Não, eu não queria! O João e o Pedro também não tiveram...

ASG: Ele não queria... O Natxo teve. O comissário teve.

Este é o desenho do Mattia. Isto é o frontispício de que eu estava a falar.

AA: Exato. Que tem uma relação com a capa, não é?

ASG: Sim, mas não queríamos estar a fazer um *pastiche* ou assumir... fizemos uma espécie de renovação aqui disto. Até deixamos o ponto a seguir ao R, que é uma coisa um bocado esquisita, que a própria revisora também... [risos]

AA: Mas até que ponto vocês aceitavam as intervenções da revisora? Pelos vistos, ela fez muitas que vocês passaram por cima, não é?

ASG: A revisora é fundamental. Neste tipo de decisões, era feita uma reunião e na reunião é que se decidia. Nós não decidíamos sozinhos. Depois, havia partidarismos, mas a maior parte das coisas deste género era unânime entre nós. Acho que não havia problema.

MD: Era a Francisca que falava muito com ela e que tentava dizer-lhe que a parte dos designers tinha de ser respeitada, porque era o trabalho deles... Eu acho que eles conseguiram chegar a um equilíbrio.

AA: Aí, negociaram...

MD: Também há outra coisa: eles costumam trabalhar com tempo e, aqui, era “para amanhã precisamos...”. E havia o revisor e o tradutor. Havia uma espécie de tensão.

ASG: Eu acho que é importante, agora é muito fácil fazer livros e catálogos.

É fácil porque, em termos práticos, tens um comissário, tens a exposição e, tendo os intervenientes principais, o tempo é muito mais reduzido.

Este trabalho é um trabalho de equipa, isto é um filme autêntico. Este livro é feito quase como se fosse um filme de cinema, um rol de agradecimentos. Este livro é igual! E muitas vezes as pessoas esquecem-se disso. Os designers também se esquecem desse tipo de coisas.

Muitas vezes, pensam que o catálogo (ou o livro) é o autor e o designer e que há uma mediação bilateral, mas não há! Nem trilateral, nem quadrilateral. Não há! Não há hipótese de uma pessoa encontrar um centro aqui, não há.

MD: contei uma vez e éramos 15 pessoas.

ASG: O livro é feito, é paginado duas vezes, em duas línguas.

De repente, mudam montes de coisas. Não era a primeira vez que tínhamos feito isto. A primeira vez que se fez foi neste [refere-se ao *Abissologia*]. Esta é a versão espanhola. Fizemos em espanhol e inglês. Esta foi a primeira experiência que levou com os erros todos [risos]. As falhas estão todas aqui.

AA: Preparou-vos para a odisseia.

ASG: Por exemplo, neste caso as imagens têm de ficar no mesmo sítio, [compara as versões inglês e espanhol do livro *Abissologia*], de repente acontece isto, mas depois, se comparares o inglês e o espanhol, o espanhol ficou assim. Eles gostaram [risos]. Mas, no inglês, está com o texto aqui a correr. Isto é uma série de imagens que o João Maria e o Pedro Paiva... não sei se tu também escolheste imagens destas.

Mas eles também usam as imagens como os textos. São imagens sacadas da net, ou seja, de muitas delas não temos direitos. Então põe-se o mais pequeno possível, para evitar qualquer tipo de questões legais [risos]. Propusemos nós essa situação. Colocávamos aqui dentro as imagens como se fossem texto.

MD: É quase também uma citação porque a citação não tem direitos de autor.

AA: Ok. Aí entravam como citação, em tamanho pequeno.

ASG: Agora o que eu vejo, como professor, são montes dos meus alunos a fazerem tudo com imagens pequeninhas e a fazerem assim uns mapeamentos. Mas eles nem sabem por que é que põem as imagens pequenas. Não sabem! Não é por elas serem sacadas da net e terem pouca resolução. É que há mais razões por trás disso.

E nós não somos os únicos a utilizar esta técnica. A *Wikipedia* é um dos principais utentes desta...

AA: Mas há uma dimensão fixa?

ASG: Depende de país para país. Há regras que variam.

Mas na internet... qual é o território da internet, essa é que é a pergunta.

Neste contexto, o território deste livro é o português, porque é o sítio onde ele foi produzido. Mas as regras cá são mais ou menos soltas. Nesse aspeto, não existe nada diretamente sobre esta questão. Por isso, pelo sim e pelo não... Também não há tempo para andar a investigar. Não temos, não há dinheiro para pagar a advogados para saber sobre isto – como houve para este trabalho [refere-se ao *Experiments and Observations on Different Kinds of Air*].

MD: Mas geralmente é uma confusão.

AA: E não há legislação, provavelmente.

MD: Há legislação, mas...

ASG: ... é muito subjetiva. Como todas as leis. É tudo muito subjetivo, é muito fácil de interpretar coisas.

MD: A diferença entre uma antologia montada e uma antologia normal... o que é uma citação e o que não é... É que uma citação pode ser uma página e meia, a partir do momento em que integra um texto. É tudo um bocadinho...

AA: Pois não há limites muito bem definidos.

ASG: Por exemplo, neste aqui tínhamos imagens deles (do trabalho do João Maria) e as recolhas, e eles queriam.. não queriam que se percebesse muito, queriam que se fundisse tudo um bocadinho.

MD: Por exemplo, num livro que eu fiz agora, há muitas citações, mas não pedimos nenhum direito de autor. E a citação é grande.

AA: Bom, eu por mim estou muito satisfeita.

Muito obrigada pela vossa participação.

MD: Muito bem...

AA: Têm mais alguma coisa que achem que devem acrescentar...

ASG: Hum, não, vamos almoçar. [risos]
E desculpa... isto não foi nada previsto [refere-se à entrada de Mattia Denisse na conversa].

AA: Não tem problema.
Obrigada.

ENTREVISTA A NATXO CHECA

LISBOA, BAR DA GALERIA ZÉ DOS BOIS
27.07.2012

NC: O grafismo da Associação Zé dos Bois, desde 1998 até sensivelmente 2008/09, foi todo feito pelos Barbara Says, excetuando os cartazes de concertos, que eram semanais, e os festivais atlânticos que foram feitos pelo Tó Trips, que eram uma coisa mais de comunicação.

AA: Mas tinhas-me dito que também trabalhas com a Sílvia Prudêncio?

NC: Sim, desde há dois anos. O que acontece é que a ZDB é uma estrutura que não tem grandes meios financeiros, e um catálogo custa 5000€, não é? Quando as pessoas são novas, querem aprender. Eu comecei a trabalhar com o António, quando o António não tinha nem currículo, nem trabalho, nem nada. Quer dizer, ele tinha os Barbara Says que faziam umas coisinhas aqui e acolá, mas que não tinham o reconhecimento que hoje têm; hoje em dia, são uma estrutura. Aliás, saíram dois colegas (eles eram três): um está em França, o outro deixou-se disso e faz outras coisas, e o António está com a Cláudia (a mulher) e mais três colaboradores. Eles têm de faturar. E o que acontece é que nós, na altura, fazíamos os *flyers*... tudo! Eu trabalhava com ele de uma maneira muito próxima, por vários motivos: primeiro, para o agarrar e para o fazer trabalhar naquilo que eu queria e, por outro, porque somos amigos. Sou amigo de todos aqueles com quem trabalho. Dos artistas, sou amigo, e gosto de trabalhar num regime de proximidade. Não gosto de “toma lá uma coisa e faz lá”.

AA: Então, já conhecias o António enquanto amigo e começaram a trabalhar?

NC: Não, não. Eu só faço amigos a trabalhar. Não sou amigo e depois é que

trabalho, isso nunca faço. Só faço amizade a trabalhar.

Com o António, foi a partir de um catálogo de uma exposição que foi feita para aqui, com o Carlos Roque, uma exposição da geração do anos 90, feita em 98 e que, aliás, foi para Barcelona... agora não me estou a lembrar. E, a partir daí, começámos a trabalhar com eles, eles disseram que podiam fazer o design gráfico...

E a ZDB não publica livros; o que tivemos, foi a revista *Flirt*, não sei se chegaste a ver alguma.

AA: Vi alguns números, sim.

NC: Ok. Isso era feito pela Cláudia Castelo (que, na altura, era da ZDB). Aliás, eles conheceram-se a fazer a *Flirt*, casaram-se a fazer a *Flirt* e fizeram o filho a fazer a *Flirt*.

Eu trabalhava com ele em todas as experimentações, gráficas e de materiais, porque ele ganhou uma grande experiência, o arquivo são catrefadas de material produzido em 10 anos, desde cartazes a moldes de antigas caixas... milhares de porcarias... caixas de sabonetes... íamos às gráficas ver os cortantes que já estavam feitos para os aproveitarmos. E, nisso, eu acompanhava o António. Dava-nos gozo. Eu não sou designer gráfico, não tenho nada a ver com isso. Mas é uma questão de acompanhar, de motivar. No fundo, a ZDB não o conquistou pelo dinheiro que ele aí ganhava, foi mais pelo facto de ele poder experimentar, de meter prata com cor verde. Essa era a condição da nossa colaboração, era ele poder experimentar.

AA: Eu gostava de dirigir a conversa em dois sentidos: primeiro, num âmbito mais geral; como sabes, estou a trabalhar na negociação entre designer e curador no âmbito de um catálogo. Já me tinhas dito [referência a uma conversa telefónica]

ca] que isto [a publicação *Experiments and Observations on Different Kinds of Air*] não é propriamente um catálogo, é mais uma publicação que parte da exposição, não é?

NC: Sim, é um livro. Tem o Ministro da Cultura o Director e eu também, não é? Depois, o Mattia Denisse, que é o editor deste livro, amigo e artista; a seguir, tens uma série de textos de diferentes pessoas que não foram... só três textos é que foram feitos para aqui, e este também deve ter sido.

AA: Foram apropriados?

NC: Foram apropriados, traduzidos e corrigidos para este catálogo. Este catálogo é muito bonito, não sei se já o tinhas visto, ou não.

AA: Já, sim.

NC: ...e dedicaram-se mesmo, com esgallha, o António e o Mattia. E há duas ou três piadas...

Por exemplo, isto é o texto do Borges. Não me lembro agora qual era o conteúdo deste texto, mas fazia-se com que ele fosse... Aqui são dois textos: o do Villiers de L'Isle Adam fala sobre um penante que vai morrer, e este [outro texto do Borges] tem uma relação qualquer, então cruzaram-nos. Aliás, até houve um problema qualquer com os editores, que não queriam...

AA: Consegues contar-me esses conflitos que foram acontecendo? Como decorreu o processo de negociação?

NC: Bom, já se passaram três anos...

Mas isto nunca é uma negociação entre o designer e o... [curador] quer dizer, o António é um designer conceptual. Portanto, qualquer pessoa que, conceptualmente, discuta as coisas vai chegar a um acordo rápido com ele.

É como isto aqui... e depois aqueles livros foleiros de ciência e ficção, depois, se ele arranjou graficamente isto (porque há um trabalho do João Maria e do Pedro que é *As Três Luas*) e fez assim, isto é um desenho antigo de crateras ou astral e depois é uma espécie de montagem e isto é a reflexão de uma íris aberta (que está no meu texto... ah, não está aqui, não!)... que é um coelho, morto numa janela. O gajo cortou-lhe o olho e tem a resotonina [não tem certeza do termo]...

Estás a falar-me de coisas de que eu já estou a milhas... [risos] É que, entretanto, estou a trabalhar há 3 anos...

AA: Mas, se preferires falar de um outro livro, estás à vontade. O que eu gostava de perceber é quais são as pessoas intervenientes, como é que as coisas se passaram, quem é que trouxe as ideias para a mesa, como é que foram discutidas, se houve conflitos, se não houve.

NC: Então, se calhar, o melhor é falar deste livro aqui [*Abissologia*]. Porque este [*Experiments and Observations on Different Kinds of Air*] foi feito, a abrir, em 2 meses, poucas discussões, muitas decisões tomadas pelo Mattia... isto é um trabalho que poderias discutir com o Mattia Denisse

AA: Ele é que teve o trabalho mais direto com o António?

NC: Sim.

AA: E qual foi, aí, o teu papel?

NC: Hum, ia acompanhando o trabalho com uma certa distância, porque o Mattia é que foi pago para isso.

AA: O Mattia enquanto editor. Portanto, quem acabou por trazer todos os conteúdos para serem representados aí dentro foi o Mattia?

NC: Todos os conteúdos, não. Eu sugeri três textos, o João Maria deve ter sugerido dois ou três.

AA: E como é que o António reagia a isso?

NC: No fundo, isto está dividido em capítulos e havia uma espécie de teoria dos conjuntos. A teoria dos conjuntos é do tipo: todos os animais mamíferos – todos os animais têm três pernas, os animais que têm uma cria quando nasce um bebé ou têm mais crias e tu vais juntando as coisas em função da relação entre elas. E este livro foi feito assim.

AA: E, relativamente aos aspectos formais, isso passou por ti ou foi entre o Mattia e o António?

NC: Não me estou a lembrar... Porque o que eu faço quando trabalho com os artistas é acompanhá-los aos sítios e motivá-los para irmos aqui e acolá e depois, às vezes, até cumprio funções de câmara. Em todos estes trabalhos, eu estive envolvido nas imagens. No livro, não estive envolvido. No outro livro, sim, mas neste, não.

AA: E qual foi o contexto deste livro? Foi uma declinação da Bienal de Veneza?

NC: Sim, porque nós, antes, fizemos uma exposição que se chamava “*Abissologia – Horizonte de Acontecimentos*” na Cordoaria Nacional, uma exposição enorme, de 2000m², 11 projetores, um calhau de 2 toneladas pendurado com uma câmara obscura, uma outra câmara obscura, um osso de baleia, uma escultura em bronze que era uma hélice impedida de exercer a sua função. E este livro acompanha o pensamento do João e do Pedro e são sempre textos, alguns feitos *ex professo* pela Teresa Velazquez, porque este livro foi pago por Espanha, e esta exposição, que foi feita cá, foi

depois para Matadero. Portanto, um texto dela, um texto meu, um texto que foi repescado do século XVII, o Lucrécio, que é grego [Titus Lucretius Carus], René Descartes sobre ótica, o John Lock, isto já estava feito, é uma observação portuguesa da Lua... o João e o Pedro que sempre escrevem. Este foi feito de propósito com o Marcus Steinweg, que é filósofo, e o resto é tradução de textos que foram encontrados na Net, porque, na verdade, a ZDB não produz livros.

AA: Acabas por não ter muita intervenção no que toca às publicações...

NC: Sim, mas para isso é que existe o Designer Gráfico... Quer dizer, digo “esta imagem fica mal aqui ou acolá”... Pensar que o design é a publicação, é um erro, porque uma publicação é uma coisa para tu leres, se não fazes uns [imperceptível] e toca a andar. Ou, então, fazes uma publicação de autor ou um livro de artista. Quando é um livro de artista, o que o designer faz é quase paginar.

AA: Exato, por isso é que eu não queria ir muito para o livro de artista. Queria ver publicações em que o designer tem alguma acção [intervenção] sobre os conteúdos...

NC: Mas aqui ele tem [*Experiments and Observations on Different Kinds of Air*]. Por exemplo, meter o índice nas abas, isso são sugestões do designer. Mas, aqui, é sobretudo o Mattia e o António.

Aqui [*Abissologia*] foi a quatro, mais o designer: foi o João Maria, o Pedro, eu e o [João] Urbano da revista *Nada*.

Mas há uma coisa muito clara. Porque é que é o António e não é outro qualquer? Porque há uma confiança plena no António, não é outro qualquer, é o António. E, agora, porque é que é a Sílvia e não outro qualquer? Porque há confiança nela.

AA: E como é que começaram essa relação e como é que se foi gerando essa confiança?

NC: Com o António, está claro: trabalhei com ele, até fazermos este livro, durante 10 anos. São muitas coisas. Com a Sílvia, começou a fazer umas coisas na falta do António, porque a Sílvia passou pelo António, durante meio ano ou um ano. Comecei a fazer umas coisas com ela, e ela é uma pessoa que pensa no que faz e por que é que o faz. Por exemplo, há um livro que não foi editado que é sobre o Kenneth Anger, que ela entendeu muito bem. Eu acho que as opções dos livros acabam por ser do designer... Tu [o curador] podes dizer, conceptualmente, onde é que ele se situa, mas a opção vai ser do designer. Eu não vou perguntar por que é que usas esta *font* e não outra. Ele vai dizer-me que acha que esta *font* é melhor.

AA: E tu não tens problemas com essas decisões...

NC: Sim, claro que, se vejo que está pequena... Por exemplo, ao António é preciso, às vezes, dizer-lhe que a letra está muito pequena...

Mas cada coisa é cada coisa... Qualquer pessoa que te diga... ou é um trabalho muito específico, ou é mentira. Não é o curador que vai... Ou então é um “mandão”, e o designer, um paginador.

AA: Depende da postura do curador...

NC: Nesta exposição (a seguir, se quiseres, vai ver), o pintor fez as pinturas, eu decidi as cores das paredes, decidi e comprei os 50 objetos que estão adjacentes à exposição e ainda discuti com o pintor sobre o que é que iríamos pintar e falar. Mas ele é que pinta... Eu posso dizer-lhe “Não gosto desta personagem...”, mas eu não vou estar a pintar.

AA: Não tens esse tipo de intervenção...

NC: Não. Eu acho que o que faz uma coisa boa é uma boa equipa e confiança; não sou nada português, não sou nada verticalista, estou-me nas tintas para isso. Não acredito nessa porcaria. Não há uma pessoa que sabe tudo e os outros calam-se e fazem. Não existe isso.

AA: A ZDB também é bastante independente, não é? Ou sentem pressões externas de algum género...?

NC: É o modelo de instituição independente em Portugal e em muitos sítios do mundo, porque a nossa dependência do Estado é de 20%. Não existe. Em Berlim, em Londres, em Paris, em Nova Iorque, não existem instituições de iniciativa civil cuja dependência do Estado seja de 20%. Não existe. É mais fácil encontrar isso na Índia ou em África do que no mundo ocidental.

AA: De quanto é que costuma ser essa dependência?

NC: Uma dependência sempre superior a 50%. Quem disser que não está a mentir.

AA: E como é que vocês se sustentam?

NC: Vendemos conteúdos culturais, vendemos concertos, vendemos exposições, fazemos 3 ou 4 festas por ano da Adidas, da Ford, da Renault, o diabo a quatro. Fazemos serviço a terceiros em termos de produção. Produzimos arte e há um remanescente que volta.

AA: E são esses fundos que permitem a produção destas publicações?

NC: No caso da Bienal de Veneza, o livro, a nossa ida a Veneza e a produção das peças foram pagos pela DGArtes. No caso deste [*Abisso-logia*], foi a exposição

que foi a Madrid que deu um remanescente, e ainda nos pagaram a publicação. No caso da outra publicação, foi um dinheiro que nós tínhamos ainda decorrente disto, mais um dinheiro que eles foram buscar a um concurso da DGArtes. Por isso é que já fizemos 3 livros com o João e o Pedro, porque com o João e o Pedro trabalhei durante 10 anos. Com os outros artistas, trabalho há 3/4 anos.

AA: E essas entidades que também financiam os livros têm alguma palavra a dizer relativamente a conteúdos, à forma como são feitos, ou isso fica totalmente de parte?

NC: Não. Com certeza que não. Senão, que façam eles um livro. Cada qual cumpre aqui uma função. A DGArtes disse: “Sim, queremos ver o livro!” Viram o mono disto e *ok*. O que é que eles vão dizer?

No fundo, a experiência que eu tenho destas dinâmicas é a de trabalhar com pessoas que conheço muito bem e que já fizeram trabalhos “menores”. Por exemplo, no caso do António: se fores ao *site* dele, vês que metade do trabalho que ele lá tem foi feito para a ZDB. E olha que já passaram... O currículo dele foi feito na ZDB. E é normal, faz parte. É como com o João e o Pedro, os filmes deles estão cá porque há uma relação conceptual e de amizade, e eu gosto do trabalho deles. Mas eles, agora, têm a sua empresa, senão não dava. Não temos capacidade para estar a gerir, não temos capacidade para criar uma corporação. Queremos é poder trabalhar.

A negociação é alguma. Por exemplo, ele fez uma proposta de capa que foi negada e, depois, fez outra porque não apanhava bem o espírito da coisa.

AA: E foi comum acharem que não funcionava? Quem é que se opôs?

NC: Penso que foi o João Maria. Ele costuma ter sempre muito a dizer quanto às publicações. Mas é normal!

AA: É o trabalho dele que está a ser representado...

NC: É o trabalho dele que está a ser representado, e ele considera que isto é trabalho dele.

Isto [o livro] é trabalho do João e do Pedro.

AA: Mas consideram estes livros enquanto livros de artista?

NC: Não, não, mas é aquilo que vai vincular o trabalho deles. Tu, lendo os textos que não são deles, que são de outras pessoas, vais conseguir atingir mais facilmente o universo deles enquanto representação. Há uma ligação direta, superdireta.

Não é o meu forte acompanhar a publicação dos livros porque não tenho tempo, porque faço acompanhamento da produção de cinema e de obras de arte. Portanto, é muito difícil. Discuto mais facilmente a produção de conteúdos artísticos do que a produção de um livro. Eu sei que, neste livro [*Experiments and Observations on Different Kinds of Air*], trabalharam que nem loucos, desde as traduções às licenças..., porque a maioria dos textos não estava traduzida em português, a maioria estava em inglês ou francês. Em português, não havia quase nada. É preciso pedir as licenças, é preciso ir à correção.

AA: E esse trabalho foi feito por...?

NC: Esse trabalho foi feito pela Francisca Bagulho. Vamos ver a ficha técnica... [consulta a ficha técnica para apurar a quantidade de gente envolvida]. Estás a ver? Toda esta gente, porque um livro destes não se faz em 2 meses.

AA: Mas fez-se, não é verdade?

NC: Fez-se!

É claro que o João e o Pedro tinham intervenção nisto, é claro que eu tinha intervenção nisto, mas eu era curador.

Na verdade, este livro [*Experiments and Observations on Different Kinds of Air*] é a réplica deste [*Abissoologia*], é a mesma coisa, tem a mesma lógica! Claro que não é o mesmo livro, mas tem a mesma lógica. [Explica que as decisões sobre as imagens num e noutro livro tiveram critérios diferentes, por se tratar de um livro para a Bienal de Veneza – apenas com imagens dos artistas, ou por se tratar de um livro da ZDB onde se puderam apropriar de imagens de outros autores]. Mas este tipo de decisões são tomadas à volta de uma mesa, com as pessoas a falarem. Não há ninguém que diga: “Não! Tem que ser assim.” Há argumentação. Parte-se do princípio que estás com pessoas inteligentes e que todos querem que o objeto cumpra um objetivo. E há uma confiança absoluta e plena no designer no sentido da escolha da tipografia, das propostas que faz, relativamente ao *lettering*, é explicado aqui no cólofon... que a escolha tem a ver com o texto.

AA: E, quanto ao dinheiro, vocês aqui trabalham em função do dinheiro que têm?

NC: Não. Arranjamos o dinheiro em função do que precisamos. Esta porcaria custou 50 000€. Entre traduções, textos... 700 cópias em inglês... em português não sei se foram 1000... Este [*Abissoologia*] também custou muito dinheiro... 30 000€, talvez. Mas na mesma lógica: tradução... O que leva tudo é fazer textos, traduzi-los e corrigi-los.

Por exemplo, aqui havia a ideia de que o livro reportasse para a ficção científica [*Abissoologia*]. Aqui, não

[*Experiments and Observations on Different Kinds of Air*], reporta para aqueles livros de aspeto mais velho, de finais do séc. XIX.

AA: E essa ideia vem de onde? Dos artistas, da exposição?

NC: Vem do trabalho dos artistas, certamente, só que, depois, nem sequer é negociado, é falado. Quando tu dizes negociação...

As primeiras publicações que o João e o Pedro fizeram (são assim meio mixuruquinhas, posso ir lá buscar) foi já com o António. O João Maria e o Pedro fizeram uma exposição coletiva quando estavam a acabar Belas-Artes, depois convidei-os para fazerem “*As Tercenas do Marquês*”, que eram umas residências que tínhamos lá em baixo em Santos. Eles fizeram 2 publicações já com o António. Portanto, há uma relação entre o António e a ZDB, e há uma relação entre o António, o João Maria e o Pedro. Nós [ZDB] não publicamos livros, as poucas coisas que publicamos são comunicação, porque não temos tempo.

E também ao nível do sentimento geral e do perfil da ZDB e das pessoas associadas à ZDB, o João Maria, o Pedro... As pessoas sabem exatamente o que não querem e o que querem transmitir. Depois, fazem com que as pessoas com quem partilham as coisas sejam valorizadas. Nós não estamos aqui para estar a mandar em ninguém. [NC atende o telefone]

O que quero dizer é que a intenção é que as pessoas tenham um valor próprio acrescido. Quer dizer, quando estou a trabalhar com o João e com o Pedro, quero que eles cresçam, e eles querem que eu cresça. Quando estamos a trabalhar com o António, é a mesma coisa. Há uma confiança plena de que não se vai tomar o todo pela parte, nem vamos escamotear perguntas quando há dúvidas,

nem que vamos safar o trabalho. A coisa é que ela consiga cumprir os objetivos que foram cumpridos *a priori* pelo trabalho. É como a publicação do Alexandre Estrela da Culturgest com um capacete, umas fotos de um capacete.

AA: Mas aí falas de um livro de artista? Quer dizer, também é difícil fazer-se essa distinção...

NC: Sim, a partir do momento em que tem um texto é um livro, e, quando não tem texto, é um livro de artista...

AA: Hum, acho que, aí, tem mais a ver com a autoria do próprio artista dentro do livro, não sei se concordas...

NC: Concordo absolutamente.

AA: Achas que isto [*Experiments and Observations on Different Kinds of Air*] é um livro de artista?

NC: Não, mas podes considerar... O que é que é arte e não é arte? Aqui, íamos entrar em diferendos. Eu considero que a ZDB, enquanto espaço físico, é arte pura e viva, muito mais viva do que muita da que, às vezes, se expõe por aí.

Porque mete-se de cabeça com a crítica cultural, mete-se com pessoas, mexe com universos, faz com que elas cresçam. Se comesças a dar as características para o que é que é arte e podes estabelecer as características para uma coisa física, porque é que isto não há-de ser arte? Ela é pensada em cada pormenor. Cada intervenção que se faz é pensada, não é feita à toa, pode estar enganada, mas é pensada. E eu acho que o António é como o cinema de autor. É um design gráfico de autor. É óbvio que nem todos os produtos que ele faz correspondem a isso, embora quase todos tenham a marca dele. Percebe-se que há qualquer coisa que o diferencia daquela

experiência de *hype* design. Então ele é um artista... não é um artista?

AA: Aqui, de quem é a autoria do livro?

NC: Quem decidiu que isto tinha que ser o que estava no papel foi o António, quem decidiu isto nas guardas foi o António, o cólofon foi o António...

Quanto à autoria, sim, há sugestões. O deixar que os textos se cruzem, o meter aqui os graus dos sítios... isto é claro, mas o António é um grande criativo. Nem sei se um perfil como o do Wandschneider funcionava com o António. Duvido. Porque eu vou-te dizer... Então para que é que eu trabalho com o António? Para paginar um livro? Para ter uma ideia geral e toca a andar? Não! Isso é que é um designer gráfico! É fazer com que o livro seja um grande objeto, não é?

É claro que estamos sempre no âmbito da excelência, mas é isso que se pretende. Às vezes, há coisas mais falhadas que outras. Este livro, visto em retrospectiva, é um bocado falhado. Tem um cetim que eu odiava, mas que o João Maria disse que queria. O livro que agora saiu já não tem cetim porque, afinal, isto não era bem aquilo que ele queria.

Mas, pronto, as negociações são feitas assim. Eu não vou dizer a um artista: "desculpa lá, mas o livro não sai porque...". Não faz parte da nossa maneira de trabalhar, até porque as nossas negociações são muito mais complicadas... a outros níveis... obras de arte, galerias... Por isso, não vou entrar numa discussão babaca por causa de um livro, quando, no fundo, os conteúdos do livro e a maleabilidade e a simpatia do livro é que me interessam *a priori*. Não agora por causa de algo conceptual em que o livro só pode ser assim... Não sei se me estou a fazer entender.

AA: Penso que sim...

NC: Eu sei que tu procuras o perfil do debate entre o curador e o designer...

AA: Pois, mas eu vejo que não é possível tipificar isso...

NC: Não, é. Com pessoas como o Wandschneider, com os clássicos, é possível tipificar. O Wandschneider, independentemente de ter um bom trabalho, é um clássico. Com o Delfim Sardo... eles vão-te todos inventar negociações... Mas então não estão a trabalhar com os designers certos... Não sei.

AA: Mas, para mim, a negociação não se baseia necessariamente em conflitos, pelo contrário, até tem muito a ver com a ausência de hierarquias, com a possibilidade da conversa, a possibilidade de as coisas irem crescendo, tal como tu também dizes, de vocês crescerem uns com os outros através da troca de ideias. Para mim, isso é negociação. Não sei se o é para ti.

NC: Sim, isso também é negociação, mas essa negociação existe. No caso deste livro, foi feito a 8 mãos (4 pessoas) e, neste caso concreto, foi feito principalmente por 2 pessoas: o António (mas, quando falas no António, falas na Cláudia) e o Mattia, sendo que o João Maria, o Pedro e eu também estávamos [envolvidos], só que nesses 4 meses também tivemos de produzir as obras todas para Veneza, por isso, no fundo, houve 4 ou 5 reuniões e sabíamos que o Mattia faz parte da nossa *crew* de confiança, é uma pessoa que conhecia os textos todos, teve uma importância na escolha dos próprios textos porque a literatura do João e do Pedro também foi muito influenciada pela filosofia francesa dada por ele. Portanto, aqui, a negociação é feita entre equipas, não é feita com uma figura hierática que é o curador, porque isso, para nós, é uma

singelice. Não interessa nada. É como nesta exposição aqui: eu negocieei com o artista, é óbvio que negocieei com o artista, mas ele teve imensa confiança em mim. Deixou-me meter nos objetos que eu queria, deixou-me escolher onde é que eu os punha. Se havia alguma coisa em que ele dizia “não quero”, eu tapava a parede e toca a andar.

AA: E refaziam...

NC: ... claro! Estivemos 4 meses a montar esta exposição. Só que esta é a exceção, esta maneira de funcionar é a exceção.

AA: É a tua maneira de funcionar, não é?

NC: A minha maneira não é *standard*, a outra maneira é que é *standard*. A exceção é quando há uma normalidade, uma estandardização das coisas e quando há um tempo próprio, implementado pela diferença. Não existem montagens de 4 meses, uma montagem é 3 semanas, 1 mês. Não faz parte do mundo da arte...

AA: Não há esse tempo e essa disponibilidade...

NC: Claro. E eu acho que isso é como pensar que os meios de produção não afetam a criação artística. Isso é a maior babuzeira de sempre. Claro que afetam. Se tu tens uma equipa a trabalhar para ti e que vai... Determinados meios ou localização geográfica também vão incidir no trabalho. Mas isso não são sequer questões que a pessoas levarem.

AA: E o mesmo acontece nas próprias publicações, não é?

NC: Absolutamente!

AA: E, para mim, também é importante perceber como é que isso influenciou as vossas escolhas. Porque vocês podem

ter tomado determinada opção porque não havia... outro papel que pudessem escolher, não estava disponível no mercado... enfim.

NC: Neste caso [*Experiments and Observations on Different Kinds of Air*], não houve poupança em recursos. Em vez de fazermos 1000, fizemos 700. Neste caso [*Abissologia*], havia algumas constrições orçamentais... tivemos que escolher este papel porque dentro dos que havia, era o mais barato, mas também não era tão mau... Mas acho que isso acontece em qualquer publicação. Neste caso, a DGArtes chateou-nos a cabeça imensas vezes.

AA: Por estarem a gastar mais do que...

NC: ... por estarmos a gastar mais do que o previsto. Tivemos que ir lá e mexer no orçamento para ir buscar uma outra parte para a publicação.

AA: Mas conseguiram fazer isso. De algum modo, impuseram-se a essa restrição orçamental...

NC: Claro. Com um convite a 4 meses...

Mas nós também só estamos aqui para apagar fogos, senão não nos tinham convidado a nós. Eles convidaram-nos porque sabiam que, no fundo, o João Maria, o Natxo e o Pedro mexem equipas de pessoas. Lembro-me de termos saído da reunião da DGArtes onde nos disseram “Ficam vocês” e saímos para ir ter com o Mattia. O João Maria desceu e disse “Natxo, não vais ter tempo para isto... Mattia editor”. *Ok, bora!* Eu podia ter dito logo: “Não, não, eu é que sou o curador, eu é que faço a edição do livro”. Mas não funciona assim. Funciona como a ZDB, há uma pessoa que trata da música, reunimos, discutimos, vemos, e o diretor não tem nada a dizer se eu vou expor a pena ou o pano. E é igual ao

que acontece com o António. O António trabalhou 10 anos com a ZDB por gosto, porque lhe dava a oportunidade de experimentar e de fazer o que queria. E houve coisas que saíram más e feias, e ríamos, e ele sabia que não ia voltar a fazer aquilo, mas fazia parte...

AA: ... é o processo de aprendizagem...

NC: Há sempre. A negociação existe. Por exemplo, este livro foi publicado pela ZDB e não está na lombada a dizer ZDB. Eu perguntei: “Mas porque é que não está?”. “Porque não fica bem”. “Ok”.

AA: Mas tens alguma limitação em que digas “O designer aqui não se vai meter! Aqui não há discussão”. Existem esferas de acção?

NC: Antes pelo contrário, isto aqui... nós nunca poríamos isto aqui! Os que pagaram é que disseram que isto tinha de estar aqui com este tamanho. Esta página toda dá para rasgares e deitares para o lixo.

AA: Punham um picote e quem quisesse tirava e mandava para o lixo [risos].

NC: Já não me lembro o quê, mas já fizemos umas coisas em que tínhamos uma página solta só para depois a mandarmos para o lixo.

E, no fundo, este livro [*Abissologia*] foi a experiência para este [*Experiments and Observations on Different Kinds of Air*].

AA: Voltando ainda a esta questão dos logos, quem pagou só teve uma palavra a dizer nestes elementos? Não teve mão em mais nada?

NC: Na ordem dos textos, não. Nós pusemos quem nos convidou no primeiro texto, que até é o mais simplório, toca a

andar, e são aqueles mais de curadoria com o meu a seguir e depois vem o resto do livro.

No fundo, estás a ver a que é que eu dou importância num catálogo, num livro. Uma coisa é fazer um livro de artista, em que um artista pensa numa publicação, e isso está mais perto do âmbito da arte; outra coisa é um livro que ilustra o trabalho de um artista. Se o trabalho é mau, não sei por onde é que se pode pegar. Deve ser uma complicação, não sei como é que se resolve um assunto...

AA: Nesse caso, também há aspetos formais em que podes pegar, de qualquer das maneiras...

NC: Sim, é claro que sim... Mas os aspetos formais são muito fugidios, gosto mais dos aspetos conceptuais.

Não sei se te vai servir de grande coisa esta nossa conversa, se calhar, querias uma coisa muito mais objetiva...

AA: Não estou tanto a ir pelos aspetos conceptuais... qual é que foi a discussão conceptual e por que é que, através disso, chegaram àquele aspeto formal específico. Interessa-me mais a parte de relação, e aqui já me falaste bastante sobre o facto de se conhecerem há muito tempo, mas também me interessa perceber de que modo te preparaste para começar a fazer o catálogo, quem é que trouxe os conteúdos, até onde é que os discusses, se discusses a parte formal ou se a deixas para o designer. São aspetos muito práticos.

NC: Mas o que acontece neste caso concreto é que, de alguma maneira, os artistas precisam de ter uma identificação em relação a estes autores, a estes conteúdos para... não é para validarem, mas será para acrescentarem ao trabalho, portanto lembro-me de ter sugerido dois ou 3 textos que entraram aqui. Por

exemplo, no último livro sugeri ao João e ao Pedro que a leitura dos seus trabalhos em imagem em movimento fosse feita por um vidente da Guiné... E está lá. O gajo esteve ali a ler e isso está transcrito. Mas o último livro nem tem texto meu, nem nada. Lembro-me de termos discutido quem poderia, ou não, fazer textos, e a minha participação nem sequer foi muito grande, mas de resto é acompanhar o livro.

AA: E tudo o que são imagens são os artistas?

NC: Não, não, fizemos um pacote. Aquela que tu viste da grelha, não sei se fui eu ou o João Maria, mas também é fácil encontrar estas imagens conhecendo o trabalho deles como eu conheço. As do meu texto, fui eu que escolhi. No fundo, o que acontece é que, uma vez feito um universo, torna-se fácil escolheres as imagens: esta funciona, esta é curiosa, esta é louca, esta é fantástica, não se percebe bem.

Faz-se uma primeira escolha, tem-se uma primeira impressão: “De que é que gostas?”, “Não gosto disto e disto...”, o outro fica a pensar, “Então retira-se”... e é assim.

AA: É muito simbiótica a vossa relação, não é?

NC: Sim. Repara, trabalhei com eles desde os 23 [anos] até à Bienal de Veneza. Aos 23, não tinham trabalho. Desde as “*Tercenas*”. O primeiro vídeo que eles fizeram é uma peça que assinámos a três. Está no Museu do Chiado. A partir daí, acompanhei todo o trabalho. Todas as imagens que estão aqui e aqui [refere-se aos dois livros], eu acompanhei o trabalho, o processo, as filmagens e tudo. Às tantas, quase entramos no âmbito do capricho: “Não gosto desta imagem, porque é que não pões a outra?” Há uma

confiança plena nisso e o Mattia apareceu aqui, a primeira vez, em 99, depois deu umas voltas: foi a Cabo Verde, depois a Angola, voltou para França e, quando voltou, foi nas “*Tercenas*” e deu a ler – sugeriu-lhes dentro daquilo que eles estavam a trabalhar – o Vítor Hugo, o *Eflúvio Magnético*, que é uma tormenta no Mar do Norte. Há duas interdições: uma é saber se a tormenta do céu provoca a tormenta do mar, qual delas é que é a primeira – se a galinha ou o ovo; a segunda é: qualquer observação humana no centro da tormenta é o cadáver – é impossível estar no centro da tormenta a observar a tormenta. E foi o Mattia que passou esse texto ao João e ao Pedro. Na primeira exposição, o João e o Pedro já tiveram a participação do Mattia, que é artista, que não é curador, que é amigo.

AA: O Mattia só escreve?

NC: Não! O Mattia escreve, desenha e faz instalações incríveis. Só que, como é francês e não tem este perfil de artista da tanga, de nariz empinado... Agora, o pessoal da especialidade já começou a perceber, mas Portugal não é um país meritocrático. Então o Mattia lá continua nas suas coisas, e nós gostamos muito do trabalho dele, e ele fica feliz que nós gostemos do trabalho dele e, de vez em quando, há mais um que também gosta.

AA: Mas ele trabalha mais para aqui ou para fora?

NC: Ele trabalha para ele.

AA: E como é que isso o sustenta?

NC: Trabalha aqui e acolá. De vez em quando, tem de ir a França. No outro Verão, estive lá 2 meses a montar uma casa em cima de um rio. Tem mão, sabe fazer tudo, canalização, madeiras... Mas também desenha e escreve. E escreve

muito bem. E vive humildemente, como todos nós vivemos. Os que trabalham mesmo e gostam do trabalho não... Se é para fazeres 4 livros maus, preferes fazer 1, não é?

Pronto, somos todos assim: o João, o Pedro, eu, o António. O António, aliás, está a passar-se porque, para manter o *atelier*, tem que fazer não sei quantas coisas e é uma seca.

[Fala-se sobre a situação económica... falta de pagamentos]

NC: Mas, para teres uma ideia, com a Sílvia, quando faz um cartaz ou outra coisa, há negociação... sempre! Temos um *briefing* da ideia geral da exposição, ela propõe, vai para trás, vem para a frente, “cuidado que está pequeno”..., mas depois também não entro na particularidade do gosto... isso, eu não faço. Eu não discuto com o designer o gosto. Se não gosto, não volto a trabalhar com ele, e acabou.

AA: Tem que haver esse entendimento logo à partida...

NC: ... claro, senão porque é que eu vim ter com ele? O que ele faz é trabalhar conceptualmente uma ideia, de acordo com a encomenda, por assim dizer, e depois o gosto é dele. No fundo, a manifestação de gosto face a um problema.

AA: E com a Sílvia, por não terem uma relação de tanto tempo?

NC: Bom, agora já é completamente promíscua: fez a residência de quatro meses aqui, tem o *atelier* aqui em cima, estava lá em baixo a fazer porta, quer dizer, agora ela é designer, mas já é minha amiga.

[Fala-se um pouco do projeto em curso da ZDB com a Sílvia Prudêncio a propó-

sito da publicação de Kenneth Anger, em suspenso à data desta entrevista]

AA: ... Mas não foi para a frente porquê?

NC: Porque não tínhamos dinheiro.

AA: Mas ainda pode ir para a frente?

NC: Pode. O livro é uma tradução de um livro, e o gajo em princípio [imperceptível] mas depois queria 2000€... Quer dizer... e depois sabemos que o livro... vamos comê-lo...

AA: [risos] Esse também acaba por ser um dos grandes problemas destas publicações, não é?

NC: Bom, esta daqui, não. Este [*Experiments and Observations on Different Kinds of Air*] não se vai vender, mas depois, nos alfarrabistas – se não o queimarem –, vai adquirir valor. Está bem feito, este livro. Os conteúdos são muito bons. Deste [*Abissologia*], temos 1000 em inglês, 1000 em espanhol. Se vendemos 100, foi muito... e os conteúdos são incríveis!

AA: Mas o que é que falha a esse nível? É a distribuição?

NC: Não, porque a distribuição até foi feita. Mas fazemos à mão, como a revista *Nada*. Eu acho que as pessoas não leem. Eu devo ter dado mais do que [se venderam...], porque as pessoas que leem vêm aqui [pedir] e eu: “Toma lá!”. Para que é que eu quero caixotes com livros? Eu acho que não leem. Quem é que vai comprar um catálogo do Nuno Cera ou do Carlos Bunga, diz-me lá tu? Ninguém, ninguém compra.

AA: É sobretudo para a instituição – nesse caso, a Fundação EDP – depois distribuir...

NC: Exato. Mas o que é estranho é que este tem bons conteúdos e também não [vende]...

[Fala-se sobre livros]

NC: Livros de arte é uma coisa que compro por trabalho, mas não é uma coisa que me entusiasme. Aliás, dei-os todos à ZDB. Quando comecei a trabalhar, precisava, mas agora não consigo. De uma instalação, ver uma fotografia, nem que seja uma dupla página com uma boa fotografia, não me entusiasma nada. É mesmo só cultura geral.

AA: É só pela referência...

NC: É só a referência. Vi a fotografia, sei do que é que me estás a falar. É quase um conhecimentos de compêndio porque não tive nenhuma relação com a coisa e não acredito muito em livros de arte nesse sentido. Sim, para saber o que é que aconteceu, como aconteceu, mas não me relaciono muito bem... Relaciono-me muito mais com este tipo de literatura. Que é muito mais paradigmática, curial, é uma ficção... entusiasmo-me muito mais. Ou, então, antropologia, outras culturas... qualquer coisa que me alimente a vontade de conhecer.

[O telefone toca]

NC: Desculpa...

AA: Não faz mal, mas também não te tomo mais tempo...

Obrigada, Natxo. Obrigada pelo teu tempo.

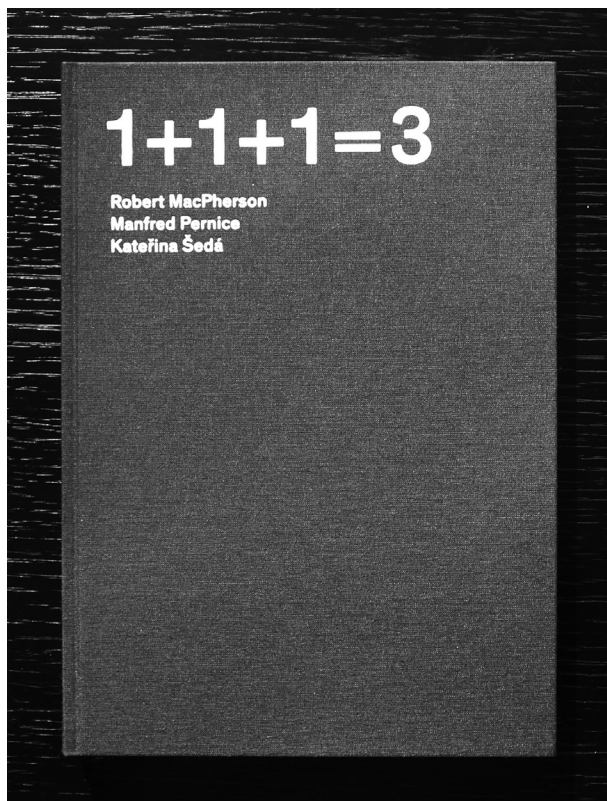
NC: De nada.

ENTREVISTAS

MIGUEL WANDSCHNEIDER

SUSANA CARVALHO

KAI BERNAU



*1+1+1=3: ROBERT MACPHERSON,
MANFRED PERNICE, KATERINA ŠEDÁ*

MIGUEL WANDSCHNEIDER, (LISBOA, 1969)

“Ernesto de Sousa: Revolution My Body” (Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa), foi a sua 1.ª exposição, cocurada com Helena de Freitas, em 1998.

Desde aí até 2004, trabalhou como *freelancer*, curando projectos como:

- “The Indiscipline of Drawing” (Vila Nova de Famalicão, Caldas da Rainha, Aveiro, 1999-2000), em parceria com Nuno Faria;
- “SlowMotion” (ESTGAD, Caldas da Rainha, 2000-2003; Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, 2002);
- “Angelo de Sousa: Without Silver” (Museu de Serralves, Porto, 2001), em parceria com João Fernandes;
- “Luis Noronha da Costa Rediscovered: 1965-1983” (Centro Cultural de Belém, Lisbon, 2004), em parceria com Nuno Faria.

Em 2004, tornou-se curador de arte contemporânea, na Fundação Culturgest, onde tem desenvolvido um programa, que se foca, sobretudo, em exposições individuais de artistas internacionais – na sua maioria, desconhecidos da audiência local – mas que, também, prevê o apoio a artistas portugueses.

Para além de comissariar as exposições desta instituição, é ainda responsável pela linha editorial e pela coordenação das publicações da Culturgest.

A expansão dos horizontes de receção da arte contemporânea em Portugal, tem sido uma das forças motrizes da sua atividade curatorial.

SUSANA CARVALHO (PORTO, 1979)

Estudou Design Gráfico na Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa, entre 1998 e 2002, tendo, em 2004, obtido o Mestrado em *Type Design* (programa *Type & Media*) pela KABK (Haia, Holanda), onde leciona atualmente.

KAI BERNAU (ALEMANHA, 1978)

Estudou Design Gráfico na Universidade de Ciências Aplicadas de Schwäbisch-Gmünd (Alemanha), bem como na KABK, onde obteve o mestrado, em 2006, em *Type Design* (programa *Type & Media*).

Atualmente, leciona *type design* e, ocasionalmente, *publication design* no programa de Mestrado de Direção de Arte, na ÉCAL (Lausanne, Suíça).

Enquanto cofundadores do *atelier* de design Carvalho Bernau, projetam material impresso – sobretudo livros –, tipos de letra, imagens de marca, soluções web, instalações e exposições.

São conferencistas e dão *workshops* em várias instituições como a Sociedade Tipográfica de Viena ou o Instituto das Artes ArtEz (Arnhem).

FONTES (ÚLTIMA CONSULTA 25.01.2013):
http://www.battleofideas.org.uk/index.php/2010/speaker_detail/4964
<http://www.i2ads.org/unneeded2012/speakers/miguel-wandschneider/>

FONTE (ÚLTIMA CONSULTA 25.01.2013):
<http://www.carvalho-bernaul.com/info/about/>

ENTREVISTA A MIGUEL WANDSCHNEIDER

LISBOA, FUNDAÇÃO CULTURGEST

27.07.2012

MW: [O início da conversa não foi gravado.]... práticos que tinham que ser resolvidos. É um catálogo de que eu gosto muito, por exemplo a cor do fundo, o papel, chegar ao tamanho também não tinha muito margem de manobra, porque basicamente o tamanho é determinado pelos próprios livros que estão reproduzidos à escala 1:1 e, portanto, é ver qual é o maior. Eles foram todos “scanados” e este é o que tem maior largura... aqui o papel está um bocadinho amagentado. Creio que este é a publicação maior na vertical, não sei agora, mas, portanto, eles tiveram que encontrar a margem a partir das maiores, mas aqui era resolver questões práticas, o que eu acho que é interessante porque o design passa sobretudo por resolver questões práticas e não por inventar muito. Acho que o design, quando se torna muito ostensivo, começa a ser um problema, começa a fazer ruído, mas isso é outra conversa.

Eu acho este [*Scratching on things I could disavow*] muito interessante, é um catálogo muito simples, discreto mas interessante.

AA: E eles tiveram alguma ação, contribuíram mais ao nível dos conteúdos nesse catálogo?

MW: Não, mesmo em termos de estrutura, eu acho que eles têm a estrutura dada por mim. Mas, depois, eu intervenho muito nos catálogos, os catálogos são muito diferentes, há uma dominante que é as capas muito austeras só com tipografia, aqui tem uma pequena imagem, mas nunca são capas muito exibicionistas. Eles, aqui, queriam... o Walid Raad aqui queria isto [o título] muito pequenino e eles argumentaram – e tinham razão

– que isto fica muito melhor assim [um pouco maior].

AA: Então, se calhar, também introduzia um bocadinho aquilo em que estou a trabalhar.

MW: Está bem.

AA: Pedia-te para conversarmos de duas maneiras: eu estou a trabalhar na negociação designer/curador, claro que me interessa também perceber como é que os artistas intervêm nessa negociação, qual é que é o papel da instituição, quando existe, mas interessa-me muito perceber qual é a aceção do curador sobre negociação no geral, neste âmbito claro, e perceber o que o faz preferir um designer em função de outro, quais é que são as características específicas de um designer para trabalhares com eles, que tipo de riscos encontras para o teu trabalho, se é que os encontras quando comesças essa relação com o designer e, depois, gostava que me contasses como é que neste caso [$1+1+1=3$] funcionou, e eu vou introduzindo algumas perguntas para ir guiando mais para aquilo que interessa.

Gostava então que me dissesse, a nível geral, o que é que entendes por negociação entre o curador e o designer.

MW: Hum... A nível geral, eu acho que o curador tem um papel decisivo na relação de trabalho com o artista, ou em definir as regras do jogo nesse campo que permitam chegar a uma ideia para a publicação. Por exemplo, uma exposição retrospectiva não tem que vir necessariamente acompanhada de um catálogo retrospectivo. Imaginemos que um artista já tem suficientes catálogos retrospectivos e não precisa de mais um. Nesse caso, o curador pode abrir um espaço de discussão com o artista no sentido de tentarem em conjunto perceber que tipo

de publicação poderia ser produzida. Ou, então, há artistas que têm uma alergia especial em relação ao modelo do catálogo e, nesse caso, é importante também criar um campo de discussão para se chegar a uma ideia interessante de publicação ou para reunir as condições que permitam produzir uma publicação que sai fora do protocolo do catálogo. Portanto, a montante, antes ainda de uma negociação (se quiseres chamar-lhe assim) com os designers, ou com o designer, há todo um trabalho de reflexão ou de devaneio que o curador desenvolve ou deve desenvolver, muitas vezes em estreita relação com o artista, no sentido de chegar a uma ideia de publicação.

AA: Posso só interromper... Estavas a dizer que, por vezes, o artista não se identifica com o formato mais tradicional de catálogo e que procura outras ideias para uma publicação. A isso, já não chamarias catálogo? É outra coisa?

MW: É. Pode ser um catálogo em moldes menos convencionais. Por exemplo, esta publicação do Walid Raad, entendo-a como um catálogo, apesar de também poder ser vista como um livro de artista, mas, para mim, é um catálogo, só que não se conforma com as convenções mais reconhecíveis e mais saturadas do catálogo. Eu diria que é um catálogo até que recobre todo o projeto Atlas Group, mas não tenho problemas em classificar esta publicação como um catálogo. O que acontece é que muitas vezes, e em Portugal isso é demasiado frequente, o catálogo é entendido na sua aceção mais convencional, ou mais rasteira, o catálogo em si não é necessariamente um problema, agora há artistas, e o Willem Oorebeek é um exemplo, que têm uma posição crítica em relação ao catálogo e em relação às funções que o catálogo desempenha e, de facto, cada

vez mais o catálogo cumpre funções de representação do artista. E, nessa medida, é um instrumento muito cómodo para divulgar e promover o trabalho do artista. No passado, num passado até já relativamente remoto, houve quem rompesse completamente com o modelo e as funções do catálogo. O Seth Siegelaub, quando fazia um catálogo, esse catálogo era a exposição, não existia exposição, a publicação era o lugar da exposição. E outro tipo de publicações não eram catálogos, eram livros. Essas categorias também são muito falíveis. Fala-se demasiado em livro de artista, fala-se a torto e a direito de livro de artista e fala-se a torto e a direito de publicação independente e, depois, estas categorias tornam-se relativamente espúrias, não têm em si mesmas um grande interesse.

Mas, portanto, há todo um trabalho a montante, e, quando nós entramos em relação com um designer, já vimos com uma ideia formada e mais ou menos construída, mas as regras do jogo são muito flexíveis; por exemplo, nós estamos a trabalhar agora – ainda vamos levar muitos meses a finalizar essa publicação – num catálogo do Gedi Sibony, cujo conceito é totalmente definido pelo Gedi Sibony. Ele tem também bastante aversão ao catálogo na sua aceção mais expectável, ou mais preguiçosa (se calhar) e veio com um conceito muito *sui generis* e interessante. Portanto, digamos que o *input*, a montante, o *input* mais decisivo varia, pode vir do artista, pode vir de mim. Estou a começar a preparar um projeto com o Michel Auder, uma exposição ainda relativamente alargada do trabalho dele, e sou eu que estou a definir as linhas por que se vai coser o catálogo. Sou eu que vou fazer o papel de coordenador, de “editor” e, para além disso, estou a definir a estrutura do catálogo e até os conteúdos que vão entrar no catálogo,

estou a decidir quem são os autores que vamos convidar para escrever. É muito variável. Portanto, o designer recebe já um caderno de encargos...

AA: ... já bastante definido, então...

MW: Sim. E há sempre a possibilidade de o designer subverter esse caderno de encargos apresentando uma contraproposta. Se essa contraproposta for convincente e for considerada melhor do que aquela que tinha sido impingida ao designer, não há problema nenhum em reverter o processo. Foi o que aconteceu com o Kai e com a Susana com o catálogo do Alexander Gutke, em que eles, cerca de um mês e meio depois de terem recebido uma proposta relativamente fechada, vieram com uma contraproposta que era francamente melhor, e foi essa que foi posta em prática.

AA: Mas tens essa discussão com eles, ou seja, também é agradável para ti que o designer venha reverter...

MW: Sim, se bem que os designers não têm um conhecimento aprofundado, na maior parte dos casos, do trabalho dos artistas e, portanto, é difícil eles posicionarem-se numa discussão a este nível. Por exemplo, quando se pega no catálogo do José Loureiro, quem define a sequência de obras e, quando são séries, e há muitas séries, a sequência dos desenhos dentro de cada série sou eu. E, depois, há coisas que não estão a funcionar na coexistência entre estes desenhos numa dupla página, por exemplo, há coisas que não estão a funcionar e, aí, nós temos que fazer pequenos ajustamentos e isso é conversado com os designers, mas mesmo nesses casos é muito frequente eu dizer “Olha, troquem esta imagem por aquela, isto não está a resultar...”. Aqui há um caderno de desenhos e a sequência é determinada

e não há opção, mas, por exemplo, que aqui sejam 2 desenhos numa página e aqui sejam uma página branca e uma página com desenho, sou eu que defino isso, sou eu que defino estes desenhos lado a lado. Eu andei a estudar estas sequências durante muito tempo, durante muitas horas, não foram semanas nem meses, e dei-lhes já uma sequência para o catálogo. Eu conheço o trabalho a fundo e, para mim, não é particularmente difícil encontrar uma solução para a sequência dos desenhos. Digamos que sou eu que, em grande medida, defino isso. E, depois, eles podem dizer “olha, Miguel, isto aqui não está a funcionar” e, depois, digamos, aparam-se as pontas. E muitas vezes sou eu a dizer “isto não está a funcionar, temos de encontrar uma outra arrumação para os desenhos”. E, portanto, aquilo que eu procuro muitas vezes num designer não é que me venha com uma ideia, a mim interessa-me que, depois, o designer formalize a proposta e os materiais que lhe chegam às mãos e que resolva os problemas práticos que estão implicados na produção dessa publicação: esses problemas práticos têm a ver com o tamanho da publicação, têm a ver com o tipo de papel, têm a ver com a tipografia, têm a ver com o *layout* da página de texto, têm a ver com a inserção das imagens, com o encontrar o encaixe certo para as imagens, têm a ver com o material [não se refere aos conteúdos] para a capa. Mesmo ao nível da capa, eu intervenho no processo, e intervir no processo pode ser propor um determinado tipo de capa ou pode ser chumbar a capa que os designers me propõem. O livro do Pedro Diniz Reis, *O Livro dos AA* é muito curioso a esse nível. É *O Livro dos AA*, em que eles me apresentam 6 capas e nenhuma delas foi aprovada, e eu ao telefone estou a discutir, creio que com o Kai, as 6 capas e as vantagens e desvantagens que eu vejo em cada uma das propostas e, depois, digo que,

na realidade, a capa deveria ser... eram capas só com texto, só com tipografia... a capa deveria ser... depois creio que havia também várias propostas em termos de cor, embora também já lhes tivesse dito que queria um azul com uma determinada sensibilidade e, depois, eu digo-lhes basicamente, “para mim, a capa que funciona é uma capa limpa, sem texto, em que só existem os dois ‘A’ na lombada” e, portanto, o texto que aparecia na capa acaba por desaparecer, por ser chumbado e mantém-se a cor. Depois, eles escolhem o material e trabalham gramagens e esses pormenores todos técnicos e práticos, mas a capa fica uma capa limpa e não há o nome do artista ou o nome do livro. Só na capa é que aparece a identificação do livro de uma forma muito codificada, até com os dois “A”. E, portanto, é muito variável.

Mas, para mim, o papel do designer é sobretudo encontrar as soluções práticas e as melhores soluções para os problemas que uma determinada publicação levanta. E isso não é pouco, isso pode parecer uma definição minimalista do papel do designer, mas é imenso, se considerarmos que há uma catrefada de publicações em que estes problemas estão mal resolvidos, e não há muitas publicações que se folheiem e que se possam considerar publicações plenamente conseguidas. Então, esta definição do papel do designer não me parece que seja uma definição minimalista, parece-me que é uma definição possível.

Agora, há vários designers que saltam fora desta divisão social do trabalho e que têm uma atividade muito mais polivalente e que desempenham outro tipo de funções: concebem a publicação, às vezes até escrevem, intervêm no processo em todas as suas fases e são eles quem, em grande medida, orquestra essa publicação, mas aí estamos dentro de um perfil de designer muito específico em que o design é uma entre

várias funções que essa pessoa assume. Se pensarmos num Will Holder ou num Stuart Bailey, dos Dexter Sinister, aí há um papel. O Stuart Bailey, quando está a trabalhar no contexto dos Dexter Sinister, não é apenas designer, é muito mais do que isso, tem uma autoria, digamos, flagrante na construção do objeto em todas as suas dimensões: na escolha dos textos, ou ele próprio escreve, ele é o “editor”, ele é o designer, ele faz o pacote todo. Mas isso é um perfil muito específico.

AA: E faria sentido, neste caso, nestas publicações?

MW: Pode fazer, num ou noutro caso. Nós não temos dogmas, nem regras rígidas. Cada publicação – e é uma das coisas que me agrada imenso no programa editorial da Culturgest – é específica, não segue um tamanho imposto, não se cose pelas mesmas linhas em termos da estrutura e dos conteúdos, não segue o mesmo *layout*, o mesmo tipo de design, mesmo quando é o mesmo designer. Por exemplo, a Susana e o Kai podem fazer coisas que se percebem, ou se suspeita que podem ter sido feitas pelo mesmo designer, pela capa e pelo tipo de sensibilidades, mas depois uma coisa não tem nada a ver com a outra. O *1+1+1=3* ou o *Scratching on things I could disavow* são coisas completamente diferentes, não têm nada a ver uma com a outra e, portanto, isso para mim é muito importante... que não haja um colete de forças imposto às publicações. Há instituições que entendem que as publicações devem encaixar sempre dentro do mesmo modelo porque, de alguma maneira, participam na construção de uma imagem dessa instituição. Eu acho altamente discutível, para usar um eufemismo, usar as publicações como parte da constituição da imagem de uma instituição. As publicações, do meu ponto de vista, não

devem cumprir essa função. É uma função que não deve ser, digamos, atribuída às publicações. Por exemplo, o *DDDG Extended Caption*, eu não participo na definição da ideia para o livro, o Stuart Bailey tem uma ideia, creio, mas já nem consigo precisar se ele avança com uma ideia e, depois, endossa a conceção do livro para o Roger Willems, dos Roma Publications, e para o Sam De Groot, que trabalham na publicação. Agora não te consigo dizer quem é que define a ideia para aquela publicação, mas creio que a ideia vem do Stuart porque a ideia do *DDDG Extended Caption* era publicar os ensaios da *Dot Dot Dot* onde vinham reproduzidas as imagens que são autonomizadas no projeto expositivo, portanto a publicação com a reprodução dos ensaios onde essas imagens são introduzidas, na revista *Dot Dot Dot*, a publicação está a funcionar como uma legenda expandida, uma *extended caption*, aos objetos e às imagens que fazem parte da exposição, de tal maneira que o próprio livro fazia parte da exposição. Havia uma mesa onde estavam pousadas várias cópias, vários exemplares do *DDDG Extended Caption*, do livro, e não havia nenhuma tabela para identificar os objetos e as imagens que compunham a exposição, essa identificação era feita através dos ensaios da *Dot Dot Dot*, onde aqueles objetos e aquelas imagens estavam reproduzidos. Aí, digamos, o nosso papel é garantir que há um *budget* que viabiliza uma publicação, e a definição do que essa publicação é sai fora da minha esfera de intervenção. Digamos, portanto, que o protocolo pode variar.

AA: Mas no caso, por exemplo, do *DDDG Extended Caption*, de algum modo sentiste que o teu papel de curador ficava mais de parte?

MW: Mas eu não fui sequer curador desse projeto. O curador foi o Stuart Bailey,

sendo que, aí, também há uma certa ambivalência ou ambiguidade entre ele ser curador ou ele aparecer como artista, usando objetos e imagens de outros. E, entre esses outros, incluem-se vários artistas. É uma espécie de meta-arte. Se eu sou curador, à partida intervenho na publicação; se não sou, o meu papel é mais de retaguarda, de reunir condições para se conseguir produzir a publicação, e posso, num ou noutro caso, dar *feedback*, ou dar *input*, foi o que aconteceu com o projeto de publicação do Gedi Sibony. O curador dessa exposição foi o Anthony Huberman, não fui eu, mas eu tive uma intervenção numa fase preliminar de discussão do projeto a partir das ideias, que estavam muito construídas, do próprio Gedi Sibony.

AA: Mas, aí, intervistes mais como representante da instituição, da Culturgest? Qual era o teu papel?

MW: Não, a questão não se coloca ao nível do representante da instituição. Nós, desse ponto de vista, somos muito pouco formalistas e achamos que o nosso papel é criar as condições a vários níveis, não apenas ao nível económico, para se produzir uma publicação, uma publicação que nos deixe satisfeitos, que deixe o artista satisfeito, que deixe o curador satisfeito, sendo que deixar toda a gente satisfeita é chegar a uma publicação que se distingue pela qualidade do objeto e pela qualidade dos conteúdos. Mas não há essa posição formalista, como se a instituição estivesse de um lado e o artista ou o curador convidado, como é o caso, estivessem do outro lado. Desse ponto de vista, nós temos um *modus operandi* muito pouco institucional. É muito mau, parece-me a mim, quando as instituições se posicionam numa forma pouco flexível e a partir de regras rígidas, não criando as condições para, desde logo, se fazer uma discussão não

constrangida do que é mais interessante como projeto de publicação e, portanto, não há muitos constrangimentos, não há ideias préconcebidas quando nós damos início a este processo de discussão com o artista, com o curador, se for caso disso, com os designers. Há uma relação muito flexível e muito não-apriorística.

AA: Não se estabelecem hierarquias, então, por assim dizer?

MW: Quer dizer, não é uma questão de hierarquia, não é uma questão de eu, como responsável das exposições, invocar essa posição para fazer valer os meus pontos de vista, ou para impor uma determinada ideia, ou uma determinada solução. Digamos que uma regra básica do jogo é a inteligência, parte-se do princípio que as pessoas que estão concertadas neste processo são pessoas inteligentes e que o interesse de todas estas pessoas é chegar a uma publicação que valeu a pena produzir, e não mais uma publicação que se vem juntar aos milhares de publicações que não servem para nada, que não têm interesse nenhum e que mais valia não terem existido. Quer dizer, há uma regra básica do jogo que é a inteligência, e posso dizer que, para mim, é muito fácil trabalhar com o Kai e com a Susana porque nos entendemos muito bem, falamos a mesma linguagem e conseguimos esgrimir argumentos, quando estamos em desacordo, e não é propriamente uma luta de galos a ver quem é que faz valer o seu ponto de vista. Posso estar enganado, mas não me lembro dum caso em que tenha havido um desacordo e não se tenha chegado à melhor solução, e a melhor solução não tem de ser aquela que eu proponho, não tem de ser aquela que eles propõem. É muito fácil, quando não há pontos de vista coincidentes, entrarmos numa conversa e tentarmos perceber quais são as vantagens e

desvantagens de cada um desses pontos de vista e por que é que eu defendo uma coisa e eles defendem outra. Isto é um processo muito orgânico e muito informal que pode decorrer ao telefone, ou pode decorrer numa reunião face a face, e há uma enorme sintonia também porque eles, parece-me, respeitam o trabalho que eu faço, acham que eu estou a fazer um trabalho, e eu respeito o trabalho que eles fazem, e acho que eles estão a fazer um bom trabalho, é portanto uma colaboração muito simbiótica e esse é um termo que me ocorreu agora e que eu acho que é um termo muito válido para definir estes processos de negociação e de colaboração.

Aliás, há um processo de negociação, mas esse processo de negociação faz parte de um processo mais vasto a que podemos chamar de “colaboração”, e as colaborações têm de ser simbióticas, não pode haver uma parte a parasitar a outra, tem de ser uma relação simbiótica. E o resultado a que se chega nessas relações simbióticas é sempre melhor do que se uma das partes estivesse a trabalhar sem a outra. Por exemplo, é eu dizer “Susana, proponham capas para o Pedro Diniz Reis”, eles avançam com seis propostas, cores diferentes, tipografia diferente, solução da lombada diferente, e por aí fora. Depois, temos um *brain storming* à volta daquilo e eu dou-lhes um *feedback* sistemático em relação a cada uma das propostas que eles fazem e dizer “Na realidade, o que eu acho que deveria ser a capa é isto”, é uma capa que tem a ver com uma ou outra das propostas que eles fizeram, mas não é nem uma, nem outra. Eu não sou designer, mas acabo por dizer “Para mim, a capa tem de ser isto” e, assim que eu digo isso, para eles torna-se claro que a capa deve ser aquilo e não há propriamente uma discussão mais conflituosa, mais desencontrada sobre qual deve ser o resultado a que se chega. Torna-se imediatamente evidente,

numa discussão deste tipo, que, de facto, essa capa é a melhor solução.

AA: Gostava que me contasse exatamente isso. Como é que se desenvolveu todo o processo, como é que começaram, o que é que andou para trás e para a frente...

MW: Eu não sei se me lembro. É bom falares com eles porque eles, se calhar, têm uma versão que não é exatamente a mesma que eu te vou dar. Este projeto é um projeto que eu não comissário, mas que assenta numa ideia que eu defini. Eu tenho um problema com a maior parte das exposições coletivas que se fazem, eu acho que a maior parte dessas exposições fracassam por razões diferentes, consoante os casos, e eu próprio, como curador, tenho mais vocação para trabalhar individualmente com um artista e para pensar e organizar projetos de exposições individuais. Por outro lado ainda, desde o início que eu quero que a programação da Culturgest seja constituída sobretudo por exposições individuais. Isso tem a ver com uma reflexão sobre o contexto artístico português e, portanto, há razões de vária ordem para o programa da Culturgest estar ancorado sobretudo em exposições individuais, e muitas dessas exposições individuais são exposições muito abrangentes em relação à prática de determinado artista. Muitas vezes, são exposições retrospectivas ou exposições *survey* do trabalho de um determinado artista. E, ao mesmo tempo que isto, para mim, é um dado assente, sempre pensei que gostaria de ter, de vez em quando, exposições coletivas no programa, e que isto não deveria ser reificado.

Há, logo no arranque do programa de exposições que eu tenho vindo a construir, a pensar e a definir, uma exposição que vai ao encontro deste problema, que é a exposição em torno dos Roma

Publications, uma exposição, para mim, muito importante, dentro desta reflexão que eu tenho vindo a fazer sobre exposições individuais e exposições coletivas no programa, mas é uma resposta pontual, muito parcial e insuficiente a esta questão. E é por causa destes dilemas e destas questões que eu me lembro de iniciar um projeto com o título $1+1+1=3$, que se traduz numa forma muito simples, trata-se de fazer três exposições individuais simultâneas que são, também, uma exposição coletiva, e o título traduz isso de uma forma até literal. A ideia é, pois, convidar diferentes curadores com este caderno de encargos, sendo que não é improvável, dependendo do tempo que eu ainda permanecer na Culturgest, que venha a comissariar um projeto destes, porque eu tive uma ideia para este projeto... este projeto nasceu de uma ideia para uma exposição concreta e, depois, eu achei que valia a pena, em vez de eu avançar para essa exposição, extrapolar o conceito e introduzir uma espécie de linhagem, dentro do quadro de programação da Culturgest, que tem a ver com estas exposições. Até agora fizemos apenas duas, e a publicação da segunda, que já aconteceu há um ano, só deve aparecer lá para Novembro, muito tardiamente. E a publicação está diretamente ligada ao conceito que está por trás do projeto. Uma das regras que eu imponho aos curadores é que, numa exposição $1+1+1=3$, eles não podem pôr obras de dois artistas diferentes numa mesma sala, tem que haver uma separação, em termos espaciais, do trabalho dos artistas, para que cada artista apareça com uma exposição que se poderá entender como uma exposição individual, sendo que são tanto 3 exposições individuais como uma exposição coletiva, não é mais uma coisa do que outra, não há uma hierarquia, há quase uma equivalência, que o título também traduz.

AA: Deixa-me só perceber uma coisa: convidaste um curador para curar a exposição, ou havia um que tratava de cada um dos artistas?

MW: Não, há um curador para as três exposições individuais. Isso é muito importante. O primeiro foi o Trevor Smith e convidou o Robert MacPherson, o Manfred Pernice e a Katerina Sedá. O segundo foi o Friedrich Meschede e convidou o Bernard Voita, o Michael Snow e o Herman Pitz, e há-de haver uma terceira. Eu gostava que, digamos, os diferentes capítulos ou as diferentes ocorrências do $1+1+1=3$, não fossem tão espaçados, houve dois anos e meio entre a primeira exposição e a segunda, e vai haver pelo menos mais dois anos e meio, ou mais, entre a segunda e a terceira. Eu gostava que isto contecesse de ano e meio em ano e meio, que tivesse uma presença maior na programação, mas, por razões várias, não tem acontecido assim. Mas, para mim, era importante que a publicação traduzisse, sob a forma de livro, claro, o que está em jogo no projeto expositivo, e a publicação começa com um texto meu, um texto curto, em que explico a razão de ser deste projeto $1+1+1=3$, é uma ideia minha, ter um texto destes. O texto tanto poderia ser a arrancar a publicação ou a fechá-la, para mim faria mais sentido que fosse a arrancar, e, depois, há a ideia de retratar as três exposições e o projeto, que tem a sua unidade, através duma série de vistas de instalação, e isso é uma ideia que eu também proponho aos designers. E portanto, começa com o Robert MacPherson, isto ainda é Robert MacPherson, depois passa, está um contínuo, passa para o Manfred Pernice, e a seguir vem a Katerina Sedá.

E eu creio, sou eu que venho com a ideia, que me parecia muito interessante, e ainda hoje me parece muito interessante, atribuir um conjunto de páginas

a cada um dos artistas e serem eles a definir o conteúdo dessas páginas. Creio que a ideia é minha, mas não consigo precisar em absoluto, acho que a ideia não é do Kai e da Susana. Há uma ideia que eles introduzem, que é uma ideia muito interessante porque autonomiza, ou distingue claramente, esses diferentes conjuntos de páginas, que foram dados aos diferentes artistas para trabalharem, que é a ideia de haver oito páginas a branco, como separadores, por exemplo, como separador desde logo entre a primeira secção, a sequência de imagens da exposição e a contribuição do primeiro artista, mas depois, entre essa e a contribuição seguinte, há novamente oito páginas de intervalo. E isso é uma ideia muito interessante, cria um intervalo de espaço de tempo e evita uma situação de *zapping* entre um artista e outro. Essa ideia percorre depois toda a publicação. Não é só aplicada para criar um parêntesis entre as páginas que cada artista definiu, é também aplicada como separador entre as diferentes secções.

Eu creio que é também minha a ideia de pôr o texto do curador no final do livro, a seguir ao texto vem a lista de obras e os currículos abreviados de cada um dos artistas; a fechar, o cólofon. Eu acho que a ideia da estrutura é minha, da estrutura tal como a descrevi. Mas isto, para o caso, não importa. Tenho a memória, que não é uma memória muito nítida, de que sou eu que defino, digamos, a estrutura do livro, como é que ele se vai organizar, e que, depois, o Kai e a Susana trabalharam com cada um dos artistas, até para resolverem questões práticas. A relação dos designers, ou do designer, não tem que ser apenas comigo. Muitas vezes, a comunicação é feita entre eles e os artistas diretamente, eu não preciso de estar como intermediário, como uma espécie de filtro, entre os artistas e os designers. Portanto, os próprios termos da comunicação entre

os diferentes intervenientes numa publicação são variáveis, consoante cada publicação e consoante as necessidades de cada publicação. Há casos em que a comunicação é sobretudo, senão exclusivamente, entre mim e eles, eles não precisam de comunicar diretamente com o artista. Há outros casos em que comunicam muito mais com o artista. É muito variável. E, portanto, não há propriamente uma hierarquia preestabelecida neste processo de conceção e de produção dum livro e até ao nível da comunicação entre os diferentes participantes neste processo.

AA: Mas, de algum modo, existe alguma hierarquia quando, por exemplo, se trata de conteúdos? Tu deixas que os designers retirem conteúdos, proponham novos conteúdos, e os artistas deixarão que eles façam isso? Cada um tem a sua esfera de ação?

MW: É tudo conversado. Se eles não estão convencidos em relação a qualquer coisa, manifestam, e discute-se. Há uma discussão muito descomplexada. Se a alguém ocorre uma ideia, se a alguém ocorre uma dúvida, isso é conversado, não há grandes formalidades no processo. No fundo, é um processo simples, às vezes eu acho que se exagera na tematização destes processos, e uma das razões por que estes processos não são adquiridos é porque, muitas vezes, faltam no processo inteligência, bom senso e pragmatismo. Estes processos são, em grande medida, processos de ordem pragmática, e eu acho que há um grande equívoco quando há um empolamento, muitas vezes há, e isso é muito comum entre designers, ou quando se promove determinado tipo de discussões à volta das publicações, ou dos livros de artista, ou das publicações independentes, há uma espécie de empolamento destas coisas.

No fundo, estas coisas requerem inteligência, bom senso e pragmatismo, não requerem mais. E, com inteligência, bom senso e pragmatismo, chega-se a uma boa ideia, chega-se às soluções adequadas, tomam-se as decisões corretas, é tão simples quanto isso. O problema é que há, muitas vezes, nestes processos ingenuidade em excesso, falta de bom senso, falta de pragmatismo; às vezes, há excesso de “peneiras” e, depois, dá estrilho. Produzir um livro é um processo altamente sensível. Se em algumas das fases, se em fases decisivas há decisões erradas, então estão criadas as condições para o resultado sair prejudicado e para haver entorses no resultado, e por aí fora. Isso pode ter a ver com a escolha da gráfica, por exemplo, pode ter a ver com o mau acompanhamento da produção da publicação na gráfica, um processo de comunicação com a gráfica e de acompanhamento do trabalho da gráfica insuficiente. Pode ter a ver com más decisões ao nível da estrutura e dos conteúdos, pode ter a ver com más decisões ao nível do design. É muito importante que o designer seja um bom designer, e não há assim tantos bons designers por aí.

AA: As características que concorrem para um bom designer também são essas: a inteligência, o bom senso, o pragmatismo?

MW: Depois, há uma questão que é importante, o tipo de sensibilidade. Pode haver bons designers cuja sensibilidade, do ponto de vista estético até, não coincide ou não se encontra com a minha sensibilidade. No caso do Kai e da Susana, há um encontro muito natural de sensibilidades, isso também ajuda a que haja um entendimento entre estas diferentes partes, em que haja um processo fluido, escoreito, em que os desacordos ou as diferenças de opinião sejam muito

naturalmente resolvidas e se chegue à melhor solução. As boas soluções num processo negocial não são as soluções de compromisso. Se tu achas que devemos ir por ali e eu acho que devemos ir por acolá, vamos encontrar uma terceira via que é um compromisso entre ir por ali e ir por acolá. Essa é a pior forma de negociação, é o compromisso, é um meio caminho qualquer, não é carne nem é peixe, é uma solução normalmente débil. Suponhamos que há qualquer coisa que queremos fazer e se revela inexequível, não temos dinheiro para uma solução desse tipo, tecnicamente é demasiado arriscada, ou falível e, portanto, vamos encontrar uma solução mais segura. Por razões que podem ser muito diferentes, há um determinado tipo de solução que não podemos ou não queremos pôr em prática, mesmo que seja a solução inicialmente desejada. Isso reabre a solução, e, normalmente, as impossibilidades que são sempre sentidas com alguma dose de desapontamento e de frustração permitem chegar a ideias e a soluções melhores do que aquelas ideias e soluções que inicialmente se tinham desejado.

AA: Mas novas, então?

MW: Sim, está-se tão apegado a uma ideia e/ou solução que se deseja que se acha que é a melhor ideia e/ou solução e se fechou a possibilidade de pensar outro tipo de ideias ou soluções, porque se dá por adquirido que aquela ideia e/ou solução é indiscutivelmente a melhor. O que acontece, quando se tropeça ou se esbarra numa impossibilidade, é que, ao reabrir a discussão, por vezes se chega a ideias ou soluções que não se tinham vislumbrado e que são muito mais interessantes.

AA: Aconteceu alguma vez aqui neste livro?

MW: Não. Por outro lado, quando há um desacordo, isso também permite, ao reabrir a discussão, às vezes, isto não é previsível, é um fenómeno de serendipidade, de chegar a coisas de uma forma imprevista, não intencional, porque estes processos são muito empíricos, também, e devem ser empíricos, em certa medida, ou em grande medida, até, o que é que isto quer dizer, dizendo por outras palavras, nestes processos opera-se umas vezes de forma dedutiva, ou seja, há uma ideia e trata-se de operacionalizar essa ideia, e outras vezes de forma indutiva, e, portanto, pode surgir a certa altura uma ideia que obriga a repensar a própria estrutura do catálogo, toda a definição do catálogo, dos seus próprios conteúdos. Claro que, se uma ideia dessas surge na fase terminal do processo, este já não é reversível a esse ponto, mas numa fase ainda embrionária, ou numa fase já não completamente embrionária, mas em que o processo não está já muito estruturado, pode surgir uma ideia que invalida aquilo em que se estava a pensar até então e que obriga a redefinir e reconfigurar, reelaborar toda a publicação. Isso pode acontecer.

Portanto, estes processos umas vezes seguem uma lógica dedutiva, outras vezes seguem uma lógica indutiva e devem estar permeáveis a estes diferentes tipos de lógica. Quando eu falo de inteligência, de bom senso e de pragmatismo, também tem a ver com isto.

Quando não se tem essa inteligência, e a inteligência não é um dom extraordinário, portanto quando eu uso este termo, uso num sentido muito prosaico; por exemplo, quando uma instituição impõe regras rígidas (tem de ter este formato, tem de se conformar ao modelo do catálogo...), eu acho isso uma forma muito pouco inteligente de operar e normalmente não dá publicações muito entusiasmantes, pode dar publicações sólidas, mas há qualquer coisa de em-

pobrecedor quando uma instituição desenvolve todo um programa editorial baseado em premissas e em regras apriorísticas que impõem uma espécie de espartilho a qualquer processo de pensamento e de realização duma publicação, e que encontram um denominador comum a todas as publicações que a instituição produz, demasiado impositivo, demasiado monótono e demasiado limitativo das possibilidades que se oferecem a cada publicação especificamente, individualmente considerada. Digamos que há uma atrofiação do processo e um empobrecimento dos resultados quando uma instituição funciona dessa maneira. Bom, dito isto, há uma instituição cuja programação me interessa imenso, a Design Gallery: tem também as publicaçõeszinhas com o mesmo formato, feitas pelo mesmo designer, não são publicações extraordinárias, nem são particularmente empolgantes, mas têm uma linha editorial curiosa, interessante, são publicações bem desenhadas, normalmente pequenas, porque eles não têm um orçamento que lhes permita grandes aventuras a esse nível. Mas, normalmente, as instituições não trabalham muito bem na área das publicações, e isso prende-se até com outras razões.

Um pouco a moral da história é: fazer publicações não é um bicho de sete cabeças, é um processo muito sensível, muito caprichoso, mesmo quando é uma publicação simples. A coisa pode falhar porque há uma das variáveis que correu mal, e é um processo complicado quando estamos a falar de instituições, porque muito poucas instituições, muito poucas instituições mesmo, estão apetrechadas para investir tempo e competências na conceção e na produção de publicações. Nas instituições, as equipas, normalmente, não estão apetrechadas para trabalhar duma forma mais criativa e mais aprofundada nas publicações.

AA: Mas, no caso da Culturgest, isso acontece claramente, não é verdade?

MW: Não, a Culturgest também não está.

AA: Mas é por vontade tua, sobretudo?

MW: É, é por teimosia minha.

A Culturgest não está apetrechada, e isso vê-se quando se vai aos cólofons, em que se vê “revisão”, “copy” e “editing” e vem lá o meu nome, por exemplo. Por exemplo, tu chegas a um cólofon, como o do catálogo do José Loureiro, e ainda é mais flagrante: “Conceção do catálogo, Miguel Wandschneider, *Atelier* Carvalho Bernau”, portanto aqui a conceção é conjunta, e a conceção é conjunta porque a ideia de partida é minha, mas ela precisava de ser concretizada, e isso passava por definir grelhas, e a definição das grelhas é absolutamente determinante na conceção do catálogo, e o catálogo, se não fosse bem resolvido na definição duma tipologia de grelhas, falhava duma forma clamorosa, e esse trabalho foi um trabalho feito pelo Kai e pela Susana, obviamente, que são quem tem competência para intervir a esse nível. Mas, para tu veres, “Conceção: Miguel Wandschneider, *Atelier* Carvalho Bernau”, “Coordenação: Miguel Wandschneider, Mário Valente”, grande parte da coordenação é minha, mas o Mário Valente interveio também bastante, “Texto: José Loureiro e Miguel Wandschneider”, na realidade é uma entrevista, “Revisão: Conceição Candeias, Miguel Wandschneider”, isto é absolutamente ridículo, isto é patético! E, portanto, eu apareço de diferentes maneiras em diferentes catálogos, mas normalmente, por exemplo, eu, aqui, pus “Coordenação: Mário Valente”, mas eu também participei, ele coordenou um bocado mais... eu tenho um bocado de pudor em aparecer demasiado e, olhando para o cólofon (que engraçado!),

chego à conclusão que muito do que eu te disse está completamente errado, porque a conceção que vem é “Trevor Smith, *Atelier* Carvalho Bernau”, portanto aquilo que eu achei que tinha proposto ao Kai e à Susana, na realidade foi definido pelo Trevor Smith, sendo que eu tive uma participação na definição da estrutura da publicação, só que eu, como havia um curador e havia designers, me ausentei do cólofon, mas, eu creio, se calhar é melhor falares com o Kai e com a Susana, eu creio que tenho uma intervenção na definição da estrutura, nas instalações, que eu não queria reprodução dos trabalhos como se faz tradicionalmente nos catálogos, mas queria vistas da instalação, agora começo a achar que a ideia das secções para cada artista é uma ideia do Trevor Smith, começo a achar isso. Isto já foi em 2007/2008 e, agora, fico um bocado embaraçado, mas não me lembro exatamente em que moldes. Para mim, desde o início que era válida como ideia, ter apenas um texto, um texto do curador, por exemplo, ter as vistas da instalação... e já não sei como é que aparece esta ideia das 32 páginas, sendo que, isto é uma coisa que eu não te disse, a estrutura e o *layout* de todos os catálogos $1+1+1=3$ são os mesmos: o tamanho, o papel, a estrutura, o texto do curador no final, seguido de lista de obras, dum *curriculum vitae* abreviado e do cólofon a fechar, antecedido dum texto meu, programático, que dá conta da razão de ser e das intenções do projeto $1+1+1=3$ nas suas diferentes declinações, tudo isso se mantém, o tipo de letra...

AA: Foi discutido, *a priori*, com os designers?

MW: Ou seja, há uma espécie de *layout ready made* para os volumes seguintes do $1+1+1=3$. O que vai mudar é a cor da capa, mas o próprio *layout* da capa é igual, os materiais são os mesmos, por-

tanto a ideia é ter uma coleção, há uma coisa que vai mudar, a ideia das 32 páginas é uma coisa tão fantástica, sendo do Trevor ou minha, não sei, nem importa muito para o caso, o que importa são os resultados, eu achei, ou achámos, porque talvez tenha surgido em conversa com o Kai e com a Susana, que valia a pena expandir para 48 páginas; portanto neste catálogo, em que agora estamos a trabalhar, as 32 páginas vão passar a 48, o que é bestial, em vez de teres 96 páginas nesta secção, depois intercaladas pelas oito páginas a branco, vais ter 48, o que dá 154.

AA: Muito mais espaço para o catálogo dos artistas...

MW: Sim, porque essa secção é o *core*, para mim é o núcleo duro do catálogo, e depois, na periferia, tu tens as vistas da instalação, numa das periferias, não é?, e na outra periferia, do lado oposto, tens o texto do curador. E isso é importante como indicação de como é que isto se replica nos volumes seguintes.

AA: Só quando estavas aqui a referir, neste caso em termos de conceção, o teu nome e o dos designers, de algum modo isso reflete a autoria do catálogo? Como é essa questão da autoria?

MW: Eu acho que a autoria é uma questão muito armadilhada, que também há um empolamento da questão da autoria, e resolvo essa questão duma maneira muito simples: eu considero que a minha atividade de curador, embora envolva uma dimensão de autoria, não é uma atividade de autor. Eu não considero que o curador seja um autor, já para não dizer que muito menos considero que o curador seja um artista, ou um para-artista, ou tenha uma atividade que partilha com a atividade artística uma série de metodologias ou de ingredientes. Eu

sou completamente contrário à ideia do curador como autor e acho que a ideia do designer como autor é uma ideia também bastante desagradável. Tudo isto tem a ver, em última instância, com a competição e com as estratégias que estão associadas à definição do estatuto do curador ou do designer e, portanto, há uma competição e estratégias desenvolvidas nos sentido de conquista de poder e de prestígio e, portanto, discute-se demasiado o “designer” e o “curador”, há um empolamento, e isso tem a ver até com coisas tão simples, há uma profissionalização da atividade do designer. Se nos reportarmos aos anos 60 ou aos anos 70, para encontrar um contraponto historicamente já distanciado, havia designers gráficos, havia até várias e ilustres tradições de design gráfico, mas não havia este tipo de discussão sobre o designer como autor e sobre a definição do papel do designer e, muito menos, toda esta discussão inflacionada sobre o papel do curador. Eu acho que uma forma de responder a esta inflação de conversa da treta sobre o curador e/ou sobre o designer é pura e simplesmente trivializar a discussão e dizer “essa discussão não interessa porque há outras discussões que interessam muito mais” e, portanto, deve-se dar ênfase e prioridade às discussões que interessam. Interessa muito mais falar sobre os artistas, sobre as suas práticas e sobre os trabalhos que desenvolvem do que estar sempre a pôr a figura do curador na discussão, ou mesmo à frente. Mas, a propósito da autoria, é um bocado “a César o que é de César”, “o seu a seu dono”, se neste catálogo há toda uma discussão entre o Trevor Smith e os designers para chegar a esta publicação, quer dizer, é elementar num cólofon atribuir, não sei se essa autoria, ou pelo menos essa responsabilidade às pessoas que foram responsáveis por ela. É um bocado nomear quem trabalhou na

publicação e o que é que cada pessoa fez na publicação, mais uma vez é uma questão pragmática, se bem que haja imensos curadores que não fazem nada por uma publicação e que aparecem como “editors” da publicação, porque fica bem o nome aparecer, e fica bem no currículo, e não fazem nada. Eu tendo a definir as minhas funções por défice, ou seja, às vezes porque apareço demasiado num cólofon, digamos que... eu não sei como é que eu apareço no *Scratching on things I could disavow*, “Conceção: Walid Raad”, se bem que eu poderia ter posto aqui “Walid Raad, Miguel Wandschneider”, mas achei que ele teve um papel mais importante na definição do objeto do que eu, embora eu tenha tido uma intervenção a esse nível, “Coordenação: Miguel Wandschneider”, eu refugiei-me na coordenação e, de facto, fiz a coordenação da publicação toda, o processo de digitalização na gráfica, fui eu que acompanhei, fui eu que dei todas as indicações e instruções na gráfica para eles fazerem bem feito, houve um trabalho de coordenação. Eu tendo a evitar, tendo a evitar, não, para mim é um bocadinho aberrante, seja da minha parte, seja da parte de outras pessoas haver qualquer atitude de se pôr em bicos dos pés.

Tu dizias que, no caso da Culturgest, não havia esse problema de falta de condições ou de preparação para fazer as publicações, há, e a prova mais escancarada disso e bastante embaraçosa, para mim e para a instituição, é que há imensas publicações que ficam penduradas, já não é só um problema de não saírem a tempo, é um problema de saírem muito, muito tarde, às vezes dois anos depois ou três anos depois, e isso tem a ver com esta nossa incapacidade de dar resposta a todas as publicações que temos que produzir. Há um princípio simples, cada exposição vem acompanhada de uma publicação, seja essa publicação um

catálogo, ou um livro de outra natureza, seja uma publicação muito complexa, seja uma publicação mais simples, nós temos o princípio de que cada exposição vem acompanhada, mesmo que em diferido, por uma publicação, e depois não temos capacidade de dar resposta a todo o trabalho que isso envolve, e aqui há uma opção, que é uma opção muito clara, lançam-se as publicações a tempo e as publicações não valem nada, mas estão a tempo, e digamos que não põem a instituição e, sobretudo, o responsável pela programação, que sou eu, em cheque, ou as publicações saem quando é possível fazê-las sair em condições, bem feitas, pagando o preço de inúmeros, e às vezes exorbitantes, atrasos. E a minha opção sempre foi, e esta opção não é evidente, digamos que eu impus esta opção à instituição, que está a pagar um preço caro. O preço é comprometedor, é embaraçoso uma instituição deixar catálogos e tantos catálogos atrasados, e tão atrasados. Neste momento, a prioridade é fazer sair catálogos que estão atrasados, e é eu canalizar tempo, energia e trabalho para as publicações, custe o que custar em termos de organização do meu trabalho, essa é a prioridade.

AA: Mas o que é que deveria haver para que elas pudessem sair mesmo a tempo?

MW: Deveria haver uma pessoa, senão exemplar, pelo menos extremamente competente, a fazer coordenação editorial. E não há nenhuma pessoa nesta instituição com as competências necessárias para fazer uma coordenação editorial. Uma coordenação editorial duma publicação que tem vários textos traduzidos é, desde logo, uma operação complexa, porque é absolutamente imprescindível garantir que os textos estão bem revistos, não estão a dar pontapés na gramática, nem estão pontuados de gralhas, que as traduções têm uma qua-

lidade muito boa, se possível excelente, e para garantir isso é um trabalho infernal, infernal, e depois há outras tarefas e funções que um coordenador editorial tem de desempenhar. Um livro que tenha muito texto requer, durante meses, um trabalho muito sensível de articulação com autores dos textos, às vezes também com o artista a que os trabalhos dizem respeito, com tradutores, e é um processo de comunicação cheio de camadas, porque não é escrever ao tradutor e ele responde e resolve-se o assunto, depois é preciso, em função da resposta do tradutor, consultar o autor, e depois, se há desacordo, é preciso voltar ao tradutor e depois, enfim, é preciso envolver revisores, portanto a articulação é com autores, tradutores, revisores, se há muitos textos, se há várias traduções... um catálogo que nós fizemos que corresponde um bocadinho ao que estou a dizer é o do Jean Luc Moulène, são três línguas (inglês, francês e português), são, já não sei se seis textos, desde textos difficilimos de traduzir, como o texto do Manuel Joseph, até outros textos mais simples de traduzir, e foi o fim da picada, e esse catálogo até saiu um mês e meio depois da inauguração da exposição, ainda a exposição estava no ativo, ou dois meses no máximo, talvez dois meses depois do arranque da exposição, e, portanto, já não muito longe do fim da exposição, mas ainda enquanto a exposição estava a ser apresentada, mas depois as dificuldades, os impasses e os problemas foram-se avolumando à medida que o programa expositivo foi avançando e que mais publicações foram ficando em atraso e se foram encavalitando umas nas outras, e isto é um reflexo direto e transparente das dificuldades e das incapacidades com que uma instituição se debate no campo da conceção e da produção de publicações quando define níveis de exigência elevados para as publicações que edita,

e o que acontece é que muitas das instituições estão a descer, ou estão a definir os níveis de exigência muito baixos para poderem dar resposta e para poderem prosseguir as suas atividades sem criar um problema monstruoso.

AA: Depois, começa-se a avolumar e é uma bola de neve.

MW: Sim, e portanto agora, apesar do preço que eu paguei e que a instituição também tem pago por causa das opções a que eu forcei a instituição, acho que o balanço é francamente positivo, porque aquelas que saem, eu acho que no panorama editorial em Portugal marcam uma diferença radical e porque são, têm sido, um capital muito valioso na construção, em termos internacionais, do prestígio da instituição.

AA: Bom, então eles também têm aí o reverso da medalha, a própria instituição, apesar de pagar um preço...

MW: A instituição paga um preço elevado, mas tem beneficiado imenso das publicações ou de uma parte significativa das publicações que temos editado. A Culturgest tem, em vários círculos internacionais, a reputação de fazer belíssimas publicações. É isso também que nos permite copublicar com o Walter König, que é uma espécie de confirmação, digamos, da qualidade das publicações, é isso que nos permite ter no cadastro já três publicações esgotadas: o *Books Make Friends – Os Livros Fazem Amigos*, o *For The Blind Man In The Dark Room...*, o *Jochen Lempert*, no caso do Jochen Lempert, foi uma publicação que nós produzimos inteiramente e que publicámos sem nos associarmos a outra chancela. O livro do Walid Raad é um livro copublicado com o Walter König, mas que nós produzimos inteiramente, eles não fizeram nada para o livro.

AA: Qual foi a contribuição deles?

MW: Foi assumirem a copublicação. Digamos que o negócio é: nós fazemos e nós pagamos, eles compram um X número de cópias com um desconto muito elevado, portanto acabam por não pagar tanto como isso, neste caso foram 600 cópias, compraram 600 cópias com 65% de desconto e põem lá...

AA: Fazem também uma distribuição...

MW: Culturgest e Walter König. O que nós estamos a comprar é a visibilidade do livro, é a sua difusão e visibilidade, é o prestígio associado à chancela Walter König, e isto acontece em 2007, um ano e nove meses depois de eu ter iniciado uma nova programação de exposições aqui na Culturgest... ter começado um programa de exposições do qual sou responsável, e um ano e nove meses depois aparecer com um livro copublicado com o Walter König foi muito importante e faz parte de um processo de conquista do território; depois disso, o *Jochen Lempert* foi copublicado também com o Walter König, nos mesmos moldes, e agora estamos a copublicar um terceiro, o livro do Jos De Gruyter e do Harald Thys.

AA: Com eles também?

MW: Sim, mas o livro do Jos De Gruyter e do Harald Thys é um livro que está, pelo menos na sua génese, associado à exposição que eles aqui fizeram em finais de 2009, e eles não queriam um catálogo, aliás não queriam mesmo, recusaram liminarmente a ideia de terem um catálogo associado à exposição, queriam fazer um livro com um novo trabalho, para tal tinham que, primeiro, produzir o trabalho, sucede que o trabalho é uma série fotográfica com 300 fotografias, tirando as fotografias encenadas, e não é, portanto, um trabalho que se faz de um dia

para o outro, na realidade eles demoram dois anos e meio a fazer essa série fotográfica, não estiveram exclusivamente dedicados a esse trabalho, tiveram outros trabalhos, tiveram várias exposições, portanto tiveram outras coisas com que se entreter, e o livro já deveria ter saído, mas correu mal na gráfica, vai ter que ser reimpresso e reencadernado.

AA: O trabalho com a gráfica, és tu que te responsabilizas por o fazer?

MW: Nesse caso, não, nesse caso foi o designer, que não é a Susana, nem o Kai. Mas o livro é magnífico, é um calhamaço, sem texto, com 300 imagens fotográficas, uma por página, é um livro muito particular, e já deveria ter saído, aliás, já o tive nas mãos, ele foi recusado.

AA: Quem é que fez a produção?

MW: O designer, o Boy Vereecken, que é um jovem designer que está a dar cartas. Mas, neste caso, o designer é sobrede-terminado pelo Harald Thys e pelo Jos de Gruyter, que definem o formato, que dizem que vai uma imagem em cada página, mesmo a capa, a capa é desenhada pelo Harald Thys.

AA: Ele, aí, executou simplesmente...

MW: Ele, aí, executou.

AA: E a própria produção gráfica?

MW: Mas o que correu mal é que o papel tinha um defeito e a gráfica não o dete-
tou e, quando o catálogo está impresso e encadernado, o Harald e o Jos come-
çam a olhar para aquilo com atenção e começam a ver umas pintinhas azuis que tinham a ver com o papel, em ca-
dernos diferentes, consoante o exemplar, consoante a cópia, aquilo aparece em cadernos diferentes, mas aparece em ca-

dernos inteiros que estão com pintinhas azuis, o que é inaceitável, e, portanto, voltou para trás. Mas a questão é o que é que é preferível, ou o que é que se-
ria preferível, é forçar uma publicação, mesmo que não seja particularmente interessante, e que não seja particular-
mente bem-sucedida e que surja mais perto da exposição, ou que surja mesmo na abertura da exposição ou, eventu-
almente, quando a exposição está a decorrer e que não serve para nada, não serve para a instituição, não serve para o público, a não ser num sentido muito rasteiro, não serve para os artistas, não serve para ninguém; basicamente, o que é que é preferível? É isso ou é, quase três anos depois, mais coisa menos coisa três anos depois, propor uma publicação, que é um livro de artista, independente da exposição, que não tem nada a ver com as obras que estiveram na exposição, que aparece como um objeto de pleno direito e que vai beneficiar os artistas, vai beneficiar a instituição, vai ser um bom contributo para quem se interessa por estas coisas e para quem se interessa particularmente pelo trabalho do Jos de Gruyter e do Harald Thys, e eu acho que a resposta é evidente. Agora, eu estou a dizer isto, mas sou advogado em causa própria, tomei uma opção muito clara de, doesse o que doesse, não sacrificar as publicações para as fazer sair num *timing* mais aceitável.

AA: Mas a publicação acabada é mesmo muito importante como objeto, muito mais até do que a própria exposição, que tem um tempo...

MW: Não, eu não diria que é mais im-
portante que a exposição, são coisas distintas. A exposição é uma coisa tem-
porária; a publicação é uma coisa que tem outra longevidade, um tempo de vida muito longo. Mas não há nada que substitua o encontro com as obras...

AA: Claro...

MW: ... e isso só é possível no espaço e no tempo da exposição. Claro que se pode dizer que o livro também é uma obra, mas isso é toda uma outra discussão. Um livro pode ser um objeto como eu acho que é este *Monolitz*, um objeto absolutamente extraordinário, autónomo, que não é subsidiário duma exposição, não é um sucedâneo duma exposição, que tem uma existência própria, e é um livro de artista. Agora, não há nada que substitua o encontro no espaço do centro de exposição com a obra do Willem Oorebeek, e nós vivemos demasiado dependentes das imagens e da reprodução das obras, vivemos demasiado desatentos em relação às obras. Eu acho que a experiência que a maior parte das pessoas que estão situadas no próprio mundo da arte, que estão diretamente relacionadas com a arte contemporânea, a experiência que a maior parte das pessoas tem das exposições, das obras, dos artistas é uma experiência muito superficial e muito empobrecida. E, portanto, nós fazemos também, nós, profissionais, ou pessoas diretamente envolvidas com a arte contemporânea, temos uma experiência, também, muito superficial das coisas, muito apressada e, nessa medida, eu acho que as exposições são absolutamente insubstituíveis e de uma importância crucial, duma importância absoluta. As publicações também têm uma grande importância, e a ironia é que as publicações, a sua conceção e produção, em muitos casos, dão mais trabalho do que a conceção e a produção duma exposição.

AA: Mas porquê?

MW: Tem a ver com o trabalho que cada uma destas coisas exige.

E, no caso das exposições aqui na Culturgest, há uma equipa a trabalhar

nelas. No caso das publicações, por não haver um coordenador editorial, que é uma função que deveria existir nesta instituição, e pelo facto de ser eu a assumir quase sempre essas funções, é um trabalho muito ingrato e muito pesado. Sei lá, se estou a comissariar uma retrospectiva e defino um lista de obras, depois a equipa trabalha nos empréstimos, no envio das fichas de empréstimo, no contacto com os colecionadores, não sou eu que tenho que fazer isso. Quando faço a coordenação editorial, sou eu que estou a comunicar com designers, tradutores, autores, revisores e, no ponto nevrálgico de todo esse processo, a filtrar e a organizar, a centralizar e, depois, a descentralizar também, mas a centralizar, a organizar, a filtrar toda essa informação, para garantir que o catálogo, quando é publicado, não tem gralhas, os textos não estão cheios de problemas de gramática, de erros de gramática, que a pontuação está certa, que não há gafes, mesmo ao nível do design, às vezes também há gafes ao nível do design.

AA: Do tipo?

MW: Não, por exemplo, uma imagem que...

AA: A cor?

MW: Não, isso é outra coisa, isso são provas de cor e correções de cor, eu também intervenho nisso.

AA: Mas também passas por aí?

MW: Passo. Passa pelo coordenador editorial, absolutamente, acima de qualquer outra pessoa. Acima dos designers, o Kai e a Susana não tiveram nada a ver com as provas de cor, estamos a falar de 500, ou mais de 500, desenhos que estão aqui reproduzidos.

AA: Até porque eles não se conhecem tão bem quanto isso.

MW: Até porque os desenhos estavam cá, foram feitos, foram fotografados e as correções de cor foram feitas na Guide, foram fotografados na Guide, apesar de ter sido impresso na Maiadouro. Mas, por exemplo, a decisão de fazer o trabalho todo de imagens, provas de cor, correções de cor na Guide, e depois imprimir na Maiadouro, é uma decisão cirúrgica.

AA: Tomada por?

MW: É discutida entre mim e os designers, mas completamente consensual. A Guide é a melhor gráfica em Portugal a fazer tratamento de imagens, a Maiadouro é a melhor gráfica em Portugal a imprimir e a encadernar e, portanto, tem-se o melhor dos dois mundos. Muitos dos nossos catálogos também foram impressos lá fora, o facto de termos colaborado muito com as Roma Publications também foi fundamental para uma certa aprendizagem e para ganharmos experiência, e para construirmos também uma perspetiva, eu acho, mais avançada do que é habitual em Portugal nestas coisas.

AA: Sentes que as gráficas, aqui, não têm a mesma qualidade das de lá de fora? É muito difícil? A Maiadouro será, se calhar, a melhor.

MW: Mas não tem, não têm a mesma qualidade. A Maiadouro melhorou muito, também, e, em grande medida, parece-me, por causa da colaboração com a Culturgest, digamos, há um processo, e isso é muito interessante, há um processo de aprendizagem da Maiadouro, por causa do esforço que a Culturgest está a desenvolver no campo das publicações, por causa dos níveis de exigência

que está a pôr na produção das publicações, recorrendo a designers que trabalham lá fora, recorrendo aos Roma Publications, recorrendo a gráficas lá fora, na Holanda ou na Alemanha, mais frequentemente na Holanda do que na Alemanha, tudo isso elevou os patamares de qualidade e, depois, a Maiadouro é confrontada com um desnível, uma *décalage* entre os resultados que eles podem conseguir e os resultados que nós estamos a conseguir, por exemplo, a trabalhar com outras gráficas lá fora, isso foi fundamental para...e eles estão interessados em melhorar, por exemplo, é a única gráfica em Portugal, e há muito poucas gráficas fora da Holanda a fazerem-no, que está a usar cola fria, a cola fria é invisível, em termos estéticos é muito mais interessante, mas isto é mais importante ainda, é uma cola muito mais resistente que a cola quente, é esteticamente muito mais interessante, apesar de que, depois, a capa vinca, claro, mas tu não vês a cola.

AA: Provavelmente, o livro também abre melhor.

MW: É invisível e portanto, por razões estéticas, recomenda-se. É muito mais resistente, os livros não partem. Aquilo que não falta em Portugal são livros a partir, é um horror! Ou seja, o tempo de vida dum livro às vezes é uma semana; se uma pessoa, após comprar o livro, começar a usá-lo, ele não resiste e, depois, o livro faz isto...

AA: Abre espetacularmente, dá para ter planos de imagem...

MW: E isto é o resultado da nossa colaboração com a Maiadouro. Isto não acontecia com a Maiadouro.

AA: Mas foram vocês que introduziram este uso?

MW: Eles começaram a ver que nós estávamos a trabalhar com gráficas que usavam cola fria, que tem imensas vantagens, e a própria Maiadouro teve não só que se apetrechar com tecnologia, como também foi aprender a usar essa tecnologia, e agora está toda a gente em Portugal... nós fizemos a exposição com os Roma Publications, começou toda a gente a copiar a estética, começou toda a gente a ficar... há um certo provincianismo nisso, mas não deixa de ser para mim gratificante verificar isso, porque faz parte de um processo de maturação do próprio contexto.

AA: E, de algum modo, é aprendizagem.

MW: Mas, naquela altura, era um fascínio absolutamente acrítico pelos Roma Publications. Depois, nós começámos a trabalhar com a Maiadouro num certo sentido, eles introduzem a cola fria, agora vais ver o catálogo desenhado pelo António dos Barbara Says... João Maria Gusmão e do Pedro Paiva, cola fria, já está tudo agora a usar cola fria. Eu acho isso fantástico, o que confirma o papel que a Culturgest está a desempenhar no contexto. Eu acho que a Culturgest tem desempenhado um papel absolutamente chave no campo das publicações em Portugal com consequências, inclusive, no subcampo das publicações ditas independentes, e só não tem mais consequências porque o contexto é muito atávico e porque não há muito interesse por parte de vários agentes em reconhecerem o mérito e o papel que a Culturgest tem tido ao longo destes últimos seis anos. Quando tu vês os debates sobre publicações, eu nunca sou convidado para participar, participei agora numa coisa no Porto, nas *"Unneeded Conversations"*, mas é curioso, há muitos debates à volta destas coisas e convidam-se artistas que fizeram um livro dito de artista sem experiência nenhuma,

sem conhecimento de causa nenhum, sem provas dadas, mas já têm autoridade para falar sobre estes assuntos. Depois, há uma reificação das publicações independentes que eu acho que é uma perversidade e que é um ponto de partida e, digamos, que traz consigo uma perspetiva sobre publicações a evitar, porque, quando se fala de publicações de arte, o adjetivo "independente" deve saltar fora e, depois, podem-se discutir economias de publicação, mas há um interesse muito grande na discussão da chamada "publicação independente", e eu acho que isso empobrece a discussão, simplifica a discussão e levanta imensos perigos ou riscos, um deles é o de construir um esquema mental dicotómico e, nos piores casos, maniqueísta, em que as publicações independentes são um poço de virtudes e as publicações institucionais são um poço de vícios, e acontece que este tipo de esquema dicotómico é altamente problemático, a realidade desmonta este esquema de pensamento binário num ápice, até porque os segmentos da publicação independente, de um lado, e da publicação institucional, do outro, não estão separados, mas interpenetram-se e há exemplos de cooperação, portanto Culturgest, Roma Publications e Culturgest, a fazer não sei quantas publicações, isto é um exemplo flagrante de como este esquema de pensamento binário não se aguenta perante o teste mais simples da realidade. Bom, mas isso é outra conversa, e outra discussão já fora do âmbito daquilo que interessa.

Mas recomendo vivamente que fales com a Susana e com o Kai que devem ter uma memória mais fresca de como é que isto se processou, eu próprio estou curioso em saber como é que isto se processou, porque, pelos vistos, estou completamente desmemorizado e não quero ficar nada com o crédito, aliás não quero nada desvirtuar como é que

o processo se desenrolou na tal negociação com os designers. A última coisa que queria era que isso fosse desvirtuado e completamente falsificado, mas não me importo nada quando não tenho intervenção, tenho um papel passivo; fico, aliás, radiante quando não tenho de fazer nada por uma publicação e ela me chega às mãos impecável, por exemplo o *DDDG Extended Caption*, e isso, para mim, é o melhor dos cenários, é o *best case scenario*, é quando eu não tenho que fazer nada e a coisa chega-me às mãos limpinha e impecável e eu considero a publicação excelente. Portanto, eu não faço questão nenhuma em controlar o processo, ou coordenar o processo, ou ter maior ou menor *input*, a mim o que me interessa são os resultados. E, portanto, para chegar a esses resultados, é preciso desenvolver todo um processo, e esse processo não pode ser um processo mecânico que é replicado para qualquer publicação, é um processo que tem de ser recriado para qualquer publicação que se faça. Mas averigua com o Kai e com a Susana, eu acho que tive uma participação a lançar os dados, é que isso, de alguma maneira, conduziu um bocadinho o processo de discussão e de construção desenvolvido pelo Trevor Smith (o curador) e pelos designers (o Kai e a Susana).

AA: Mas, de qualquer modo, a definição do formato da capa e isso foi discutido contigo, à partida, para a coleção.

MW: Sim, mas é assim, eu não aceito necessariamente aquilo que os designers propõem, mesmo em termos de formalização ou de operacionalização de ideias e de soluções que foram consensualizadas. Portanto, há, mais uma vez, a inteligência e o bom senso de não dar nada por adquirido, de não considerar que cada macaco está no seu galho. E, de facto, cada macaco está no seu galho,

mas, porque cada macaco está no seu galho, eu tenho de aceitar tudo o que os designers propõem? Não, às vezes eu não estou convencido com uma ideia e discutimos. Eu não estava convencido com este *layout* da capa do José Loureiro e manifestei-me de uma forma absolutamente frontal em relação ao meu descontentamento com a proposta deles, depois houve imensa conversa, imensa discussão sobre alternativas, ou sobre a inevitabilidade de ser esta capa e acabou por ser esta capa, eles ainda ensaiaram outras capas mas não estavam nada convencidos, achavam que esta era, sem sombra de dúvidas, a melhor proposta que podiam fazer, e eu também não fiquei convencido com as outras propostas e, portanto, acabámos por concordar nesta proposta, que foi uma proposta que, à partida, me suscitou imensas objeções e reservas, e eu não tive qualquer pudor em manifestar essas objeções e reservas. É também importante que haja uma colaboração descomplexada que permita aos diferentes intervenientes manifestarem aquilo que lhes passa pela cabeça e não estarem autocensurados e a achar que estão a pôr a foice em seara alheia ou que vão ferir suscetibilidades. Isto tem a ver com o facto de ser um processo pragmático.

AA: Mas essa relação foi construída para que vocês tenham espaço para isso, não é verdade?

MW: É a relação que eu tenho com qualquer artista e é a relação que eu tenho com qualquer interveniente no processo, a não ser que haja um caso muito especial em que sejam precisos pruridos; caso contrário, o processo é todo comprometido. Mas, à partida, é um bocado pão pão, queijo queijo, não há pachorra para melindres ou para inibições. Percebes? Isto é um processo de colaboração e onde estamos todos no mesmo

barco, temos de chegar a porto seguro, de preferência sem passar por tempestades, o barco não pode naufragar, não podemos todos ir ao fundo, temos de evitar em conjunto as tempestades, não podemos pôr-nos a navegar de uma maneira taralhoca e sermos apanhados em tempestades horríveis, quer dizer, é também uma questão de pragmatismo, e manda o pragmatismo que seja um processo aberto, franco e descomplexado, e todos temos a ganhar com isso e ninguém tem a perder com isso, não se perde nada com isso é só se ganha, portanto... Mas depois, às vezes, umas coisas correm melhor do que outras, nem todas as publicações que nós fizemos desde que eu estou a fazer programação e a coordenar as publicações me deixaram satisfeito, tenho imensos problemas com algumas, há algumas que, de facto, correm mal. Falas dos designers, a partir do momento em que eu faço o catálogo com o Kai e a Susana e a coisa corre bem, faz-se um segundo e, se a coisa volta a correr bem, a certa altura é evidente. Se eu trabalho com um designer e fico descontente, esse designer está em maus lençóis, começa a ser improvável trabalhar com ele.

AA: Mas, com o Kai e a Susana, como é que se estabeleceu a relação?

MW: Pois, e também está aí, isso é muito revelador de como trabalhamos, ou de como eu trabalho. Eles vêm ter comigo porque perceberam que havia aqui um espaço que poderia estar disponível para uma colaboração com eles, porque eu estava a começar, eu acho que eles me abordaram antes de eu começar a minha programação.

Ou, mesmo quando eu tinha começado a programação, mas acho que até foi antes, e apresentam-me um *poster* e umas coisinhas pequenas, e eu jamais lhes iria dar um trabalho,

uma empreitada dum catálogo quando a experiência deles eram coisinhas, e disse-lhes “Olhem, gosto bastante do trabalho que vocês estão a fazer, gostava de acompanhar, vão-me mantendo a par”, e depois eles vêm a Lisboa, mostram-me ainda no computador, não estava impresso, um catálogo. Tal como me abordaram, abordaram o Witte de With, em Roterdão, e o Witte de With encomendou-lhes um catálogo dum artista novo chamado William Hunt... não, isso até não correu bem, isso até correu bastante mal para o lado deles, foi dum artista chamado Jesper Just, e eles fizeram o catálogo e mostraram-mo e eu achei que... bem, era um catálogo grande, complexo, muito bem resolvido até em termos gráficos, apesar de eu não gostar nada do trabalho deste artista, mas bem resolvido, dentro do design gráfico, e eu disse-lhes então que podíamos pensar em fazer alguma coisa juntos e entreguei-lhes o catálogo do Walid Raad, foi o primeiro, que é um voto de confiança, porque aquilo que se faz, normalmente, é entregar o catálogo de um artista novo, e menos conhecido, não se entrega uma publicação dessas a uns designers com quem nunca se trabalhou. Mas eu também estava muito condicionado porque, se não era um catálogo para ser feito em conjunto com os Roma Publications, eu estava um bocado confinado aos designers portugueses, e não me apetecia entregar o catálogo aos designers portugueses porque não confiava em nenhum e já tinha uma grande experiência de colaboração com o grupo Falcão, imensa experiência de trabalho com eles, e eu não confiava, sabia que aquilo ia ser mal produzido, e uma das grandes questões disto, não falámos, falei da questão da sensibilidade, falei da questão do entendimento, mas o Kai e a Susana são melhores do que qualquer designer português, mas a léguas, nas questões que, para mim, são

vitais de produção, que tem a ver com o trabalho com a gráfica, que têm a ver com escolhas certas de papel, de materiais, tem a ver com o conhecimento de como é que os materiais se comportam na gráfica, eles, às vezes, se acham que a gráfica não dá conta do recado, vão para uma solução diferente. O designer português nem entra nesse tipo de aferição é “é este papel, é esta forma de encadernação, é não sei quê, não sei que mais”, depois, se a gráfica sabe fazer ou não sabe fazer, nem se questionam. Nós, no catálogo da Luisa Correia Pereira, que está muito bem desenhado, fomos de capa dura para capa mole porque percebemos que a Maiadouro ia fazer um trabalho aquém, com a capa dura, e com a capa mole ia descalçar a bota com muito melhores resultados.

AA: Mas vocês também têm a vosso favor o tempo que dão às publicações para serem feitas porque muito do que corre mal é por falta de tempo de trabalho com a gráfica.

MW: Sim, o tempo também dá recuo e permite tomar decisões certas, mas não é só isso, é uma questão de inteligência, bom senso e pragmatismo. Isto acontece no *atelier* deles, em que os gajos nos estão a mostrar o sétimo mono, depois também se fazem monos, depois também se sabem avaliar os monos. O Kai e a Susana têm um mono nas mãos, e imagina que o Pedro Nora ou o Pedro Falcão têm o mesmo mono nas mãos, o Pedro Falcão e o Pedro Nora dão aquele mono como... e os gajos estão mesmo, pronto, está *ok...* e estavam danados, não havia maneira, depois de trocas de *emails* quilométricos e de ser já para aí o sexto ou sétimo, era para aí o sétimo mono e aquilo não estava no ponto daquilo que eles queriam e eu disse, eu estava lá, estávamos a trabalhar num outro catálogo, e eu disse isso é muito simples, não é

capa dura, pá, não vale a pena estarmos a bater no ceguinho, se a coisa não vai ao ponto que nós queremos, prescindem-se da capa dura e vai para capa mole, e ficou impecavelmente produzido.

Portanto, tem também a ver com esta flexibilidade e com toda a abordagem e atitude em relação às publicações, percebes? E, aí, o Kai e a Susana estão a léguas de distância dos designers portugueses.

AA: Isso tem a ver com quê, com a formação que eles tiveram lá?

MW: Tem. Isso tem a ver com o contacto com gráficas que dão outro tipo de resposta. A certa altura, a Susana disse uma coisa que, para mim, faz todo o sentido e que eu nunca tinha pensado nesses termos. Ela disse “Miguel, em Portugal, a melhor gráfica é uma gráfica industrial, a melhor gráfica a fazer publicações de arte é uma gráfica industrial, a Maiadouro. Em nenhum país, avançado nestas coisas, a melhor gráfica é uma gráfica industrial, são gráficas muito mais pequenas, que trabalham de outra maneira, que pormenorizam de outra maneira, que têm outras condições para dar atenção aos detalhes, que uma gráfica industrial não tem, uma gráfica industrial tem um processo muito mais mecanizado e tem outro tipo de funcionamento e, de facto, as gráficas estrangeiras com quem nós trabalhamos em muitos casos eram gráficas de muito menor dimensão, mas que podem cuidar dum objeto, dum livro com um requinte e um pormenor que uma gráfica industrial não pode, ou não está organizada para trabalhar nesses moldes, percebes? Portanto, eles vinham com uma experiência de gráfica que não tem comparação, eles, quando entraram em discussão, em conversa, com a Maiadouro sobre questões de produção, questões técnicas, o Rui da Maiadouro

estava banzado, porque nunca na sua história de responsável pela Maiadouro, que já tinha muitos anos, ele alguma vez tinha tido alguma conversa daquelas com algum designer português, percebes? Os gajos sabiam exatamente as questões que deviam colocar, onde é que estavam os problemas sensíveis que, se não eram acautelados, dava bronca e, se uma solução era falível, eles reconsideravam e encontravam outra solução, e tudo isto era discutido com a gráfica. Sobre isto, nós não conversámos, mas é chave, dá-me confiança, dá-me sossego quando estou a trabalhar com o Kai e com a Susana; quando estou a trabalhar com um designer português, seja ele qual for, estou com o coração nas mãos.

AA: Já sabes, à partida, que a experiência não existe.

MW: E não dão resposta, percebes? É muito fraca a resposta que eles dão a esse nível, que é vital, porque o objeto depende da sua fabricação. Por exemplo, abrir o livro e ficar assim, e ele estar 180 graus aberto, são coisas vitais para a vida daquele objeto, e para a existência daquele objeto, e os designers portugueses não têm esse requinte, essa sofisticação, vão tendo mais, vão aprendendo com a experiência, mas não têm, percebes? E portanto, para mim, essa altura foi uma garantia muito importante trabalhar com o Kai e com a Susana, e eu acho que ainda há uma grande imaturidade em Portugal no design, e há bons designers, eu acho que o trabalho tem melhorado bastante, se comparares com o trabalho que se fazia há, sei lá, seis ou dez anos, houve avanços significativos, por exemplo, mesmo um designer como o António dos Barbara Says está a fazer muito melhor trabalho hoje do que fazia há seis anos, mas eu acho que o contexto ainda é um bocado imaturo, por exemplo eu acho

que é muito significativo que nunca uma publicação que nós tenhamos feito tenha sido objeto de um texto, de uma página que fosse.

AA: De uma crítica?

MW: Uma crítica, um texto numa revista, não estou sequer a pensar que tivesse de ser num jornal, numa revista, há revistas de design, agora tens uma revista direcionada para o design gráfico em Matosinhos, na ESAD de Matosinhos, e estas coisas nunca são objeto. Eu acho muito comprometedor para o contexto que em nenhum momento, por uma vez que fosse, alguém se tenha debruçado sobre publicações absolutamente espantosas, no contexto internacional da produção destas coisas, como é a do Jochen Lempert, ou a do Walid Raad, ou *Os Livros Fazem Amigos*, ou é a do Willem Oorebeek, percebes?, que isto não tenha sido objeto dum olhar mais analítico.

AA: É uma falta de sensibilidade para perceber que existe ali alguma...

MW: É um contexto muito imaturo, é um contexto que não gera uma situação que seja deste tipo, é um contexto de uma enorme imaturidade. Mas, depois, eu vejo essa revista e não sei quê, eu não estou a julgar ou a criticar, estou a constatar, e acho muito sintomático que se escolham determinados tópicos e se fale de determinadas coisas, e as publicações da Culturgest, que se comenta informalmente que têm um nível porreiro e que marcam de certa maneira uma diferença, depois não são objeto de comentários. E isso não me deixa perplexo, não me deixa sequer surpreendido, deixa-me a pensar que o contexto não merece...

AA: Bom, tu próprio tens a resposta, é imaturidade...

MW: É imaturidade, mas é também uma questão muito mais prosaica do que isso, é o facto de eu sempre ter sido um franco-atirador, inclusive aqui na instituição, e de não estar atrelado a grupúsculos e a circulozinhos de relações e de cumplicidades e de não sei quê, portanto eu funciono de uma forma muito individualizada, e essas situações também se geram dentro destes círculos e destes grupos de cumplicidades, e de relações, que acabam por propiciar também essas coisas, e isso também acho que é sinal de uma enorme imaturidade, é que as coisas precisem de ser estimuladas ou suscitadas por esse tipo de lógicas relacionais, percebes? Pronto, eu tenho uma grande aversão a grupos e a pandilhas e não sei quê, e depois parece que há uma penalização por causa disso, eu acho que esta explicação é especulativa, mas que corresponde bastante à verdade, percebes? E acho isso lamentável. A posição em que eu estou é aquilo que o contexto merece. Eu acho que, desse ponto de vista, a instituição, que é suposto funcionar de uma maneira um bocadinho monocórdica e fechada, a instituição tem sido, no programa expositivo e no programa de publicações, de uma extrema generosidade, tem dado um contributo que eu acho importantíssimo, e o retorno, eu acho que o retorno está muito aquém daquilo que a instituição tem proposto e do contributo que a instituição tem dado. Acho que o retorno que o contexto dá não é uma questão de fulano, beltrano ou sicrano, o retorno que o contexto dá é fraquíssimo e revela indiferença, alheamento, ou, não sei, a minha teoria é que o contexto merece apodrecer na sua mediocridade, e que o contexto... o contexto podem ser zonas do contexto..., a minha teoria é que nós temos aquilo que merecemos e que não somos melhores e não fazemos melhor porque não somos capazes, e não temos qualidades, não é qualidade, é

qualidades, para sermos melhores e para fazermos melhor, portanto o problema não é a periferia, o problema somos nós próprios.

AA: É um bocadinho fatalista!

MW: Não, as coisas melhoram, as coisas mudam, mas eu não tenho a teoria de que as coisas mudam necessariamente para melhor, não tenho nenhuma teoria evolucionista de que as coisas estão sempre a caminhar para melhor, até acho que no contexto português, em muitos aspetos, caminhou para muito pior do que há 15 anos, estamos em muitos aspetos muito pior do que há 15 ou 20 anos, a crítica de arte por exemplo, a crítica de arte hoje é incomparavelmente pior, aliás, o nível é grotesco, que há 15 ou 20 anos. E não sei, acho que o contexto tem uma incapacidade de, e isso é muito grave, se afirmar e de se posicionar em relação às coisas, mas isso são outras histórias. Mas a questão técnica na produção dos catálogos é importante porque é uma das razões por que, para além doutras razões de que falei, para mim tem sido muito importante e muito compensador trabalhar com o Kai e com a Susana.

AA: Vou ter isso em conta, Miguel.
Muito obrigada.

**INTERVIEW WITH
SUSANA CARVALHO AND
KAI BERNAU**

LISBOA/HAIA, VIDEOCONFERÊNCIA VIA SKYPE
28.08.2012

[The introduction was not recorded]

AA: I hope it doesn't take more than an hour. As I guess you already know, I'm researching about the negotiation process between the designer and the curator, along the process of designing the exhibition catalogue. So, what I would like you to tell me, for starters, is what do you think about negotiation in this context, and then I would like us to go talk about a specific catalogue, and I would like you to describe me the process of negotiating the design with the curator.

But let's start with the general approach: what is for you guys to negotiate, in this process of designing a catalogue.

KB: What do you mean when you say "negotiate"? Is it about that the artist or the curator may have a specific idea about the catalogue already, before he, for example, approaches us, and how we work with that?

AA: Exactly, how you work with that. If they do, or if they don't, I mean... I guess, you probably have the two experiences.

KB: Yes, of course. So, for us the most important thing in this process is not the curator, is the work of the artist that we are making a catalogue about, and while we try to understand the curator's vision, what he thinks is the important thing, and that's probably not so stupid, because he is the curator, he knows the artist. The curator is not a designer, and he may understand the artist but he does not understand books maybe as well as we do, so he may have ideas that make sense for him, from the curator's perspective, but that we think can be solved better,

you know, as a book, from a graphics designer's perspective, because a book is not the same thing as an exhibition.

AA: And how do you deal with the different approaches? Like you were saying, the curator doesn't have the same sensibility towards a book that the designer has, so how do you deal with the conflicts that may appear?

SC: I never see it as a conflict, that's the first... I never see it as negotiation; I always see it as collaboration.

AA: So... by collaboration you don't mean a negotiation?

KB: Well, it is a negotiation, but it doesn't sound like one.

AA: And what would be the difference between negotiation and collaboration in your point of view?

KB: It's the same thing, except that maybe if you negotiate, it means that at least one of the parties has already a very defined idea or, you know, wants to stick to that idea very much, but as Susana said it's only a matter of talking to people and exchange ideas... and especially once both parts can agree that we have same goal, right? I mean, it is not a negotiation because that would presume that we have different goals in the end in my opinion, but the goal is the same, which is to make, to present the work of the artist in the best possible way. So, we just listen to what the curator thinks he wants, and try to find out why he wants specific things, and then react to that. That's not saying that we always discard what someone asks us to do, and it also doesn't mean that we always listen to it and in some cases we say "yeah, yeah, yeah, this is nice but let us now try something completely different", and just

show it to him or make a small sketch, or describe the ideas that we have. Usually, people are very open.

AA: And this kind of collaboration, at what levels does it exist, at what levels does it happen? Is it just in the conceptual level, the formal level, in the relational level, do you have to negotiate some kind of relationship with people? How do you feel towards this collaboration?

KB: It can happen that you have to negotiate, not specifically on a book, but it can happen that you have to negotiate the freedom to come up with something of your own, and you have to say, "Look, I know you understand art, you are a curator, you are very good at your job, but I'm a graphic designer, you came to me because you want something from me, and let us do our job".

AA: Ok, so, now maybe we can talk about the specific catalogue that we've discussed before, Susana [reference to an exchange of emails where the designers were invited to participate in this study]... $1+1+1=3$.

KB: Exactly.

AA: So, I wanted you to tell me about the process of work: who was involved in the process of designing the book? Of course you, the curator... or the curators as you were telling me, they were Trevor Smith and then Miguel... And, if someone else was in this collaboration process, who were these people, and how did you relate to all of them, if you can recall.

SC: Yeah, we actually started working with Trevor, because Trevor was the curator of the show.

KB: I don't know if you understand how this $1+1+1=3$ thing is supposed to

function... basically Culturgest, Miguel Wandschneider, came up with this concept for this exhibition series, where there would always be not really a group show but three solo exhibitions of artists that have some relationship with the curator, that tries to show the relationship between the three artists.

SC: Doesn't try, shows the relationships between the three artists.

KB: So, in this first exhibition, in this first $1+1+1=3$ the curator was Trevor Smith.

SC: We worked with Trevor on the book.

AA: Ok. And how did it develop from the beginning? Did you already know him?

SC: No, we met him in, actually in the airport, in Schiphol, he was travelling, because he was coming from America, from New York, and going to Lisbon... so, we met him there. Basically, he gave us "carte blanche" which was nice. But it doesn't mean that he didn't have his own ideas and concerns, of course...

KB: But did he have the idea in terms of what content to have in the book, in the very beginning?

SC: Yeah, that's the aspect where we interfere the least, we don't decide on the content, we don't choose who writes the texts, we don't choose what people write about... that has nothing to do with us.

AA: They are given to you?

SC: Yeah. That's given to us.

AA: Ok.

SC: Hmmm, well, in this book that's not like that. So, he had an idea of what he wanted on the book, a wish that would

be a text or something, that would be a small introduction text from Miguel about the concept of his shows... This is a series of shows, and there would be installation shots of the exhibition and then there should be some images of the work of the artists, so that's what we were told and we just worked with that. The order and the way we would show the content and with which mechanisms, that was proposed by us, and then together with Trevor we found tune of how the book would look like.

AA: So, that was negotiated between you and the curator, and I suppose the artist here didn't have a word, didn't have a saying?

SC: They had a word, because each artist had a section. So the book starts with installation views of the show and after that, one after the other (with eight pages in between each artist and each section of the book) each artist had sixteen or thirty two pages signature (I can't recall exactly...) and they were responsible for that content.

AA: ...So, they could do whatever they wanted...

KB: Trevor's idea was not to replicate the work from the show (because that's already done in the installation view, in the beginning of the book) but to show something like a background to the work – as he said a “sketch book” – and in fact one artist, Katerina Seda, took that very literally and she chose to reproduce parts of a sketch book from one of the projects that she showed. So, the book is not so much a catalogue but more a contextualization of the work of the artist within the exhibition.

AA: Ok, and do you find any kind of difference between this book you are

telling me about and a catalogue? Is there a difference or is this a catalogue?

SC: This is a catalogue. Well it's a catalogue that has more information than a pure catalogue has. A pure catalogue basically has only the work that is shown in the exhibition, this book has more, because there are three sections from the artist that contextualizes the work, but is not exactly the work that was presented on the show.

KB: But in a simplistic form, a catalogue is just this [shows some pages of the catalogue *As Piores Flores*] basically just the listing of all the works that are in the exhibition, and obviously sometimes the catalogue can have more works than you can hang in the exhibition or it can have only a selection of the works, but that's kind of the point, and with $1+1+1=3$ the idea was not to show the works of the exhibition, but to show something else. So, in that sense it's not a catalogue... at least in the classical sense, but that is just semantics.

AA: Can you just tell me what is that catalogue that you just showed me? The name?

KB: Yeah, this is a catalogue we made ah...

AA: *As piores flores*, uhm, uhm

KB: Also for Culturgest. This year?... last year?... last year!

AA: So, you were telling me that you have nothing to do with the content that you are working with. So, what do you expect from the curator, do you expect him to give you the content, to work on the content with you?...

KB: We have no expectations. If they give us all the content that's great, I mean,

that's pretty much the normal way things go. But if they know that they want to make a publication which is not that defined yet, then we are also good with this. But are we now talking about this specific book or are we talking about...?

AA: We are talking about in a general way "what do you expect from a curator", because Susana already told me that he gave you all the content, right?

KB: Yeah, but that's not really an expectation, that's just... at least not an expectation in the sense that that's what we want, it is an expectation in the sense that it's what normally happens.

AA: Ok, so tell me more about this.

SC: I actually want to go back again, because I want to say something different...

KB: Ok...

SC: It's not always that we have nothing to do with the content. It really depends on whom we work with. Like I said, in this book [refers to Myung's book] we had a lot to do with the content, not that this is only the artist work, but we were the ones that edited the complete book, and decided how the work would be shown. And the editing process is mostly in the hands of the curator, that also depends on the curator, again, but we always play a part on it by saying "no, this image doesn't really work, let's find another image". What I meant by we don't play a role in the content is we don't decide who writes texts, we don't decide what's written about each artist, that's already done, right? But the editing process is there, more or less, depending on whom we work with.

AA: Ok, so let's get back to the $1+1+1=3$, you knew Trevor Smith at the airport

and you started working with him... Then, in the process of deciding on the format, on the choices of typography, all those formal aspects of the catalogue, how did you work with him? And who was involved?

SC: Normally, on that part, the formal aspect, the formalization of the concept, we really work alone. It's a matter of... you know, there are concerns that we have to have, that our clients, the curators, don't know about. "What is an economical format? Which kind of paper is good to reproduce this kind of images?" This is knowledge that only we have, they can have a sensibility for it, and we can discuss it and show it, but in terms of typography it's our decision, it's what we do. No one interferes with us, people can say "I'm not sure I like something", but still that's our decision.

AA: How do you react when they say "I don't like it"? You just change it...?

[laughs]

SC: No.

KB: We don't just change it, we try to explain our decisions, what has led to our decisions, and we try to find out what specifically they don't like, and then again, it's a very logical process. They say "well, but why is this like this", and we explain why that is like that, and we ask what doesn't make them happy about it or whatever and it's just like a normal conversation.

AA: And are there any hierarchies that are established with any agent that is involved in this collaboration?

SC: Hmm, well, I don't see it like that. I think the environment we work with, in the Netherlands, is really prone not

to have hierarchies, and we really like to work like that. We also involve the printer in the process. When we ask for an estimate and we start looking for materials we tell the printer "well this is our thought" and sometimes the printer says "hmm I have a paper that maybe is better" and we say "Ok, then show it to us" and we agree or disagree and it's still our decision, but you know, we like to involve everyone, because a book is not made by one person. That's not possible. There're so many people involved in the process... that's why it takes so long to make a book and we think everyone involved has a special part in it. So, I don't see that there is a hierarchy. Of course you need to be very careful with the sensibility of the artist because it also depends on the artist. Some artists are really afraid of letting their work go, which is wrong... some not... so, of course you always need to listen to the artist. That's why I was really surprised when you told us to leave the artist out of the equation.

AA: I'm not leaving the artist out of the equation, but I really think it's important to see the relationships from another perspective, and I chose the curator to change the point of view. Still, I know the artist is very important in the equation and I want you to include him, I just don't want the focus to be on him.

But you can tell me, if you want, about your relationship with the artist...

SC: What happens often, especially for us, because we always work with international artists, and we work from Holland to Portugal, and from Holland to Austria, and the artists are spread all over the world, it's very difficult to sit everyone at the table at the same time. What happens often is that the curator is the messenger from the artist. He has to filter the information.

AA: But in the end does the artist have the final word on the work?

KB: Not always.

SC: That really depends on the artist, on the curator, on the designers.

KB: Well it never really depends on the designers. What I wanted to add earlier is that while we are working there's not really any tangible hierarchy, and if we had that we would probably [lose] interest in working with that particular client. But they are the client, they pay us, and therefore they are in a different hierarchy, they are obviously on top of us, and depending on what relationship they have with the artist, either one of the two can be sort of on top of the other. So in that way we are, of course, like pretty much on the lowest step of the hierarchy, at least in this constellation. We normally don't feel it and, if we feel it, then you can imagine that things have already gone wrong.

SC: Yeah.

AA: What has gone wrong? All the process of speaking, of sitting at the table? What can be wrong to get to that point?

SC: Well, we actually... It never happened that it went wrong, with us...

KB: I'm looking at the bookshelf and trying to think of something that went wrong...

SC: Well there were books that we were less happy with, because sometimes people have very specific conservative ideas how a catalogue looks like that we totally disagree. But again, there is only so much we can push and there is only so much you can explain and experiment... and if people don't want to

change their mind, there is only so much you can do. Again, we are used to work in paradise... Holland's paradise. So it doesn't happen very often, and we really try to build this relationship with all the clients that we have, it's an exchange, where we listen, but we also react to what we listen, we are not mouse operators, actually it doesn't work with us. That kind of work is not for us.

KB: I think every single client that ever expected us just to execute, just to blindly execute...

SC: Before we started, we basically showed that...

KB: Or at least after like one collaboration, we stopped working together. And that's fine, you know? I don't mean to sound arrogant! This is just how it works, some people have other expectations, other people want to buy a product that we are not selling, so to speak. But that's ok.

SC: That's ok. We sometimes have first meetings with artists, never happens with curators, because, I think...

KB: Curators are better in adapting to crazy people.

SC: They have already a structure and when they choose a designer to work with them it's for a reason, they know why they do it. With artists it's different. We had an artist here, like, two years ago or something, and wanted to work with us and we really didn't understand why because we looked at his work and [im-perceptível], and then he came, and we talked about it and we explained how we work, and how we do things and he realized that we weren't the designers for him. And we were happy about it because we knew it would be a total disaster... to work with him.

AA: And can you just tell me how do you put these things on the table?

If I were an artist how would you explain to me your way of working?

SC: You mean how we make decisions?

AA: No, when you sat at the table with that particular artist, how did you come to the point where you both understood you weren't the right fit for each other?

SC: Basically we explained our working process to him, how we work and how we see an object; he wanted to make a publication.

AA: And how is that, how is the way you work? Can you put that into words?

SC: How is the way we work?!... Well, I think we are very pragmatic designers, and for us content is king. We are not really formalists. Of course there is always aesthetic decisions involved in everything we do, but that's not our main concern.

We always work from the content and we try to find the best vessel to communicate the work of the artist, or the exhibition, or whatever it is that we are working on. We don't use fireworks in our work, and this artist really had a totally different approach: he was a formalist and he had a very specific idea about how he thought a book should be done, and the idea really didn't match. It was not a bad conversation, or anything, it was very nice. We were sure we couldn't work with him and he realized... "Yes, probably you are not [the right designers] to work with me". And that's fine!

AA: Ok, so, you were interested in talking about the Myung project, the book? And I'm curious to know what were the main differences between the $1+1+1=3$ and the Myung project.

KB: It's difficult to say...

SC: Can't compare...

KB: It's difficult to say this these days, but, with the book that we made for Myung Feyen, we approached the world of the curator ourselves, in a way, because we saw the constituents and the elements of Myung's work, and we sort of... not made the decision, but made a proposal that was pretty much unconditionally accepted, of what we could do with it.

So, in the beginning Myung came to us just wanting, you know, let's say a little bit of a portfolio, an overview of her work, which is difficult with her work, because her work is not very formal... Her work consists of... Are you familiar with it?

AA: No, I'm not familiar with it.

KB: Ok, so, what she does is, she collects moments, you could say, and that can be... so moments as intersections of people and time, and that's the title of the book. And that can take place in... she collects passport pictures of people, basically her best friends, she has dozens and dozens of passports pictures from, but also other people that she finds important in her life. She records recurring things, for example, for more than ten years she kept every single stub of the cinema tickets, or whenever someone visits her studio she records who came and when...

SC: ... not the studio, her house...

KB: ...oh, her house. So, things like this, and through that something... you know, a really interesting sort of stream of her life opens, whereas the individual passport pictures, you know, they just look like passport pictures, they are not very

good, and cinema tickets are also not very attractive, so we found it very difficult to work like this and we talked with Myung about it and...

SC: I think you forgot to explain... she asked for [imperceptible] 48, 64, color, small booklet, with a sort of portfolio of her work, and there was a writer that wrote a text about her work, so she thought she would just put a few of the passport pictures and a few of the cinema tickets on a page, which would not be an interesting book to look at.

KB: Yeah, you understand that the most important piece of her work is then missing, right? Seeing five cinema tickets is not very interesting.

SC: So, we didn't know her work very well, and she came to the studio... We had an idea, I was looking online to see what she had, she didn't have a website, and then when she was here she explained how she works, and how she has been collecting moments of her live for, I don't know, for fifteen years or more... And it was like... we have to make a timeline to put it all on the book. Because if you extract pieces of this time and show five things on a page it's not representative of what she does. This is just to show you how sometimes artists and curators think in a very different way, they think about the iconic order, standard or the default catalogue or artist book or... this is not even an artist book, this was an artist portfolio if you want, and because we are used to organize information, because that's part of our work, we think about things in a totally different way and that's very interesting when the ideas come together.

KB: I read a very beautiful sentence the other day, from Edward Tufte (the information designer) that to achieve greater

clarity in a design you have to add density, you have to add information, not remove information, and that's what we tried to do here.

[Interruption: Kai picks up the phone]

SC: So this is the book [shows the book to the camera]. So this is like a ten year diary book. Each page is a month, from a specific year, so there are twelve pages per year, and it's printed in 2 colors, and it builds up what she collected every month, so there are very dense parts of the book.

AA: Towards the end...

KB: Oh, not only towards the end but during... between more active and less active phases, so to speak.

SC: And how also the book finished in a month and went to print [imperceptible] 2012 and that's where it finishes.

AA: Ok, and how did the artist react to this way of putting her work in the book?

KB: At first Myung was a little bit shocked because it was something completely different than what she thought she wanted. But we could... show her very quickly that, this would not just be a portfolio, but that would be...hmmm... and there was still only an idea that was not as clearly decided, that could be something that shows an aspect of her work ...that would otherwise always remain hidden, and that is something that obviously I'm very interested in, you know, that a publication can be, I don't know, a magnifying glass or, a... what is the opposite of a magnifying glass? A map, an atlas of a period of work.

We are showing, we are basically contextualizing all the projects, and she was just so wonderfully ok with the idea,

and she got really into it, and to really work this out we actually worked very closely with her on this, from deciding what goes in and how does it go in. I mean, not so much the layout...

SC: ...editing...

KB: ...but thinking the process, thinking this concept through a bit better. And even down to the fact that she spent a lot of time here in our studio, just scanning all this material, because you know, it's like...

SC: ...It's thousands...

KB: ...It's more than a thousand images in there... so...

AA: Ok. And how do you feel about authorship, concerning these two kinds of books? Do you feel you have any authorship in any of those, of Myung's and $1+1+1=3$? Do you have a different idea towards each one?

KB: Yeah, it's different, I mean, there is always some authorship because, you know, we add our creative work to it and that is something that we provide, and if it's just, let's call it "styling", then that's one kind of authorship, and if we can help develop a good concept, then that's another kind of authorship and in some cases we do even more.

Of course, there are projects where we can do more than just execute, and I think that's almost all of the projects that we work on. The projects where we can do some work in earlier stages, making decisions, editing, are more interesting to us, but that's not to say that a simple book where all we do is graphic design, that we don't like those.

AA: And what is it to just do graphic design? Is it just the formal part of it?

KB: Yeah.

AA: Ok, how would you call the other part of the work?

SC: It's the conceptual part. In which we decide how to organize information, in which order you show the work.

KB: So there is the concept, there is the editing, and there is the design, and there is the production, which I think we have left out so far, which you know, can also make or break a book, so this is also something that is part of our job, is to make sure that the book in the end is as nice when it's printed and bound as we hoped it would be.

AA: And how can the production part change the project?

Because the printer can just give another idea for paper, for another bounding... and you can agree, disagree with it, you can change concerning his ideas... How does it work with the printer?

KB: That's pretty much the extent of it. We never really had any sort of creative idea from a printer in the design domain or in the conceptual domain. They are, you know, just like us, they are just specialists, I guess... They know what paper works for what. They know how they need to do pre-press, and they know how to do printing, and that's all things that we understand a little bit of, and maybe only to the degree that a printer also understands a little bit about graphic design and we understand a little bit about the curation part.

SC: And we never delegate the production part of our book to anyone. Actually we had to do that for different clients, with a production person in a museum and we were really unhappy with the results. We are extremely demanding in

the quality of binding and the production of images, and we were really not happy.

AA: Ok, so you are always after that. You go to the printing house and you follow all the process?

SC: We always follow up, doesn't mean that we always go, because sometimes books are printed in a different country, and that's not always possible.

KB: You know, that's the thing that we are making, in the end, that someone else is executing. It doesn't mean that we are not responsible for it. And we always... we just wouldn't want to make a book where we can't be sure that... when it actually is a book, when it's more than a bunch of indesign files... that is not possible. Or, at least, let's say appropriate ...because not everything has to be, you know, very high end.

SC: No that is not high end at all. A book is a holistic object. You can't separate the content and the digital files from the material. The material is so important! You can ... like I said... you can destroy a book, you can destroy a publication if you choose the wrong paper, the wrong grammage of the paper, the wrong binding, the wrong materials, the wrong format.

AA: Ok. So, now I would like to go back again to the "1+1+1=3" catalogue and the relationship you had with Trevor Smith and then with Miguel Wandschneider.

How did it work? Why did you have to work with both of them? And what was the role of Wandschneider in this process, if you were already working with Trevor Smith?

SC: I think Miguel came into play at the end of the exhibition when we were working on the installation shots. So he

was very keen on deciding what is shown inside the exhibition space. That was the part where he actually played a big role, together with Trevor.

KB: I don't know... was he involved also in... in the decision processes before that, or was it like...? did we do things with Trevor and sort of happened to be green lighted by Miguel, because I don't remember that. Either he was extremely relaxed and ok with everything, or he just kept out of the process... it's too long ago.

SC: It's two years ago, but again it's always collaboration. Also Mário Valente, also looks to all the sketches we do...

KB: ... and sends comments.

AA: Sorry, who is Mário Valente?

SC: He works at Culturgest also...

KB: ... he is the right hand of Miguel. Can we say that?

SC: Yeah.

So, yeah, they did see things, they weren't very involved; they were really just involved in the end of the process. The first part... the structure, you see...?.

Miguel was very concerned how the work was shown according to how it was exhibited in the show. That's it. I don't remember him really being involved in anything else.

KB: No.

AA: But if I'm not mistaken, those books are like a collection, every time there is a $1+1+1=3$ exhibition?

SC: Yeah.

AA: So the books have anything to do with each other?

KB: They will, pretty exactly, follow this formula.

AA: Ok, and you decided on the formula for the format, cover...?

KB: We made the first one with Trevor Smith, but it wasn't set and stoned that all of the books would have to follow this formula, because it's the first one, right? Then you can still decide on how much you take from all of this. So, either you only may take the format, and what the color looks like... or you can still vary how closely you follow the first one if you haven't designed it as a series, so much from the outset, which in fact we were very conscious about, but turns out that the next book will follow this formula almost entirely, so the series owes its form to Trevor also, yes.

AA: Ok! So...

I guess this will be the final question... You were saying that Holland is a paradise for designers, Susana, I guess... I don't know if you have already had the experience of working in Portugal or in another country and you compare Holland to another country to say "It's paradise" and why is it a paradise?

SC: We work with Portugal all the time...

KB: [To Susana] No, you made it sound like it's about the location.

What Susana meant to say is that Dutch clients are usually very very nice to work with and especially when you are a young designer, and that is...

SC: Yeah, there is a relationship of trust, that I am sure does not exist in Portugal.

AA: And, why is that? Do you have any clue?

SC: It's a cultural thing.

KB: There is a very big awareness of the importance of design, and classically, since always, since at least the early 1900, design has played a big part in everyday Dutch society.

SC: I also think that the average citizen is much more educated in the visual culture than for example in Portugal. So if you tell someone that you are a type designer, they know exactly what you mean, they don't get confused.

KB: One other component of this is that the Dutch mentality is very helpful to this equal exchange. They are very egalitarian and very non-hierarchical.

SC: And that helps in the working process because everyone can say something and if it's a good idea just put it in the lot, and the final result will be better.

KB: And that in turn, of course, helped us to develop, gave us more opportunities to do more daring things, and to use our heads more, if you will. And that let us produce better work, and gives us more interesting work.

SC: Yeah, there is also a lot of respect. The person that pays the work, doesn't think that he has the right to make all the decisions.

AA: But you still work with portuguese clients and foreigner clients... do you feel that difference? How do you deal with portuguese clients if they are not like that?

SC: Actually we don't work with... Everyone we've been working with for so many years is because we are happy the way the relationship goes. So, now we don't feel it... I know that the difference exists... it's not always the same, some people are more dominant than others, but it's still a balance for us. So, now we

don't feel it but we know it's there. There are some people we don't want to work with, and vice versa.

AA: In the Dutch education, design education, do you get any education on how to relate to people, or that just comes with the working experience?

SC: That comes with the working experience.

AA: And do you feel it would be good if you had that kind of education at school?

KB: Is that a leading question?

AA: Oh no, I didn't mean it to be...

KB: I mean, there is no way we can say no to that question. So, yes, of course it would be good!

SC: But not necessary, not extremely necessary. Again, I don't know... in a different country, a different context, maybe it's more useful, here it goes quite smoothly. Because it's just the way it works. I don't know, in different contexts maybe it would be more useful than here.

AA: Ok, so, I think we are done.

KB: Right!

AA: I don't know if you want to add anything to the conversation, other ideas...?

SC: No.

KB: We will of course be very interested in reading your thesis, which will probably be in Portuguese, right?

AA: Yes. But, of course, once it's done, I will send it to you. For sure. I appreciate so much your time. Thank you.

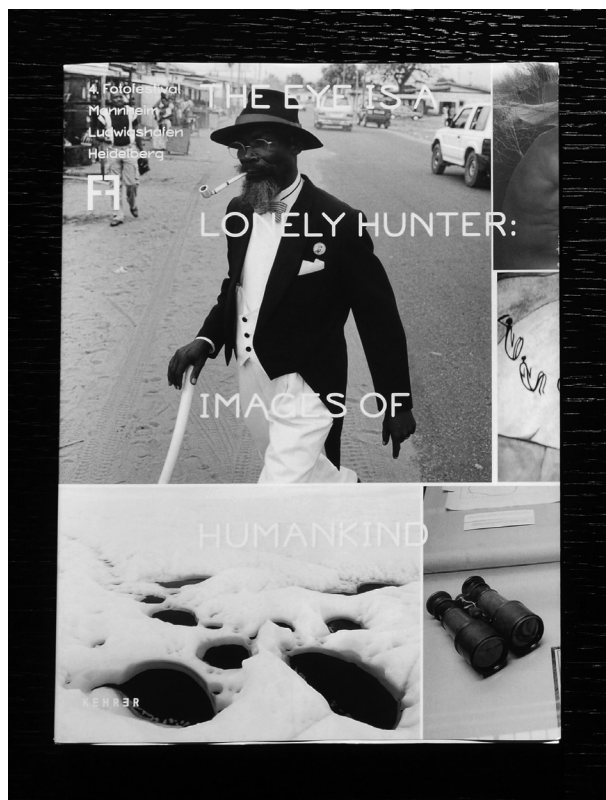
KB: No problem.

SC: No problem.

AA: Ok, bye, bye.

ENTREVISTAS

MANUEL RAEDER
SOLVEJ HELVEG OVESEN



*THE EYE IS A LONELY HUNTER:
IMAGES OF HUMANKIND*

MANUEL RAEDER (1977, ALEMANHA)

Vive e trabalha em Berlim.

Estudou no London College of Printing e pós-graduou-se na Jan van Eyck Akademie (Maastricht).

O seu trabalho baseia-se em colaborações com artistas, designers, curadores, teóricos e músicos e materializa-se num amplo leque de formatos, indo das publicações até às exposições, passando, também, pelo design de fontes ou de mobiliário.

Manuel Raeder, deu *workshops* em várias instituições, como a École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs (Paris), Universidade de Toulouse – Le Mirail (Toulouse), Centro Diseño (Cidade do México), ou no Institut für Designforschung Hochschule für Gestaltung und Kunst (Zurique).

SOLVEJ HELWEG OVESEN (1974, COPENHAGA)

Entre 1999 e 2003, estudou na Universidade de Copenhaga (Arte e Estudos Culturais), na Roskilde University Centre e na Universidade Humboldt. Em 2003/2004, participou do *Curatorial Training Programme* da De Appel (Amesterdão).

Da sua prática curatorial podem destacar-se:

- a cofundação e curadoria da 1.ª Quadrienal para a Arte Contemporânea (Copenhaga, 2008), onde trabalhou com Pipilotti Rist, Daniel Knorr, Dan Perjovschi, Olafur Eliasson e Complaints Choir;
- a exposição coletiva “The World as Stage”, na Neuer Berliner Kunstverein (Berlim, 2009-2010), a partir da qual publicou um livro, com o mesmo nome, com a editora Walther König (2010);
- o 4.º Festival de Fotografia de Mannheim, Ludwigshafen e Heidelberg, em parceria com Katerina Gregos, (2011);

Escreve, regularmente, para jornais, é membro da organização do Festival “Golden Days” (Copenhaga) e professora no NODE Centre for Curatorial Studies (Berlim).

FONTES (ÚLTIMA CONSULTA: 25.01.2013)
<http://manuelraeder.co.uk/Cv.html>
http://www.peterbilak.com/graphic_design_in_the_white_cube/raeder.html

FONTES (ÚLTIMA CONSULTA: 25.01.2013)
<http://www.solvejovesen.com/page5/page5.html>
http://biennale2006.werkleitz.de/html_en/konzept_kuratoren_solvej.html

INTERVIEW WITH MANUEL RAEDER

BERLIN, ATELIER DO DESIGNER

24.09.2012

[The very beginning of the interview – the introduction – was not recorded]

MR: ... I don't know, it's like there is no set rule. It is always different, you know?

Because the books vary so much and the practice that I've been working on is... each time that I design the aesthetics can also adapt and it can change, and that is what I have been busy with for more than 10 years. Even the design practice that the studio is doing is based on the idea of collaborating and dialogue. So the design aesthetics is decided through a discourse of dialogue that... then you can basically call it more a collaboration than it being a commission. And I've been trying to define this for over 10 years. There are not so many designers that work in such a direction. So specifically with curators... We have made some group show catalogues but usually when we work... Usually the books that come out of this studio are mostly artist's books, they are not catalogues or monographs, they are books that are part of one's specific artwork, one's specific project.

AA: And what would be the difference between a catalogue and the artist's book?

MR: An artist's book is where the book is also a piece of art or it forms part of the work and a monograph or a catalogue, as such, is usually a catalogue that tries to chronologically, in a way, to document the artist's work but much more archival, you know? And the artist's book plays also with the format of the book and how a book functions in the context.

AA: And how do you relate to the format of the catalogue? How do you approach that archival work?

MR: That's what I mean... There have been some collaboration with some curators where we've worked on group shows catalogues. There, of course, the position of the curator replaces, in a way, the position of the artist. The curator is the person we have to dialogue with, because in a group show there may be 10 or 15 artists, so you cannot communicate with each artist. Of course, you can also do that, if it is specifically part of the concept, but usually most of the group show catalogues look more on the curatorial concept and then try to evaluate that and work through the curatorial concept on the design.

AA: Ok... can you give an example of that?

MR: Yes. For example this is a very extreme example. This is a catalogue we've made recently, last year. It's for a photo festival. In this case... it was a huge photo festival with lots of artists... this is the whole list... 60 artists or whatever... and in that sense it was really about photography, it was a photography festival and I know the curator for a very long time. She is an old friend and she asked me to work on the design for this catalogue. This exhibition was based on a very famous photography show which is called "Images of Mankind". Do you know this?

AA: No.

[Goes to get the book]

MR: The exhibition was called *The Family of Man*...

[Phone interruption] Sorry.

So this was a very successful exhibition at the time. I think it was in [nineteen] sixty... Well, the show became a huge success. It was touring

afterwards for ages. The show was, for the first time, in the Museum of Modern Art and in the context of photography this exhibition was really trying to depict what photographers around the world, on a global level, were doing. But if you look through the catalogue, a lot of these images, which in the end became very iconic, and became very famous images of around the world after... post-war images and how especially a western point of view is looking on a global depiction of human kind. But it is a very specific... or kind of... almost narrow-minded way of looking to human kind. It is a very western wide, middle class, or upper class, stand point as a colonizer. So this is very visible in most of these photographs. Even though this show was a big landmark within photography and the 2 curators wanted to base the photo festival on this kind of similar concept but to make a kind of contemporary version that is more extended and much more complex. In this sense what they did was that they worked a lot with international artists, which were not only photographers but also artists and the catalogue also plays and references back to this. Do you want me to go and explain more about this...?

AA: Yes, you were saying that you already knew the curator.. you were friends, so you already had a previous relationship. So how did the work develop? Did you go through the process together? Did you prepare something for the meetings? How was the work process?

MR: Hmm, we discussed the stuff and we had a look at it together..

AA: From the beginning... she came with a concept... you knew already that previous exhibition... that previous catalogue...?

MR: Yeah, we talked about this and then we read some of the texts in relation to this exhibition. Usually what I do is that I try to understand what they are planning to do. Because we come at a very early stage... this exhibition, at that time was not set yet... it was not clear. But in this show specifically she was working with a second... they were actually 2 curators: Solvej Helweg Ovesen and Katerina Gregos. And basically I just asked them to provide us with what they are dealing with and what are they planning... I asked them to give us texts in relation to the exhibition or as an inspiration, where the title is coming from. So they brought us this book [refers to *The Family of Man*] and then we started to discuss it, to have a dialogue... [goes get another book – *The Heart is a Lonely Hunter*] So the title for this show comes from this book. So the title of the exhibition is *The Eye is a Lonely Hunter – Images of Humankind*.

AA: And about the other curator... How did you relate to them both? Could you describe a meeting you guys had? Some disagreeing points, how they were solved?

MR: No, I mean... I've done quite a lot of catalogues already with various curators and Solvej for example, because we know each other very closely, already for many years, its quite straight forward, and in that sense at one point when it was clear that we'd do the design for the catalogue, I said "I would prefer to be in contact with one person".

Because, you know, in such big festivals there's also the board – 4 or 5 people who manage the project – and then there are the curators. So, I very clearly, since the beginning said, "Look, I prefer to be in direct contact to Solvej" and we discussed the basic concepts and things but then we communicate directly just through Solvej to one of the curators

for this project. Because otherwise it's too much...

AA: Too many people...

MR: Yeah... I don't do this kind of stuff. If you go work on big group shows you will work with 3 or 4 curators and having to listen to every one's opinion is just very...

AA: But it never happens with you?

MR: It's more about channelizing. It's not about not wanting to hear what they have to say but it is more about when you do such a big exhibition, many times you don't have that much time and we also have other projects that... So it is more about channelizing the energy and working more efficiently. It is easier if you have one person in charge that communicates with the others.

AA: Ok. So she probably did some negotiation with the other curator, with the board...

MR: Exactly...

AA: And she came back to you with their opinions on your work and then you had to redo something based on those opinions?

MR: Hmmm not really...

Of course that... I mean, the way that we work, or the way that I always work is that I'm not so concerned with the graphic style as such or with the form as such. So it is always about finding a more... overall solution of design which is kind of more about narrative or structure. And it was the same about this catalogue. They basically had 6 different chapters and they were also spread across 6 different museum spaces. So this was already a very clear concept. That there are 6 different museums

where the exhibition is happening and each different museum had a theme around the exhibition. So, since the beginning it was kind of clear for me that if we worked on this we would actually like to work on the very clear graphic distinction between each chapter. That's very simple and of course there was no disagreement on their side about this... Why should there be?...

AA: It was very clear for them too...

MR: It's like you are putting words... a little bit in my mouth... I don't agree with the standpoint that there has to be disagreement between designer and the person you work with.

I think it is much more fruitful and interesting when you work on projects where, as a designer, you can basically take yourself back in a position where, if you are smart enough, you can look at other things. So, if someone comes and says: "I want my typography to be in Courier but in pink". I'm not gonna disagree, because if this person... if that is an artist or a curator, I don't know... I'm more interested in understanding why they say that and what's the reason behind that. And a lot of designers have this desire... or let's say... complex... since the beginning... And I think it has to do also with how design is taught, that in the beginning they have to defend a certain position and I strongly disagree with this. I don't think that's the case, I don't think you have to defend any position as a designer and I also don't think that the designer necessarily knows more about aesthetic or more about how things should look than an artist or a curator.

AA: ... I don't mean to put words in your mouth. For me, yours is a really valid position. But, on the other hand I also find lots of designers who have to deal with disagreement, so what I am trying

to understand is, if there is disagreement, how does each designer position themselves towards that.

In your particular case it is already clear that you already knew this curator, had a relationship with her and that you have a specific approach to your work, so it also seems very natural that you guys worked on this project, this way, from the beginning...

But, you also mentioned other people involved in the project, right? You talked about a board, as well... Didn't they have a word, a saying on the project? What kind of input did they have?

MR: Well... the input that they have is that they provide us with images and captions – someone who works there, in the team. And then we created a system, which was agreed, that was kind of based – almost referenced to – on the old layout of this book [reference to the previous catalogue] but in a very simple way. So you deal more with specific images and how they sit on the page, rather than working out of a grid. And then it was more about working on the book... and they liked it and that's it.

One thing was that we were also asked to do the signage of the whole exhibition. And then they pulled out of that because they said they couldn't afford it. But these are things about money...

AA: ... right, although money is also important...

MR: In this sense, for example, each location of the show was supposed to also work with this kind of logos [shows the logos created with the titles of each showroom, inside the book]. We made a proposal for this, which was a signage system that we worked on for the six different museums and they could not do it because the festival didn't have enough money.

AA: And moneywise... Did the catalogue suffer or you could just propose and do whatever you wanted with it? Did you have that kind of trouble?

MR: No, not at all.

They wanted a cheaper paper but we then made a dummy out of a cheaper paper and with the proper paper and the curator, of course, looks at it and she also sees that it is nicer to have the nicer paper... It's a photography book, I mean... I believe in those things... I believe that even if you work with an artist or a curator, or whatever, if you have a cover and you're having an argument about a cover, if you make a print out of it and you look at it, you can always see what works best.

AA: It is very obvious also for them.

MR: Yes. It gets very clear.

It is the same with paper... we made two dummies with the cheaper and the nice paper and it was clear that for this catalogue it had to be this nicer paper, because it doesn't have any... the cover has the same strength as the content, there's no difference – it is very soft you know? –, so the paper quality becomes very important.

AA: I'm also trying to understand if there are any hierarchies on the...

MR: Look, maybe I show you some recent project that we just finished, that from the scale is a little bit beyond of what you imagine. This, for example... Just a week ago we did a very large project which was basically an architectural structure and design for an art fair in Berlin called ABC. It's 7 000 square meters space and we did all the display design and architecture. It was based on a modular system for all the galleries... so this is without the art still. The idea

was to make a modular system that each gallerist could choose the elements they needed to show the works.

AA: They composed the space themselves?

MR: Yes. If a gallerist wanted one wall they could have this wall... But the whole idea behind it was that we wanted to make an art fair that for the first time deals also, with basically sustainability. Because art fairs are usually just for 3 or 4 days and then everything goes into the bin. So the idea was to basically have something that is a proposal to think – within the art world and an art fair – about the life after all these materials. So 60% of all these structures were built with scaffoldings – which are rented and then they are given back to the companies –, or with building equipment which is also rented and given back.

So the art fair is called ABC so we made t-shirts with the entire alphabet in different colours and the entrance space was also made with scaffolding. In parallel there was also a bazaar... That was the entrance so we made like a platform that if you go on top you can see over the whole art fair. So it was like for people... This was sponsored actually by a champagne company, so you can go and drink champagne there and look over the art fair.

And we made all the signage system, which was basically just wooden pieces that then every gallery could place in relation to wherever their stand was. And everything was open. Nothing was hidden; none of the structures were hidden. This is another section that was curated by artists, that is kind of a bazaar. But these were more like independent design groups, or shops, or companies.

AA: So, there you kind of created a system that they could use concerning their own needs.

MR: For the whole art fair? Yes.

So, for example, this artist decided to show his paintings only on scaffoldings...

But the reason why I wanted to show you this is very much an extreme of...

This is much more... I compare the whole structure of this art fair and how to design it like doing a group show catalogue actually. So, how do you create a structure for a groupshow where you know that you will personally not be associated with, you will not like? But how as a designer can you create a system that is still flexible enough and that deals also with the space in such a way that it's still enjoyable to go through and that accompanies all the needs of the individual galleries and artists (in this case) to display their works?

AA: So your work is much about listening previously to the needs so that you can...

It is a previous work... You don't work on how to display every particular work of art, you work on how to display multiple...

MR: Yes, but it is the same if you think about a group show catalogue and if you think about an artist book. For me that distinction is very clear. For a group show catalogue you will always (or in most cases) work much more with the curatorial statement, or the concept, that is behind the exhibition and try to accommodate that inside the many works of the many different people, be that a catalogue with 3 artists or 200 artists, it doesn't matter, as a designer you will basically deal with a group show. In that sense your collaborator will be a curator. If you work on an artist book your collaborator will be the artist.

AA: And when just working with the artist... what is your approach? Do you do the same? Just trying to listen to his needs?

MR: Well it is a dialogue... It is not listening... but I look to what they have done, to all the work they did, to what relation does this stand to their career, what position does the book that we are about to do have in relation to the work that they want to do, or are still going to do. There are various factors, there is not just one.

AA: And do you feel any hierarchy between you and the artist or between you and the curator or it is a "horizontal" relationship?

I mean... the final saying. If you propose something and the artist hates it... you don't actually fight for that position... or you do? Does this make sense to you?

MR: Hmmm... what can happen is that, for example, if you work with an artist, or in my case, I work with an artist and we have a lot of discussions, we figure out a concept and we talk a lot about it (but usually I do it step by step...), then comes a proposal and if they are not happy with that specific proposal they also have to give a reason. So then it's about discussion and it's about what they have to say about it.

AA: And would you call negotiation to this kind of discussion? Being a give and take?

MR: Yeah. But then, for example, many times, if there's a certain element that is crucial to the concept, and the artist is not happy with it and doesn't like that then I'd rather do a new proposal than filtering down the concept. But most of the artists that I've worked with are quite intelligent so it is always been the case of just talking to each other.

AA: Ok. That's good.

And could you define a sphere of action? I mean... you don't go beyond

that...? You don't take decisions on certain levels of the work... you leave that to the curator or to the artist?

MR: Yes. There are many extremes because every book for me has been totally different in doing it. Like, for example, I recently just made a book with an artist called Tom Humphreys...

[Goes to get the book]

This is an artist that has been running a space inside his house, for many years, which was called Flaca (in London), where he was mainly exhibiting friends from the Städelschule, or his friends around him, inside his house. So the house is three floors and the artists would make interventions in the space, in the garden or within the house. He did that for more than 8 years basically running an exhibition space but all initiated by himself inside his house. But he quit with this already for quite a while ago and then Portikus in Frankfurt asked him to make a kind of retrospective, a kind of show about all these shows that he had made there. He is more of a painter... or a very aesthetic painting based artist... So what happens is that he has a very strong sense of how he wants the aesthetics of the catalogue to be and he wants things on a page, so he spent like 2 weeks here on the studio sitting at a table, basically layouting the book himself. Because... I mean... this artist knows each picture that has happened there in each show. I don't know it and I won't attempt to try and understand... it was too much material and only he has the hang of it.

So, he spent two weeks sitting here and working on this catalogue and basically he layouted everything himself and he made all of these things [refers to specific pages of the catalogue] and a lot of the aesthetic decisions and layout

decisions, he did it all. In the end we sat together and we had lots of discussions and we said that in the beginning it would be very nice to have let's say the invitation of the show, it would be nice to start with the exhibition at Portikus [shows the pictures in the catalogue], and then after the exhibition we can have already inside the first essays and then you basically go through the exhibition shots like in his house, because the exhibition was also based on three floors. So you walk through the three different floors and you see the three different floors in Portikus which were parallel to what has happened in his house. Here you have a list of all the exhibitions that happened in his house, and then starts a blur between what is the Portikus and... [shows the catalogue] here you have the posters for the show (he made several posters for the show), this is one text... and this is one garden on the Portikus... the outside space, then comes all the invitations from all the shows in London... then come all the books... and this is the space in London. So here starts... this is the outside, these are different exhibitions treated differently as well... We played a lot with this kind of frottage thing. So many times I would ask him to go outside and do another frottage and stick it on top of the... But he would make it for one page, like 8 different versions and be totally lost on each one to use so I would say "Why don't we use this one and this one", we would make a try out, we would look at it and that's how we did the whole book.

AA: So, you feel completely comfortable with that way of working... that he would take on the work and you help out with choosing and editing...?

MR: Yes... In that sense it is a really editorial work. For example in this book...

through working and collaborating in this work with Tom he made much more...

The book still feels like a book that I made but if I move the mouse or if he moves the mouse it doesn't matter... but it still feels like a book from Tom Humphrey. Its a merge of the two and its the [epitome] of collaborating of working together. And this is what I like. I like collaborating.

AA: You're using the word collaboration... I'm trying to use the word negotiation. Does it make sense to you? To negotiate? How do you relate to this word in the collaboration environment?

MR: I don't understand what you are trying to say...

AA: I mean... although you are collaborating with this artist he's doing a part of the job, you are coming to edit what he has done... I would say that you are negotiating so that you can reach the book in the end... You give and take... You give your opinions, you disagree or you don't.

Would you agree with the word negotiation or do you have any kind of negativity towards it or do you think it is positive to negotiate?

MR: Well... To negotiate... The word comes more from the idea that there is a commissioner and then there is the service provider. Negotiation is about finding an agreement on something that you maybe are not a 100% in agreement since the beginning. So it's like, either you negotiate the area that you will cover or the area that the money will cover... you know? Negotiating, since the beginning, implies a kind of a conflict because you need to come to a certain kind of agreement. And I don't see it like that.

Hmmm... let's say... in a more radical... In relation to books I don't negotiate, I collaborate.

I'm not interested in an idea of negotiation in relation to making books. I believe that books are a vehicle for knowledge and they have a very special position also in relation to artists' works. And a lot of the books that I've done in the last 10 years have very strongly proved a very independent position in relation to how collaborations with artists and artbooks can happen and what quality a book can have in relation to extend or enhance an art work or open up a space of discussion or dialogue and I strongly believe in this. So that's why I cannot feel comfortable with saying that when I make a book it is about negotiation. If I make a logo for an institution maybe that's another thing.

AA: And what is that, that comes into that logo work that needs negotiation? Why is it different?

MR: Hmm... It's a different scale. If you work for an Institution and you have a board and a big collection of people that are associated with it and then of course they... The dialogue is much more difficult. I believe in individuals and in personal relationships. And I believe that the power of these personal relationships can give very fruitful discourse and exchanges which can basically be fun for both people who take part in this dialogue. As soon as you deal, let's say, with a larger board or a larger business structure or economic structure is not about personal relations anymore, it's much more about a collective way of them understanding what your position is and what they have to benefit from this. This is how companies are structured or larger culture institutions.

AA: And it never happens that this institution wants to see itself (rather than the artist) reflected on the book you are doing.

MR: Yes. Of course it happens. I've just showed you a very extreme example. The art fair.

It's not that I wanted to bring out my ego as a designer. In that sense I'm very special and the work I've done is very specific because even with this art fair thing we've worked on this modular structures where each gallery or gallerist could accommodate their own space and feel happy. Most of the works I've done are more about open ways of interpretation, so to curate spaces, to interpret and to open up, let's say, a form of abstraction that is not so clear but that can leave space on a reflection, on a dialogue. A space where the reader can occupy themselves rather than narrowing things down to a specific statement. And with the books and even with exhibition designs it's like this.

This has been one of my main concerns and of the studio for the last 10 years. It is not rooted in this kind of classical design practices of finding a solution to problems. I'm not interested in solutions to problems. I find that the most boring thing on the planet earth. Because it's not about someone coming and asking you to do something and as a designer you have to provide the service of finding a solution to a problem. No, it is not like this. First there is no problem since the beginning. There are things that you can propose that are kind of alternative solutions or propositions that are far more interesting to think about. For example... on a bigger context let's talk about the economic crisis. I don't know anyone who can claim that they have the solution to the economic crisis and the global problem. What I think that definitely can happen is that people are thinking about it as individuals in a smaller scale, about alternative ways of existence or other alternative economic structures and this can be much more interesting. This is more...

AA: ... where you put yourself...

MR: ... where I position myself. Much more into making open forms of propositions which hopefully can trigger things to go beyond.

In design... education... I understand where you are coming from and what you are trying to ask me all the time. In design there has been a big thing about the designer having to find a solution to some problem, or having to be the person that is providing a service and that knows the answer to all the questions. And this is a very pretentious position. I don't agree with this, I don't agree it is true and I think modernity has already proven that this is absolutely impossible and that it goes totally in a total wrong direction.

If you look at architecture of the modernist era... of course there are beautiful buildings that look fantastic on the photo. A lot of Niemeyer buildings they're beautiful when you see them on a catalogue or a photograph but once you get to live into one it's a different thing. A lot of them are badly built, they don't function from the inside, they have a bad isolation...

AA: Ok. So, just one last question: In relation with this book [Tom Humphrey's] you were saying that you can see your work here reflected as well as Tom's. Do you feel that you are the author of the book or this doesn't make sense?

MR: No, I'm not the author of the book. This guy provided the content. So Flaca and Tom Humphrey have been running the space and the book is about what he has been doing for many years with this space. So in that sense I'm not the author, because I did not run Flaca for more than 8 years and made the exhibition at Portikus. But what I maybe did is... Let's say, my work goes beyond of a

classical definition of design: someone who provides the service to create a nice font or a nice layout but in that sense I kind of basically edited the book together with him, but again it was just... You cannot write.. I mean there's no title for this kind of work.

AA: So you don't feel like you are the author...

MR: ... No.

AA: Well, so I guess that's it.

Do you feel you need to add something?

MR: No.

AA: Ok, then I think we're done.

Thank you so much for your time.

INTERVIEW WITH SOLVEJ HELWEG OVESEN

LISBOA/BERLIM, VIDEOCONFERÊNCIA VIA SKYPE
26.10.2012

AA: Hi Solvej!

SHO: How are you? Sorry that I'm late.

AA: That's ok. Thank you so much for your time and sorry for all this trouble.

SHO: Skype changed... they upgraded and you cannot use skype unless your computer has also an upgrade and mine is really old, but now I borrowed this one.

AA: Great!

Well, I'll just try not to take you that much time and I'll go straight to the point.

So, what I wanted you to tell me about was what do you think about the negotiation process between the designer and the curator while they are working on a catalogue, an exhibition catalogue, in a general way. And then I would like us to talk about *The Eye is a Lonely Hunter* catalogue.

SHO: And by the negotiation process you mean creatively or in terms of budget, or division of tasks or...?

AA: A little bit about everything... where do you consider negotiation while you are working. For me all these aspects are important.

SHO: I mean, that's very different with each designer...

So, Manuel Raeder for example, he wants to be involved in everything and he wants to kind of recreate the exhibition inside the catalogue, so he wants to understand all of the content. He wants to make... let's say, a performative translation of the exhibition in the catalogue and therefore... I mean, he is just as ambitious

as an artist, he's not so rational and pragmatic like most designers, so he actually wants to hear about the concept of the exhibition and then imagine his own concept for the book format, not necessarily only mirroring the concept of the Festival. So, it has advantages in a sense that you may get really really good books that are interesting after the show as well, but you also have the problem that he is just as ambitious as any other artist who wants the best paper, the best design, the best pictures and constantly takes a subjective stand on the material he gets. He's not like trying to say that the artists should change their art, but it would not be so strange for him to point something like that out. I mean, in the case that he chooses his projects based on if he likes the art that is gonna be in the book he has already made that judgement in a way. So, of course, we discuss the concept and the... also, he's more ambitious than the economy allows because of this artistic ambition... and we discuss the procedure and Manuel Raeder, of course, has an office and has a lot of experience in working with texts, but I think his colleague had less experience.

It's almost about how you are born as a human being... Are you someone who loves reading and writing or you only look at the visual part. So I think Manuel almost doesn't need to speak about how to treat the text because he was born with that talent and he has developed it strongly, whereas his colleague is very... let's say more diplomatic but more visual, so in a way there was a lot of negotiation about how to deal with all the incoming texts and with the languages and with the translations and the corrections and then that's different per person, you know.

I had to discuss a lot also with the partners who did lecturing on the texts of the catalogue. It was in English and German... There were the authors, the editors, the assistant editors. [We dis-

cussed] how they should deliver the corrections in the texts that were already put in the document. That's a [difficult] job when you have already many pages of text and in two languages.

AA: Oh, ok. So, let me just try to understand the big picture: you are a little bit in the middle of this big team, as I can understand...

SHO: I was of course a curator and kind of an editor, but I was also responsible as a project manager in a way. To get the project going, the book going and get all the costs [in] for the different jobs: translating, lecturing, design, publishing, printing... All the costs in a catalogue of 200, 300 pages...

AA: And how did this project start. Did you propose something to the Festival board? What was your relationship with the Festival board?

SHO: We were two curators. We won a competition and we got three design proposals for the catalogue and then we chose Manuel Raeder... So far the negotiation was with Manuel, who is also the business responsible of Studio Manuel Raeder, and then they came to Manheim to meet with the director of the Festival and with my colleague, the other curator who has a lot of experience in publishing as well – Katerina Gregos – and then we agreed about the basic concept. But Manuel Raeder, again, is working more like an artist, so he does not promise you what the catalogue is gonna look like in the end, he just gives you a concept of how he is gonna treat the material.

AA: And how do you relate to that? To his ambitious way of looking at the work?

SHO: I love it. I always work with him. I really like it. I think it's great because the

book doesn't illustrate what you did... It is an exhibition in itself, so it's always interesting also now to look in the book, it's not just documentation.

AA: And does he allow you to intervene as well inside the book while you are working?

SHO: Yeah, yeah, of course. But... it's an unusual relation because we work together so many times and he's very used to working with artists and his values are very much connected with the artists' values of creativity, of developing the book format so that it fits an artistic project. So he is extremely unusual, I mean... you can only work like him if you have his talent in understanding art as well, because otherwise artists they prefer not to work with a designer who is also an artist. They prefer to work with someone who otherwise just executes the task rationally and functionally and maybe a bit branding like. So he's really sensitive about the images and he's very good at looking at art and images. Here [in *The Eye is a Lonely Hunter* catalogue] we trusted him to put it together in the catalogue. And I think Manuel Goller has some of the same qualities – his partner. But it's very rare that you meet a person who can both deal with texts and images, deal with contracts and money, that also makes public relations and that can make an interesting name out of his business. And I think Manuel Raeder really has all these skills. That's the only way he could become the way he is and I think most designers... a lot nowadays dream about being like that, but most can mainly do the design function in a more functional and kind of aesthetic branding way not fiddling with the content of the art in the book. They're not trusted to do that. That's the difference.

Manuel Raeder gets the trust of the creative people so that he has much more

freedom in the end. And, for example, he ends up convincing people to pay more as well because of a certain idea. To realize it. So, a lot of designers would say "Ok, the budget is this and then on maximum I'll go to that and then we cannot do the other thing". So it is also a question of how you negotiate and how you coach your own business in terms of... do you go for the ultimate concept or do you go for the reliable economy. Manuel is not reliable. He's so ambitious that he manages to go further than most people, I think.

I have worked with many other designers...

AA: ... and you still prefer Manuel because of this quality that he has...

SHO: Yeah, yeah. But he's unique you know... it's not everyone I would prefer to be a designer like that. I'm happy that there are people with whom you can be sure that the [work] is gonna cost 500€ and that's it. [laughs]

It's a lot of work to work with his office, but of course it's also big projects that take on and often the negotiation is also about combining the design concept with the amount of content... Because often Manuel needs more pages than you've estimated, because he takes more freedom to have open pages and less pictures and even more pages with text that might have a color... experimentation is what makes the book unusual is also what normally costs more in terms of printing in color and all that.

AA: I feel that you are very comfortable with that, with his methodology of work...

SHO: Yes, but it takes a lot of work and most people don't have that time, I think...

AA: But how about your partner, Katerina Gregos, how did she feel about that? Did she feel comfortable as well?

SHO: She was more seeing him as a designer commissioned to do what she said... that's clear. Because that's the normal way that curators work with designers. They are hired to solve a problem. And in that way, of course, a lot of people who are in power in a project they will feel challenged. But in the end she was super happy with the result!

AA: But in the process how did she feel? She felt in a higher hierarchy, so to speak, so that he had to respond to her needs?

SHO: Hmm... I don't think Manuel ever does that... It's Manuel Goller who is more service minded – the other partner who worked directly with us. So he was more... maybe flexible... but Manuel Raeder I don't think that he... I think it's more a question of getting the people to understand what they gain from each other and since I was dealing mainly with the designer I could do it like that but Katerina...

Most people who are the customers, who offer money for a project to be realized and give a job to someone, they expect to have the final saying. It's their product they are buying. They don't see it as a collaboration from the beginning, they see it as a... it is a negotiation but it's not... it is a clearer hierarchy, you know... if you go and buy something in a restaurant, or in a clothing store, or hire a consultant, you are still the one in charge of the budget. You see yourself as a boss...

But I think for me it is a question of, kind of, democracy. And when you make big projects some people have time for that and some people don't have time. So, again, it's about the person and about how you deal with power in the end. I think she can do negotiations, but because I worked with Manuel before I had the trust... So I trusted him all the way and she had to gain the trust and

she probably didn't want to spend more time just because he is him.

AA: And did the artists, in this particular case, have something to do with the catalogue?

SHO: Some artists required to see the pages, but only like 3 or something. And these 3 people had a clear idea about how the images should be presented. That was the contract for their case. But, of course, it was hard for Manuel to understand, because he is as well an artist [laughs]. But Manuel Goller realized it. I mean, there are always these potential conflicts if you are not just agreeing to what people are demanding. It's [somehow] normal...

I'm from Denmark and people always say what's their subjective opinion, but it's different in authoritarian cultures where people are more nervous about hiring critical people to do a job for them. It's a difference.

AA: That means that you feel a difference between the Danish culture and the German culture?

SHO: Yes. German culture is very good for a designer like Manuel Raeder because once people go with something, they go all the way and [in Denmark there are] lots of compromise products... Maybe not in design so much, but in many solutions there are compromises and here [Germany] at least I think there's an idea that it brings quality to go all the way with an idea.

AA: Ok! So, let's go back to this particular catalogue... You've mentioned Katerina Gregos, Manuel Goller, Manuel Raeder, the artists, yourself and what about the Festival board? Did they have any saying on the catalogue or not?

SHO: Hmmm... they tried to have a say about the cover, but in the end the cover was exactly the way Manuel made it so they didn't change it. But they reeeally tried to make the brand of the Festival bigger and of course there was some expenses that got much more expensive about the catalogue and they had to find the support... not much more, but let's say 5% more expensive... they had to find the money but they did that because they could see that it was gonna be great. But that was a hard, long negotiation process.

AA: And who did this negotiation?

SHO: I did it but I also had to negotiate with Manuel of course, so that he would bring down a certain amount of pages. And it was, again, Manuel Goller because he was [doing the design] and Manuel Raeder was consulting with Manuel Goller about how they could change in order not to compromise their idea. And then the board... I was consulting as well with the board of the Festival and with the Director, if we could find this amount of money to pay part of the back pages that got printed in color, because that would help the communication about which text belonged to each exhibition, so that it would be much easier to find an artist if you'd stand in front of a picture. In the exhibition it would be easier to find the section about the exhibition you are standing in. So it was a very rational reason why it was helping to have colorful pages.

AA: ... so in the end the board just understood why he wanted to spend more money...

SHO: Yeah, yeah.

AA: And do you feel any risks at all towards your work, in this particular case

with Manuel, or with another designer? Risks towards your work, your interpretations of the artists work, your concept...

SHO: I normally don't work with designers who I think don't understand the concept. So in that sense... Of course there is a risk that you can be convinced by a concept that in the end doesn't look right or that just doesn't really work and then you see that "ok, this is not gonna be a commercial success" [laughs]. But normally you are so much part of the process that you also feel co-responsible and you would change the things in the course of the process before it gets printed. So in that stance I never really leave the material and then see the print, you know... You are so much involved...

AA: ... that in the end the risk is divided between you and the designer...

SHO: ... yeah, plus the mistakes are corrected on the way and if it's not working out at all I don't think I would ever have chosen that designer. Because, let's say, that I probably prefer that the book performatively translates the subject more than it illustrates it so I think... when you know you share that idea with the designer then... It's very few designers who really work like that and if you know that you share that then there's already an opening for a very big trust and discussion. And you both know "Ok, that's a really good idea".

It's hard to say other things... If you are forced to work with designers of course sometimes you think "ok then you better not speak too much with the designer, because they have their own idea and if you speak with them they even lose track of that" so if I don't find they are very much someone I can work with, then I just don't speak so much with them. They do their own thing and then it's just my work within their aesthetic.

AA: And this kind of leads us to authorship. Do you feel that you are an author of the catalogue? Do you feel the designer is the author? Who is the author of the catalogue?

SHO: Well, in this case I think that if you look at the Fotofestival catalogue, I think it looks quite different than the exhibition. So, of course, Katerina and I we are editors, we are content editors, we bring the texts and the images and Manuel is the author of the design, both Manuels. They gave it a shape that is interesting also after the exhibition's closed and that's thanks to them and they've analyzed the essence of each artist's image – there were 60 artists –, we made a big pile where there's images of each artist and a text for each and the way they suggested to divide the information... that's their concept.

Of course, we gave them ideas and spoke to them but I would say that's what their authorship was in the end. And of course we've to find a lot of solutions together when it's about keeping the budget and making it transparent to the audience. In this element you can probably, as a curator, imagine how people will use the book... if it's gonna lie around in the exhibition and be a kind of a short guide as well... then the structure, somehow, is influenced by how you imagine that segment using the book.

AA: You mentioned several times the budget, so I suppose this is quite important when it comes to managing the project. Did you have to negotiate this a lot with Manuel...?

SHO: ...of course! Yeah. Our projects... It's always... you don't know how much money you have when you are given the commission to make the catalogue. If you have 10 000€ or 25 000€ and we started off with 10 000€ but we ended up having

25 000€. So, you go from black and white and you get offers based on 10 000€ and then, of course, everybody finds out that the ambition expanded. It grew more ambitious.

But I think that the biggest negotiation was not with Manuel, it was with the publisher who expected to manage the process of making the book: coordinating with the printer, with the translators... and that part is the more expensive part. That's where a lot of the money that you want to save ends up going.

In the creative business there are many many activities that people don't put on the bill... they don't count, let's say, a 100€ for a meeting – 1 hour. But in the publishing business it's a different economical culture and a different structure. And if you choose a designer and a publisher that have different ethics then they might provoke each other, because you see a discussion about how the money should be split and in that sense I would say that I had more negotiations with the publisher.

AA: Could you just elaborate a bit more about these negotiations you had with the publisher...?

SHO: That was about all the costs that they calculated, as I mentioned.

A lot of things that me and Katerina, or Manuel (who was also helping to do that) [were already doing] they [the publisher] wanted to make it as their work. I mean, we could also have been smart and have said "Ok, we've also calculated all of this!", but then the book would never happen! So in a way it's a question where not only the paper has to be paid... we know that it's good to have the people that coordinate the translator and the lecturing and it shouldn't be the same people who create the content (because me and Katerina we cannot see the mistakes anymore...). And then we had a producer

for the catalogue, a kind of producer – Heide Häusler –, who's the producer of the Fotofestival and who had an interest in knowing all the content as well and writing texts, but also who is a very good proofreader.

A lot of the work was also shared with the Fotofestival team but the publisher... probably they're not doing much wrong, but they were calculating for every single step they took, everything. You ask them for an offer and it costs something just to get it. You know what I mean?

AA: Yes!

SHO: It's a business way of thinking where you want to pay people well, you want to hire a lot of people and you are also ambitious about running everything professionally... I don't know if design organizations can better pay or sponsor projects with a lot of money, but in the art business you also have other publishers who are more... a bit more grasp root, but we had one that was quite commercial.

AA: So, what would you say... Do you feel there is a sphere of action of the designer and a sphere of action of the curator, separately? Or do you think they act on the same sphere, that each one can have a saying on everything the other one does?

SHO: Well, working like this you probably get to involve each other in more parts of the process than some designer/curator relations would think is necessary.

So, in a way, to understand the big picture, you do speak about how things flow and how things are disposed and stuff like that. But since Manuel Raeder is very much in Berlin and I was working and realizing the exhibition both in Berlin and in Mannheim, Ludwigshafen, Heidelberg, of course there is a cultural gap between the province and the

metropolitan hop and also in terms of expectations to partners. And of course, when there is a publisher in the South of Germany and there is a designer here [Berlin] who is making a very good book but that looks a little bit different from the other books, of course this should be positive but it also can turn into a bit of a competitive situation. But I actually feel that to make a catalogue thoroughly it means that you have as well a running dialogue with the designer, as well as with the people who write the text, as well as with the artists. And in that way you reach a conclusion that is on a higher level of complexity, that joins together. And if you don't want that you can just have an illustrator designer. People might not want to buy the book or it is so "coffee table" like that they buy it because it looks great on the coffee table.

And I also wanted to say about finding the publisher that the designer (I mean, Manuel Raeder) also helped a lot by pointing out the abilities of the different publishers. Then there was maybe a conflict because the Kehrer Verlag is in Manheim, so the Fotofestival thought that it would make sense to support the publisher who is specialized in photography and who is local. Whereas you could say if you would follow the capitalist system and you would just analyze the prices, then you would have taken a Berlin one. But in the end, for the distribution of such a product it's probably important that someone who understood the Festival was also distributing it. Someone who was close to the museums and the audience in the South and who was physically close to the place where most copies end up getting bought and then taking the catalogue on book fairs and stuff. They also operate internationally.

But there was maybe a little bit of a conflict... it would have been easier for the designer to have a publisher in Berlin

who understood his work from the basics. Who would know his history, his audience and so in that sense... You suffer a little bit if in a global time you have your designer in Shanghai and the publisher in Greenland and you have the curators in America. I mean... it's always a bit like that with contemporary art, but you navigate between money and local interest and competences regarding a product's network. I think some problems would have been solved if the publisher and the designer were the same or... Manuel Raeder after this experience decided to open his own publishing house...

So, I would say that in the amount of partners it would be better to limit them, if you can. Or at least make sure that there is a collaboration and understanding already between them. But that's not always possible, of course.

AA: Of course... And what about your relationship with Manuel? It existed before... You had already worked with him several times, I imagine...

SHO: Yeah... I worked with him for the [imperceptible] Biennial in 2006, for a magazine redesign in 2008, or something... Probably a few more times but I don't remember now...

AA: And the first time you worked with him did you already know him? Were you friends?

SHO: Yeah... I already knew him from Amsterdam... He was at the Rijks Academie and I was at De Appel, a curating institution in Amsterdam and we met in 2003...

AA: So, you already had a personal attachment.

SHO: Yeah. But I mean... we always fight anyway...

[laughs]

AA: So it is still difficult after so many years...

SHO: Yeah, yeah. It's only difficult because we are both very ambitious and probably very much into the content. And, of course, also both looking at the economical side.

Oh I also worked with him for the Mariana Castillo Debal *Never Odd or Even* publication.

AA: And you always sort things out by dialogue...

SHO: Yeah yeah, because we both know that we fight for quality and, of course, we also fight for the budgets, but it always gets solved. And I think, being honest, that in the end it brings us closer, but on the other hand you can say that... In order to be doing design that in a way is beyond, you have to push limits and I also know that and I also know that when I work with artists they'll do the same and that it can also be the door to a very unusual production. It can be a very great piece...

But we always find a compromise. Though it's really hard! It's not like normal business negotiation.

[laughs]

AA: ... and could you describe how do you get to this compromise, how do you get to this solution that is good for both of you? Do you give and take...

SHO: Of course, you show that you also go for the most ambitious solution but if the money is not there or if it's not possible then you have to prepare the designer on the alternative and you already have to ask what is the plan B early, so that it's not a shock. And then the de-

signer puts all his or her arguments why it's so important that exactly this part is realized and then you explain that to other people and then you just democratically... if they agree that it is important for the product, it's possible to probably find the money and... It's a lot of give and take. And also... is the designer ready to do a lot to get the job and to show the dummies and the tests to the Directors, to present his work, to create trust and to act professionally? If he does then I think that the designer is in a much better position to negotiate throughout the whole process.

AA: Ok, Solvej! I think we've covered everything.

SHO: Huge! Allright.

AA: Do you think you want to add something?

SHO: No thanks. I'm happy. And I hope you can use it.

AA: I really think I can. Thank you so much for your time.

SHO: You're welcome!

GUIÃO

APRESENTA-SE, SEGUIDAMENTE, O GUIÃO QUE SERVIU DE BASE À ESTRUTURA DE CONTEÚDOS DAS ENTREVISTAS.

1) ÂMBITO GERAL: NEGOCIAÇÃO DESIGNER/CURADOR

a) No âmbito da relação designer/curador, durante a construção de um catálogo, como defines negociação e em que plano/s consideras que ela existe? (relacional, conceptual, formal)

b) É possível dividir por fases o processo de negociação?

- Quais são e como se desenvolvem?

c) Que características te fazem valorizar um designer/curador em detrimento de outro?

- Que tipo de postura esperas do designer/curador?
- Que funções esperas que ele preencha?

d) Que fatores influenciam a tua postura durante a negociação?

- Fatores internos (personalidade, ambições pessoais...)
- Fatores externos (pressões de outros atores...)

e) Sentes que há riscos para o teu trabalho quando comesas uma nova negociação?

2) ÂMBITO PARTICULAR: CATÁLOGO ESCOLHIDO

a) Pedia-te que me descrevesse como decorreu o processo de negociação, dentro deste catálogo, entre ti e o designer/curador, percorrendo as várias etapas do trabalho.

- Como se estabeleceu a relação?
- Como te preparaste para a primeira reunião?
- Os encontros foram presenciais?
- Dilataram-se no tempo?
- Que meios usaram para trocarem informações, propostas...?
- Que outros atores participaram na negociação?
- Estabeleceram-se hierarquias?
- Houve um decisor final?
- Que aspetos do objeto foram mais discutidos?
- Quem tinha posições dissonantes e que posições foram essas?
- Elege um dos conflitos mais fortes durante o processo negocial e descreve a sua resolução?
- A existência de conflitos foi importante para o resultado final do catálogo ou foi desmotivador? Porquê?
- Consegues estabelecer um limite pessoal para as cedências que fizeste?
- O que influenciou a flexibilidade dos teus limites?
- Depois de terem chegado ao acordo final ainda houve alterações ao catálogo?
- Foram unilaterais ou renegociações?

b) Qual o balanço desta negociação?

- Consideras que o catálogo beneficiou da negociação?
- Consideras-te autor ou co-autor do catálogo? Porquê?
- As tuas pretensões foram satisfeitas? E as dos outros atores?
- Qual a relação que manténs com o designer/curador? E com os outros atores?

