

PROJETO

Apresentação

"O meu Brasil é com S", título escolhido para convocar este concurso, é parte de uma canção de Rita Lee e Roberto de Carvalho, verdadeiros ícones da canção brasileira dos anos 80.

O refrão diz: "Quem te conhece não esquece / Meu Brasil é com S". Uma letra que faz referência e crítica de maneira sussurrante e encantadora - como tudo que é brasileiro- aos abusos que sofreu, como uma terra que, de uma maneira ou outra, leva mais de 500 anos sendo colonizada.

Por isso, e por muito mais, invertamos as coisas e também trocamos o S de Superman -símbolo do colonialismo e capitalismo mundial- pelo Z, agora não mais com os sérios azul e vermelho, mas sim, estridentemente verde e amarelo, dentro de um losângulo, como a bandeira brasileira, cheia de vida. Um "Zuperman" terrenal, bem moreno, sofridor, gozador e que usa sandálias.

Um "Zuperman" que continua fortemente unido a sua raiz e que dá risada daquele outro, aquele que hoje caminha incômodo com uma pedra no sapato por causa de um certo presidente de esquerda, sindicalista e barbudo, mas eleito democraticamente, que chegou para lembrar a todos que América do Sul também existe além dos tópicos.

Marcelo Clivati Prado
comisario e designer

"Pois... fácil. Brasil tem tantas facetas, que qualquer delas me servirá de gancho", pensei, quando me chamaram para ser comissário desta edição do concurso, e propor um tema gráfico. Pois... nada mais equivocado. Tratando-se de Brasil, se falamos de música, onde fica a literatura, o cinema, a publicidade? Se falamos de praia, onde fica o pantanal? Se falamos de sol, onde fica o frio do sul? Se falamos de beleza, onde fica a miséria, a corrupção e a violência?

"A parte", neste caso, dificilmente poderá representar "o todo".

Como se sabe, Brasil é uma salada de recursos naturais e de culturas, e suas origens são tão distantes como Japão e Holanda. "Como assim?"

-estarão se perguntando- "se no Brasil só tem mulatas, caipirinha, sol e carnaval!". Mas não! Tem mais. Ao norte do Brasil, com 40° à sombra, chegaram os holandeses para colonizar, pintavam em suas paisagens "realistas" um céu cinza que nunca poderia existir aí. Em São Paulo, no bairro da "Liberdade", os japoneses criaram seu microclima, com globos vermelhos decorando as ruas. Ao sul chegaram os alemães, com sua arquitetura e seus doces. Chegaram italianos, franceses, árabes, coreanos,... e antes de todos eles, muitos portugueses e africanos (de todos os matizes), cujas "aventuras amorosas" criaram o "mulato" (de todos os tons).

Curiosamente o mundo hispano foi o menos influente, apesar de o estar rodeando ao longo de toda a sua fronteira.

Índigenas? Nem se sabe mais o que são. Seguramente Brasil é um dos países da América do Sul com menor porcentagem de indígenas misturados em sua população. Como não aceitaram ser escravos, só lhes restou a extinção.

Enquanto ao concurso, quisemos reforçar a divulgação fora dos grandes centros urbanos. Chegar àquelas cidades e, incluso Estados, tão pequenos ou esquecidos, que poucas vezes são consideradas como "público objetivo" nos planos de futuro. Lugares que seguramente não encaixam nos tópicos do "ser brasileiro", mas que também o são, e têm muito que dizer.

Alessandro Manetti
Director IED Barcelona

O Meu Brasil é Com S

A viagem começou à três anos atrás para descobrir as novas gerações gráficas de países emergentes, e desta vez, nos leva a um dos protagonistas do continente latinoamericano: o Brasil.

O título *O Meu Brasil é Com S*,

evocador de uma identidade que muitas vezes acaba por se perder a favor do vizinho incomodo norteamericano, faz com que as pessoas reflexionem sobre as dificuldades, historicamente presentes, para emprender um novo curso socio-político-econômico mais independente, justo, igualitario e acima de tudo, reivindica a importância de um elemento característico respecto de um país, a sua identidade cultural.

Estou plenamente convencido de que nao existe em quase nenhum outro lugar do mundo uma cultura que seja assim tao variada, transversal, cleética e multidisciplinar e em um único grande país.

O MEU BRAZIL É COM S

Brasil é, nesse sentido, uma experiência única de imersão em um oceano de cores, sons, religiões, usos e costumes particularmente fortes. É também incrível laboratório de convivência social dividida entre mil de problemas e uma humanidade efervescente.

As favelas, o samba, o futebol, a capoeira, a feijoada, o churrasco, a bossa nova, as *garotas de Ipanema*, o sincretismo cultural e religioso, a moda e a arquitetura, a flora e a fauna, Rio de Janeiro e Manaus, São Paulo e Salvador da Bahia, Brasília e Florianópolis, Natal e Porto Alegre... Cada elemento, cada cidade, adquire uma totalidade forte, uma alma, um espírito próprio, um *coração*, exactamente como esta seleção de imagens e cartazes gráficos que –entre outros elementos- encontram um componente comum em a extraordinária composição cromática das cores da bandeira do Brasil (seguramente um dos elementos mais exportados e copiados no mundo) e nos falamos de maneira simples e direta dos muitos contrastes deste “continente em el continente” CON ALEGRIA, POESÍA VISUAL, SARCASMO E IRONÍA. Estou particularmente contente com este catálogo porque folheando as suas páginas consigo me sentir um pouco mais próximo deste país incrível e de seu povo maravilhoso.

Obrigada mais uma vez a todos aqueles que, de uma maneira ou outra estiveram envolvidos involucrados en esta última y fatigosa peripécia que, por fim, graças ao esforço, a paixão e ao entusiasmo de professores, staff e amigos do IED de Barcelona, Madrid e São Paulo foi possível tomar vida e consistência através de uma série de exposições itinerantes e deste catálogo. De verdade, muito obrigado e Axé, Axé!

Mauro Mantica
Diretor IED São Paulo

O meu Brasil é sem Z

Como italiano que mora há oito anos no Brasil e que hoje representa a sede paulistana do IED, olhei as belas peças gráficas selecionadas neste volume com a visão do estrangeiro que chega neste País e – por várias razões – quer ou deve tentar entendê-lo.

No meu caso, o Brasil começou a perder a letra “z” em 1996, quando cheguei em São Paulo como emigrante italiano já sem a “valigia di cartone”, e portando meu *laptop*. Era o começo do governo Fernando Henrique Cardoso e do Plano Real, que colocou a economia do País nos trilhos e pôs fim à superinflação.

Para meu espanto, meus amigos brasileiros daquela época ainda pagavam as contas do bar (como os clássicos cafezinho e pão de queijo) com cheque. Já quanto a mim, vítima de uma desinformação terrorista, eu não saía na rua com relógio e tinha sempre bastante dinheiro em espécie no bolso (precaução que ainda cultivo) para não irritar eventuais ladrões; e como uma esponja, estava exposto a todo e qualquer tipo de manifestação de cultura “pop” brasileira, até a mais trash. E obviamente, ia procurando os ícones do meu imaginário “Brazil”: futebol, natureza, a beleza das mulheres, o carnaval... Enfim, foi uma imersão completa e inebriante nesta cultura tão diferente e tão parecida.

Hoje, oito anos depois, já mais “tropicalizado”, nas 27 peças gráficas vejo principalmente uma característica que admiro muito neste povo: o orgulho de ser brasileiro, sem ufanismo e também sem cinismo, com uma crítica social que não se transforma em vitimismo.

Nas imagens aparecem várias vezes os símbolos da exclusão e das suas consequências cotidianas, sobrepostos aos símbolos - digamos - turísticos; mas não enxergo nisso uma “estética da pobreza”, mas sim o olhar de quem tenta explicar o Brasil com “s” para quem do Brasil conhece somente os estereótipos.

Apesar de tudo, devo admitir: nos trabalhos aqui apresentados senti falta de uma bola rolando, de um futebol de varzea, do grito “é campeão”, das pedaladas de Robinho e das firulas de Roberto Carlos... mas cada um é prisioneiro dos seus mitos, graças a Deus, que é brasileiro.

ERIC OLIVARES
Coordenador de Design Gráfico IED Barcelona

Há três anos propus uma exposição de cartazes feitos por jovens designers mexicanos, cujo tema fosse baseado em uma visão crítica e auto-analítica da sociedade, do design e do futuro daquele país. A proposta foi acolhida com grande entusiasmo pelos diretores do Instituto Europeu de Design e por diversas personalidades do design internacional, que nos apoiaram voluntariamente como jurados. O tema se desenvolveu de tal maneira que foi possível produzir a publicação do catálogo daquela mostra e a contemplação de uma bolsa de pós-graduação para o designer mais destacado.

Com efeito, e dado o êxito alcançado em outras exposições, como a do Ano de Design de Barcelona de 2003 e a exibição na Casa de América, decidimos dar continuidade ao projeto de forma sucessiva e com diretriz similar, visto que a Argentina nos pareceu o país ideal naquele momento, pois se encontrava em um período demasiado crítico. A exposição “Díos es Argentino” também teve grande êxito, exibindo-se também de forma itinerante.

Agora é a vez do Brasil e sem dúvida nenhuma teremos a mesma sorte que tivemos nas exposições que antecederam a esta e que foram expostas em vários países da Europa e América Latina.

Ainda faltam muitos países para participar deste projeto, países do mundo inteiro que sem dúvida nenhuma têm muito a nos acrescentar com seus elementos visuais, antropológicos e sócio-culturais.

O MEU BRAZIL É COM S

JURI

Ruth Klotzel
Javier Mariscal
Felipe Taborda
Oscar Mariné

Ruth Klotzel

Vice-presidente da ICOGRADA

Adoro contar essa do Oswald de Andrade:

“Quando o português chegou ao Brasil, debaixo de uma bruta chuva, vestiu o índio. Fosse um dia de sol, o índio teria despido o português.”

Ser brasileiro é não se entender direito com o espelho. Somos um pouco uma mistura de tudo: da jaca à framboesa, do rock ao samba, do miserável ao milionário, da Amélia (“mulher de verdade, sem vaidade”) à Leila Diniz (ousada, original, fêmea).

Ser brasileiro é ter orgulho e vergonha, ao mesmo tempo. Nossa natureza é maravilhosa (como dizia Lina Bo Bardi, aqui “as pedras preciosas brotam do chão”), mas a nossa gente não vai bem. Só as nossas mulheres e o nosso futebol é que são intocáveis; os melhores do mundo, é claro.

Temos complexo de inferioridade. Gostaríamos de ser mais “civilizados”, impecáveis, vistosos e com isso, às vezes deixamos de apreciar o que está ao nosso lado (e que a muitos encanta, tira o fôlego), querendo ser o que não somos.

Muitos jovens designers nos mostraram aqui o lado triste do “meu Brasil é com S”, talvez para deixar claro que não compactuam com as injustiças, com a violência. Precisamos usar da nossa imaginação, talento, boa vontade e muito esforço, acreditando que a vida pode ficar bem melhor para todos.

O nosso design, com sua identidade tão rica e diversificada, tem também o papel de transformar as coisas para que um dia sejamos integralmente orgulhosos de sermos brasileiros.

Aquele abraço!

(Perdemos para os argentinos, mais uma injustiça, claro, que nos roubaram nossa famosa frase “deus é brasileiro”).

Javier Mariscal

designer

Fazer um concurso de cartazes para que os jovens designers brasileiros possam refletir sobre a sua identidade nacional, sem dúvida é um tema muito interessante, além de gráfica e socialmente muito válido.

A mostra surpreende em seu conjunto. Não tem nenhum cartaz que esteja fora de lugar. Juntos, têm uma mesma paleta de cor e uma linguagem gráfica que poderíamos definir como familiar.

Eu não acredito no design de nações, mas neste caso podemos falar de uma geração de jovens brasileiros designers.

Fico feliz por termos coincidido em um primeiro lugar, mesmo que todos merecem prêmios.

Felipe Taborda

designer

O Meu Brasil é com S

Como mostrar a nossa cara lá fora? Quais os critérios que deverão ser tomados para que se possa criar uma imagem que traduza perfeitamente o nosso país e, ao mesmo tempo, inspire e seduza o espectador estrangeiro. Como sermos nós mesmos e não nós para os outros?

É uma prática comum não compartilhar com estranhos os problemas internos que acontecem na nossa vida privada (família, trabalho, relacionamentos, etc). O mesmo se dá com relação ao nosso próprio país:

O MEU BRAZIL É COM S

não gostamos que estrangeiros o critiquem ou mesmo façam comentários depreciativos. Nosso país nos pertence, e cabe somente a nós mesmos analisá-lo. Mantemos nossas críticas e discussões somente com nossos conterrâneos, e desta forma aliviemos toda a carga de frustrações e desilusões que constantemente sentimos com nossa pátria.

Por outro lado também não deveríamos utilizar imagens tão usadas dos problemas nacionais, fornecendo desta maneira material suficiente para a manutenção de um estereótipo do Brasil que constantemente é vendido pela mídia internacional.

Acredito que a maior parte dos participantes de "O Meu Brasil é com S" não analisou corretamente a proposta deste projeto e consequentemente "errou o alvo" ao criar o seu cartaz. Não creio que a exploração da violência (que é uma realidade em algumas cidades, tanto do Brasil como do mundo) ou outras mazelas "traduzem" corretamente o que é este enorme país. Este país é maior que isso, e as formas como ele se mostra são tão mais complexas e variadas do que apenas uma centralização na violência ou pobreza como única identidade visual.

Precisamos, todos, saber pensar este país. Sem dúvida nenhuma temos a obrigação de conhecer todos os seus problemas. Por outro lado, temos também a obrigação de igualmente conhecer todas as suas maravilhas. Somente desta forma poderemos ter uma opinião equilibrada e imparcial, o que nos dará uma maior consistência ao criar uma imagem que defina exatamente o conceito de brasilidade para um projeto que se chama "O Meu Brasil é com S".

POSTERES

Sabrina Arini
PRIMER PREMIO

O Meu Brasil tem Cor

O Brasil é o encontro de muitas culturas, costumes, raças e histórias. É soma de cores, classes e compassos. Ao longo dos anos isso se transformou em sons brasileiros, culturas tropicais e cores que vão além do verde e amarelo.

Iniciou-se a formação de um único povo, porém um povo múltiplo, rico e colorido. O Brasil tem cores e sons especiais. E aos poucos ganha o mundo com suas multiplicidades.

O Brasil é também o país das contradições. É o país dos negros, dos índios, dos brancos. É o criador do mulato, do cafuzo, do mameluco. As múltiplas personalidades se refletem nas cores e no conteúdo de suas expressões artísticas.

A cultura africana trouxe ao design brasileiro a força das cores e a ousadia do berço do mundo, mas por muito tempo o Brasil deixou pra trás sua identidade colorida e particular, dando lugar para o que era conhecido e reconhecido mundialmente.

Mas o Brasil se encontrou. E escolheu suas cores e histórias para ilustrar sua arte, criando assim, sua própria personalidade, sem medo de assumir diferenças.

Agora, o Brasil caminha. E resolveu caminhar com seus próprios pés. Pés das Havaianas, das sandálias que estão nos pés do povo, do médico, do advogado, do frentista e do desempregado. Ele caminha pelas ruas do design e de sua própria história. E ainda tem muitos encontros e confrontos pela frente, mas aos poucos constrói sua identidade. Visual, ou não.

Ana Amelia Martino

"Os sonhos não envelhecem" (Márcio Borges)

A ilustração apresentada no cartaz, flagra uma situação real testemunhada e fotografada no próprio calçadão de Copacabana. Essa cena se repete no cotidiano das grandes cidades repletas de homens em preto e branco.

"Sonho X Realidade" representa a rotina de muitos brasileiros que, apesar das diversidades não perdem a esperança.

No cartaz, a realidade preta e branca representa o desemprego, os baixos salários, a carência de saúde, educação, etc.

O sonho, por sua vez, são ondas coloridas que permitem o vislumbre de uma vida melhor e mais digna.

O homem, também sem cor, não toca o sonho; apenas flutua como se as possibilidades estivessem ali, ao seu alcance. Cansado, sem perspectiva e não se sentindo merecedor, ele ainda não percebe a dimensão exata de que essa realidade possa ser invadida pelas cores ideais.

A sociedade, por sua vez, se torna responsável por todo esse sentimento de exclusão que é o gatilho para o apartheid social e econômico.

Não há como não enxergar as tragédias alheias e tampouco não se engajar na busca de soluções.

Homens e mulheres sem cor merecem estar e viver coloridos.

O MEU BRAZIL É COM S

(Quanto ao homem dormindo em Copacabana, este foi acordado por um amigo, também em preto e branco, levantou-se e, com ele, saiu cantarolando pelas ruas cariocas, mostrando ao mundo que, mesmo diante de todos os contras, ainda vale a pena sonhar).

Bio Yoshimoto

Brazil

meu Brasil brasileiro é com "S"
um país apaixonante
cheio de cores e poesias
que anseia por conquistas
Meu Brasil é com "S"
Com garra e braço forte
De quem trabalha com fé
e acredita que pode
Meu Brasil é com "S"
Onde cantam sabiás
Onde soam os tambores
Onde a alegria e a solidariedade
querem envolver o mundo
Meu Brasil é com "S"
Em busca de um sonho
De um país realizado e maduro
Onde a paz esteja no presente e no futuro
Meu Brasil é com "S"
De um brasileiro vencedor
Que lutou pelo trabalho com ardor
Deixando um passado repleto de glórias
Esse é o meu Brasil com "S"
Um país que se constrói através das revoluções
Com a força brasileira

Bruno Porto

Brasil mostra sua cara

Vejo o cartaz como um instrumento de comunicação de caráter essencialmente efêmero – informa sobre alguma coisa que acontece em algum lugar e em algum momento –, mas que em seu comunicar deve transcender todas as esferas sociais, culturais e políticas. Inicialmente batizado de *Projeção Brasileira*, este cartaz procura se valer de seu formato e intencionada localização – pública, seja externa, como em uma rua, ou interna, como em um corredor, mas sempre integrada ao convívio da sociedade – para causar o maior impacto possível. Como bom cartaz, deveria ser imediato, econômico em sua salvação, e instigante em suas razões. O cartaz aqui apresentado oferece através da sobreposição de duas imagens originais, um rosto múltiplo, complexo, com(o) a cara do Brasil. Ambas possuem um simbolismo que é ao mesmo tempo claro e amplo. A primeira é o retrato de uma criança, pintado em stencil sobre uma parede – uma interferência urbana marginal, real e atual-. A segunda, a efígie existente na cédula de um Real, gráfica, idealizada, uma representação de poder no sistema social. Artes aplicadas com diferentes fins, a realidade mesclando-se, em mensagem, à utopia, sob as cores nacionais. Mas esta é uma integração intencionalmente desconfortável, tanto do ponto de vista das proporções como de linguagem de representação. Alternadamente, cada olhar domina visualmente um momento do cartaz. A incerteza no olhar da criança – o futuro – em confronto com o símbolo dominante, de olhar vazio, do presente. Figurativamente juntos – sócios (*que vivem em sociedade*) – mas sem dividir origem ou perspectiva. Olhares opostos revelando o contraste de direções existentes neste país.

CamilaCortez

Tetris Favela

O Brasil é um país de imensa desigualdade social. Podemos comprovar com a quantidade de favelas que se espalham nas grandes cidades, às vezes bem próximas a mansões e apartamentos de alto padrão.

Algumas pessoas, que vivem fora dessas favelas, preferem ignorá-las quando passam por elas, mas a maioria está acostumada a vê-las na paisagem de sua cidade e acaba esquecendo-se de que dentro daquelas casinhas existe fome, violência e pessoas vivem em condições sub-humanas. Foi daí que saiu a inspiração para a obra.

O cartaz aborda a favela, que é um símbolo da pobreza, como num jogo de Tetris. As peças são representadas pelas casinhas e conforme vão caindo, a favela vai se formando abaixo.

O jogo de Tetris é maneira de ilustrar a crise econômica no país. Quando a inflação e juros sobem, o desemprego se alastra, a pobreza aumenta. As peças vão caindo e a favela vai crescendo.

O MEU BRAZIL É COM S

Mas quando há estabilidade econômica, as oportunidades de empregos vão surgindo e a pobreza pára de crescer. E as peças caídas completaram uma fileira de casinhas que, como no jogo, desaparecem, como uma maneira de mostrar que o ponto foi marcado.

Resta a nós, brasileiros, acreditar que não haverá derrota nesse jogo e que o Brasil vai vencer sempre!

Cristiana Marroig

BASTA!

A imagem final foi criada com firme propósito de ser auto-explicativa, crítica e reflexiva.

Auto-explicativa:

Porque estabelece a associação da Amazônia, patrimônio do meu país ao nome "Brasil" escrito a partir do rio Amazonas. Procura deixar claro também, através da sua não totalidade (pedaço faltando, em branco na imagem) que existe parte já devastada.

Ao utilizar o rio como elemento tipográfico, enfatiza-se a mensagem ecológica de forma contundente.

O trabalho foi pautado na floresta amazônica por ela ser um ícone de vulto mundial, e atrair atenções e interesses globais, pois, apesar de o Brasil ter inúmeras paisagens de igual beleza julgou-se coerente, por se tratar de um trabalho p/ apreciação internacional expô-lo em uma perspectiva macro.

O único barco, representa a presença do Homem, que, apesar de parecer pequena dando uma idéia de desvantagem em relação ao todo, é ampla e sabidamente responsável pelas ações, que na grande maioria são invasivas e de difícil reversão.

O aspecto crítico:

Figurado pelo fogo, que consome a imagem da floresta numa perspectiva de documento ou simples folha de papel, em vez de um incêndio real, mostra a maneira como o mundo corporativo, assim como órgãos públicos simplesmente tratam a floresta brasileira e seus recursos, com total descaso e indiferença.

E por fim reflexiva:

Pois, força as pessoas a uma reflexão da mensagem contida na imagem contundente do fogo que, tem a clara conotação de destruição,devastação, contrastando com a placidez do verde das matas e do azul do céu ainda imaculados.

Daniel Barroca

Minha reflexão sobre o Brasil procura entender o país através do conhecimento de suas manifestações culturais populares. Essas manifestações são a expressão de um povo sofrido que procura encarar a dura realidade econômica de maneira positiva, produzindo e difundindo cultura.

Mas o mérito dessas manifestações não é apenas esse. Na verdade o mais valioso legado é o trabalho social realizado através dos diferentes grupos culturais que independentes do governo vêm realizando a árdua tarefa de levar o conhecimento, a cultura, a integração, a responsabilidade e a diversão sadia até o povo.

Esses grupos se difundiram pelas diversas regiões do país levando essa alegria não só aos menos favorecidos como a população de uma maneira geral e acabaram por se tornar parte importante do registro histórico e da identidade do Brasil.

Dentre essas expressões culturais, uma em especial representa a força da cultura brasileira: o maracatu.

Com suas cores e elementos gráficos o maracatu possui os elementos necessários tanto visualmente como conceitualmente para espelhar a atitude de diversão que permeia a cultura brasileira.

Essa atitude representa o que o povo brasileiro tem de mais valioso que é a vontade de viver acima de tudo e que é possível viver com alegria independentemente do poder aquisitivo.

Um grande viva a essas pessoas maravilhosas que dão a sua vida pela alegria do povo.

Daniel Correa

"Pare"

Negar que o Brasil não seja um país que possua grandes qualidades, ou pelo menos com um enorme potencial, seria um exagero. Mas infelizmente, grande parte do que poderia ser conquistado e construído, está na verdade sendo desperdiçado.

No cotidiano brasileiro, a violência ataca nas diversas esferas das relações sociais: violência doméstica, violência no trânsito, violência dos direitos básicos de sobrevivência, violência contra a saúde pública e educação, violência contra a dignidade das pessoas, violência da corrupção, violência do tráfico de drogas... não importa a condição social ou econômica, tanto pra quem sofre quanto pra quem pratica atos de violência. E tudo isso pode ser representado pela violência física, pois direta ou indiretamente, essas diversas agressões contra as pessoas sempre afetam o corpo, que é o que há de mais íntimo e o meio pelo qual nos relacionamos com e existimos no mundo.

Poucas pessoas se beneficiam da situação atual, por causa da sensação e da realidade da impunidade no Brasil. E a grande parte dos poucos que poderiam fazer algo para mudar essa situação não agem (e o triste fato é que muitas vezes esses atributos se confundem na mesma pessoa). Se nada for feito para acabar com essa realidade, em diminuir as diferenças e aumentar as possibilidades sociais, onde iremos chegar? Todos nós – os mesmos que sofrem as consequências da violência – somos culpados pelo que acontece em nosso país; temos que parar de olhar apenas para nós, mas também olhar para os lados para saber se podemos e, principalmente, como iremos em frente. É nossa a responsabilidade de cuidar do nosso futuro e fazer com que a esperança que ainda nos resta, e faz possível enxergar as cores de um Brasil melhor, deixe de ser apenas um sentimento, e se torne realidade.

Danilo Cordeiro e Giovanni Meirelles

Num mundo desenhado por forças econômicas e culturais desequilibradas, conceitos como "globalização" camuflam desproporções, não exprimindo a real dinâmica destes novos tempos. Nesse sentido, fronteiras, línguas, costumes, identidades diversas que exprimiam e delineavam uma rica geografia mundial se tornam assim "alisadas", "planificadas", ignoradas a pretexto de uma otimização dos processos de "massa", amorfos, impessoais. A auto-imagem de muitos países se vê assim abalada, confundida, num processo de crise de identidade. Defesas recorrentes dentro de um contexto como este são a xenofobia, o nacionalismo, o fundamentalismo. A fim de se "auto-desenharem", de mostrarem seus limites e contornos numa paisagem indiferenciada, mas sem encontrar referências e valores que os definam, apelam para a negação do outro, do diferente.

A música, o cinema, as artes em geral podem cumprir o papel de validarem identidades diversas, mas que se respeitam mutuamente. O design, por sua vez, ao incorporar arte e indústria, se destaca e adquire importância não só cultural, mas também econômica dentro deste cenário. Este concurso de cartazes nasce não só da necessidade de se valorizar a qualidade do design gráfico brasileiro, mas também da urgência em se buscar referências e imagens que caracterizem uma sincera expressão brasileira, e que ultrapassem a ótica superficial de modelos já consolidados.

Este cartaz contrapõe a idéia de que a "boa" cultura é a cultura erudita e busca romper com os padrões de modernidade que as pessoas esperam encontrar no "bom" design.

Este cartaz junta a excelência de um dos mais respeitáveis ícones arquitetônicos brasileiros, a casa do presidente (projetada por Niemeyer), à excelência de um dos mais populares ícones de "design", a rede (a cama ou sofá transportável que se encontra na casa de todos os brasileiros). A agradável coincidência de formas torna confortável ao olho o símbolo popular na casa do presidente, aquele que foi eleito pelo povo. Convida à discussão sobre os extremos sociais e a informalidade.

Fernando Kozo Matsubara

"O cartaz aborda a questão da grafia correta de nosso país de uma forma exagerada e com senso de humor. A natureza da própria língua portuguesa, com sua fonética por vezes dissonante em relação à grafia da palavra, permite as mais variadas interpretações. O som do "s", que em "Brasil" assume o som de "z" é um ponto de inflexão que marca nossa história como país, como nação e cultura. A adoção da grafia de "Brasil" com "s", substituindo a antiga: "Brazil"; veio a contribuir para um movimento de nacionalização de valores e princípios importantes para nossa cultura. Representa, significativamente, uma afirmação da língua portuguesa sobre os possíveis estrangeirismos, manifestada através da exaltação de sua brasilidade: "Brasil", onde o "s" soa como "z".

Hoje, chega-se ao ponto em que, para muitos, ler Brasil com "z" pode ser entendido como uma ofensa: à sua cultura e sua natureza. O cartaz participa dessa discussão: partindo da grafia e da sonoridade

O MEU BRAZIL É COM S

corretas, realiza uma brincadeira, na qual até os mais nacionalistas podem se atrapalhar. O “s” e o “z”, colocam-se num limiar entre o que é letra e o que é desenho. O jogo de cores e sobreposições permite ao observador entendê-lo como queira, brincando neste limite: uma experiência profunda para qualquer pessoa. A composição a que se chega, colocando-se de forma equilibrada no espaço do cartaz, ocupa os espaços com cheios e vazios. A composição leva o observador para o centro: o ponto focal, onde se coloca a mensagem verbal primeira. Para além, os olhos vão se dirigindo para as bordas, onde o universo verbal dá lugar ao universo gráfico, não-verbal, e onde a brincadeira começa.”

Ricardo Augusto Romano Sant’Anna

Fernando Vianna F.

Engana quem vê pela primeira vez. Aparentemente, é tudo muito colorido, bonito e organizado. Impactante, parece ser um lugar amistoso, alegre, bom de se viver.

Mas aí, você começa a reparar, e percebe que as casas são todas muito simples, muito parecidas. Não tem telhado, não tem acabamento, não tem refinamento.

Às vezes, nem janelas.

Sem janelas não se pode olhar para fora e ver o que acontece à sua volta, não tem horizontes, não sabe o que acontece com o seu vizinho, e muito menos o que acontece no mundo “lá fora”.

E se amontoam! Habitações ou sub-habitações, uma em cima da outra, e da outra, e de tantas, confundem-se com o terreno que ocupam. Não se sabe onde uma começa, e a outra termina.

E, no fundo, percebe-se que não há uma luz.

O futuro para estes cidadãos é negro. Há poucas chances de conseguir sair desta condição e mudar a imagem representada neste cartaz.

Assim é o Brasil dos S, o Brasil dos que aqui vivem e convivem com a realidade das grandes cidades, com o abismo existente entre os mais privilegiados e os que nem sequer chegam a ter uma chance, mas, que apesar disto, mantém uma alegria de viver e uma fé inabalável.

Welcome to Brasil!

Guilherme Caon

Cartão Postal

Sempre fui fascinado pela violência brasileira. Na verdade, não pela violência em si – a considero algo lamentável – mas sim pelos modos com que ela se enraíza e se dissimula em nossa cultura. É fácil de ver, tanto na história quanto no dia a dia brasileiro, vários exemplos de violência: guerras do tráfico de drogas, um grande número de mortes por armas de fogo, coronelismo, chacinas promovidas pela polícia, opressão aos movimentos sociais populares, um número absurdo de mortes no trânsito, as seqüelas ainda persistentes da ditadura militar dos anos 60-70. Podemos passar o dia achando exemplos, pois esta lista praticamente não tem fim.

Mesmo com tudo isso, a imagem que o Brasil tem ainda é daquele país acolhedor, de paisagens naturais lindas e povo alegre. Ainda vivemos em um enorme clichê feito de carnaval e futebol, praias, mata e mulheres bonitas. Isso, a meu ver, acaba mascarando o problema de nossa sociedade violenta. Afinal, como um povo tão hospitaleiro, tão festeiro (clichês, clichês...) pode ter uma cultura de violência?

Esse cartaz não faz nada além de falar sobre esse mascaramento. Usei a imagem do calçadão de Copacabana para realizar o pastiche exatamente por que a obra de Burle Marx é um clichê brasileiro, um cartão postal mundialmente conhecido. Colocando as armas no lugar dos paralelepípedos, nossa cultura violenta começa a se mostrar. Ela, assim como o cenário em que está inserida, é marcadamente brasileira. Os atos agressivos são numerosos no país, da mesma maneira que são numerosas as pedras no mosaico de mais de 4 quilômetros de extensão. E o mais importante de tudo, a nossa violência tem meios sinuosos e eficazes de se inserir na paisagem.

Gustavo K Picheki

Uma linda mulher brasileira caminha por uma das mais belas praias do Rio de Janeiro. O cenário naturalmente sinuoso está em completa harmonia com a silhueta da moça que desfila perto do mar. O sol bate em seu corpo dourado irradiando a sua beleza a tudo que está a sua volta. O vento toca seu rosto espalhando seu perfume pelo ar e jogando seus cabelos ao alto. Sua beleza desperta a atenção de todos. A composição entre a luz, seu corpo e a paisagem no horizonte torna-se perfeita. Nada nem ninguém poderiam estragar este momento. A personalidade deste povo que está a sua volta contribui para esta fração mágica do tempo, sendo incapazes de interferir, não cabendo mais nada além de admirar esta beleza impar deste lugar do mundo. Entre tanto toda esta beleza de linhas sinuosas se mistura ao caminho de uma violenta realidade. Esta mulher anda sobre fuzis, sem que isso fosse problema algum. Todo este lado bom ao qual as pessoas estão admirando, está convivendo com uma guerra. As pessoas que ali convivem já estão acostumadas com esta violência, ela já faz parte do

O MEU BRAZIL É COM S

cenário. Apesar de ser uma coisa inaceitável para muitos que não moram ali, ela passa a fazer parte do cotidiano, da vida de muitas pessoas. Só passa a chocar, a deixar de ser aceitável, quando ela passa a interferir no íntimo da vida de uma dessas pessoas. No momento em que ela deixa de se misturar a realidade da paisagem onde muitos não a percebem mais, pois já estão acostumados com sua presença, para compor algo ruim em uma dessas vidas, fica claro e evidente que alguma coisa deve ser feita mas somente para a pessoa que foi atingida. Passando isso ela volta a fazer parte do caminho de todas estas pessoas sem que a notem novamente.

Harley Dias

O meu Brasil é assim.

Firmou-se a união del pueblo, do modo de ser brasileiro. Porém, fica a ser desenhada uma cultura de democracia participativa, que necessariamente inclui a cidadania cultural, a complicada busca de uma conciliação entre el tornillo (povo) e porca (eles – os governantes e classe rica). A construção gráfica do cartaz traz imagens de uma maneira fácil, criativa, didática e que causa curiosidade e expectativa nas pessoas que desejam conhecer mais profundamente as diversas interpretações de linguagens do design gráfico com o tema “O meu Brasil é com S”.

Fazendo uma analogia em harmonia com a bandeira do Brasil virada de cabeça para baixo, se descobrem suas formas, seus objetivos e a sua força visual. O cartaz mostra 3 fases de uma linguagem visual. Essa troca de imagens, fundo e texto com o enquadramento das cores no fundo, o “o” em caixa baixa trazendo a idéia de que el pueblo brasileiro é pequeno e grande ao mesmo tempo, já que “B” Brasil está em caixa alta e com brilho na porca, obrigam os nossos olhos a percorrerem todo o cartaz, fazendo uma viagem na cultura brasileira. El tornillo (el pueblo) simboliza a união, a força, o passado e o futuro do Brasil de uma forma bem harmônica, já que el tornillo (el pueblo) necessita de uma porca (eles – os governantes e a classe rica) para o encaixe perfeito e, tendo a honra de ser brasileiro, el pueblo zela pelo patrimônio, a produtividade e quer o respeito da porca (eles – os governantes e classe rica) pelo futuro do indivíduo. El tornillo (el pueblo) é o componente mais encontrado e mais adequado para um encaixe perfeito. Apesar de sua simplicidade, sem el tornillo (el pueblo), o avanço seria somente um amontoado de previsões.

Utilizando recursos próprios, como temos feito desde o início, pretendemos continuar criando riquezas, crescendo e nos aprimorando.

Helbeth Trotta

Espelho

Meu Brasil é um país de contrastes. Nas suas cores, nas formas, na natureza, na gente. Negros, brancos, riqueza, miséria, arcaicos, modernos, letrados, analfabetos. São inúmeros os paradoxos “made in Brazil”.

Se é verdade que a realidade varia dependendo do ponto de vista de quem a vê, o Brasil é campeão na quantidade de ângulos possíveis para enxergá-la, tantas são as dualidades e diferenças coexistentes tão próximas e tão distantes.

Os dois lados dessa moeda se mostram sucintamente representados na concepção do nosso passeio marítimo, o preto e o branco, o negativo e o positivo, elementos que são ao mesmo tempo contrastantes e complementares.

O desenho do logotipo internacional -o calçadão de Copacabana, Rio de Janeiro- nosso clássico cartão postal, parece querer escrever infinitamente em letra cursiva “SSSS...” ensinando aos forasteiros e nos recordando sempre, a grafia correta do nome de nosso país quando escrito por seu povo.

O glamour e requinte do moderno pavimento feito em pedras portuguesas e pisado diariamente por cidadãos de todo o mundo é separado por poucos metros de outro cenário não menos brasileiro -a favela- com suas linhas toscas da ocupação desordenada, da ignorância, do caos urbanístico. Provavelmente a moradia de muitos daqueles que carregaram as pedras, as assentaram, e ainda varrem diariamente o mosaico.

Espelho, outra possibilidade da imagem refletida. Reflexão...
Meu Brasil é com “S” porque é onde me vejo.

Karen Barahona

Olhar

Neste cartaz procurei a melhor forma de representar o novo designer brasileiro. Ao criar o conceito para esta peça, as seguintes características foram levadas em consideração:

- sendo jovem, novo na profissão, possui interesse, paixão e esperança;

O MEU BRAZIL É COM S

- sendo brasileiro, reflete seu país, sua cultura e sua identidade; e
- sendo designer, a melhor forma de representar a profissão só poderia ser por meio do instrumento mais importante e caro ao designer, que anos e anos de treino e estudo são necessários para aperfeiçoá-lo: o olhar.

Assim, a imagem escolhida foi a do olhar de um jovem, cheio de brilho, vida e esperança, que reflete a identidade da sua cultura, assim como se vê refletido em seus olhos o centro da bandeira nacional. As cores predominantes se refere às cores oficiais do Brasil, com os olhos azuis sendo no mesmo tom do círculo azul da bandeira e o tom da pele lembrando o amarelo. Uma tipologia contemporânea foi escolhida, sendo usada de forma pesada e impactante, da mesma forma como se espera que o papel do designer brasileiro no cenário mundial seja.

É um olhar que tem orgulho de suas raízes, mas que respeita outras culturas e outros olhares, procurando aprender com a diversidade. É um olhar porque é exatamente o olhar o que destaca um bom designer: a forma como ele vê as possibilidades, como enxerga as referências e como cria a beleza.

Karen Stivanin

Fitinhas

As cintas do Senhor do Bonfim são um dos ícones da cultura popular brasileira e representam o universo de sincretismo religioso do país. Essas cintas são vendidas como souvenirs em locais próximos a santuários religiosos que se tornaram pontos turísticos, sendo mais típicas na cultura baiana.

Segundo a tradição, elas devem ser amarradas ao pulso esquerdo com três nós, que representam três pedidos que devem ser feitos no momento em que se ata cada um dos nós. A fita não deve ser retirada sob nenhuma circunstância: deve cair sozinha. Quando ela cair é sinal de que os pedidos serão atendidos.

Esse ícone popular foi escolhido por representar a fé nacional, a crença supersticiosa que permeia nossa cultura. Talvez pela situação econômica precária ou pela falta de informação, o brasileiro se apegue às superstições como forma de receber ajuda divina para alcançar seus objetivos. No caso dos novos designers, os pedidos aos santos seriam para que essa profissão se torne mais reconhecida e profissionalizada dentro do país e que o design do Brasil possa brilhar no resto do mundo. As cintas possuem as cores da bandeira, verde, amarelo, azul e branco, remetendo ao tema do concurso "O meu Brasil é com S" e assim representando visualmente o país. A ilustração coloca as cintas aglomeradas porque essa é a forma como elas costumam ser encontradas quanto expostas para venda em barracas de camelôs e feiras. O texto foi escrito em cima das cintas por essa ser a maneira como a frase "Lembrança do Nosso Senhor do Bonfim" aparece grafada nelas.

Karina Rampazzo

A ideia inicial partiu diretamente do próprio título do tema: "*O meu Brasil é com S. Novos Designers*". Com a liberdade de trabalhar também com temas sociais, a criação do cartaz ficou nítida e abriram-se possibilidades interessantes.

Rico em recursos naturais, com projetos de inclusão social, em desenvolvimento econômico, interagindo em questões internacionais e buscando qualidade de vida, o Brasil tem ainda graves problemas sociais arraigados em sua história, um deles é a má educação aplicada. O layout foi criado dentro desta questão, o problema no ensino básico, necessário e indispensável para a formação dos cidadãos.

Em um ambiente de sala de aula, especificamente em um quadro-negro, alguém – um aluno, escreveu com giz a seguinte frase: SOU BRAZILEIRO, em seguida, – a professora, apaga e corrige a palavra escrita de forma errada, deixando a frase da seguinte forma: SOU BRASILEIRO. Esta última é a frase mais nítida no layout, mas ainda percebe-se a letra "Z" por baixo, como um erro ainda presente. De forma limpa e simples o cartaz debate claramente um comportamento, uma cena do cotidiano brasileiro, a formação despreparada de milhões de jovens destinados a um mercado de trabalho cada vez mais exigente. Também, analisando com maior cuidado, percebe-se uma segunda questão, esta ligada a uma conduta presente nos centros urbanos: a "*internacionalização*" (licença poética), o desprezo pela cultura de onde se vive com a exaltação de uma cultura externa, especificamente consumista, supérflua e com perfil descaracterizador.

Marcelo Pliger

Meu Brasil é com S e não com Z

Meu Brasil é imenso, diverso e complexo. Foi difícil encontrar uma única imagem que resumisse meu país. Ele é uma realidade que vivo todos os dias, que me envolve e que me inclui como parte dele. O Brasil é minha terra

Marcos Daltozo

O cartaz mostra o gesto eternizado por um famoso personagem de histórias em quadrinhos ao se preparar para entrar em ação e colocar seus poderes em prática. Este personagem tem o seu contexto alterado apenas com a mudança das cores de sua roupa e do símbolo em seu peito, e, aproveitando a ação criada pelo movimento de suas mãos, torna possível visualizar uma imagem estilizada da bandeira brasileira.

Este homem representa o orgulho que os brasileiros têm pelo país em que vivem e a paixão pelas cores da bandeira nacional. Representa também o esforço diário dos brasileiros para alcançarem seus objetivos às custas de seu trabalho, querendo superar cada vez mais obstáculos e conquistar mais dignidade perante a sociedade.

A técnica utilizada para fazer o cartaz foi a ilustração vetorial e nela foi aplicada cores muito saturadas que provocam um bom contraste entre si principalmente por ter um contorno preto dividindo todas as formas coloridas, não permitindo a invasão e mistura das cores. O vermelho foi aplicado como cor de fundo porque é a cor que causa maior contraste com o personagem e, juntamente com um brilho de luz, faz com que a atenção fique concentrada no objeto principal, principalmente no círculo azul e no título, que estão estrategicamente posicionados no centro óptico do cartaz. De acordo com a teoria de comunicação visual, tanto as cores como as linhas orgânicas e diagonais causam um ritmo visual que atrai e prende a atenção do espectador.

Noeli Batista

“O Meu Brasil é com S”

O “S” do meu Brasil não está na apropriação de terras nativas e no passado colonial e escravocrata. Não está no presente de violência, no abandono, na exploração política e social, na corrupção, na degradação dos bens naturais, na bolsa de valores ou na má distribuição de renda.

O “S” do meu Brasil está na identidade do povo brasileiro, na sua força em construir e reconstruir o presente, no otimismo e na luta por um futuro melhor.

O Brasil é um país de diversidade. As diferenças abrangem etnias, classes sociais e dimensões geográficas. É da diversidade que nasce a identidade do povo brasileiro. No Brasil, a diversidade se une pela fé, crença que vai além do dogma.

A fé brasileira é representada nas festas religiosas e celebrações populares em forma de estandarte. O estandarte constitui-se bandeira de comunicação a serviço de ideais, utopias e metáforas do povo.

De herança barroca, este ícone da cultura popular brasileira faz uso de cores fortes, dourados, retalhos de tecidos, e símbolos capazes expressar idéias.

Na construção do estandarte prioriza-se o trabalho manual. Por ser manual, o estandarte é um trabalho tradicionalmente feminino. Da costura ao bordado transforma-se retalhos sem função, em rosas delicadas. Tecidos rústicos como a juta, num símbolo de país continental. Linhas coloridas transformam-se em luz e um tecido azul marinho, ganha conotação de céu ou de mar.

O estandarte é poesia visual, é poesia do povo. Neste cartaz, a mensagem do meu Brasil com “S” fala de poesia e de fé.

Paulo Moretto

BRASIL.BR

Sobre a cabeça, a bola de futebol. Sob os pés, o chapadão. Eu vislumbro o monumento no planalto central do país. Viva a mata. Viva a mulata. Eu organizo o movimento. Caetano Veloso põe os olhos grandes sobre mim.

Inspirado pela eloquência e canções do movimento tropicalista, delimito o enorme campo verde e perfeito, o BRASIL, de nosso domínio, .BR, vazio, base de uma nação que almeja um futuro grande e do qual temos orgulho de antemão. Tomado pelo ufanismo de minhas musas músicas, não pude deixar de representar a imensidão de nossas matas, desde sempre cobçadas e pelas quais pouco fazemos.

A forma veio assim, perfeita, geométrica, modernista, talvez porque tenha sido essa a última vez que tenhamos pensado um verdadeiro projeto de nação, com suas Brasília, ordem e progresso. O chapadão num verde chapado, o planalto central do Brasil.

Lá em cima, pairando sobre nós, o Cristo Redentor, eterno cartão postal de uma terra abençoada por Deus e bonita por natureza. Simboliza não só o Rio de Janeiro, mas nossa religiosidade em forma concreta. Não um Cristo sofredor, pesado, mas leve e de braços abertos, acolhedor, fruto de nossa hospitalidade. A leveza extraída da pedra.

E se a proposta era mostrar todas as nossas riquezas, não pude deixar de fora desse campo a bola de futebol. O Brasil dos Pelés, Manés Garrinchas, Zicos, Ronaldinhos e tantos outros. A parábola do homem comum roçando o céu, como diria nosso bom Chico Buarque. Se Deus é brasileiro ou não, não sabemos;

O MEU BRAZIL É COM S

mas aqui, Cristo se sente à vontade e bate uma pelada com um povo jovem, religioso e irreverente. Seu coração balança a um samba de tamborim. Que tudo mais vá pro inferno, meu bem.

Priscilla Ramalho Lepre

"S de Sobrevivência"

Este cartaz é uma forma de lembrar a todos, que os mais antigos "donos desta terra", os índios, estão vivendo em condições desumanas. Suas reservas foram reduzidas ao mínimo e são constantemente invadidas por exploradores que retiram, sem escrúpulos, suas riquezas em forma de madeiras nobres, minerais, plantas e animais silvestres. Poluem as águas, degradam os rios e diminuem a pesca necessária a sua subsistência.

O índio é o mais autêntico dos brasileiros. Sua história, sua cultura, deveriam ser alvos de preservação e admiração, mas, ao contrário disto, o que se vê é a usurpação da sua identidade.

Hoje, o índio é quase como uma lenda de um livro que está sendo corroído por traças. Detentor de sabedoria milenar, do poder da medicina da selva, de muitos segredos da "Mãe Terra", o indígena é um elemento importante na cultura ecológica atual que prevê a sustentabilidade como uma das saídas para a inclusão social. Há muito que se aprender nas tribos, há muito que se guardar.

É necessário sim que as aldeias tenham melhores condições de vida para sua população, é importante que o índio se integre ao mundo através do ensino e é essencial que existam políticas consistentes e atuantes e que se conheça a fundo este povo sem o ímpeto de modificá-lo a nossa imagem e semelhança.

Pouco se deram este trabalho, como foi o caso ímpar dos irmãos Villas-Bôas, mas é indispensável que se respeite esta cultura como eles fizeram e que ela seja ensinada, preservada sendo motivo de orgulho ao seu povo e a nós brasileiros.

As imagens do fotógrafo Renato Soares eternizam esta riqueza e inspiram este alerta ao mundo. Aqui, neste país conhecido por seu sol e belezas generosas e também pelas desigualdades sociais e violência impune, "nem todo vermelho é sangue", mas sim, pode ser a beleza de um povo que tenta manter viva as cores da sua história.

Brasil, das mulatas insoneiras é eternamente lembrado como país do carnaval. Porém, "nem todo batuque é samba" e os primeiros a batucarem seus tambores nesta terra pedem atenção para que este batuque sobreviva e seja eterno.

Renata de Castro

O meu Brasil eu escrevo com S

Inspirado nas raízes do Brasil este cartaz carrega alguns dos atributos mais importantes de nosso país como a fauna, as crenças, o turismo, a cultura e o nosso povo, representados por pássaros, frutos, capoeiristas, baiana, Pão de Açúcar, índio, bumba-meu-boi, garota de Ipanema (uma alusão às lindas mulheres do nosso país) e 5 estrelas que tanto representam um pedaço de nossa bandeira quanto o pentacampeonato brasileiro na Copa do Mundo de futebol. Um pedacinho do Brasil clichê e do Brasil-verdade. Uma estampa do velho novo Brasil.

A técnica do "soprinho" (nankin+canudinho), como é conhecida, foi utilizada para fazer a grande raiz que dá o tom principal do cartaz e o percorre de ponta a ponta também como um rio e seus afluentes, ramificando-se por toda sua extensão, mais um atributo ligado diretamente ao nosso país, que possui a maior bacia hidrográfica do planeta.

A palavra BRASIL que está infiltrada em uma parte da raiz, entra no tema com a brincadeira da dubialidade no uso da letra S, que está em amarelo, quase se confundindo com o fundo do cartaz e deixando uma sensação um pouco desconfortável para o espectador que não saberá qual letra irá utilizar para si, cabendo a ele escolher a que mais se identificar.

Um detalhe pessoal do cartaz fica por conta da frase "O meu Brasil eu escrevo com S", que aparece discretamente nas laterais firmando o orgulho de ser brasileira da autora.

Uma textura envelhecida que representa a história do Brasil amarrou o projeto dando um ar importante de autenticidade e respeito a todo o conjunto.

Roberto Janz

Na teoria do caos, mais precisamente no chamado "efeito borboleta", temos a constatação de que a evolução de um sistema dinâmico depende das suas condições iniciais.

Moramos em um país com uma péssima distribuição de renda, um capitalismo feudal digno dos estudos da teoria do caos. Quem nasce rico permanece rico e ostentará o lábaro estrelado do poder, não só econômico, mas também político. Seus paletós, de valores intangíveis a grande parte da população,

O MEU BRAZIL É COM S

possuem a digna função de governar o país, pendurados nas cadeiras do plenário, tão ausentes de alma quanto aqueles que de vez em quando o vestem. Quem nasce com a falha genética de ser pobre tem o futuro incerto; as oportunidades são poucas e muito disputadas, muitas vezes não passando de um reforço nas pejorativas estatísticas sobre a vida do país. Essas pessoas passam a ser erros de processamento, arquivos com falha.

Meu BR\$IL é a personificação do capitalismo e da globalização. Aqui não se escreve BRAZIL com "Z", mas BR\$IL com "\$" ou simplesmente BR IL. A intenção não é figurar como mais uma crítica pessimista e leviana à pátria amada, mas sim exclamar por um futuro melhor, através do exame dos erros e suas posteriores correções.

Esta obra reflete apenas uma constatação, não devendo ser grifada em vermelho pelos marxistas de plantão.

Sabine Segall

Patativa

Este cartaz é inspirado na literatura de cordel brasileira, sua poesia, ingenuidade e noites quentes do sertão, lindamente representada pelo poeta nordestino Patativa do Assaré.

"Amanhã, ilusão doce e fagueira
Linda rosa molhada pelo orvalho,
Amanhã findarei o meu trabalho
Amanhã muito cedo, irei a feira.

Desta forma na vida passageira,
Como aquele que vive do baralho,
Um espera a melhora no agasalho
O outro, a cura feliz de uma cegueira.

Com o belo amanhã que ilude a gente
Cada qual anda alegre e sorridente,
Como quem vai atrás de um talismã."

A linguagem da xilogravura é explorada no desenho do Cristo Redentor, abrindo seus braços para pequenas igrejas perdidas pela estrada, navios portugueses, bananeiras e trepadeiras, o luar do sertão e tucanos escondidos, resgatando uma ferramenta mais artesanal, rústica, que se expressa através de uma linguagem tão peculiar e original como a literatura de cordel.

Thiago Venturotti

De que serve o banco quando tudo que se tem é uma poupança magra?

De que servem as portas giratórias quando a vida não deu bons giros?

De que valem as contas se ninguém ouve o que você tem para contar?

De que servem os cartões quando é o raciocínio que está bloqueado?

De que servem as filas se os dias não vão para frente nem para trás?

De que servem os caixas se não tens nada para ser encaixotado?

De que servem os seguros para quem o amanhã é tão inseguro?

De que vale o empréstimo se o destino não vai devolver mais nada?

De que vale uma senha se o futuro já não é acessível?

De que serve um cheque para quem vive em xeque?

De que servem os cofres para quem tem a vida escancarada?

De que servem os anúncios para quem dorme sob a sombra dos outdoors?

De que servem crediários para uma gente cuja vida cabe numa página de diário?

O MEU BRAZIL É COM S

De que serve um gerente quando é preciso atender mais de mil dessa gente?

De que serve um extrato para um indivíduo de quem tudo se extraiu?

De que serve uma conta corrente para quem teve os sonhos acorrentados?

De que serve uma conta conjunta quando não há ninguém mais junto?

De que serve o banco quando não se tem esperança para economizar?

Para que servem os bancos quando é o saldo da alma que está baixo?

Do que vale um banco quando é a própria vida que está no negativo?

Carlos E. F. Smith

AGRADECIMENTOS

Agradecemos especialmente a Felipe Taborda, Ruth Klotzel, Javier Mariscal e Oscar Mariné por acreditar neste projeto e dar-nos seu desinteressado apoio como júri.

Também agradecemos o suporte e a colaboração de todas as pessoas e instituições que fizeram possível a realização deste projeto, assim como a todos os designers que participaram neste concurso.

Os organizadores do concurso "O meu Brazil é com S. Novos Designers", desejam esclarecer que a gráfica utilizada para este concurso, baseada no conceito "Superman", e suas variações, foi criada pelo comissário do concurso, Marcelo Clivati, de forma totalmente desvinculada e anterior à chegada das quatro propostas entregadas pelos concursantes Marcos Daltozo (cartaz selecionado pelo júri entre as 27 melhores propostas recebidas), Chris Lima, Martha S. e Matheus Pizao.