



COMUNICADO DE IMPRENSA - MAZDA MOTOR PORTUGAL

Mazda Stories

A linguagem da beleza – Entrevista a Jo Stenuit

O Director de Design da Mazda Europa esteve em Veneza, na iniciativa Homo Faber 2024, reflectindo sobre a intersecção da arte e a filosofia "Crafted in Japan", da Mazda.

Leverkusen, 14 Novembro 2024. Poder-se-ia pensar, pelo menos do ponto de vista do design, que Jo Stenuit, o Director de Design Europeu da Mazda, seria um homem difícil de agradar. Afinal de contas, trata-se de um licenciado do London Royal College of Art, que passou mais de duas décadas a criar uma linguagem de design global para a Mazda – trabalhando tanto na Europa como na sede global da Mazda, em Hiroshima, Japão – e que é hoje por demais conhecida como filosofia de design "KODO - A Alma do Movimento".

No entanto, é seguro dizer, no âmbito desta entrevista, que a celebração veneziana do artesanato contemporâneo, expresso na iniciativa Homo Faber 2024, teve nele um efeito profundamente positivo.

À descoberta da beleza na Homo Faber 2024

"Não creio que haja outro evento como este", começa por sublinhar Jo Stenuit. "Foi como o estilo japonês de Omotenashi, onde nos sentimos completamente bem-vindos. Parece ser o único evento no mundo que celebra o artesanato a esta escala, e a forma como o fizeram é simplesmente alucinante. Cada sala em que entrei era simplesmente... UAU!"

E será que o público ficou igualmente cativado? *"Completamente. A positividade foi fantástica. Fizeram tantas perguntas: 'Como é que é feito? Qual é o material?'. É exatamente o que queremos alcançar com os nossos carros. Quando as pessoas vêem um Mazda, queremos que fiquem 'UAU!'".*

Nesta que foi a sua terceira edição, o projecto emblemático da Fundação Michelangelo traduz-se numa celebração global dos artesãos, do artesanato e da criatividade. Realizada na Fondazione Giorgio Cini, na ilha veneziana de San Giorgio Maggiore, a exposição imersiva celebrou a Viagem da Vida, dividindo-se por uma dezena de espaços, cada um dedicado a uma fase da vida humana, do nascimento até à vida após a morte. A visão do Director Artístico Luca Guadagnino e do Co-Director Artístico Nicolò Rosmarini, e os espaços imersivos levaram os visitantes a cada uma destas fases da vida, através de centenas de objectos concebidos à mão por artesãos talentosos de todo o mundo, destacando as diversas competências, técnicas e abordagens inovadoras que fazem parte dos seus ofícios.

Um chamado *perfect fit*, portanto, para a Mazda, que deu vida ao seu artesanato e às suas filosofias de design japonesas através de *workshops* de fabrico de globos ou de encadernação de livros, acompanhados por uma série de artefactos com curadoria, tudo concebido para mostrar as capacidades artesanais evidentes em cada veículo Mazda, processos exemplificados por alguns dos artesãos que dão vida à série online [#MazdaDiscovers](#).



COMUNICADO DE IMPRENSA - MAZDA MOTOR PORTUGAL

Um facto: a única coisa em falta na exposição da Mazda foi um automóvel Mazda. "Até o nosso logótipo era muito subtil", sorri Jo Stenuit. "Significava que nos podíamos concentrar na marca e no trabalho artesanal e não nos carros. Além disso, tudo o que vimos era uma peça única, enquanto um carro é produzido em massa, por isso uma escultura representava melhor a Mazda."

Ao fazê-lo, a Mazda foi capaz de comunicar os seus valores "Crafted in Japan" de forma autêntica, enfatizando a ligação entre a arte, o artesanato e os seus próprios métodos de produção.

ENTREVISTA A JO STENUIT

Mazda Stories: A Mazda foi a única marca automóvel presente neste evento. O público compreendeu imediatamente a ligação entre o automóvel e a arte?

Jo Stenuit: Ao longo dos últimos quinze anos, temos vindo a contar uma história sobre artesanato através da linguagem de design KODO, no entanto, as pessoas ainda não conhecem realmente o nosso processo de design automóvel. Ficam surpreendidas ao descobrir que, nesta era digital, ainda usamos modelos de barro e dependemos de ferramentas físicas e da paixão dos nossos modeladores.

MS: E, no entanto, a Mazda está sempre a inovar...

JS: Exactamente! No mundo automóvel, toda a gente nos conhece e sabe que estamos a fazer veículos bonitos. É um enorme feito. Conseguimos criar uma linguagem de design que é apreciada em todo o mundo, uma linguagem de beleza, que toda a gente entende. É algo muito humano. Por isso, criamos objectos bonitos que são compreensíveis a uma escala global. É algo que parece fácil, mas não o é.

MS: Enquanto designer, sente que existe uma ligação natural entre si e os artesãos da Homo Faber?

JS: Claro que sim. Falar com os artesãos aqui é muito fácil, mesmo que eles façam algo completamente diferente do que eu faço. A forma como trabalhamos é semelhante. Há uma ligação imediata. Compreendemos o sofrimento ocasional e o tempo que passamos para fazer objectos bonitos. Tal como eles, na Mazda acreditamos no domínio do nosso ofício ao longo da vida, um princípio fundamental da cultura japonesa e algo que influencia profundamente o nosso trabalho.

MS: Os 'workshops' Mazda parecem ter sido um ponto alto...

JS: Fiquei muito orgulhoso deles. Já antes fizemos *workshops* e é algo que funciona sempre bem. Todos ficam muito entusiasmados e é claro que é fantástico para que possam compreender, um pouco mais, os nossos automóveis, isto para além de que toda a experiência fica sempre melhor se conseguirmos tirar mais partido da mesma. Estou certo de que irão para casa a pensar: "Ena, foi uma exposição e uma experiência fantásticas".

MS: É uma ótima maneira de descobrir os meandros do artesanato.

JS: Sobretudo com a oficina de fabrico de globos. Tinha muito respeito pelo fabricante de globos Leonardo Frigo, porque ele não tem apenas uma habilidade, mas várias. Produz o papel, faz a gravação em cobre, bem como toda a investigação e a própria estrutura de madeira para o globo. As pessoas puderam pôr as mãos na massa para compreender esse processo, descobrir as ferramentas e os materiais utilizados e aperceber-se da dificuldade de fazer coisas que parecem muito simples por fora.



COMUNICADO DE IMPRENSA - MAZDA MOTOR PORTUGAL

MS: Considera que a Homo Faber tem uma responsabilidade criativa mais abrangente do que simplesmente educar aqueles que a frequentam?

JS: Trata-se de um evento global e é evidente que estão a pensar na próxima geração, o que é extremamente importante. É verdade que as pessoas se inspiram nos objectos e nas experiências, mas como podemos garantir que a próxima geração se entusiasma com o artesanato e acredita que ele tem valor num mundo técnico e repleto de distrações? É isso que estamos a celebrar a nível global.

MS: O que é que aprendeu pessoalmente com o Homo Faber?

JS: O facto de ainda haver entusiasmo pelo artesanato e a forma como o apresentamos e explicamos é muito importante. É a abordagem Omotenashi, com foco na forma como convidamos as pessoas e as fazemos sentir bem-vindas. Como contador de histórias da Mazda, aprendi muito. E também estou ainda mais confiante de que o que fazemos na Mazda está correto. "Em todas as fases queremos que as pessoas se sintam bem, que se sintam ligadas ao automóvel!"

MS: Então, quando refere Mazda, o que pretende que as pessoas pensem?

JS: Que fazemos automóveis bonitos e envolventes, que as pessoas querem realmente conduzir. Isto remete para o fator "UAU" de que estávamos a falar. Há automóveis em que se vê o exterior e se diz "UAU", mas depois abrem-se as portas e fica-se desiludido... conduz-se desiludido. Queremos que as pessoas se sintam bem em todas as fases do processo, que se sintam ligadas ao automóvel e que este se torne parte das suas vidas. É por isso que continuamos a honrar os nossos valores "Crafted in Japan", tratando-se de criar uma ligação duradoura e significativa.

MS: Para terminar, o que é que acha que o mundo do design pode aprender com a Mazda?

JS: Oh, tudo! Não se anda para a esquerda e para a direita só para agradar a alguém. Há que ser confiante no que se faz. E fazê-lo bem, fazê-lo com amor e fazê-lo com paixão. Continuar a acreditar. A Homo Faber 2024 reforçou o compromisso da Mazda com o poder do artesanato e do design, mostrando como estes valores estão profundamente interligados com a sua filosofia "Crafted in Japan". Esta abordagem, enraizada numa mistura única de artesanato tradicional japonês e design moderno, mostra todas as fases do desenvolvimento de veículos da Mazda, assegurando que cada automóvel não só é visualmente cativante, mas também ressoa a um nível emocional. Para a Mazda, não se trata apenas de construir automóveis, trata-se de criar experiências que incorporam a estética e os valores japoneses. Esta filosofia continuará a moldar os futuros modelos da Mazda, onde cada curva, cada material e cada pormenor é cuidadosamente concebido para criar essa ligação profunda e duradoura entre o automóvel e o seu condutor.

OS DESTAQUES DE JO STENUIT

FLORES DE PAPEL, ESPAÇO "LOVE"

- Escultura de papel de um *bouquet* eterno. Concebida a partir de papel aguarela branco pelo Studio Marianne Guély.



COMUNICADO DE IMPRENSA - MAZDA MOTOR PORTUGAL

“Escolhi este destaque pela forma como transformam o papel - um simples objeto bidimensional - numa bela flor tridimensional, através da modelação, da dobragem e do jogo de luzes e sombras. Dá valor a um material simples. Refere-se ao exterior do Mazda, onde jogamos com a luz através de um material de superfície simples para proporcionar um nível de excitação, mas também à atenção que prestamos à escolha dos materiais para o interior, que são frequentemente sensíveis, ligeiramente frágeis e inesperados. Esta sensibilidade aos materiais está profundamente enraizada na nossa abordagem ‘Crafted in Japan’, em que cada escolha que fazemos - seja em tecido, madeira ou metal - reflecte uma reverência pelas qualidades e potencialidades inatas dos materiais.”

TAÇA DE VIDRO, ESPAÇO "CELEBRATION"

- Taça de vidro da coleção LINES. Soprada e talhada à mão por Filip Dobias, David Gabera e Jakub Petr.

“Senti-me imediatamente atraído pela cor. É um amarelo vivo e, da primeira vez que a vi, o sol entrava pela janela directamente sobre a taça, dando-lhe vida, tal como quando o sol incide no Soul Red Crystal da Mazda. Parecia tão simples e puro, mas tinha muitos aspectos diferentes. Vemos de longe e pensamos que percebemos, mas quando nos aproximamos, há mais profundidade, especialmente com a luz, no que foi espantoso. É o mesmo poder das cores e dos reflexos que valorizamos na Mazda.”

Um resumo da presença da Mazda na Homo Faber 2024 está disponível na plataforma de [Youtube](#) da Mazda Motor Europe.

###

Notas para Imprensa: *Imagens de alta resolução (fotos e vídeos) do tema do presente Comunicado de Imprensa disponíveis no Portal de Imprensa da Mazda em www.mazda-press.pt/*

IMPORTANTE: *Todos os conteúdos - textos e/ou imagens (fotografias e vídeos) - integrados no Portal de Imprensa da Mazda Motor de Portugal estão protegidos por direitos editoriais/autorais, destinando-se apenas e só para exclusiva utilização por parte dos órgãos de comunicação social e dos seus representantes.*

###

Contactos: Mazda Motor de Portugal | Assessoria de Imprensa
Good News Comunicação
Tito Morão: +351 918 400 001 | tmorao@goodnews.pt
José Pinheiro: +351 915 653 273 | jlpinheiro@goodnews.pt