



COMUNICADO DE IMPRENSA - MAZDA MOTOR PORTUGAL

Design minimalista – máxima satisfação

- Abdicar de tudo o que for desnecessário, deixando apenas as formas mais puras.
- Saiba como e porquê o design Kodo da Mazda acolhe o princípio minimalista de “*less is more*”.

Leverkusen | Lisboa, 22 Agosto 2022. Durante muito tempo, as pessoas pensaram – e assim lhes foi dito – que a felicidade advém do facto de nos rodearmos do maior número possível de bens. O Século XX viveu basicamente desta premissa, mas com o passar do tempo, muitos perceberam que esta promessa de felicidade era uma mera ilusão: quanto mais bens possuímos, menos felicidade cada um desses bens nos traz, para além de que nos tornamos mais dependentes se optarmos por possuir ainda mais coisas. Talvez ainda pior, distrai-nos da felicidade proporcionada por coisas imateriais, tais como o desfrutar da natureza, do amor, da amizade ou da obtenção de mais conhecimento e maturidade pessoal. Em suma, o conceito de “*mais, mais, mais*” não é um sustentável no que respeita à felicidade pessoal ou em relação aos recursos globais e ao impacto no clima.

Num mundo cada vez mais complexo, muitos desejam, portanto, um regresso à simplicidade, razão por que movimentos minimalistas, como uma vida simples, representados por figuras proeminentes como Marie Kondo, são hoje uma tendência, longe de ser propriamente uma novidade. A cultura japonesa e as suas filosofias de design adoptam muitos princípios que, desde há séculos, têm vindo a implementar conceitos minimalistas. São também a base do **design Kodo da Mazda**, não porque o minimalismo esteja na moda, mas porque faz parte das raízes culturais do construtor.

Questionado sobre o que torna determinadas linhas num design japonês, Ikuo Maeda, outrora Director Global de Design da Mazda, actualmente Membro Sénior de Design da Mazda e *pai* do design Kodo, respondeu: “*Menos é mais. Acima de tudo, o design japonês deve ser simples e puro.*”

O modelo para esta filosofia de design é o mundo natural com o qual a estética japonesa sempre partilhou uma profunda ligação. Seja a ênfase nos espaços abertos da arquitectura tradicional japonesa, que assenta na colocação das paredes de forma a enquadrar o cenário exterior, ou o espectáculo anual da flor de cerejeira, com as suas inúmeras manifestações na arte, o mundo natural nunca está longe quando se trata do conceito japonês de beleza, o qual tudo absorve em seu redor, desde a arte à vida quotidiana das pessoas e suas preferências pessoais.

Uma das filosofias que casam natureza e cultura no design japonês é a filosofia **Ma**, que se refere ao conceito de espaço negativo. Aquando da decoração de salas, os arquitectos japoneses, por exemplo, utilizam apenas alguns elementos cuidadosamente escolhidos. A filosofia Ma representa a beleza e a energia encontradas dentro dos espaços vazios que divide esses elementos. Aplicado ao contexto da produção automóvel, isto significa resistir à tentação de sobrecarregar o design com diversos elementos estranhos, sendo-se contido e minimalista nas características interiores ou exteriores, de forma a criar espaço para que o olhar possa percorrer as formas e apreciar, na mesma proporção, o que não está presente e o que está presente.



COMUNICADO DE IMPRENSA - MAZDA MOTOR PORTUGAL

Outra filosofia que complementar é a filosofia **Kaicho**, subjacente à cura e melhoria do espaço criado pelo conceito Ma. É alcançado através da combinação harmoniosa entre vários materiais e texturas que se complementam, tornando-se mais do que a soma das suas partes, produzindo simplicidade e sofisticação a partir da complexidade. A iluminação é também um atributo chave da filosofia Kaicho, sendo que para a Mazda significa o recurso a uma iluminação subtil, suave e indirecta que aumente a sensação de harmonia nos seus modelos.

“A filosofia da Mazda consiste em tornar as coisas naturais e simples, e não distrair o condutor”, refere Akira Tamatani, Designer-Chefe do Mazda CX-60. “Queremos ver as pessoas nos nossos automóveis a desfrutar de uma vida mais enriquecida.”

E uma vida enriquecida é, para um número cada vez maior de pessoas, uma vida onde se pode ter menos, mas onde tudo o que possuímos tem, realmente, valor.

#

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

IMPORTANTE: *O Portal de Imprensa da Mazda Motor de Portugal passou, a partir de 1 de Janeiro de 2022, a ser de livre acesso (público) mas chama-se a atenção de que todos os conteúdos nele integrados – textos e/ou imagens – continuam a estar protegidos por direitos editoriais / autorais, mantendo-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