

Danny Fang, designer holandês a viver em Hong Kong, esteve no Albergue no sábado passado

## “O design não é para as elites”

Mudou-se para Hong Kong em 2007 e, em apenas três anos, conseguiu concretizar um dos seus grandes objectivos: criar uma empresa de design que produz objectos de garantida qualidade em parceria com fábricas chinesas. Danny Fang quer democratizar o design e com isso fazer a diferença. A convite do Albergue da Santa Casa da Misericórdia, esteve em Macau no passado sábado para falar da sua experiência. Se houver boas intenções quando se produz, os bons resultados estão garantidos. Tem sido assim com as suas cadeiras.

■ Isabel Castro

**D**ecidi instalar-se em Hong Kong há três anos. Como é que surge esta mudança da Holanda para a Ásia?

Danny Fang - Interroguei-me sempre se seria capaz de criar a minha própria empresa. Mas nunca tive uma ideia que fosse realmente boa. Se não se tem uma ideia realmente boa não vale a pena. É por isso que vemos vários designers a saírem das escolas, criarem as suas empresas e não chegarem a lado algum. Não queria que isso me acontecesse, queria fazer a diferença, mas não sabia como. Decidi então trabalhar com pessoas diferentes, trabalhar com os melhores designers, e crescer como pessoa e profissional. Foi então que fiz o meu primeiro projecto na China. Percebi que havia uma enorme capacidade de produção, mas uma grande falta de ideias. Imaginei que poderia fazer a diferença aqui. Comecei então a pensar que devia vir para a China e dizer às empresas chinesas que há coisas novas que podem ser feitas e vendidas. Acredito efectivamente na durabilidade, o que pode ser ligeiramente contraditório tendo



*Não acredito na inspiração que cai do céu. A inspiração aparece porque trabalhamos, estamos ocupados, apercebemo-nos do que se passa e, de repente, as ideias aparecem. Há milhares de pessoas com milhares de ideias. Mas o importante é ter a ideia certa no momento certo para as pessoas certas.*

em conta que sou designer. Quando se produz, polui-se e utilizam-se recursos. Mas entendo que, sendo designer e tendo de produzir, posso fazê-lo de uma forma responsá-

vel. Acredito que não é necessário gastar mais na produção para se ter um produto que não seja para deitar ao lixo um ano depois de ter sido comprado. Além disso, quan-

do se gosta do produto que se compra, é provável que dure mais. Não existe material reciclável ou biodegradável que seja mais eficaz do que este tipo de conceito. Estamos a

falar de produção em massa, são milhares e milhares de produtos. Se conseguir fazer bem o meu trabalho, estou a fazer uma diferença numa escala massiva. Foi por isso que



*Temos máquinas europeias, usamos bons materiais. O design é ocidental, o local de produção é na China. Porque é que a qualidade seria inferior?*

vim para a China - para tentar fazer a diferença trabalhando naquilo que gosto.

- Escolheu Hong Kong como base, para estar perto das fábricas da China, mas a verdade é que, embora esteja a ser feito um esforço para passar uma imagem diferente acerca da qualidade da sua produção, a noção de durabilidade é algo que não se associa ao país.

D.F. - O Japão também era associado a falta de qualidade de produção há 20 anos.

- Depende então do controlo de qualidade que se faz?

D.F. - As cadeiras de plástico que fazemos são de melhor qualidade que as italianas. A nossa qualidade é igual à Kartell, se não for superior. É muito simples: temos máquinas europeias, usamos bons materiais. O design é ocidental, o local de produção é na China. Porque é que a qualidade seria inferior?

- A mudança para a China foi então a tal ideia de que precisava para lançar a sua própria empresa...

D.F. - Não acredito na inspiração que cai do céu. A inspiração aparece porque trabalhamos, estamos ocupados, apercebemo-nos do que se passa e, de repente, as ideias aparecem. Há milhares de pessoas com milhares de ideias. Mas o importante é ter a ideia certa no momento certo para as pessoas certas.

- Explicou na sua sessão no Albergue que, pouco tempo depois de ter chegado a Hong Kong, recebeu a primeira encomenda. Foi fácil começar a trabalhar num local que desconhecia?

D.F. - Não, não foi. Mas se não somos ninguém, estamos num país em que ninguém nos conhece, não temos dinheiro, não temos casa nem amigos, não temos nada a perder. Então, de repente perdemos a timidez. É o instinto de sobrevivência. Tinha dinheiro para três meses e pensei 'isto tem de resultar, se não terei de voltar para casa como um cão com o rabo enfiado no meio das pernas, regressar envergonhado porque não fui capaz'. É a melhor motivação que se pode ter. Pegamos no telefone, contamos a nossa história a alguém que nos dá mais dois contactos. Em duas semanas falamos com umas trezentas pessoas e, subitamente, aparece o primeiro



*Hong Kong ainda não tem um ambiente de design. No design de interiores houve um grande avanço, sem dúvida, a arquitectura e a moda também têm progredido, mas no que toca ao design de produtos é ainda um deserto.*

trabalho.

- Veio a Macau falar de como o design pode contribuir para melhorar um negócio e fez uma abordagem bastante económica acerca da sua profissão. O design pode ser um boa actividade empresarial?

D.F. - É muito simples. Enquanto responsável por uma empresa, existem duas formas de se fazer mais lucro: a primeira é produzir mais; a segunda é criar valor acrescentado, de modo a que o produto se torne mais valioso. As pessoas pagam mais por ele, e obtém-se uma maior margem de lucro sem ter de produzir mais. O design é valor acrescentado - não é produção barata. Tento produzir o mais barato possível, mas sem que tal coloque em risco a qualidade do produto. Mas claro que se pudermos usar 4,5 quilogramas de plástico em vez de cinco quilogramas, usamos - é um facto. E num ambiente de grande competitividade, há empresas que vão poupando nos custos de produção, a qualidade diminuiu e a margem de lucro também. Como vendem produtos semelhantes, a única forma de poderem competir é no preço. Quando se tem a convicção de que se quer ter um mundo melhor - enquanto designer de cadeiras quero ter cadeiras melhores, se produzisse atacadores de sapatos queria ter os melhores atacadores -, se o fizemos com as intenções correctas, descobrimos formas de inovar. Se oferecermos algo à sociedade, ela vai querer comprar o que se acrescentou. Se só retiramos da sociedade, se só se pensa em lucro e não se tem cuidado com o que se vende, a única coisa que se pode esperar é ter sorte numa grande comissão, fechar o negócio e ficar com o dinheiro, sem que isso nos faça felizes.

- Frisou várias vezes a necessidade de haver integridade na forma como se abordam os clientes.

D.F. - Se não existe integridade, não há direitos.

- Além da empresa que fundou em Hong Kong, tem estado envolvido na organização de vários eventos, criando um pequeno grupo que dá pelo nome de "Local Dutch" - para que os seus membros não se confundam com os designers holandeses que só vão à região para as feiras anuais. Como é que apareceu este projecto?

D.F. - No ano passado, durante a Semana Comercial do Design, houve uma grande delegação da Holanda que veio a Hong Kong. Fomos abordados no sentido de lhes explicarmos como estávamos a trabalhar na China. Apercebemo-nos de que há uma grande necessidade, por parte das empresas ocidentais, de perceberem como é que as coisas funcionam na China, mas também de que há uma enorme curiosidade de Hong Kong em torno do design. Hong Kong ainda

não tem um ambiente de design. No design de interiores houve um grande avanço, sem dúvida, a arquitectura e a moda também têm progredido, mas no que toca ao design de produtos é ainda um deserto. Pensámos então que tínhamos de ajudar não só os ocidentais a perceberem como é que as coisas funcionam aqui, mas também - e talvez mais importante - sensibilizar as pessoas locais para o design, para aquilo que nós somos. Queríamos que as pessoas percebessem que temos conteúdo, que o design não é algo superficial. Além disso, a Câmara de Comércio Holandesa pediu-nos ajuda para promover o design holandês. Então, no ano passado, organizamos cinco eventos. Fizemos uma exposição com os 30 melhores livros de design da Holanda. Esses exemplares foram colocados numa livraria em Hong Kong e, durante um mês, as pessoas puderam ver estes livros que são muito especiais, não estão disponíveis no circuito comercial. Tivemos uma

sessão sobre os anúncios de televisão da Holanda, em que se discutiu a cultura da publicidade televisiva holandesa comparativamente com a de Hong Kong. Fizemos uma pequena exposição com o nosso trabalho, o que os "Local Dutch" têm andado a fazer. E organizámos o "Klomp", um evento em que pedimos a designers para fazerem algo com os "klomp" (socas holandesas). As peças foram leiloadas e o dinheiro reverteu para uma organização de educação de crianças no Sul da China. A ideia vai ser agora trabalhada pela representação diplomática holandesa e desenvolvida em Cantão e Xangai. Fizemos, assim, promoção do design enquanto conceito, do design holandês e do nosso próprio design, daquilo que fazemos.

- Este ano, os "Local Dutch" continuaram a trabalhar junto da comunidade mas com uma perspectiva completamente diferente, ao lançarem o "Pimpin' Dutch".

D.F. - Pedimos às pessoas para nos trazerem os seus objectos estragados e tentámos dar-lhes uma nova vida. Tentámos recuperá-los ou dar-lhes uma outra função. Uma senhora apareceu com uma mala de mão que adorava. Fizemos do forro da mala uma saia, porque já não era possível fazer nada com a mala. Houve um miúdo que levou uma lâmpada de um táxi - com umas rodas passou a ser um carro. Arranjámos cadeiras velhas. Ao fazermos isto, mostrámos às pessoas o quão tangível é o design.

- É uma tentativa de democratização do design?

D.F. - Se queremos promover o design, temos de explicar o que é o design, e trabalhar naquilo que é a percepção que as pessoas

têm do design. O design não é para as elites.

- Mas a ideia que se tem dos objectos de design é que são caros e inacessíveis a grande parte dos consumidores.

D.F. - Mas por isso é que vim para a China. Quero fazer com o que design possa ser mais barato, sem que tal signifique perder qualidade. Se fizermos um grande investimento em vinte cadeiras, é necessário recuperar esse investimento. Mas se o investimento for feito em 5000 cadeiras, passa a ser completamente diferente - já não é um grande investimento.

- Explicou que, embora esteja na China, o seu mercado e clientes não estão no país. Onde estão então?

D.F. - Ainda estou a criar as minhas redes, há algumas coisas que já estão feitas, mas é um processo que leva o seu tempo. Criei a empresa há três anos. Por norma, antes de uma cadeira se transformar num produto, são necessários esses três anos. Conseguimos produzir a primeira cadeira meio ano depois de ter chegado a Hong Kong. É um processo algo demorado.

- O projecto "Local Dutch" nasceu de uma forma espontânea mas existe agora a ideia de se criar uma estrutura holandesa para a promoção do design.

D.F. - Estamos a trabalhar na criação de uma representação do design holandês para o Sul da China - Macau, Hong Kong e Guangdong. Enviámos uma proposta ao Governo holandês, em que basicamente pedimos fundos para que haja uma pessoa a trabalhar em dois sentidos. A Holanda faz muita promoção do seu design mas, de cada vez que existe a necessidade de se trabalhar na China, não existe ninguém com quem estabelecer contacto. Por outro lado, nós - os holandeses a viverem em Hong Kong - somos muito solicitados por empresas holandesas que querem saber como se trabalha na China. Não somos bons nesse tipo de trabalho - e a verdade é que não é suposto estarmos a ajudar as empresas que competem connosco a celebrarem contratos na China. Ao mesmo tempo, existe ainda uma grande necessidade de se promover o design holandês na China, de forma continuada.

- Macau fará parte do âmbito de trabalho dessa representação. Existe algum projecto específico para o território?

D.F. - O consulado da Holanda em Hong Kong serve também Macau. Em termos gerais, a representação servi-

rá para apoiar toda esta região. Não conheço designers holandeses em Macau, mas se houver poderão fazer parte da representação. A ideia é termos uma organização que possa servir todas as partes envolvidas e seja uma ponte oficial. Os "Local Dutch" são apenas um grupo de amigos. Se as empresas na China precisam de algo e vêm ter connosco, acabam por trabalhar com um de nós, o que não é saudável para o negócio nem aquilo que queremos fazer enquanto grupo. Percebemos que faz falta uma estrutura diferente, demos início ao processo e pretendemos trabalhar nele, se conseguirmos o financiamento necessário.

- Veio a Macau partilhar a sua experiência enquanto designer e empresário. Vivendo aqui ao lado, qual é a ideia que tem do design de Macau?

D.F. - Conheço alguns designers de Macau porque são meus amigos, mas não sei muito acerca do design de Macau. Mas, para ser honesto, entendo que o design não é um conceito que tem de estar confinado em termos geográficos. Eu sou um designer que cresceu na Holanda. Mas, acima de tudo, sou eu. Tenho bagagem que transporto comigo de todas as experiências profissionais que tive - dos aspectos mais técnicos aos mais abstractos, do período que passei em África. Isto não tem nada a ver com o facto de ser holandês.

- O sucesso de um design depende das redes que se criarem, independentemente do local onde se esteja? Reside na capacidade de acabar com as fronteiras? Seria esse o conselho a dar aos designers locais?

D.F. - As fronteiras estão na forma como se pensa, estão no modo como se sente. Alguns dos melhores designers do mundo viveram sempre no mesmo sítio. Não é preciso conhecer-se o mundo para se ser global e se perceber o mundo, porque o mundo está a ficar cada vez mais pequeno. Eu só mudei de país porque não conseguiria fazer aquilo que faço se continuasse na Holanda. Tinha um problema geográfico - se queria trabalhar com empresas chinesas, não podia ficar à espera que elas fossem ter comigo. Tinha de me mudar para aqui. Por isso o único conselho que posso dar é 'usem a vossa cabeça, não tentem imitar estilos, usem o vosso coração e ouçam muito bem os vossos clientes. De certeza que conseguem encontrar as respostas de que andam à procura'.



*As fronteiras estão na forma como se pensa, estão no modo como se sente. Alguns dos melhores designers do mundo viveram sempre no mesmo sítio.*