



MELHORES DO ANO

PERSONALIDADE

CONQUISTAS DO DESIGN

Um dos desafios de Manoel Muller é fazer com que a indústria de embalagem compreenda o que o design pode fazer para a estratégia de negócios das empresas

No início dos anos 80, Manoel Muller ingressava na área comercial da Rheem Metalúrgica. Sua formação como administrador de empresas mais sua experiência como professor de História culminaram com o batismo de Manoel Muller na carreira da 'embalagem' propriamente dita, homenageado como *Personalidade do Ano do Prêmio Brasileiro de Embalagem Embanews - Troféu Roberto Hiraishi*. Ele realizou para a Rheem a palestra "História da Conservação de Alimentos e a Importância da Embalagem Metálica", para apresentação no Congresso Brasileiro de Embalagem. "Foi um sucesso. Passei a ser convidado por universidades e associações para apresentar o trabalho", conta animado. Numa dessas ocasiões, conheceu Lincoln Seragini, que o convidou a trabalhar na então Seragini, Young & Rubican. "Iniciou-se um novo período na minha vida profissional. Aprendi muito mais sobre design de embalagem e atuei fortemente nas áreas de engenharia e novos produtos. Foi também onde conheci Dóris Camacho, que viria a se tornar minha sócia e companheira de vida. Portanto, foi nessa época, há 25 anos, que ajustei o foco de minha carreira para design e comunicação." Em 2009, a Muller & Camacho completa 20 anos, com mais de 300 projetos na bagagem e vários prêmios. "Nosso principal desafio é não deixar a inovação morrer no meio do caminho. Aprendemos que uma solução inovadora é como um bebê prematuro: necessita de cuidados permanentes para vencer obstáculos de toda ordem, ganhar peso e se fortalecer, para então fazer a diferença para o cliente. Para isso acontecer, os atores de todo o processo - a empresa criativa, o cliente e seus fornecedores têm que estar fortemente engajados".

Entre os trabalhos realizados pela agência, estão os desenvolvidos

As embalagens Crystal Sport e Crystal Mundi, para crianças, concorrem no Festival de Cannes deste ano.



para o Café Pelé, Pial Legrand, Ayer, Sadia, Novelprint, Aromática, Pilkington Blindex, Braskem, Associação Viva e Deixe Viver, entre outros; mas segundo Muller, os casos mais completos e emblemáticos foram os criados para a Copimax, da Votorantim Celulose e



Manoel Muller: O design de embalagem é o setor do design que mais rapidamente se tornou um modelo de negócios, com cerca de 200 escritórios no Rio e em São Paulo.

Papel, vencedora do London Design Awards, e as garrafas da água mineral Crystal da Coca-Cola Femsa. "Além de fundamentais na história de sucesso da marca, estas embalagens ganharam inúmeros prêmios no Brasil, inclusive o *Prêmio Brasileiro de Embalagem Embanews*. As versões Crystal Sport e Crystal Mundi, para crianças, concorrem no Festival de Cannes deste ano."

A ABEDESIGN

A Abedesign - Associação Brasileira das Empresas de Design, teve início em 2004 de maneira espontânea, através de uma série de encontros entre as empresas de design para a formação e organização do setor empresarial de design. "Estavam lá companheiros de longa data como Lincoln Seragini, Giovanni Vannucchi, Hugo Kovladoff e Renata Mellman; amigos do Rio, como Guto Índio da Costa, Gustavo Gelli; e novos amigos, como Vincenzo Collona, João Cauduro, Nelson Graubart e Joice Leal. Este pequeno grupo de 15 empresas fundou a Abedesign em 28 de fevereiro de 2005."

Passados quatro anos, a Abedesign congrega mais de 120 associados, é reconhecida como uma das associações de design mais representativas do setor, e gestora de convênios com o governo brasileiro para o fomento do design tanto no mercado interno quanto para a exportação. Manoel Muller exerceu a presidência por dois mandatos e este ano passou o bastão a Luciano Deos, do GAD Design, mas permanece na diretoria.

O convênio da Apex - Agência Brasileira de Promoção, Exportações e Investimentos com a Abedesign começou em 2006 e entre seus primeiros objetivos está a inserção do Brasil no cenário internacional de design. "Ou seja, o mundo precisa saber que existe design no Brasil." Vários esforços foram realizados nessa direção: a produção do primeiro perfil do design brasileiro - o Brazilian Design Profile de 2008; a realização da Brazil Design Week, a primeira feira de negócios na área de design de âmbito internacional, e a participação brasileira em feiras e congressos como o ICSID, em São Francisco, o DMI, em Chicago, e a Luxe Pack, na França. "Hoje, acredito que esses esforços atingiram os seus resultados. O design brasileiro é mais conhecido e temos maior intercâmbio internacional. A próxima conquista deve se dar na participação de 30 delegados brasileiros responsáveis por 150 inscrições no badalado Festival de Cannes. Espero trazer uma coleção de Leões de lá"

www.mullercomacho.com.br