

a imagem do país é construída através da imagem dos setores. Então a ideia é ter uma marca que represente a arquitetura brasileira, que, em um segundo momento, pode agregar a engenharia, construtores e fabricantes de materiais. A marca é um guarda-chuva para todo o setor. A exportação é a meta final do projeto, mas não o seu único objetivo: queremos construir uma imagem para a arquitetura brasileira.

Por que desvincular a imagem da arquitetura brasileira dos arquitetos que têm mais prestígio no exterior?

CC Qual é a imagem da arquitetura brasileira?

Temos dois prêmios Pritzker.

RR Mas qual é a imagem?

Talvez uma arquitetura com ênfase na estrutura, com apelo monumental...

CC Será que é essa a arquitetura que o mercado externo quer comprar? Não é só uma questão de imagem ou marca: é uma questão de posicionamento.

E o que colocar no lugar?

CC Não se trata de colocar algo no lugar, mas sim um novo posicionamento de como queremos ser vistos lá fora.

E como queremos ser vistos?

RR Isso você vai saber quando apresentarmos oficialmente o programa.

CC Estamos falando da estratégia de posicionamento do setor, que não foi construída pela Asbea, pela Apex ou pelos associados, mas por todos juntos. Os escritórios de São Paulo, do Rio Grande do Sul e do Paraná participaram durante quatro meses de reuniões semanais e fizemos um trabalho segundo a metodologia de branding: quais são os nossos diferenciais? Como queremos ser vistos? Nossa arquitetura é uma arquitetura de negócio ou de conceito?

Que respostas apareceram?

CC Percebemos que nossa arquitetura é agregadora, respeita o entorno e o usuário. Não se trata de uma solução que está

pronta: ela se propõe a sentar com o cliente, escutar a demanda e encontrar soluções que vão integrar o usuário no projeto.

RR Não é apenas uma arquitetura monumental. É uma arquitetura de pessoas para pessoas. Vemos, em outros países, uma arquitetura monumental e que não interage com o ocupante daquele espaço. Observamos isso em Dubai, por exemplo. Uma arquitetura do espetáculo. Veja aqueles prédios contorcidos: como fica a orientação solar?

Mas existem arquitetos brasileiros fazendo projetos de prédios retorcidos, como nesse catálogo de Edo Rocha que está aqui em cima da mesa.

RR Mas esse prédio é pouco contorcido. Eu vi um no Panamá que dava a volta total.

CC Sabemos que o arquiteto brasileiro trabalha com escassez de verba. Então, como atender à demanda do cliente sem descaracterizar o projeto? Sabemos lidar bem com isso.

Com o real valorizado frente ao dólar e ao euro, os honorários brasileiros são competitivos?

RR Sem dúvida. Esse não é o problema. O problema é: para nos capacitarmos para concorrer com os arquitetos estrangeiros precisamos de tecnologia, e ela é muito cara.

Os arquitetos chineses estão há mais de 15 anos se capacitando para competir no exterior. A partir do momento em que começarem a exportar serviços de arquitetura, vão dominar o mercado com honorários baixos.

RR A China é um problema para o mundo inteiro, não só para o Brasil.

CC Aí entra a questão do posicionamento: o cliente quer comprar uma arquitetura de negócios, como a chinesa ou a americana, ou uma arquitetura de conceito, como a britânica? Ou vai querer comprar a arquitetura agregadora brasileira?

Quando vocês falaram da arquitetura britânica ou americana, algumas imagens

vieram à minha cabeça. Mas em relação à arquitetura brasileira ainda não consegui imaginar nada.

CC Os hospitais de Lelé [arquiteto João Figueiras Lima] são um dos maiores exemplos de arquitetura agregadora.

Mas Lelé é associado da Asbea ou está no programa?

CC Não, mas vai ser nosso convidado de honra.

Há algum posicionamento do programa quanto aos concursos internacionais?

RR Sim, temos verbas já posicionadas para que os brasileiros participem mais de concursos internacionais. E alguns casos são simbólicos: o Ma Yansong, por exemplo. Antes dele, a arquitetura chinesa não era nada.

Temos verbas já posicionadas para que os brasileiros participem mais de concursos internacionais. Estamos distribuindo informações para os associados, e vamos ajudar nas inscrições. Os concursos promovem a arquitetura do país.

Ainda não é.

RR Sim, mas todos conhecem o projeto dele. O concurso tem um viés de promover a arquitetura de um país.

CC A estratégia de posicionamento da arquitetura de Portugal foi através dos concursos.

Como vai funcionar?

RR Estamos pesquisando os concursos internacionais e distribuindo informações para os associados. Vamos ajudar nas inscrições, por exemplo.

CC Estamos fazendo esta ação para o World Architecture Festival, por exemplo. Estamos oferecendo 50% do valor da inscrição para os interessados em participar. (Por Fernando Serapião) ◆