

fs

FORA DE SÉRIE,
SETEMBRO 2015

A EMIRATES
LEVOU-NOS AO
DUBAI, CIDADE
FUTURISTA QUE
CRESCERÁ TODOS
OS DIAS

VOÁMOS ATÉ
CHICAGO PARA VER
O QUE ACONTECE
QUANDO UMA
MARCA DE MALAS
FAZ UM AVIÃO

E ACABÁMOS NA
SUÉCIA A VER
FAZER AS CAMAS
MAIS CARAS
(E CONFORTÁVEIS)
DO MUNDO.

UMA LIÇÃO DE MÓDA E ARTE

Boémia, 'clean', 'retro', 'vintage', 'punk-rock'...
As tendências de moda desta estação são muitas
e apetecíveis. Mas nenhuma casa fez correr tanta
tinta como a nova Gucci de Alessandro Michele.
Como que saída de uma máquina do tempo, uma
Gucci revivalista, floral e 'artsy'. Estamos fãs.



EM CASA, COM CRISTINA JORGE DE CARVALHO

Um 'atelier' e um 'showroom'. Um espaço concebido para dar a sensação de que estamos em casa, mas onde todas as peças estão à venda. O novo projecto da arquitecta de interiores Cristina Jorge de Carvalho chama-se CJC Home.

TEXTO DE CATARINA LAMELAS MOURA / FOTOGRAFIA DE PAULO ALEXANDRE COELHO



Cristina Jorge de Carvalho sentada na sala de reuniões do seu "atelier-showroom-loja." O espaço onde trabalha diariamente mas onde todas as peças estão disponíveis para venda.

Cristina Jorge de Carvalho recebeu-nos na sua "segunda casa". A arquitecta de interiores e a sua equipa mudaram-se no início deste Verão para o segundo piso de um edifício recentemente recuperado na esquina da Rua Alexandre Herculano com a Avenida da Liberdade. Na verdade, simplesmente atravessaram a rua, do espaço onde estavam antes, mas fizeram mais do que mudar de casa. Além de servir de atelier para a equipa, que continua a desenvolver projectos de arquitectura e decoração de interiores, o espaço amplo e luminoso integra um 'showroom' de peças de mobiliário, que é mais a continuação natural das áreas de escritório do que uma loja. O espaço foi concebido aliás, para mostrar as peças, tanto da colecção própria – Cristina Jorge de Carvalho - Furniture Collection –, como de outras marcas, num ambiente intimista e verdadeiro à sua estética minimalista, contemporânea e intemporal.

Todas as peças que estão à vista estão à venda, garante Cristina, enquanto faz a imperativa visita guiada ao espaço. Uma das características que diferenciam as peças de sua autoria é o jogo de contraste de texturas, algo visível, por exemplo, no armário preto na sala de estar logo à entrada e na sua secretária. Am-

bas fazem uma justaposição de pele de vaca com textura de 'piton' e de metal. As duas salas de 'showroom' constituem um todo e estão directamente ligadas à zona da trabalho da Cristina Jorge de Carvalho, que por seu lado, tem uma porta para a espantosa sala de reuniões, situada mesmo na esquina do edifício, com três janelas altas e uma mesa de vidro.

O facto de que transcrever uma entrevista a Cristina Jorge de Carvalho não implica ter de carregar no botão "stop" com demasiada frequência, muito menos andar para trás, talvez seja suficiente para ilustrar a forma assertiva como fala, num tom calmo e espaçado. É uma criativa, acima de tudo, mas com uma forte vertente estratégica. Afinal, tirou um curso de gestão e está a frente da sua própria empresa. Um dos nomes mais reconhecidos na sua área, esta conquistou uma posição de destaque no mercado nacional, além de ter recebido uma série de importantes distinções, como o prémio Silver, atribuído pelos International Design Awards, e "Best Hotel Interior Europe" dos European Hotel Awards, pelo seu projecto do Altis Prime. Apesar de afirmar não estar com pressa de crescer para mercados internacionais, rapidamente foi capaz de referir quais aqueles que têm maior potencial.

O que motivou a mudança?

Estávamos a precisar de mais espaço, porque já não chegava para a equipa toda. E tinha a necessidade de mostrar os ambientes que crio aos clientes.

Qual é o conceito da CJC Home?

Fisicamente tenho o atelier e o 'showroom' juntos. A zona de 'showroom' é onde os clientes são recebidos, onde podem ver a selecção de peças de mobiliário que vendo. Está interligado com o atelier. É uma sequência natural desse trabalho, mas é também uma forma de outras pessoas poderem adquirir peças sem terem obrigatoriamente de fazer um projecto inteiro. Num ambiente destes, que é como se fosse uma casa, percebem melhor como é que as peças funcionam dentro dos espaços. O facto de não ser uma loja torna a experiência mais pessoal.

Não consideraram sequer ter uma loja?

Não. Não quer dizer que no futuro não venha a ter, mas ter uma loja aberta ao público nunca foi o meu sonho. Eu gosto de conceber, de criar projectos, peças de mobiliário.

Como é que funciona o espaço?

A ideia é que todas as peças que estão aqui estão à venda. Vão sendo substituídas de acordo com a selecção que eu for fazendo. Gostava de mudar duas a três vezes por ano.

Como surgiu?

É uma colecção que surgiu na sequência de eu desenhar peças para os projectos que tenho. Cheguei à conclusão que algumas delas podiam ser utilizadas por outros 'designers' ou por outras pessoas. Então selecionei um conjunto de peças e criei quatro linhas, cada uma com determinadas características. Estará à venda 'online' no site (www.cjc-design.com) no mês de Outubro. São as mesmas peças desde o início (em 2013). Até

porque algumas são 'limited edition'.

Costuma fazer peças para todos os projectos?

Desenho sempre peças.

É um exercício com as próprias pessoas?

Não. Procuo desenhar peças que sirvam a função que o cliente pretende para aquele espaço. Como tal, têm dimensões, materialidade, que são únicas.

Onde é a produção das peças?

É tudo em Portugal. No norte, maioritariamente.

Como tem sido a evolução?

Temos estado tão ocupados com projectos que não temos tido tempo para dedicar a essa parte.

Não representa uma parte grande da empresa...

Não. Agora vamos começar a dar mais atenção.

Outros pontos de venda?

Neste momento já existem fora de Portugal um ou outro ponto de venda. Estamos em negociações, a fechar contractos.

Em que mercados estão?

Só no mercado português.

Tem muitos prémios de fora, mas acaba por ter mais presença no mercado nacional?

Nomeadamente com clientes estrangeiros. Precisamente porque tomaram conhecimento através da imprensa internacional dos meus projectos e quando vêm para Portugal contactam-me no sentido de desenhar as casas deles. Ultimamente tenho estado a fazer basicamente casas. É aquilo que tem surgido. A procura de casas em Portugal tem acontecido muito nos últimos anos.

Tem a ver com os vistos gold?

Não, no caso os meus clientes não. Eventualmente um ou outro. São pessoas que procuram ter uma casa em Portugal e que, não vivendo cá, procuram alguém que lhes possa fazer o projecto.

Como é a relação com os clientes? Próxima?

É uma relação bastante próxima. Há projectos que demoram seis meses e há projectos que demoram seis anos. Depende muito do tipo de intervenção.

Qual é a dimensão da empresa?

Somos oito pessoas.

Qual é o seu papel?

Eu continuo a ser a criativa da empresa. Todos os projectos são criados por mim, obviamente com o seguimento da minha equipa.

Também tem formação em gestão...

Exacto. Também tomo conta da gestão da empresa. Um curso de gestão de empresas é sempre uma mais-valia. Dá-nos uma capacidade de gerir, de ter uma visão estratégica em relação à empresa. Às vezes para um puro criativo será mais difícil.

No seu percurso profissional quais foram os momentos chave?

Ter recebido alguns prémios internacionais. Ter mudado para este atelier. É uma alteração na forma de funcionamento da própria empresa.

Existe essa alteração?

A equipa tem vindo a aumentar. Mas por outro lado, aquilo que se passa agora é que passámos a ter um espaço onde os clientes conseguem ter acesso às peças, sentir os ambientes que eu crio. Isso é muito importante.

Quais são os valores que definem o seu trabalho?

HÁ PROJECTOS QUE DEMORAM SEIS MESES E HÁ PROJECTOS QUE DEMORAM SEIS ANOS. DEPENDE MUITO.

A maioria das peças foram sendo desenhadas por Cristina Jorge de Carvalho para projectos específicos mas depois "percebeu" que muitas dessas peças poderiam ser utilizadas por outras pessoas, outros 'designers'.

Acima de tudo qualidade, rigor, profissionalismo e cumprimento de todos os prazos. Para além disso, e tendo em conta a natureza do meu trabalho que é, antes de mais, um trabalho relacional, é muito importante manter a transparência e criar empatia com o cliente, de forma a conseguir responder às suas necessidades e desejos da melhor maneira possível.

Tem facilidade em se descrever a si própria.

Sempre foi assim?

Não sei se transpareço isso para fora, mas acho que sim. Sou uma pessoa muito objectiva, sei exactamente o que quero fazer e como. Decido com facilidade. Essa forma de ser é nata. Existe em mim desde sempre.

Essa é uma parte importante do negócio...

Sim, apesar de que às vezes me apaixono pelos projectos. E aí é mais a paixão que funciona do que a parte racional.

Está satisfeita com a sua dimensão no mercado nacional?

Não estou a imaginar abrir um escritório noutra país.



Mas ao mesmo tempo hoje em dia com a tecnologia que existe é muito fácil comunicar à distância.

Que mercados é que imagina que poderiam fazer sentido?

Londres, Estados Unidos, Dinamarca. Sobretudo Alemanha. Têm muito a ver com a minha estética minimalista.

Inserir-se no segmento de luxo?

Se definirmos o luxo como um serviço exclusivo, único e 'tailor made', onde o detalhe, a personalização e a utilização de materiais naturais e nobres representam algo de fundamental, então o meu segmento é o segmento do luxo.

Temos arquitectos, hotéis, restaurantes, unidades.. de luxo?

Eu penso que o nosso país não está muito predisposto para o luxo. Mas temos coisas com valor cultural, que se diferenciam. Hoje em dias as pessoas procuram isso. Há pouca oferta de hotéis de luxo. A procura existe, falta é que o mercado consiga dar resposta.

O luxo pode contribuir para a recuperação económica do país?

Sim. Até porque, como disse, existe procura. Mas o mercado só pode crescer se houver oferta para dar resposta. 📍