

Português ganha prémio europeu de design

O jovem designer José Rocha venceu o concurso internacional Young?Creative?Chevrolet! na categoria de Artes Visuais e viu o seu Chevrolet Spark em acção no mítico circuito inglês de Brands Hatch.

TEXTO TIAGO SALAZAR EM BRANDS HATCH

Se as estrelas conspirarem, José Rocha será pintor *pop* ou abstraccionista. Enquanto não pode viver da arte, é o *design* que lhe governa a vida, e com êxito. «Arte é como

fazemos as coisas. Tanto pode ser um objecto de *design* como pintura, ou guiar um carro de corrida», diz o *designer*-estudante de 30 anos. Desta vez, o júri da Chevrolet viu arte na paleta gráfica de José, e votou a seu favor. Entre 13 finalistas europeus na mais recente edição do concurso Young?Creative?Chevrolet! (YCC), foi o aluno da Escola Superior de Tecnologia de Viana do Castelo, natural de São Salvador da Torre, quem arrecadou o prémio máximo na categoria de Artes Visuais.

«Ousadia» e «agressividade» foram os termos que Wolfgang Buchwieser, director de marketing da RIDE Snowboards Europe e especialista em artes visuais do júri do YCC, usou para destacar o desenho de José Rocha,

«COMPREI UMA DÚZIA DE FOGUETES. DEPOIS PU-LOS A ARDER NO QUARTO E FOTOGRAFEI-OS. ERA AQUILO. NÃO HESITEI.»

intitulado *Let the Sparks Come Out* («Até Faz Faisca», em tradução livre). «Olhamos para esta obra de arte e sentimo-nos imediatamente atraídos por ela», afirmou.

Segundo Buchwieser, «o desenho de José Rocha foi o que melhor respondeu ao desafio colocado aos estudantes para redesenharem o exterior do Chevrolet Spark de uma forma

que deixasse bem patente o espírito do novo modelo e que ao mesmo tempo entusiasmasse quem o observa».

José Rocha pegou na aparente simplicidade de raciocínio (*spark* = fálca) e na economia de meios (uma mão-cheia de foguetes, uma máquina fotográfica e um computador Macintosh) e teve um golpe de asa. «Entrei nisto pelo desafio», disse. «Depois entusiasmei-me e a coisa chispou. Pensei numa festa de aniversário. Fui a uma drogaria e comprei uma dúzia de foguetes. Depois pu-los a arder no quarto e fotografei-os enquanto ardiam. Era aquilo. Não hesitei.»

O prémio

«O concurso Young?Creative?Chevrolet! é um projecto de âmbito europeu destinado a jovens estudantes, organizado anualmente pela Chevrolet Europe desde 2007 em vários domínios artísticos (moda, música, fotografia, vídeo e artes visuais). Através desta iniciativa, a Chevrolet pretende estimular a criatividade e apoiar os jovens artistas na fase inicial das suas carreiras. Em cada país participante, um júri composto por especialistas em artes e noutros domínios atribui três prémios por cada disciplina do concurso. Todos os vencedores do primeiro prémio a nível nacional adquirem automaticamente o direito a participar no concurso a nível europeu, no qual um júri internacional elege, no final, os três melhores trabalhos de cada disciplina. Além de receberem um prémio de dois mil euros, os vencedores têm a oportunidade de fazer visitas de estudo para contactar com profissionais da respectiva disciplina. O concurso começou com oito países e oito escolas participantes, em 2007, e este ano teve a participação de vinte países e 135 escolas.»

Mais informações em www.youngcreativechevrolet.eu



«A ideia veio da elementar Wikipédia, onde se determina que fálca ou fagulha é uma parcela incandescente que se separa de um corpo inflamado, como a madeira a arder.» Ou então, segundo as leis da física, uma luz viva semelhante a um relâmpago que salta com ruído entre um corpo eletrizado e um corpo condutor de electricidade. Em suma, um veículo de energia que, sublinha o *designer*, «tanto dava para carro, emoção ou movimento. Isto é, tudo o que habita um carro». Depois, para chegar ao desenho falaram mais alto os mestres da *pop-art* e do neo-expressionismo abstracto, sobretudo o americano Jean-Michel Basquiat. «Revejo-me na pintura instinti-

va de Basquiat e de Pollock. Acho que há ali muita verdade», diz José Rocha.

O *designer* mal ligava a carros até passar um fim-de-semana no mítico circuito inglês de Brands Hatch (onde competiram Stirling Moss, Colin Chapman ou Jack Brabham), como estrela da companhia Chevrolet no World Tour Car Championship (WTCC) da FIA, onde foi apresentado o resultado do seu trabalho premiado.

Logo à chegada a Brands Hatch, havia uma surpresa à sua espera. Uma volta ao circuito no lugar do pendura a bordo do Chevrolet Cruze do piloto inglês Rob Huff. José olhou para a «máquina»: motor de dois litros, 280 cavalos e velocidade de ponta da ordem dos 265 km/h. Recolheu aos vestírios e reapareceu trajado a preceito com a farda de piloto, e entrou no carro. Já depois da volta cumprida – e do minuto e meio mais longo da sua vida –, desabafou: «Nunca vi um asfalto tão bonito. E venho impregnado de um fantástico perfume de gasolina.» No dia seguinte, esperavam-no os holofotes maiores: um directo para o canal Eurosport e um cortejo de *pin-ups* à sua disposição para uma visita guiada às boxes. NS

A NS viajou a convite da Chevrolet.

A marca

A Chevrolet é a marca líder mundial da General Motors, vendendo anualmente mais de 3,5 milhões de veículos em mais de 130 países. É a quarta maior marca automóvel mundial em termos de vendas e uma das que registam mais rápido crescimento no mundo. Após o relançamento da marca na Europa, em 2005, mais do que duplicou as suas vendas, para mais de 500 mil veículos, em 2008. Em 2009, manteve uma quota de mercado de 2,9 por cento na Europa, com 426 mil unidades comercializadas. A nova linha de automóveis da Chevrolet inclui o Spark para o segmento mini, o pequeno Aveo, o compacto Cruze, o SUV Captiva, o Epica para o segmento médio e o lendário Corvette. Na Europa, os maiores mercados da Chevrolet são a Rússia, Itália, Alemanha, França, Espanha e o Reino Unido. Fundada nos EUA pelo suíço Louis Chevrolet, em 1911, a marca prepara-se para assinalar o seu centenário com o lançamento do Chevrolet Volt, um automóvel eléctrico com autonomia alargada.