

Jorge De Menezes

Pioneiro do design

Nascimento: 8 de maio de 1941, em Porto Alegre-RS

Estado Civil: casado com Sonia Maria Mendes Gonçalves

Filiação: José Soares De Menezes e Rosa Teig Araujo De Menezes

Formação: Administração de Empresas e Design

Atividade atual: CEO da DIV Brandesign

No dia oito de maio de 1941, nascia em Porto Alegre-RS Jorge José Araujo De Menezes, filho de Rosa Teig Araujo De Menezes e José Soares De Menezes, descendente da dinastia familiar do conde português Teiv Pamplona Corte Real De Menezes, da região de Trás-os-Montes e Alto Douro.

Jorge é neto, por parte de mãe, de Luiza Montiel Teig Araujo (filha de uruguaios) e Nezio Araujo. Seus avós paternos são Antonia Soares De Menezes e Octaviano De Menezes.

Quando Jorge tinha três anos de idade, partiu com a família rumo a Curitiba, para onde seu pai, diretor da Sul América de Seguros, fora transferido a fim de assumir a diretoria da sucursal da empresa no Paraná. Seu pai era uma pessoa sempre aberta ao diálogo com o filho, no qual deixou marcas muito profundas, por sua cultura, filosofia de vida, sabedoria e valores éticos e estéticos que procurou transmitir.

Em 12 de abril de 1947, Jorge ganhou um irmão, José Carlos, que se tornaria engenheiro químico da Petrobras.

Jorge De Menezes casou-se três vezes. Do primeiro casamento, com Wanda Camargo, nasceu o filho Kleber Camargo De Menezes, em 21 de abril de 1970. Hoje, Kleber mora em Nova York e é um dos diretores de criação da DDBO. Do segundo casamento, com Tania Mello de Carvalho, tem uma filha, Manoella Carvalho De Menezes, nascida em 2 de maio de 1986, atualmente advogada em Curitiba. Da terceira união, que já passa de 15 anos, não tem filhos.

Na escola, Jorge sempre se destacou nas disciplinas que envolviam o desenho. Tinha interesse e curiosidade para observar os objetos, não apenas em sua estética, mas também quanto a forma e função. Muitas vezes, desmontava e remontava objetos para entender seu funcionamento.

Depois de cursar o primário no Instituto de Educação e completar o ginásio e o científico no Colégio Marista Santa Maria, Menezes graduou-se em Administração de Empresas na Universidade Católica do Paraná. Mas já havia focado sua carreira em algo então novo: o design. Na década de 1960, surgiram cursos de teoria e prática de comunicação e design, um no Museu de Arte Moderna (MAM), no Rio e Janeiro, outro no Museu de Arte de São Paulo (Masp). Menezes fez ambos.

Alguns anos depois, surgiria a Escola Superior de Desenho Industrial (Esdi), no Rio de Janeiro, uma das primeiras da América do Sul. Menezes manteve relacionamento com o pessoal da Esdi e com profissionais que tinham participação ativa no mercado, no Rio e em São Paulo, especialmente dois pioneiros da área no Brasil, Aluisio Magalhães e Alexandre Wollner.

A partir da formação básica que teve, passou a observar e se informar sobre as aplicações práticas e o desenvolvimento de projetos de design para o mercado profissional: relacionamentos teóricos e práticos de forma, função, semiótica e comunicação visual. Em 1964, com apenas 23 anos, Menezes abriu a empresa DIV Brandesign, tornando-se pioneiro da área no Sul do Brasil. Sua incursão no mercado coincidiu com as iniciativas mais ostensivas para a inserção do design como atividade técnica e especializada no país.

Um dos seus primeiros grandes projetos, na década de 1970, foi a criação da identidade visual da Copel, cuja marca foi desenvolvida por sua empresa.

ENTREVISTA

O que é “brandesign”?

Brandesign é a gestão da marca, a estratégia de gerenciá-la como bem de valor, que busca a geração de resultados positivos em todo o contexto histórico da empresa. Projetos de *brandesign* não se resumem a uma boa marca, logotipo, *naming*, cores e embalagens. São os atributos tangíveis e intangíveis de uma “brand equity” (soma de qualidades e capital de reputação, com alto conceito de avaliação, posicionamento único e estratégico da marca, no cenário da concorrência de produtos ou serviços) tratados e projetados de forma adequada, criando valor agregado e imagem positiva, memorável e desejada.

O gerenciamento da imagem é mais necessário em tempos de crise?

Não se deve esperar momentos de crises e recessão para bem administrar a imagem-conceito da marca. Marcas são ativos estratégicos e financeiros para as empresas, produtos e serviços, criando diferenciação positiva de mais valor no mercado. O projeto estratégico de *brandesign* de uma marca trabalha com o ativo mais valioso da empresa – são ativos vivos e dinâmicos de negócios. Nesses momentos, as marcas devem ser administradas com muita consistência e senso estratégico, com a implantação ou revisão de um eficiente projeto de design total.

O presente (e também o futuro) é tempo de supereficiência, que consagra as empresas com ações assertivas no mercado, dando mais atenção para o aperfeiçoamento na sua imagem-conceito, seu produto ou serviço, na busca de uma eficiência maior em momentos de crise. É importante fidelizar clientes ou fazer de tudo para não perdê-los.

Marcas fortes se constroem com objetivos e funções. As excepcionais têm vida e alma, são fixadas, lembradas e retidas nos corações e mentes – Top of Mind. Quando bem administradas e gerenciadas, geram admiradores e clientes mais leais. Marcas bem administradas continuam a viver e crescer, somente as mal administradas desaparecem. É impossível falar de supereficiência sem dar a devida atenção aos ativos mais importantes das organizações: a marca e as pessoas. Funcionários produtivos e criativos são ativos da empresa.

Uma estratégia de *branding* mal arquitetada pode ter consequências muito negativas. Nos limites, pode até arranhar a reputação da marca. Todas as ações têm que fazer sentido para sua valorização no momento adequado.

Descreva o trabalho da sua empresa.

Fazemos parte da memória afetiva e estratégica de sucessos de negócios das marcas de muitas empresas, várias delas Top of Mind. São mais de duas centenas de projetos, produtos e embalagens, todas bem sucedidas em seus mercados específicos.

Com equipe de trabalho projetual multidisciplinar, de pesquisas e implantações de sistemas, atendemos contratos de *branding* de grande complexidade e duração, para clientes nacionais e internacionais, sob a forma de programas globais de identidade visual corporativos (design total) e embalagens.

Com 50 anos de atividade ininterrupta, desenvolvendo projetos e produtos bem sucedidos, suplantamos planos e modelos econômicos históricos no país. Desenvolvemos e realizamos a gestão de projetos integrados de *branding* para clientes nacionais e internacionais de diversos portes, com êxito em ações estratégicas assertivas e eficientes percepções do mercado competitivo.

BOX 1

Principais clientes com projetos desenvolvidos e implantados

- Copel
- Compagás
- Itaipu Binacional
- Ecomuseu da Itaipu Binacional
- Paraná Banco
- Grupo J. Malucelli
- Global Telecom
- AutoLinea Divisão Hübner
- Master Linea Divisão Benerti Itália
- Badep

- Bamerindus
- Banestado
- Combrashop
- Copasol
- Nutrimental
- Nutrigel
- Rede Slaviero Hotéis & Turismo
- Rochelle Park Hotel
- Vernon Palace Hotel
- Best Western Hotéis Mabu
- Parque Nacional do Iguaçu
- Varig
- Tecpar
- Leão Junior
- Centro Brasileiro de Referência em Biocombustíveis (Cerbio)
- Procepar
- Leão Júnior
- EPI Consultoria & Planejamento
- Holding Umuarama
- Iacshop. Inc. de Shopping Center
- Grupo Borcath
- Metalúrgica Santa Cecília
- Elma Chips – Pepsico Produtos Alimentícios
- Elizabeth Arden do Brasil
- Hospital Evangélico
- Hospital Angelina Caron
- Laboratório de Aprendizagem Infantil Meu Cantinho
- Importação & Exportação de Produtos Lácteos Leik
- Grantec Técnica de Construção
- Grupo 1 Editora
- Optinvest
- Técnica Florestal
- Fundepar
- Beta Publicidade
- Tibagi Financeira S/A e Distribuidora de Títulos

- Taal Sociedade Marítima e Comercial
- Móveis Polivante

BOX 2

Eventos, homenagens e premiações

- Prêmio Nacional Ruben Martins.
- Projetos selecionados na 2ª Bienal Internacional de Design no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro.
- Participação da Exposição do Congresso Latino-Americano de Design do México.
- Melhor Imagem Corporativa e Design de Frota em concurso nacional promovido pela Editora Abril (Revista Transporte Moderno).
- Membro do Júri da 2ª Bienal Brasileira de Design.
- Consultor na estruturação e organização do curso de Design da Universidade Federal do Paraná.
- Projetos selecionados para o *Corporate Communication as a Management Strategy Committee*, Sanno Institut of Business Administration, Tokyo-Japan.
- Projetos selecionados para *The Twentieth Communication Arts Annual Exhibition*, Palo Alto, Califórnia.
- Homenagem recebida na Bienal Brasileira de Design, em Curitiba (2010) pelos 46 anos de atuação marcante como profissional pioneiro no Paraná e no Sul do Brasil, com exposição de projetos em sala especial.
- História pessoal e profissional documentada, com projetos realizados e entrevistas reunidos em livro editado pela Bienal Brasileira de Design e Universidade Positivo.

BOX 3

Agradecimentos

Jorge De Menezes, fugindo da velha máxima segundo a qual “a gratidão é a mais frágil das virtudes”, faz questão de agradecer as pessoas que tiveram algum papel na sua trajetória de sucesso. Para isso, elaborou a lista que segue.

- Celso de Souza Caron, que conheceu no Colégio Santa Maria, empresário do turismo e ex-secretário de Estado do Turismo.
- Renato Campos, também amigo desde os tempos de Santa Maria, diretor presidente da Rede Slaviero de Hotéis & Turismo.
- Jamil Snege (*in memoriam*), escritor, contista e publicitário, que conheceu na Universidade Católica.
- Aroldo Murá Gomes Haygert, padrinho de batismo do seu filho Kleber.

- Odone Fortes Martins, fundador e presidente do Jornal Indústria & Comércio.
- Aramis Millarch (*in memoriam*), jornalista cultural.
- Alexandre Wollner, veterano colega e leal amigo com o qual compartilhou o Prêmio Nacional Ruben Martins de Design.
- Jorge Nacli, empresário.
- Joel Malucelli, que conheceu na década de 1970, para cujo grupo empresarial a DIV Brandesign desenvolve projetos estratégicos de *branding*, tendo recebido premiação nacional de *brand-equity* da Febraban pela criação do Cheque Femina, produto do Paraná Banco voltado para clientes do sexo feminino.
- João Carlos Lambach, empresário e apoiador de projetos na Itaipu Nacional e na Copel.
- Sérgio Prosdócimo, empresário.
- Rodrigo Rocha Loures, presidente da Nutrimental.
- Didio Rocha Loures, diretor da EPI Consultoria e Planejamento.
- Julio Pechmann e Sergio da Costa Pinto (*in memoriam*), arquitetos com os quais fez muitos projetos em parceria, como o projeto com o qual participaram do Pavilhão do Brasil na Feira de Osaka, em 1970.
- Eloi Zanetti e Sérgio Reis, consultores de marketing na época dos projetos do Bamerindus.
- Ives Fontoura, professor.
- Salomão Soifer, empresário, diretor presidente da Combrashop.
- Marilena Marques de Carvalho, designer, diretora da Produplan.
- Carlos Eduardo Zimmermann, artista plástico.
- Bia Wouk e Luciola Moreira Pinto, artistas plásticas das quais tem lembranças afetivas por suas habilidades inesquecíveis, cada uma em suas especialidades.
- Antonio Razera Neto e Renato Bertão, que, à frente do curso de Design da Universidade Positivo, prestaram homenagem a Menezes com a montagem de sala especial com seus projetos na Exposição Memória do Design, como parte da programação da Bienal Brasileira do Design.
- Geraldo Pougy, diretor do Centro Brasil Design e do Centro de Design do Paraná.

