

# DESIGN DE SUPERFÍCIE: a parceria entre Renata Rubim e a Coza

*SURFACE DESIGN: the partnership between Renata Rubim and Coza*

**Bruna Carmona Bonifácio**

bruna.c.bonifacio@gmail.com

**Ronaldo de Oliveira Corrêa**

rcorrea@ufpr.br

## Resumo

Neste artigo temos por objetivo reconstruir algumas experiências da designer de superfície Renata Rubim entre os anos 2000 e 2022 em sua atuação em superfície polimérica. Mapeamos e descrevemos especialmente sua parceria duradora com a empresa Coza, a partir de narrativas da designer embasadas em procedimentos da História Oral, documentos, imagens e artefatos de seus acervos público e pessoal e de acervo público da empresa. A partir de uma perspectiva qualitativa, analisamos essas fontes para refletir sobre a presença dessa mulher no design brasileiro e contribuir para a escrita de uma história da prática do design de superfície no país.

**Palavras Chave:** Renata Rubim; História do Design de Superfície; Coza.

## Abstract

*In this article we aim to reconstruct some experiences of surface designer Renata Rubim between the years 2000 and 2022 in her work on polymeric surfaces. We specially mapped and described her lasting partnership with the company Coza, based on the designer's narratives based on Oral History procedures, documents, images and artifacts from her public and personal collections and the company's public collection. From a qualitative perspective, we analyzed these sources to reflect on the presence of this woman in Brazilian design and contribute to writing a history of the practice of surface design in the country.*

**Keywords:** Renata Rubim; History of Surface Design; Coza.

## 1 Introdução

O objetivo deste artigo é reconstruir experiências da designer de superfície Renata Rubim em sua atuação em superfície polimérica, que aconteceu nos anos 2000, entre 2003 e 2022 no Rio Grande do Sul. Esse processo foi feito a partir do mapeamento e descrição de sua parceria com a empresa Coza (2008 a 2022). Para tanto, o procedimento metodológico consistiu em analisar com perspectiva qualitativa, narrativas da designer, documentos, imagens e artefatos de seus acervos público e pessoal e de acervo público da Coza. A investigação dessas fontes foi realizada para refletir sobre a presença dessa mulher no design brasileiro e contribuir para a escrita de uma história da prática do design de superfície no país.

De acordo com Janete Tanno (2007), os arquivos pessoais referem-se à história do sujeito, e por isso, “é o particular que informa o social, é o micro que pode ajudar a desvelar o macro” (Tanno, 2007, p.107). Segundo a autora, a prática historiográfica da História Oral informa de modo teórico e metodológico as fontes provenientes de arquivos pessoais. Na presente pesquisa assumimos o posicionamento político, epistemológico e ético de registrar a fala da protagonista como fonte para a escrita da História. Para José Carlos Meihy (2005) e Verena Alberti (2004), os temas essenciais de estudo da História Oral são aqueles relacionados às esferas ocultas e, entre elas, encontram-se as mulheres, artistas e designers.

Para acessar a oralidade de Renata Rubim elaboramos um projeto com objetivos claros, definidos em diálogo com ela. Na sequência, enviamos roteiros de entrevistas semi-estruturadas à designer, e após aprovados por ela, marcamos entrevistas de acordo com a sua conveniência. Os dados do presente artigo derivam de entrevistas que foram gravadas, transformadas em documentos transcritos (por meio de protocolos de transcrição de entrevista), revisados e editados por Rubim, e utilizados somente após a sua autorização.

As etapas da pesquisa<sup>1</sup> (figura 1) envolveram momentos de sobreposição, havíamos realizado parte da pesquisa documental e uma entrevista em 2017<sup>2</sup>, seguimos com entrevistas virtuais no início de 2022<sup>3</sup> (enquanto período pandêmico). Pudemos retomar a pesquisa documental presencialmente no final de 2022 e, nesse momento, também foram realizadas entrevistas presenciais.

Durante as primeiras revisão bibliográfica e pesquisa documental investigamos experiências e eventos da trajetória de família, de aprendizado, de formação e de trabalho de Renata para compreendermos seus contextos e histórias e estarmos embasados para a condução das entrevistas; para realizar links entre as memórias, os projetos, os espaços relatados por ela. Essa prática também é compatível com a forma que pesquisadoras pensam os estudos sobre acervos pessoais.

Maria Celina Silva (2015) recomenda que se inicie com um estudo da biografia do(a) produtor(a) do arquivo, abordando atividades que essa pessoa tenha desenvolvido no âmbito profissional e atividades dos demais âmbitos de sua vida. Para deste modo, possuir o conhecimento necessário no processo de identificação dos documentos e de estabelecimento de relações entre os

---

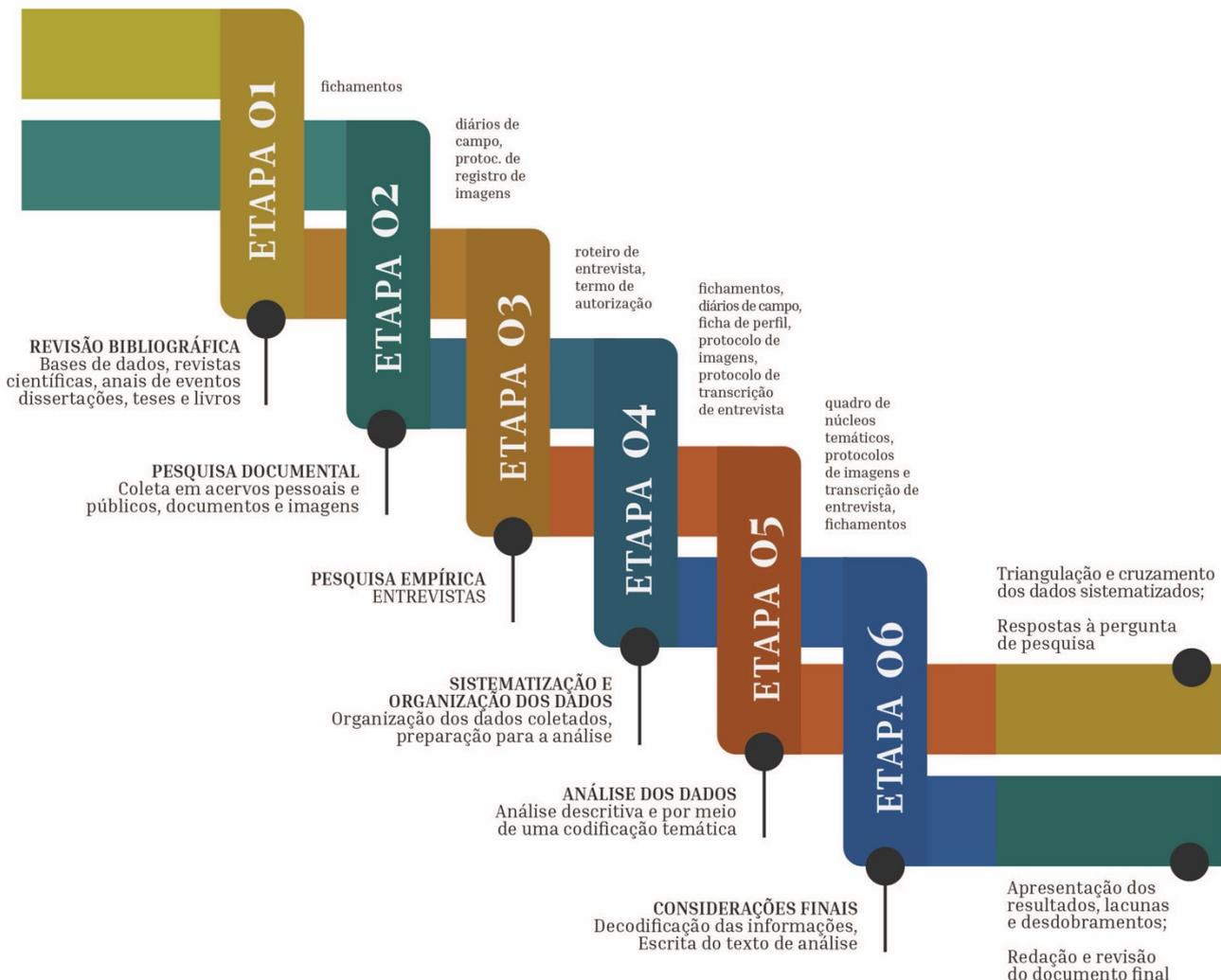
<sup>1</sup> O presente trabalho deriva do doutorado da autora e a figura 1 sintetiza o método utilizado tanto na pesquisa de maior fôlego, quanto para cada um dos temas encontrados durante essa trajetória, como é o caso dos projetos de Renata Rubim para superfícies poliméricas.

<sup>2</sup> Parte do trabalho de mestrado da autora.

<sup>3</sup> Parte do trabalho de doutorado da autora.

documentos e as atividades que os produziram.

Figura 1 – Síntese do método e suas etapas



Fonte: A autora, 2022.

Apresentaremos brevemente a interlocutora que constrói essa pesquisa junto conosco: Renata Rubim (figura 2). Nasceu no Rio de Janeiro em 1948, formou-se em curso livre de design no IADÊ – Instituto de Arte e Decoração – em São Paulo (1967 a 1969), atuou profissionalmente na área e foi sócia-diretora e designer da empresa de tecelagem e marcenaria Artesanato Gramadense em Gramado - RS (1970 a 1982). Nessa experiência desenvolveu projetos que propiciaram o cumprimento de requisitos para pleitear e conseguir a Bolsa *Fullbright* para estudar nos Estados Unidos, na *Rhode Island School of Design*. Momento em que teve seu primeiro contato acadêmico e metodológico com o desenvolvimento de design de superfície, no departamento de *surface design*.

Figura 2 – Imagem de perfil de Renata Rubim



Fonte: Site Renata Rubim Design & Cores (RRD&C), 2024.

Ao retornar ao Brasil em 1987 como designer de superfície<sup>4</sup>, ela tinha repertório e experiência de projeto em superfícies como papeis e têxteis. Com o passar dos anos adquire saberes e desenvolve projetos para papeis (papelaria, agendas, canetas), têxteis (tecidos, tapetes de chão, tapetes de parede, malhas para vestuário, roupas de cama, revestimentos de móveis, calçados, bolsas, almofadas, jogos americanos, papel de parede), metálicas (joias), cerâmicas (azulejos e louças), cimentícias (revestimentos internos e externos), poliméricas (estojos, utensílios domésticos, vasos, acessórios de vestuário).

Renata então aplica seus conhecimentos nos serviços prestados por sua empresa Renata Rubim Design & Cores, em parcerias nacionais e internacionais; e os compartilha como professora de cursos livres e de extensão, desde os anos 1990 até hoje.

Rubim foi e é reconhecida em premiações de design nacionais e internacionais, das quais destacamos três Bienais de Design (1992, 2010 e 2012) e os prêmios Bornancini (2008), Idea/Brasil

---

<sup>4</sup> Por design de superfície, concordamos com Evelise Anicet Rüttschilling (2008) de que se trata de uma disciplina em que a superfície (papel, têxtil, cerâmica, sintética ou outra) é explorada amplamente em projetos com técnicas diversas, como tecelagem, malharia, tapeçaria, jacquard, estamparia, revestimentos para paredes e pisos, criação para papelaria, entre outras.

(2009), *iF Product Design Awards* por três vezes (duas em 2012 e uma em 2014). É autora do livro *Desenhando a Superfície* (2005, 2010, 2013), primeira publicação brasileira a falar sobre o termo e o conceito de design de superfície. Foi colaboradora dos livros *Pensando Design 2* (2008) e *Aspectos do Design: Design e Cultura ou a (Des)cultura do design* (2012). É citada nos livros<sup>5</sup> *História da Arte Brasileira* (1979), *Feitura das Artes de São Paulo* (1981), *Arte Têxtil no Rio Grande do Sul* (1988), *Dicionários das Artes Plásticas do Rio Grande do Sul* (1998), *Design de Superfície* (2008) e *Signos da Brasilidade no Design de Móveis* (2015).

Apesar de ser protagonista e pioneira em sua área de trabalho, pudemos ver alguns momentos de sucesso e valorização (como os citados acima) e outros momentos em que Rubim foi excluída, impedida de participar de projetos, eventos, espaços; também momentos em que foi desqualificada por exercer projetos para superfície; e por fim, momentos em que seu nome e sua produção foram deixados de fora de registros importantes para se contar a História do design no Brasil.

Em pesquisa anterior foi possível constatar que Renata Rubim tem como prática a constituição de um acervo pessoal, em seu local de trabalho e moradia (figura 3). Existe um número elevado de artefatos e documentos que contam parte de sua história, guardados em móveis com portas de vidro, empilhados sobre esses móveis, artefatos como peças decorativas em outros cômodos da casa, artefatos sendo utilizados para seus fins iniciais – como tapetes e louças, por exemplo –, artefatos em seu escritório, em armário antigo dividindo cômodos, no quintal da casa e na edícula.

A surpresa com o volume e variedade de peças se deu pois uma pequena parte desse acervo está comunicada online em site e instagram de sua empresa Renata Rubim Design & Cores e em seu instagram pessoal, entretanto, uma grande parte – especialmente dos artefatos mais antigos – não possui registro com divulgação pública.

---

<sup>5</sup> Grilli, Silvia. **Signos da Brasilidade no Design de Móveis**. São Paulo: SENAI-SP Editora, 2015; Rüttschilling, Evelise Anicet. **Design de Superfície**. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2009; Presser, Décio; Rosa, Renato. **Dicionário das Artes Plásticas do RS**. Porto Alegre: UFRGS Editora, 1998; Zattera, Véra. **Arte Têxtil no Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Editora São Miguel, 1988; Neistein, José. **Feitura das Artes de São Paulo**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1981; Harres, Hilda Hober. **História da Arte Brasileira**. Porto Alegre: Editora Sagra, 1979.

Figura 3 – Imagem de parte do acervo pessoal de Renata Rubim



Fonte: a autora.

Na figura 3 está o primeiro ambiente que qualquer pessoa que adentre ao ateliê-empresa-escritório terá acesso. Nele, Renata recebe pessoas com as quais deseja propor e aceitar parceria, fornecedoras(es), pesquisadoras(es), jornalistas. A variedade de artefatos aguça a curiosidade e a vontade de saber as histórias sobre eles.

A designer nos disse que solicitar à companhia parceira – produtora do artefato – uma ou duas unidades para que possa guardar e exibir em seu *showroom* – modo que chama a antessala onde dispõe boa parte de suas criações – é um costume. Rubim faz isso sempre que o artefato a interessa e sempre que o seu tamanho é compatível para estar neste espaço.

Entre porcelanas feitas em parceria com a empresa Vista Alegre<sup>6</sup>, garrafas térmicas em parceria com a Termolar e revestimentos para a OCA Brasil, o que impressiona é o grande volume e diversidade de Necessárias. As caixas organizadoras criadas em parceria com a Coza encontram-se na maioria nichos expositivos do *showroom*, em tamanhos, cores, tipos diferentes. No presente artigo falaremos mais sobre suas histórias.

## 2 Rio Grande do Sul: a relação entre a indústria e o design

A indústria do Rio Grande do Sul teve como origem uma agricultura granjeira; esse cenário foi progredindo até se tornar uma indústria artesanal. No século 20, o design foi um fator decisivo para uma mudança no sistema de produção. Conforme o design foi sendo incorporado pela indústria, práticas cotidianas eram descontinuadas, como a imitação de produtos europeus e norte-americanos e a orientação empresarial para lucrar através da inflação, ao invés de lucrar com produção própria (Scomazzon; Curtis, 2021).

Indícios de práticas de design na região são comprovados também pelo grande número de

<sup>6</sup> Peças criadas com a empresa Porcelanas Vista Alegre datam de 2002 a 2010 e circularam por Carrefour, Ponto Frio, Brickell, Zaffari e Camicado; além das criadas para a Coca-Cola em 2002.

participantes gaúchos na Associação Brasileira de Desenho Industrial (ABDI) nos anos 1960. Segundo Marcos da Costa Braga (2021), os designers gaúchos eram superados apenas por designers paulistas, cidade sede da associação. Para o autor, o Rio Grande do Sul é reconhecido por possuir uma “tradição na produção industrial e econômica, mas pouco se conhece nas demais regiões do país sobre sua produção de design, que é rica” (Braga, 2021, p.08). O campo profissional do design riograndense existia e se expandia entre os anos 1960 e 1970, antes do ensino acadêmico na área começar a existir (anos 1980).

Nos anos 1970, devido ao período do regime ditatorial, ainda existiam proibições de importação às indústrias brasileiras e, se fossem feitas compras de maquinário, os custos eram significativos. Para o designer Norberto Bozzetti – que naquela época atuava em parceria com a empresa Bettanin –, os anos 1970 no Rio Grande do Sul eram caracterizados por um setor privado mais receptivo ao design e um setor público mais resistente (Sallenave, 2021). Bozzetti tinha essa perspectiva a partir de sua vivência no design de produto e ela não era a única, a complexidade do cenário do design no Brasil e no Rio Grande do Sul existia. Renata Rubim vivenciava a prática profissional do design de outras formas e pensamos que essas diferenças são relativas também às áreas de atuação.

Nos anos 1980 Rubim abordou, em uma dezena de entrevistas para jornais gaúchos, os obstáculos para designers de superfície. Na época, buscava atuar na indústria têxtil e contou sobre um modo de trabalho desafiador: as empresas compravam ou copiavam desenhos de marcas internacionais (europeias e norte-americanas) famosas. O empresariado tinha receio de contratar designers nacionais por acreditar que isso encareceria o produto e por acreditar que os profissionais de design brasileiros(as) eram iniciantes e não saberiam lidar com os processos de trabalho.

Essa experiência de Rubim era vivida por boa parte dos(as) profissionais do design têxtil no Brasil daquela década – e de décadas anteriores<sup>7</sup>. O incômodo era sentido por profissionais do design no geral, como é possível ver na matéria “Desenhistas gaúchos fazem uma advertência: está na hora de nacionalizar o desenho industrial”, publicada no Jornal Zero Hora em 1984. Tratou-se de uma mesa redonda entre Renata Rubim, José Carlos Bornancini<sup>8</sup>, Nelson Ivan Petzold<sup>9</sup>, Gerson Araújo de Souza<sup>10</sup> e Joaquim Benício da Fonseca<sup>11</sup>. O design nacional e a identidade brasileira eram temas pujantes no debate dos anos 1980, eles estavam relacionados à questão do embate pela consolidação da profissão no país.

Quando a reabertura econômica do Brasil aconteceu e as importações foram autorizadas nos anos 1990, o contato com empresas multinacionais e com uma nova perspectiva conectada à complexidade de mercado globalizado apareceu. Naquele momento estavam em vigência conceitos e estética originários do modernismo, com muita racionalidade e rigidez. O que era antagônico à nova perspectiva e “a partir de então, começa a preponderar uma estética mais relacionada a valores humanísticos e afetivos, com influência do Design italiano e do estilo de vida americano” (Gomes; Curtis; Ribeiro, 2021, p.243). Para atuar como uma ou um designer bem-informada(o) deveria considerar em seu projeto as necessidades sociais do(a) cliente. A nova perspectiva de

---

<sup>7</sup> Como as e os artistas e designers que estudavam no Instituto de Arte Contemporânea (IAC) nos anos 1950. Para mais, acessar a tese de Ana Julia Melo Almeida (2022).

<sup>8</sup> Desenhista industrial, projetista de produtos da Zivi Hércules (empresa em que Wolfgang Sopher, pai de Renata Rubim atuava com diretor), Termolar, Taurus e Edisa. Professor do departamento de Expressão Gráfica da UFRGS (Zero Hora, 1984).

<sup>9</sup> Professor, projetista de produtos da Zivi Hércules, Termolar, Taurus e Edisa (Zero Hora, 1984).

<sup>10</sup> Consultor em desenho industrial de Elevadores Sur, Digicon e Eletro (Zero Hora, 1984).

<sup>11</sup> Consultor em design gráfico do grupo Hansen (Tigre), Tanac e Banco Maisonnave (Zero Hora, 1984).

prática profissional da(o) designer também alterava o foco do projeto e da fabricação de produtos para o uso do produto e o que de fato usuárias(os) necessitam (Cara, 2008).

Esses foram alguns aspectos do contexto sobre a História do design no Rio Grande do Sul e no Brasil, que importam para compreensão do tema deste artigo. Na sequência abordaremos aspectos sobre os polímeros como matérias-primas, a percepção do mercado sobre eles e um breve contexto de suas indústrias.

### 3 Breve contexto sobre polímeros no Brasil

Segundo o pesquisador Gerson Lessa (2008), a partir da primeira metade do século 20 é possível observar a inclusão de conceitos de limpeza e higiene pessoal no ambiente doméstico, especialmente nas práticas e produtos de cozinha e de banheiro. A relação entre os polímeros e os projetos de design se tornou mais próxima nos anos 1930, quando os argumentos excessivamente racionalistas, as linhas retas e a paleta de cores enxuta que o Modernismo recomendava começaram a dar espaço para outras diretrizes mais leves, mais dinâmicas, considerando as formas de vida do grande público consumidor como parâmetro.

Nos anos 1950, o consumo de artefatos domésticos feitos com polímeros aumentou devido à sua ampla gama de cores, dos seus baixos custo e manutenção – nesse momento iniciava-se um entendimento de que plásticos eram indestrutíveis (Lessa, 2008). Foi notável o volume de artefatos poliméricos projetados para uso doméstico com preços econômicos, eles estavam em muitas lojas de rua e mercados populares. Havia um certo senso comum, um pouco preconceituoso sobre a baixa qualidade desses produtos que eram fabricados em grandes quantidades e comercializados a preços baixos. O crescimento segue na década de 1960, mas nesse momento o design é um diferencial importante para que os projetos de artefatos se tornem mais interessantes, sejam em acabamentos arquitetônicos, sejam em objetos decorativos.

No Brasil essa década se caracteriza pelo início da atuação da indústria petroquímica e, portanto, o acesso às matérias-primas era maior. No mundo pós-guerra havia o interesse comercial na pesquisa e desenvolvimento tecnológico de novos polímeros agregados para expandir a fabricação de bens de consumo (Santos, 2015).

Esse movimento de mercado aconteceu e os polímeros foram utilizados em projetos de mobiliário, projetos de decoração de superfícies – como revestimentos laminados para projetos planejados de cozinhas –, projetos de artefatos de decoração seguindo conceitos modernistas que “demonstraram a possibilidade de utilizar o plástico em soluções sofisticadas e de alta qualidade, contribuindo na definição de parâmetros para o que seria a maneira 'correta' de empregar o material” (Santos, 2015, p.152) e foram de grande importância para a construção da linguagem pop no Brasil.

Os polímeros foram tidos como materiais apropriados para a decoração de superfícies e abriram assim uma fresta para os ornamentos – que eram rejeitados pelos conceitos modernistas vigentes. Esse espaço foi sendo alargado nos anos 1970 e a estamparia de padrões pop em superfícies se tornou uma tendência, sendo vista em azulejos, pisos, carpetes, tecidos e papéis de parede (Santos, 2015).

Os anos 1980 produziram um novo pop, agora no sentido de *status* de sujeitos. Segundo Lessa (2008, p.156), “o design se tornou sinônimo de estilo de vida, e o designer se tornou a profissão ideal para a geração videoclipe. Desenvolve-se também o marketing do culto ao design, e essa filosofia”. E alguns designers que desenvolviam produtos, mobiliários e ambientes de

polímeros ocuparam esse lugar de *pop stars*, como Philippe Starck, Marc Newson, Karim Rashid e os irmãos Campana. Nesse momento havia o ‘design assinado’ como uma marcação de um artefato que se diferenciava de um artefato ‘comum’, ele se tornava um ‘artefato de design’. As atuações desses profissionais sendo enaltecidas e suas criações valorizadas auxiliaram também em novas – e positivas – concepções para os polímeros nos anos 1990.

#### 4 Coza e a socialização dos plásticos bonitos

Retornando ao Rio Grande do Sul nos anos 1980 e 1990, e à empresa Coza, podemos ver convergências com os acontecimentos retratados neste artigo. A empresa foi fundada por Rudy Luiz Zatti e sócios, tendo sido administrada por ele até o ano de 1987 quando faleceu e sua esposa Vera Zatti comprou<sup>12</sup> a participação dos sócios, com o intuito de assumir sua gestão com suas filhas Cristina Zatti (designer), Daniela Zatti (administração) e Manuela Zatti (marketing) (Klinke, 2005).

No início de sua existência a empresa tinha como objetivo a produção de calçados – sandálias e tênis – poliméricos, na cidade de Caxias do Sul - RS. Entretanto, a 25 minutos dali, na cidade de Farroupilha - RS, existia a empresa Grendene que com sua marca de calçados poliméricos Melissa se configurava como uma concorrência direta e difícil para a Coza.

Nos anos 1980, inspirado por um saca-rolhas que comprou em uma viagem à Europa, Rudy propôs mudar o setor de atuação da empresa para artefatos de uso doméstico feitos em polipropileno, e assim foi feito. Quando as mulheres da família assumiram a gestão da empresa, incluíram também o poliestireno transparente como matéria-prima e expandiram os tipos de artefatos produzidos. De acordo com Daniela Zatti:

Até chegarmos ao mercado, havia objetos de plástico só para a linha de limpeza – para serem colocados na área de serviço. A linha de mesa era feita com cores baratas sem apelo estético. Apostamos em produtos com formas, cores e texturas diferenciadas. Você toca num produto Coza e percebe uma textura aveludada. Além disso, o plástico no Brasil tinha uma espessura muito fina, pratos eram dobráveis. Fizemos paredes de plástico mais grossas que resultaram em peças mais robustas. Conseguimos mudar a percepção a respeito do material. Criamos um mercado que não existia (Zatti in Klinke, 2005, p.01).

O relato de Daniela possui convergência com a história contada anteriormente sobre o entendimento do mercado e do público consumidor sobre os plásticos, seus valores e suas recomendações de uso. Vera, Cristina, Daniela e Manuela persistiram na construção da marca e na comunicação de seus produtos como tendo qualidade e sendo adequados para diversos usos e por repetidas vezes, pois o consenso anterior era que artefatos de plástico tinham como indicação usos efêmeros como um piquenique ou em casa de praia, por exemplo. O varejo brasileiro se opunha de modo intenso e a percepção do público consumidor mudou depois de alguns anos:

---

<sup>12</sup> “Enquanto a família sugeria à viúva Vera Zatti vender sua participação na empresa e abrir uma boutique, ela se desfazia da prataria, das jóias e da biblioteca deixada pelo marido para comprar a parte dos sócios” (Klinke, 2005).

Decidimos começar nossa distribuição em lugares nos quais o plástico seria bem tratado, nas lojas de presentes. Lá as peças da Coza ficavam entre jarras de aço inox, sugerindo que o plástico era uma outra opção possível. Depois de visitar as feiras europeias, os varejistas voltavam ao Brasil cheio de ideias e procurando soluções nacionais para as tendências vistas lá fora – e batiam na porta da Coza (Zatti in Klinke, 2005, p.01).

Com o decorrer do tempo, elas começaram as vendas em estabelecimentos de supermercados e, para uma melhor compreensão do público, foi preciso criar espaços de exposição que acomodassem todos os itens Coza próximos uns dos outros. Daniela relatou que foram necessários 5 anos para que o público absorvesse a informação e reconhecesse que os produtos pertencem a um mesmo universo e, somente depois desse período, iniciaram a disposição das peças pelo mercado em seções relativas às respectivas funções. A empresa realizou um trabalho estratégico com o intuito de acostumar o público brasileiro a objetos plásticos em seu cotidiano.

Em 2005 – ano da entrevista de Daniela Zatti à Angela Klinke – a Coza possuía entre sua gama de produtos artefatos de decoração – mesas auxiliares, revestidores, relógios de parede – e uma diversidade de organizadores. Para uma noção de abrangência da empresa, naquele ano, a Coza comercializava seus produtos no Brasil, Argentina, Bolívia, Colômbia, Chile, Uruguai e Venezuela; e seu faturamento de R\$ 24 milhões fazia com que a família Zatti fosse a líder nacional no segmento de utilidades polímeras com projetos de design.

Fatores importantes para o sucesso da empresa são os posicionamentos de suas sócias sobre: as tendências de moda, aplicando-as em suas criações; os valores de investimentos para a compra de um produto Coza, em 2005 haviam produtos a partir de R\$ 2,00; o desejo de fazer projetos de design acessíveis a um grande público.

Daniela declarava optar por fazer “plásticos bonitos”, “o mais barato possível” pois “não é prerrogativa dos ricos gostar de coisas belas. Todos querem esse prazer. Nosso lema é: bonito para todos” (Zatti in Klinke, 2005, p.01). Alinhadas com as criações de Alessi, e aquelas de Karim Rashid e Irmãos Campana, a Coza buscava transformar o plástico em pop, a partir de projetos de design que reunissem as características mais importantes para a empresa: qualidade, estética e preço.

A persistência da Coza nessas características havia rendido até aquele momento 22 prêmios<sup>13</sup> nacionais e internacionais, como o *iF Design Awards*, *Houseware & Gifts*, e Museu da Casa Brasileira; conquistas que para a empresa eram comprovações de sua excelência no design.

## 5 Necessárias: uma parceria entre Coza e Renata Rubim

As trajetórias da Coza e da Renata Rubim se atravessaram quando Cristina Zatti, designer da empresa, se inscreveu em curso de design de superfície ministrado por Rubim. Pouco tempo depois a aluna convidou sua professora para elaborar projetos de superfície para as *necessaires*, os estojos ou as caixas organizadoras que havia criado em sua empresa.

Renata nos contou que se sentiu feliz com o convite pois considera o nível de inovação e a sofisticação da Coza muito bons. Soma-se a essas qualidades, a oportunidade de Rubim projetar para artefatos que são vendidos a preços justos em mercado popular; fato bastante relevante para

---

<sup>13</sup> Atualmente no site da marca, existe a atualização desse número para mais de 50 premiações.

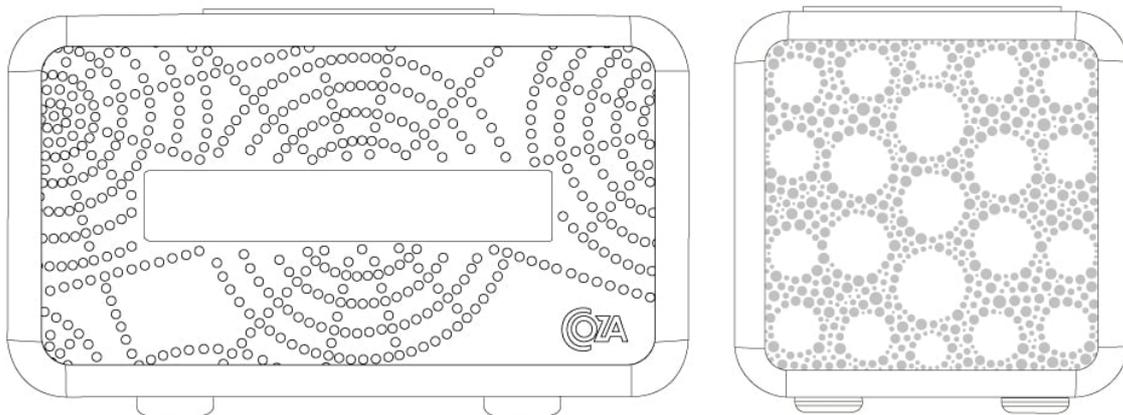
ela como projetista.

Como de costume, e especialmente considerando que se trata de um produto industrial produzido em grande escala, Renata visitou a fábrica da Coza em Caxias do Sul – RS, para entender as etapas de produção, as possibilidades e os limites do projeto.

Os desenhos deveriam agradar e atender a diferentes gerações e perfis de consumidoras(es). As orientações da Coza à designer incluíam a área a ser ocupada com textura e a altura máxima desejada para o relevo. Rubim lembrou-se que um dos estojos ficou com a altura aquém do estimado, e a alteração foi apenas essa: aumentá-la um pouco.

A designer criou uma estampa específica para cada tamanho de estojo, resultando em oito texturas distintas. Renata não possuía poder de decisão em relação à tipologia do material e à paleta de cores, lhe apresentavam as *necessaires* já prontas para as texturas táteis em alto relevo (figura 4). Seu *briefing* foi baseado na área disponível para a textura; a tipologia dos desenhos, composição e padrão de repetição foram uma escolha livre de Renata, que optou pelos elementos abstratos, “[...] mas eu sempre fiz coisas não realistas, né? Abstratas. Porque eu acho que combinava com o produto” (Rubim, 2022).

Figura 4 – Projeto de texturas táteis para a Coza



Fonte: Site Renata Rubim Design & Cores (RRD&C).

Ao ser questionada sobre algum desafio vivido durante o desenvolvimento desse projeto, Rubim respondeu que não se lembrava de nada do tipo, sua maior recordação é que “o produto era bonito e animava a gente de fazer” (Rubim, 2022). Ressaltou que está constantemente se atualizando sobre o que se produz no mundo, e o designer Karim Rashid era uma figura de destaque para projetos nesse tipo de superfície, portanto, pode ter sido uma inspiração indireta.

As Necessárias formam um conjunto de caixas organizadoras que foram se ampliando e diversificando aos poucos, tanto em formatos quanto em intenções da Coza para seus usos. Um fator interessante é a pluralidade de maneiras como as(os) consumidoras(es) das peças as usam; cada um(a) confere à peça uma (ou mais) utilidade para necessidades de seu dia a dia.

A Coza projeta pensando no cotidiano contemporâneo, na necessidade de deslocamento de sujeitos que passam parte de seus dias fora de casa e precisam levar consigo itens de higiene, itens pessoais e itens de trabalho; na necessidade e na possibilidade de deslocamentos maiores, como viagens à trabalho e à lazer; na necessidade de manter o ambiente da casa organizado e setorizado

por categorias; na necessidade de manutenção da organização também no espaço de trabalho.

O conjunto se iniciou com a *necessaire* mais alongada pensada para ser um estojo escolar ou estojo para transporte de escova de dente (Necessária, figura 5); seguiu para a saboneteira (MiniNecessária), que Rubim, por exemplo, utiliza para levar consigo na bolsa o carregador de celular; a próxima foi o porta-óculos em modelo amplo, com o passar do tempo um modelo mais compacto foi criado (BigNecessária, figura 6); depois lançaram a sanduicheira (SuperNecessária, figura 7) com versões quadrada e retangular; e a MegaNecessária (figura 8), a maior organizadora da linha<sup>14</sup>. Produziram também necessárias pequenas e finas, que poderiam ser utilizadas para carregar cotonetes, e que Rubim utiliza para levar consigo cartões de visita; necessárias pequenas e robustas em que se pode guardar fones de ouvido e comprimidos de remédio.

Figura 5 – Necessárias



Fonte: Site RRD&C.

<sup>14</sup> Essa breve linha do tempo foi construída a partir de lembranças de Renata Rubim sobre a ordem que as peças lhe foram passadas para o desenvolvimento de texturas táteis.

Figura 6 – Necessária, BigNecessária, SuperNecessária, MiniNecessária, Necessárias para comprimidos; Necessárias para cotonetes e cartões de visitas



Fonte: Site RRD&C.

Figura 7 – SuperNecessária



Fonte: Site RRD&C.

Figura 8 – MegaNecessária



Fonte: a autora em acervo RRD&C.

O conjunto Necessárias teve sua produção iniciada em 2008 e, com o passar dos anos, a empresa atualizou os materiais e as paletas de cor que foram utilizadas nas peças. A Coza considerava as tendências de moda e as aplicava com o intuito de constante expansão de seu público consumidor. Essas estratégias podem ser vistas no contraste entre a coleção de paleta neon e polímero translúcido, e a de paleta terrosa e polímero opaco (figura 9).

Figura 9 – Variedade de coleções das Necessárias



Fonte: a autora em acervo RRD&C.

As Necessárias estavam – e em algumas regiões ainda estão – em locais diversos, a saber: mercados, lojas de utensílios domésticos, farmácias, lojas Tok & Stok. Sobre o público e a presença dos artefatos, Renata nos contou que:

eu sabia o perfil dos consumidores porque eu ia em todas as feiras e eles [Coza] sempre tinham *stands* maravilhosos nas feiras, né? Então assim, eu visitava. Eu sabia como um *outsider*, mas eu sabia, porque eu sabia as lojas que vendiam, a representante da Coza em Porto Alegre é minha conhecida, sabe? (Rubim, 2022).

A designer tem por prática realizar essa pesquisa ativa participando de feiras, e nesse caso, a relação com uma representante da empresa – que era entusiasta do artefato – oportunizava a comunicação quase imediata de novos locais alcançados pelas Necessárias. Rubim sabia qual rede

de supermercado iniciava parceria e quais peças haviam sido selecionadas. Desse modo, seu conhecimento sobre algumas características de perfis de consumidoras(es) era atualizado com certa frequência.

Figura 10 – Descrição de uma BigNecessária



Fonte: a autora em acervo RRD&C.

As peças vêm acompanhadas de etiquetas (figura 10) e nelas constam dados relevantes como: sua matéria-prima, 100% polipropileno randon; se tratar de um artefato reciclável; produzido no Brasil; produzido pela Coza; com projeto de design de superfície exclusivo e assinado por Renata Rubim. Tanto Rubim, quanto Coza se orgulhavam e orgulham de projetar artefatos populares, possíveis de serem adquiridos por pessoas de diferentes classes sociais; fazendo com que um ‘bom design’ faça parte da vida e da casa de mais brasileiras e brasileiros.

Cada modelo de *necessaire* vinha com um texto específico, que comunicava sobre o conceito pretendido pela Coza com aquela peça. Encontravam-se textos como “Linda, prática e moderna, ela guarda e protege tanto seus produtos de higiene e beleza quanto o que você quiser carregar”; “é um acessório indispensável que acompanha todas as suas ideias. Tão funcional que pode ser porta-óculos, lancheira, estojo de lápis e o que mais você inventar”; “Solução prática e fácil de usar no tamanho certo da sua necessidade. Colorida, pode ser usada o tempo todo e em todos os lugares. Também serve como estojo de lápis e tudo mais que a sua imaginação criar. Na SuperNecessária cabem perfeitamente duas Necessárias ou uma Necessária e duas MiniNecessárias. O diferencial da peça está na aplicação do design de superfície criado por Renata Rubim. Exclusividade e estilo que fazem a diferença”.

Essas definições acompanharam as mudanças de mercado e podem ser compreendidas a partir das descrições dos produtos que a empresa comercializa atualmente. Em seu site é possível ver a manutenção do discurso de praticidade e o surgimento de novos adjetivos. Hoje é importante comunicar que as peças não têm bisfenol (BPA) em sua composição, e que a matéria-prima utilizada garante ‘segurança’ e ‘resistência’. A Coza afirma que as Necessárias “são ideais para suas rotinas corridas e momentos de autocuidado”. Apresenta o design como ‘funcional’ e ‘moderno’ e o conceito tem por foco afirmar que proporcionará uma rotina eficaz, organizada e fácil ao seu consumidor(a).

As Necessárias conseguiram se manter como artefatos de usos abrangentes e formatos contemporâneos. Mas a partir de 2022 notou-se uma alteração nas peças vendidas em farmácias, mercados e lojas de utensílios domésticos, atualmente elas possuem a superfície lisa, sem a textura tátil projetada por Rubim. Em algumas delas, um dos elementos da composição encontra-se aplicado de forma única na parte interna da Necessária, como é o caso das saboneteiras. Em outras, a textura está totalmente ausente (figura 11).

Figura 11 – Necessárias atuais



Fonte: Pinterest da empresa Coza.

“É, eles tiraram. Eles pararam com textura, agora é tudo liso. Deve ter alguma razão. Ou então, tem aquela prensa de mercado, que com o passar do tempo fica velha. Mas eu acho que em termos de design isso não existe, isso é falta de informação e de cultura, né?” (Rubim, 2022). Esse fragmento comunica a frustração de designer em ter seu projeto descontinuado.

Foi possível notar que de 2022 até o presente momento, a paleta de cor das coleções das Necessárias tem sido formada por tons de rosa, marrons e nudes; o material utilizado é opaco; e a tendência da comunicação e das imagens parece ser minimalista. Rubim entende que as cores podem datar, mas discorda da retirada das texturas táteis da superfície.

Em convergência com o que Daniela Zatti afirmou sobre o posicionamento da empresa e as tendências da moda, compreendemos que a Coza pode ter assumido as tendências do ‘consumidor do futuro’. A WGSN, por exemplo, compilou informações sobre um(a) consumidor(a) que teria sentimentos de dessincronização nos tempos incertos e pós-pandêmicos que estamos vivendo e, essa seria a razão para uma procura por experiências e produtos que o(a) transportassem para um estado de paz, um estado zen.

O desejo por rotina e estabilidade foi lido e traduzido pelo mercado como uma prescrição para desenvolver serviços e produtos simples, retornando ao conceito de “menos é mais”. Sabe-se que a escolha por projetos de superfícies com mais ou menos informação, infelizmente, é algo que ocorre em relação ao momento e ao mercado vivido. Por diversos períodos, os ornamentos, os

padrões, as estampas, as texturas foram tidas como menores, desvalorizados, cafonas, não recomendados, ultrapassados. Embora nem Rubim, nem nós concordemos com essas práticas de tendências da moda em relação à eliminação de texturas, é um fato que acontece com certa periodicidade.

No relatório da WGSN (2022) existe mais um perfil de consumidor(a), o consciente, ambientalista, equilibrado e focado em sua carreira profissional. E essa tendência possui similaridades com os novos dizeres das etiquetas adesivas das Necessárias e de suas propagandas (figura 12), que atualmente focaram em ‘rotinas corridas’, ‘manter tudo em ordem e facilita sua vida’, ‘autocuidado’, ‘segurança e saúde’.

Figura 12 – Necessárias atuais e suas campanhas



Fonte: Pinterest da empresa Coza.

Em suas redes sociais e em seu site, a Coza reforça o posicionamento sustentável da empresa, explicitando para suas(seus) clientes os modos de produção e as matérias-primas utilizadas. Ressaltando o reaproveitamento das aparas do processo de injeção em uma centena de produtos que são feitos integralmente a partir de matéria-prima de processos produtivos de outros artefatos.

Desde o século 21, o polipropileno – uma das matérias-primas da Coza – passou a ser produzido considerando o ‘*cradle-to-cradle*’, um fechamento de ciclo de vida do material pois ele poder ser transformado mais uma vez em matéria-prima e em novos objetos após seu uso. Tornando-se assim um polímero reciclável e sustentável, que não gera resíduos, nem polui o meio ambiente (Lessa, 2008).

Sobre a tendência de cores, ao analisarmos àquela divulgada pela Pantone para o ano de 2022 e a paleta escolhida para as novas Necessárias percebemos a compatibilidade nos tons pastéis,

tons de marrom e rosa. Segundo a Pantone, elas têm como objetivo criar um ambiente calmo, como o que foi relatado pela pesquisa da WGSN.

Refletindo sobre o lema da Coza de ‘fazer plásticos bonitos que fossem o mais barato possível’ e a atuação como designer, os desafios e impedimentos de se criar artefatos em escala industrial:

o designer tem que se haver com os imperativos econômicos, com a aplicabilidade do produto (onde surgem questões referentes ao consumidor e hábitos de consumo) e com os potenciais e restrições do material e de sua técnica. É da mediação entre esses fatores produtivos, funcionais, estéticos e mercadológicos que emergem as formas dos objetos (Lessa, 2013, p.67).

Durante a pesquisa realizada no acervo pessoal de Renata Rubim foram vistas e fotografadas unidades das Necessárias em ótimo estado mesmo datando mais de uma década.

Anos antes de trabalhar com a Coza, Renata realizara consultoria de cores para a Bettanin (de 2003 a 2006, figura 13), empresa também gaúcha que produz utensílios domésticos e mobiliário infantil com materiais polímeros. Os itens com o qual colaborou fazem parte do imaginário de um grande público brasileiro, mas nesse caso, sem a assinatura de seu escritório impressa na superfície dos artefatos.

Figura 13 – Projetos de consultoria de cor de RRD&C para a empresa Bettanin



Fonte: Site RRD&C.

Enquanto criava para as Necessárias, Rubim também foi convidada pela Coza para elaborar outros projetos de superfície como a Linha Native (figura 14), utensílios de mesa feitos com fibra de coco. Em parceria com Graziella Prando – sua assistente da época –, Rubim criou texturas táteis que remetiam à elementos da natureza, com esse projeto venceram o Prêmio Idea/Brasil no ano de 2009.

Figura 14 – Linha Native para a empresa Coza



Fonte: Site RRD&C.

No ano seguinte, a parceria com a Coza foi para as tampas de potes que acomodam miudezas, os Potes Plug (figura 15). Uma coleção inspirada no formato de um Lego pois a empresa desejava trabalhar de forma lúdica no mercado de organização de itens pequenos, a partir do empilhamento dos mesmos. Essas peças ainda seguem em produção, entretanto, é possível observar a mudança de tendências, de conceitos, de cores, nos modos como as peças foram selecionadas para a sessão de fotos de 2010 e de 2024.

Figura 15 – Potes Plug Coza em 2010 e em 2024



Fonte: Site RRD&C.

## 6 Considerações finais

A trajetória desses artefatos poliméricos, apenas considerando o período em que a empresa Coza entrou em contato para solicitar as texturas táteis à Rubim, somou 14 anos. Um período longo para peças que seguem no mercado, a partir de mudanças no conteúdo e na forma de comunicação de suas características físicas que foram sendo atualizadas: matéria-prima, cor, textura, processo produtivo, sugestão de uso.

Para realizar a investigação sobre essa coleção acessamos acervos públicos e privados da designer de superfície Renata Rubim e acervo público da empresa Coza. A partir desse tema pudemos conhecer alguns fatores sobre a História do Design no Rio Grande do Sul, sobre os setores mais ou menos receptivos a designers, os obstáculos e potencialidades do desenvolvimento industrial da região.

Procuramos abordar brevemente aquilo que mudou na indústria polímera brasileira, no desenvolvimento de produtos plásticos e nas formas que esses produtos foram classificados pelo mercado e por consumidoras(es) conforme os anos se passaram.

A parceria entre Coza e Renata Rubim foi profícua por um longo período e trouxe também o fato de uma relação de aprendizado ter proporcionado o início do projeto – a designer da empresa convidando sua mestra assim que teve a oportunidade. Essa história contada especialmente por meio das narrativas de Rubim, imagens e documentos de seu acervo, e os artefatos em si, versa sobre um design assinado a um valor popular, produzido em larga escala, consumido por um grande

público, vendido ao mesmo tempo em pequenas e grandes farmácias, mercados, lojas de utensílios domésticos e em lojas especializadas de design como a Tok & Stok.

Acreditamos que conseguimos avançar historicamente ao elaborar reflexões sobre quais são os sujeitos, as histórias e as práticas do design de superfície, dando luz a elas em uma História do Design. O posicionamento de estudar experiências de mulheres designers nos mostra que a produção delas aconteceu e acontece em espaços ao mesmo tempo pertencentes e esquecidos de uma narrativa hegemônica no campo do design.

## 7 Referência

ALBERTI, Verena. **Manual de História Oral**. 2a Ed. Brasil: Editora FGV. 2004.

ALMEIDA, Ana Julia Melo. **Mulheres e profissionalização no design: trajetórias e artefatos têxteis nos museus-escola MASP e MAM Rio**. Tese (Doutorado) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. Área de concentração: Design. São Paulo, 2022.

BELL, Andrea. Consumidor do futuro: relatório WGSN. **WGSN**, 2022.

BONIFÁCIO, Bruna Carmona. **Experiências de mulheres no design de superfície: narrativas sobre trabalho e trajetórias de Goya Lopes e Renata Rubim**. 2019 .197p. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós Graduação em Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2019.

BRAGA, Marcos da Costa. **Prefácio**. BRAGA, Marcos da Costa; CURTIS, Maria do Carmo. Histórias do Design no Rio Grande do Sul. Porto Alegre: Marcavisual, 2021.

CARA, Milene Soares. **Do desenho industrial ao design no Brasil – uma crítica para a disciplina**. Dissertação (Mestrado – Área de concentração: Design e Arquitetura). FAUUSP. São Paulo, SP. 2008.

GOMES, Rafael Peduzzi; CURTIS, Maria do Carmo Gonçalves; RIBEIRO, Vinicius Gadis. **A implantação da Pós-Graduação em Design no Rio Grande do Sul: UFRGS e Unisinos**. BRAGA, Marcos da Costa; CURTIS, Maria do Carmo. Histórias do Design no Rio Grande do Sul. Porto Alegre: Marcavisual, 2021.

KLINKE, Angela. **Jornal Valor Econômico**. O plástico bonito democratizou-se. 01 set. 2005.

LESSA, Gerson. **Os plásticos: panorama histórico de materiais e Design**. Dissertação (mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Escola Superior de Desenho Industrial. Rio de Janeiro, 2008.

LESSA, Gerson. Em busca de fontes primárias: um papel para o colecionismo na pesquisa sobre design. In: **Com/Para: design, comunicação & cultura**. Rio de Janeiro, 2013.

MEIHY, José Carlos Sebe Bom. **Manual de História Oral**. 5º ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

RUBIM, Renata. **Desenhando a superfície**. São Paulo: Edições Rosari, 2004.

RUBIM, Renata. **Entrevista concedida**. Porto Alegre. Agosto de 2022.

RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de Superfície**. Porto Alegre: Ed.UFRGS, 2008.

SALLENAVE, Gabriela Cerveira. **Bettanin e seu legado no design de utensílios de limpeza**. In: BRAGA, Marcos da Costa; CURTIS, Maria do Carmo. Histórias do Design no Rio Grande do Sul. Porto Alegre: Marcavisual, 2021.

SANTOS, Marinês Ribeiro dos. **O Design POP no Brasil dos Anos 1970**. Curitiba: Ed. UFPR, 2015.

SCOMAZZON, Paula; CURTIS, Maria do Carmo Gonçalves. **Tramontina, inovação e design: uma**

**trajetória de produto à estratégia de negócios.** BRAGA, Marcos da Costa; CURTIS, Maria do Carmo. Histórias do Design no Rio Grande do Sul. Porto Alegre: Marcavisual, 2021.

SILVA, Maria Celina Soares de Mello e. **Os Arquivos Pessoais como Fonte: reconhecendo os tipos documentais.** p. 177-203. In: DOMINGUES, Heloisa Maria Bertol; GRANATO, Marcus; BARBOZA, Christina Helena da Motta; VALENTE, Maria Esther Alvarez (org). Museologia e Patrimônio. Coleção MAST: 30 Anos de Pesquisa. Editor: Museu de Astronomia e Ciências Afins (MAST), Rio de Janeiro, 2015.

TANNO, Janete Leiko. Os acervos pessoais: memória e identidade na produção e guarda dos registros de si. UNESP - FCLAs - **IV CEDAP**, v.3, n.1, 2007, p.101-112.

ZERO HORA. Desenhistas gaúchos fazem uma advertência: está na hora de nacionalizar o desenho industrial. **Jornal Zero Hora**, Porto Alegre, 27 mai. 1984. Economia - Caderno II. p. 10 a 12.