

de.cor.ar



EDUARDO MANZANO

DE UMA DESACREDITADA VAGA COMO DESIGNER DE CARROCERIA, PARA O LUGAR DE CEO DO ESCRITÓRIO Nº 1 EM PROJETOS HOTELEIROS DO BRASIL.



Eduardo Manzano



Retrofit do Hotel Nacional do Rio de Janeiro

Quando começou a sua trajetória na arquitetura, Eduardo Manzano era um apaixonado por carros. Segundo o arquiteto que está à frente de um dos escritórios mais bem-sucedidos de São Paulo, o que ele queria mesmo era projetar automóveis. A paixão pela aerodinâmica, pelo desenho e sua usabilidade dos carros era o que o movia. Obstinado e com uma formação bastante técnica, estudou desenho artístico e pintura aos 9 anos e, posteriormente, desenho mecânico e fez muitos cursos. Mas quando chegou o momento de fazer faculdade, ele não tinha muita opção na capital paulista para seguir o seu sonho. Nos idos de 1980, havia poucas opções de cursos de Desenho Industrial, que garantiam essa possibilidade em nível superior. “Eu descobri que o que te habilitava a trabalhar nessa área de design automobilístico era engenharia mecânica ou arquitetura. Como sempre fui ligado às artes, optei pela arquitetura”, comenta.

Infelizmente, o mercado de designers de carroceria (estilistas) não era muito competitivo. O aspirante a arquiteto, na época, descobriu que só existiam seis profissionais relevantes nessa área em todo o mundo. E apesar de ter talento para o desenho, um colega italiano não lhe deu muitas perspectivas. “Você desenha pra caramba, mas dificilmente você será o sétimo”, lembra.

Paixão de três décadas - Mesmo com o obstáculo de não poder se tornar mais um dos poucos designers de carroceria no mundo, Eduardo viu a maravilha da possibilidade de “unir o desenho do objeto com o uso e com gente dentro”, como ele mesmo relata. Quando arranjou um emprego de desenhista, algo que nunca tinha feito antes, se envolveu com o universo da arquitetura, onde permanece criativo e inspirado há 35 anos.

O primeiro cliente veio com uma semana de formado, quando surgiu a oportunidade de fazer um projeto em Goiás, na antiga Pousada do Rio Quente. E, desde fevereiro de 1987, o Rio Quente Resort é cliente do EMDAStudio. A fidelização, desde então, tornou-se um item fundamental em sua carreira. Aliás, o Plano Diretor do Município, emancipado de Caldas Novas em 1989, saiu de suas pranchetas, em parceria com seu sócio Carlos Mauad. De lá para cá, o arquiteto ganhou envergadura e criou uma carreira sólida. Foi executivo de quatro grandes empresas que trabalhavam com design durante oito anos, a Escriba, a Forma, a Cerâmica Gyotoku e a Eliane Revestimentos, e foi diretor de escritórios de arquitetura internacionais por mais 15, sendo responsável pela elaboração de projetos para as redes hoteleiras americanas e européias Marriott, Hyatt, Starwood, Wyndham, Hilton, Campanille e Meliá.

Ao todo, em seu vasto currículo, já reúne 100 projetos ligados à hospitalidade. Na verdade, 101, já que o escritório fechou recentemente mais um projeto em Sinop, Mato Grosso.

UM NOVO OLHAR PARA A ARQUITETURA HOTELEIRA



Perspectiva renderizada do Hotel Boutique SanMa, de Foz do Iguaçu.

Atualmente é Vice-Presidente de Planejamento Urbano do Instituto Smart City Business America e foi membro do conselho da Brazilian Hospitality International Conference - BHIC, além de ter sido coordenador dos projetos do Circuito de Pousadas Históricas do Ministério do Turismo do Brasil. Ele também é professor de Arquitetura Hoteleira do Instituto Europeo di Design e Universidade Roberto Miranda, e de Gestão e Marketing para Arquitetos e Designers na Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM.

Nesta entrevista exclusiva para a Revista Decorar, Eduardo Manzano conta um pouco sobre seus projetos e carreira e, principalmente, como a pandemia afetou não só o seu mercado, mas a ele próprio.

Qual foi o seu projeto mais marcante?

O mais marcante foi o retrofit do Hotel Nacional do Rio de Janeiro, de Oscar Niemeyer, em parceria com Marcos Leite Bastos. Era uma obra gigante de 80 mil metros com hotel, Centro de Convenções e Torres de Apartamentos e um prazo bem apertado porque tinha que ser entregue nas Olimpíadas. Envolvemos uma equipe multidisciplinar gigantesca. Foi muito impactante, sem dúvida. A primeira versão do projeto de interiores é a minha preferida, mas não menos querida do que a executada, mais conservadora, por outro lado, qualquer projeto do Rio Quente Resort, por uma questão afetiva, já que é meu cliente há 35 anos (e isto é para poucos), é sempre marcante.

O setor hoteleiro foi um dos mais impactados pela pandemia da Covid-19. Os hotéis fecharam, muitos quebraram. O que muda na hotelaria neste momento? Como você analisa esse panorama?

É uma pergunta extremamente pertinente pelo momento que estamos passando. A pandemia nos impactou demais. Eu, assim como 99% da população brasileira no começo de tudo isso, passei uma boa parte do tempo assistindo “lives” ao estilo “o mundo vai acabar”. E isso era muito deprimente. Que tudo estava ruim, eu já sabia. Eu queria entender o que poderíamos fazer para reverter isso e o que iria acontecer na nossa profissão, nos hotéis, nos clientes, quando essa onda começasse a passar e viesse a vacina. Particpei de todos os eventos possíveis fora do país para entender como estavam as coisas nos escritórios grandes de arquitetura. Foi daí que vieram os convites para participar dos eventos na América Latina, representando a arquitetura do Brasil, sempre falando de hotelaria. Comecei a entender o mecanismo de marketing para ajudar o meu escritório e investi toda a minha energia nisso. E deu muito certo. Investi em vídeos na internet, com uma grande quantidade de conteúdos sobre a retomada, a pandemia, projetos, sobre “continuarmos vivos” e, hoje, somos o escritório com mais projetos ligados à hotelaria, em andamento, no Brasil.

Percebemos que os projetos de hotéis urbanos tiveram um grande impacto negativo. Por outro lado, como tínhamos experiência com resorts, vimos que o impacto foi positivo, se é que podemos ver algo positivo nesta catástrofe. Isto porque as pessoas começaram a ficar obcecadas por saúde, por sair de casa e elas aprenderam a conviver com a família e, já que os destinos turísticos tradicionais eram longe e não havia voos, o turismo rodoviário virou a tônica. Se você somar tudo isso, “vira” um resort perto dos centros urbanos. E esse mercado explodiu. Principalmente olhando para um sistema cuja característica é ser na modalidade de “multipropriedade”, que é um híbrido do residencial, time-sharing e hotelaria. Houve esse boom e junto com a taxa Selic muito baixa, as pessoas começaram a investir em tijolo e terreno, haja vista a quantidade de lançamentos residenciais que aconteceram nos últimos tempos. No entanto, esse movimento, para o residencial e para a hospitalidade fracionada, veio da falta de interesse nos projetos corporativos, porque as pessoas, por conta do isolamento, foram embora dos escritórios para suas casas. Um exemplo disso é que, a casa, como “lar”, passou a ser mais valorizada. Varandas gourmet deixaram de ser tão importantes, dando lugar aos escritórios.

Quem aprendeu a “ler” a arquitetura dentro dessas mudanças, foram e são os escritórios que estão performando melhor.

Sustentabilidade é aliada à sofisticação no Hotel Boutique Santa. (imagem: perspectiva renderizada)





Os hóspedes poderão saborear os melhores vinhos e ter uma experiência do mundo da coquetelaria neste charmoso bar.

Os ambientes internos do Hotel Boutique SanMa serão acolhedores e aconchegantes.



Você está liderando um novo projeto no Sul do Brasil. É uma nova parceria? Qual o ponto alto deste projeto?

Começamos a entender o quão flexíveis podíamos ser e propus à minha equipe que fizesse parcerias. Hoje, meu escritório tem parceiros em diversos lugares do país como Foz do Iguaçu (PR), Recife (PE), Sinop (MT) e Porto Alegre (RS). Desde então, começaram a aparecer projetos interessantes fora de São Paulo e temos cinco deles “ongoing” somente em Foz do Iguaçu. Dois são planos diretores ligados ao turismo, um hotel boutique de luxo, um open mall e um hotel em construção. Foz do Iguaçu é o segundo destino mais visitado do país e esse hotel boutique, o SanMa Hotel, será inaugurado agora em setembro. É um projeto fantástico, com fornecedores locais e com temática indígena. É motivo de muito orgulho meu e de toda a equipe.

O ponto mais alto desse projeto é o reaproveitamento do material que o antigo hotel já tinha. Tudo o que era possível, foi reciclado. Fizemos novas versões de móveis de madeira maciça encontrada no antigo mobiliário e estruturas. É a sustentabilidade aliada à sofisticação. Tudo para criar uma experiência única para o hóspede.

Como você se mantém criativo e inspirado?

Sou uma janela aberta, uma esponja que absorve tudo que vê - de culturas e de viagens. Quem quer trabalhar com arquitetura hoteleira tem que viajar o máximo que conseguir. Eu conheço muitos países, desde imersões na hospitalidade japonesa até situações delicadas em uma escala para Dubai. Na arquitetura não existe zona de conforto e eu nunca estive tão criativo como hoje. Claro, tenho ajuda de uma equipe muito competente. Muitos deles são ex-alunos, que entendem meu caos interno criativo. Eu valorizo muito isso. Não sou um “arquiteto de Pinterest”.

Se a pessoa quer ser diferente, se ela quer trabalho, tem que sair da caixa. Eu sei que é clichê, mas é a verdade. Senão, você não sobrevive neste mercado.

Para quem está estudando arquitetura ou design de interiores, ou se é veterano, se atualize o máximo possível em gestão e marketing para arquitetos. Existem cursos importantes, que merecem atenção. A arquitetura é um negócio, então o arquiteto também precisa se tornar um empresário.