

CAMÕES 23

CAMÕES

REVISTA DE LETRAS E CULTURAS LUSÓFONAS

n.º 23 – 2014

*Territórios do design
em Portugal*

C CAMÕES
INSTITUTO
DA COOPERAÇÃO
E DA LÍNGUA
PORTUGAL
MINISTÉRIO DOS NEGÓCIOS ESTRANGEIROS

ÍNDICE

03 *Editorial*
ANA PAULA LABORINHO

05 *Territórios do design em Portugal*
MARIA HELENA SOUTO E FERNANDO BRÍZIO

ENTREVISTA

09 *Dos caminhos do design em Portugal:
à conversa com Cristina Reis e
Eduardo Afonso Dias*
MARIA HELENA SOUTO E FERNANDO BRÍZIO

ENSAIOS

17 *Do design antes do Design*
**JOÃO PAULO MARTINS E
PEDRO CORTESÃO MONTEIRO**

25 *Victor Palla
A síntese das artes e a experiência do
design e da fotografia na procura duma
interdisciplinaridade*
JOÃO PALLA MARTINS

37 *História do design em Portugal
entre 1974-2010*
RUI AFONSO SANTOS

51 *Pequena história das exposições de
design em Portugal (ca. 1990 - ca. 2010)*
JOSÉ BÁRTOLO

67 *Promessas Expectativas e
resultados experiências
Territórios do design contemporâneo
em Portugal*
FREDERICO DUARTE

VOZES CRÍTICAS

81 *A indisciplina do design*
BRUNO CARVALHO

83 *A crise no design*
MÁRIO MOURA

84 *Atire a primeira pedra aquele que
nunca pecou ou o elogio da moda*
INÊS SIMÕES

85 *Estratégias para a relevância do
design português no século XXI*
VERA SACCHETTI

TESTEMUNHOS

89 *Atração periférica*
HANS MAIER-AICHEN

91 *Transdisciplinaridade e o
ensino do design em Portugal*
LUIZ SALOMÃO RIBAS

92 *Ensaio gráfico sobre design português*
SAM BARON

94 RESUMOS/ABSTRACTS

97 NOTAS BIOGRÁFICAS



Álbum publicitário, fevereiro de 1956. Organização de Mário Figueiredo, design do Atelier Bento d'Almeida/Victor Palla.
Fotografia de Studio Eldorado © Herdeiros de Victor Palla

Editorial

ANA PAULA LABORINHO
PRESIDENTE DO CAMÕES, IP

O número 23 da revista *Camões* é dedicado ao design português, com especial enfoque na criação portuguesa na segunda metade do século XX e, sobretudo, ao design português contemporâneo. Depois de uma reflexão sobre a arquitetura portuguesa, promovemos uma reflexão sobre o design naquele que, por iniciativa do Secretário de Estado da Cultura, é o Ano do Design Português. Tendo em conta a nossa missão de divulgação e promoção da cultura portuguesa no exterior, entendemos ser relevante uma reflexão sobre o diálogo entre o design português e o mercado internacional, o que impõe considerar o estado atual do exercício desta disciplina em Portugal e as estratégias para a sua internacionalização.

Convidámos para o Conselho Editorial a Professora Maria Helena Souto e o Designer Fernando Brízio, bem conhecidos neste domínio do saber, a quem muito agradecemos o entusiasmo que desde início manifestaram e os seus decisivos contributos para a definição dos temas a abordar, bem como a indicação dos especialistas que participaram no projeto.

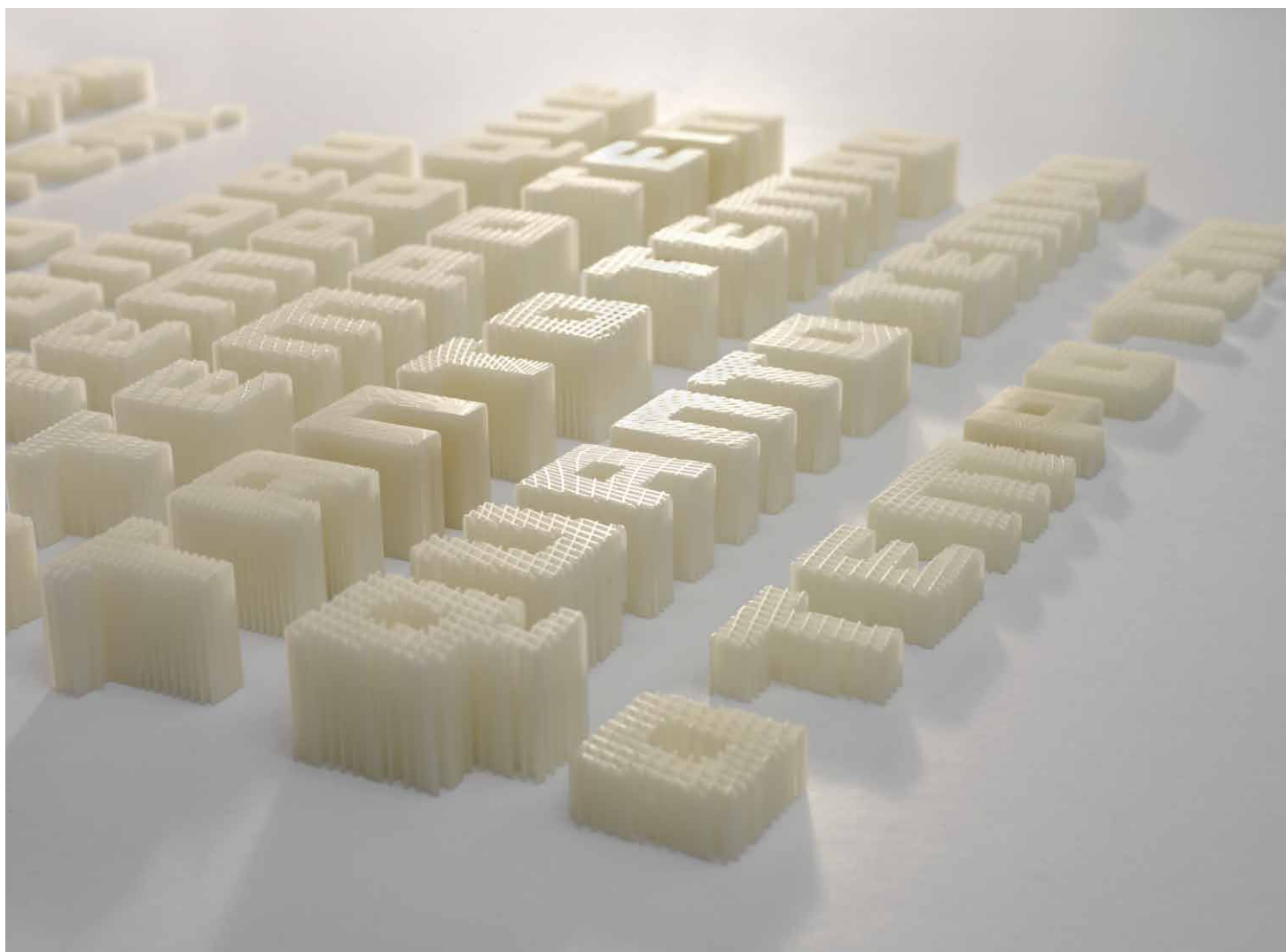
Mantivemos a estrutura definida no número anterior, com cinco ensaios que fazem um mapeamento da história do design até à contemporaneidade, seguidos de uma reflexão sobre o design na atualidade a partir de vários pontos de vista, enunciados nas Vozes Críticas; por fim, os três testemunhos de designers, académicos e curadores estrangeiros dão-nos a conhecer perceções e olhares sobre o design português a partir da Alemanha, do Brasil e de França.

Pela própria estrutura deste número e também pelos títulos escolhidos pelos autores, reconhecemos a irreverência de uma disciplina que está a fazer o seu caminho e também a sua história. Os dois ensaios de abertura mostram bem esse estado de reflexão e construção identitária, escolhendo o primeiro como tema o design antes do design e, deste modo, fazendo notar que o desenho dos objetos sempre esteve diante dos nossos olhos, servindo de exemplo o canhão manuelino, e o segundo interrogando o diálogo com as escolas estéticas e os vários ciclos políticos, mas também económicos, que determinaram a evolução desta disciplina.

Ao longo deste número é, assim, visível a preocupação em procurar compreender uma designação que invade o nosso quotidiano e parece trazer um acréscimo de valor que tende a vulgarizar o termo. Se esse movimento é comum, trata-se aqui de analisar essa dimensão em Portugal e ver como se constrói (e ensina) a sua dimensão artística.

O que entendemos por cultura está em profunda mudança, e o mesmo ocorre com as artes que ganham novos domínios. Evocamos a questão das artes mecanicamente reproduzidas que foram pedra de toque do pensamento crítico de Theodor Adorno, mas é hoje incontestável o reconhecimento do cinema como sétima arte, a que se juntam a fotografia e aquilo que denominamos, genericamente, por artes visuais. O design é uma nova arte que, como outras do mundo contemporâneo, possui uma dimensão instrumental, o que parece opor-se à arte enquanto objeto essencialmente estético. Este caminho em reflexão está também presente na própria designação – design – que alguns dos especialistas mantêm em itálico, dando conta, afinal, das interrogações ainda em curso.

Questões ainda em aberto mas que não dispensam o design das formas culturais portuguesas que pretendemos dar a conhecer no exterior. Esperamos que este número da revista *Camões* contribua para o debate e para divulgar a qualidade do trabalho que se realizou em Portugal no passado, que se realiza no presente e que irá realizar-se no futuro.



O tempo perguntou ao tempo, 2011, R2 – Lizá Defossez Ramalho & Artur Rebelo. © Filipe Braga

Territórios do design em Portugal

MARIA HELENA SOUTO E
FERNANDO BRÍZIO

De que falamos, quando falamos em design? Este é um dos pontos de partida que nortearam a presente edição da revista *Camões*, inteiramente dedicada à reflexão em torno de uma disciplina cuja complexidade está patente na polivalência de territórios em que se move na atualidade, sofisticada cartografia na qual o design português se inscreve e que este número pretende dar a ver.

Na sociedade atual onde, muitas vezes, se é submerso por uma suposta ampla informação dada pela ciberglobalização e pela espuma dos dias a ela associada, parecem já não interessar as discussões metafísicas sobre o que é verdadeiro, justo ou belo. A revista *Camões* tem vindo a contradizê-lo e este número dedicado ao design em Portugal foi tecido de modo a contribuir para a superação desse *défi*ce...

Os territórios do design no nosso país têm vindo a ser revelados pela fortuna crítica gerada nos últimos anos, muito graças a uma crescente produção académica no âmbito da investigação em mestrados e doutoramentos em design, ministrados em diferentes universidades e politécnicos portugueses que, a par da crítica e curadoria de exposições, têm desenvolvido investigações que estão a criar doutrina com carácter sistemático e aprofundado sobre temas da história, teoria e crítica do design em Portugal, inclusive abertas a explorar cartografias contemporâneas da investigação, que implicam a desconstrução¹ de hierarquias, pulverizadas em interrogações sobre o lugar do design, o seu valor simbólico, sociopolítico, conceptual, narrativo e económico.

Esse mapeamento tem revelado o passado e procurado compreender a multiplicidade de abordagens que caracteriza o presente. O território do design é hoje fragmentado e diversificado, há uma expansão dos campos de atuação, fazendo com que a cartografia do presente muitas vezes não possa ser desenhada a partir das divisões disciplinares tradicionais do Design. Numa era de progresso científico e tecnológico contínuo, que provoca uma contemporaneidade invadida por comunicações e mensagens apresentadas de uma forma imaterial, esta desmaterialização requer um artefacto que, podendo ser usado na vida quotidiana, não é determinado apenas pelas propriedades físicas da matéria e/ou pela função, mas também como representação de uma cultura imaterial, com os seus valores semânticos e simbólicos.

Se atentarmos nas lições do passado, desde a criação do movimento *Deutscher Werkbund* no ano de 1907 e, depois de 1919, com a criação da Escola *Bauhaus* – que tiveram, respetivamente, nos arquitetos alemães Hermann Muthesius (1861-1927) e Walter Gropius (1883-1969) os principais fundadores –, que o design atraiu algumas das mentes mais brilhantes das vanguardas do início do século XX, com a promessa de uma missão para as artes que respondiam às dificuldades do quotidiano. Incorporando o legado do *Arts and Crafts* britânico e as ideias do seu fundador, William Morris (1834-1896), em defesa da superação da clivagem entre as artes, Gropius escreveu no *Bauhaus Manifesto* (abril, 1919): “Vamos criar uma nova guilda de artesãos, sem as distinções de classe que levantam uma barreira arrogante entre o artesão e o artista.”²

Os modelos de síntese das formas artísticas podem variar, mas o denominador comum é o desejo de reunião das disciplinas artísticas como sistema estético de superação da rutura entre a arte e a vida. O conceito de *arte total* atravessou os ideais românticos do século XIX e passou para o século XX, com a certeza de que a arte é um pilar da sociedade, tanto moral, como espiritualmente.

O *Bauhaus Manifesto*, lido no seu contexto, ecoa com as esperanças utópicas do período entre as Guerras Mundiais, mas é sabido como, desde W. Morris, os principais intervenientes na construção da disciplina se debateram entre a vontade de obter através do design a qualidade projetual dos produtos para uso quotidiano e esses produtos terminarem por se constituir num fenómeno de elite. Superar esta clivagem foi o *Graal* das gerações do Pós-Segunda Guerra Mundial.

Em Portugal, com a assinatura do pacto fundador da OECE em 1948, o país integrou-se nas estruturas de cooperação previstas no Plano Marshall³, e essa participação conduziu à necessidade de um planeamento económico que originou a elaboração dos “Planos de Fomento” do Estado Novo. A 4 de janeiro de 1960, na vigência do *II Plano de Fomento* (1959-1964), Portugal entrou na EFTA (*European Free Trade Association* – Associação Europeia de Comércio Livre) como um dos países fundadores desta organização e, neste contexto de uma estreita abertura, uma geração de jovens criadores portugueses acreditou que a intercessão de um metaprojeto de design na indústria portuguesa podia contribuir para a mudança de regime político em Portugal, conduzindo à afirmação do design em Portugal enquanto disciplina de direito próprio, nos anos 50-60 de Novecentos.

A abrir a revista, regista-se a voz de dois intervenientes nessa mudança: a designer Cristina Reis, para quem o design de palco em Portugal tem uma dívida incomensurável, como também a tem para com Eduardo Afonso Dias que, neste entrelaçar de testemunhos entre gerações, tem produzido e ensinado a pensar o design com a qualidade projetual que se ambiciona. A generosidade dos nossos interlocutores, ao concederem-nos esta entrevista, fica este número monográfico devedor.

Com eles e com a geração que imediatamente os precedeu, o design tornou-se reflexivo e autoconsciente, seguindo uma condição moderna expressa no jogo de coincidências da prática com a teoria e da teoria com a prática.

Sabendo-se que o design, pela sua natureza polivalente, exige uma reflexão atenta às relações contraditórias do seu próprio desenvolvimento e que refletem o carácter heterogéneo e plural de um tempo estruturalmente antinómico, tenso e dialético, num arco que vai “Do design antes do Design”, da autoria de João Paulo Martins e Pedro Cortesão Monteiro, em desafio cientificamente seguro, às “Promessas Expectativas e resultados experiências. Territórios do design contemporâneo em Portugal”, assinado por uma voz firmada da jovem geração de críticos portugueses, Frederico Duarte; atenta-se, através do ensaio de João Palla Martins, nos contributos de “Victor Palla, a síntese das artes e a experiência do design e da fotografia na procura duma interdisciplinaridade”; estabelece-se uma primeira aproximação à “História do design em Portugal entre 1974-2010”, da responsabilidade de Rui Afonso Santos, para, em seguida, ser

apresentada a análise de um tema complementar e aliciante na “Pequena história das exposições de design em Portugal (ca. 1990-ca. 2010)”, da autoria de José Bártolo.

Seguindo a estrutura delineada pelo número anterior, dedicado à arquitetura portuguesa, na rubrica designada por “Vozes Críticas”, Bruno Carvalho escreve sobre “A indisciplina do design”, Mário Moura sobre “A crise no design”, Inês Simões observa que “Atire a primeira pedra aquele que nunca pecou ou o elogio da moda” e Vera Sacchetti reflete sobre as “Estratégias para a relevância do design português no século XXI”. Por sua vez, a secção “Testemunhos” abre com a assinatura do designer, curador e professor Hans Maier-Aichen, que reflete sobre a “Atração periférica” e o que considera ser a “expressão de um pequeno grupo de designers extraordinários que se evidenciam em Portugal”. Segue-se-lhe “Transdisciplinaridade e o ensino do design em Portugal”, da responsabilidade do designer e professor Luiz Salomão Ribas, onde apresenta a sua experiência de pós-doutoramento em Portugal e a influência exercida na sua prática pedagógica no Brasil. A encerrar esta secção, o “Ensaio gráfico sobre design português”, da autoria do designer Sam Baron, contributo de um profissional cuja colaboração com várias empresas portuguesas é conhecida. Com estas participações exteriores, pretendeu-se escutar quem olha para nós de fora do país.

O movimento de internacionalização do design português, iniciado durante a primeira década do século XXI pela Experimentadesign, foi continuado pela crescente circulação internacional de estudantes e designers por escolas, bienais e eventos relacionados com a disciplina. Mas também pela conectividade permitida por plataformas *on-line* de divulgação de conteúdos e comercialização de produtos, que permitiu o reajuste dos modelos produtivos, como a criação de estruturas ligeiras e flexíveis de autoprodução/edição por parte dos designers. Isto, a par da crescente colaboração de designers em diversos setores da indústria portuguesa, faz com que hoje exista um crescente reconhecimento internacional do design português.

1. A propósito, ver Ellen, Lupton, J. Abbott, Miller (1996), *Design Writing Research – Writing on graphic Design*, London, Phaidon.

2. Walter Gropius, “Bauhaus Manifesto”, Erckhard Neumann ed. (1993), *Bauhaus and Bauhaus People: Personal Opinions and Recollections of Former Bauhaus Members and Their Contemporaries*, New York, Van Nostrand Reinhold (revised ed.), p. 10.

3. Sobre este assunto, ver Maria Fernanda Rollo (2007), *Portugal e a Reconstrução Económica do Pós-Guerra. O Plano Marshall e economia portuguesa dos anos 50*, Lisboa, Instituto Diplomático – Ministério dos Negócios Estrangeiros.

Entrevista

Dos caminhos do design em Portugal: à conversa com Cristina Reis e Eduardo Afonso Dias

MARIA HELENA SOUTO E
FERNANDO BRÍZIO

Estavam os coordenadores deste número da revista *Camões*, em conversa informal com a designer e cenógrafa Cristina Reis, numa das salas do Palacete Seixas, quando chegou o nosso outro convidado para esta entrevista, o designer Eduardo Afonso Dias, trazendo consigo um saco de papel, de onde tirou um embrulho que deu a Cristina Reis – uma fotografia da sua autoria, retrato da designer quando ambos trabalhavam no atelier de Daciano da Costa em Belém. Cristina Reis, emocionada, sentou-se e permaneceu em silêncio. Ficámos a olhar para a fotografia, para aquele lugar que revisitava o passado.

CR [Cristina Reis], **EAD** [Eduardo Afonso Dias],
FB [Fernando Brízio], **HS** [Helena Souto]

HS: Podemos começar por falar precisamente desse tempo?

CR: Eu tinha 16-17 anos, talvez um bocadinho mais...

EAD: Entre os 17 e os 19?

CR: Não, aos 19 fui para Inglaterra. Isto corresponde talvez aos 17, 18 anos. A minha entrada no atelier foi feita aos 16 anos, através do curso [de Design Básico] que o Daciano da Costa criou na altura no atelier em Belém, para uma dúzia de privilegiados, uma experiência pioneira que durou 2 ou 3 anos, feita com uma série de pessoas que nos acompanharam durante um longo período. Esta época correspondeu à minha entrada

para a Escola de Belas-Artes, era o que se fazia na altura – no meu caso, fiz pintura. Mas foi sobretudo aquela experiência no Curso do atelier do Daciano que foi marcante.

FB: O Curso tinha uma estrutura organizada? Qual era o papel do Daciano?

CR: Ele era o orientador...

EAD: Sim, o curso tinha uma estrutura. O Daciano era o professor residente, depois havia os “outsiders”... inúmeros personagens, uns vivos e outros que já se “passaram”.

CR: Lembro-me muito bem dos estudos e do desenho de letra, e do Roberto Araújo. Havia um entendimento na altura muito grande entre o Daciano e o Fred, Frederico George Matos Rodrigues, sobrinho do Frederico George, no desenhar e no desenvolvimento dos princípios orientadores daquela aventura...

EAD: O frade Fred.

CR: O Jorge Vieira também passava por lá, depois integrou o atelier; o Lagoa Henriques saltitava por ali, o [Fernando] Conduto também aparecia.

HS: O Eduardo também participou nessa aventura?

EAD: Nessa altura já trabalhava no atelier. Por isso participei indiretamente, via o que se passava, envolvia-me em algumas discussões. Lembro-me vagamente de uma discussão com o José Laranjo... Isto já foi há... 50 anos...

CR: Foi em 1960, 61...

HS: Em 1959, é quando o Daciano da Costa sai do atelier de Frederico George e vai criar o dele em Belém?

EAD: Sim, 59-60.

HS: Na altura, faz as primeiras linhas para a Metalúrgica da Longra: a Cortez e a Prestígio.

EAD: Sim! A *Prestígio* foi a primeira, em 62.

CR: O atelier tinha aquela zona muito grande, onde estavam as bancadas todas. Nesta fotografia, os estiradores já estão cá em baixo; durante o Curso, estavam lá em cima. Cheguei a trabalhar lá em cima contigo, com o José Brandão e com o José Santa-Bárbara.

EAD: Havia também o João Ruella Ramos, que passava por lá de vez em quando, sempre a viajar... sempre a saltitar de um lado para outro.

HS: E o António Sena da Silva?

EAD: Aaah! O Sena... esse aparecia pouco.

CR: Na minha vida, o Sena só aparece muito mais tarde.

EAD: O Curso, entretanto, estiolou por várias razões. O atelier aumentou de dimensão e ganhou forma, para dar resposta à fase final da Gulbenkian, ao início do projeto da Biblioteca Nacional, ao Teatro Villaret, ao Casino Estoril e a diversos hotéis, como o hotel Alvor.

Quando estávamos a fazer o Alvor, o Grupo Mello pôs-nos em contacto com um consultor para o “bom gosto”, o Medeiros e Almeida. Uma vez, fomos com ele a Vevey, na Suíça, ver um grill que era, segundo ele, na altura o mais requintado do mundo.

CR: Na altura do projeto do hotel Alvor, já eu tinha ido para Inglaterra. Eu não fiz muita coisa no atelier. Depois do Curso, fiquei à experiência. De manhã, tinha aulas nas Belas-Artes, depois metia-me no autocarro e ia para o atelier, entrava por volta das duas e meia em Belém.

A minha primeira tarefa foi ao estirador no projeto do Teatro Villaret. Um tempo magnífico. Trabalhámos com pessoas muito particulares, como o Raul Solnado e os irmãos [Hernâni e Rui] Martins, que eram os donos.

EAD: E o mestre Veríssimo...

HS: Quem era o mestre Veríssimo?

EAD: Era um carpinteiro de cena, que fez toda a parte de madeiras do foyer e da sala, mais o palco e a teia – era um especialista...

HS: Isso criou-lhe o “bichinho” do teatro?

CR: Apesar de ter sido uma experiência extraordinária, não creio que tenha sido isso, penso que é uma coincidência. Lembro-me perfeitamente, instalámo-nos durante um mês e meio no Teatro Villaret, de manhã à noite! Com ensaios, desenhos de cenários, de adereços, de joias e o contacto com os atores.

Eu era muito aplicada, desenhava as coisas muito bem, lembro-me de ter feito um



Fotografia de Cristina Reis © Eduardo Afonso Dias

desenho primoroso, que gostava de reencontrar. Lembras-te, Eduardo, daquele teto em peças de gesso? Fiz o desenho daquilo tudo muito bem feitinho, foi uma coroa de glória! Desenhei também com o Daciano os camarins..., fiz os cortes, as plantas. À noite, quando acabava o dia de trabalho, sentávamo-nos na plateia e víamos os ensaios: a Isabel Ruth na sua juventude... com o Solnado, o Ribeirinho, música, orquestra, os irmãos Martins com a sua família! Uma coisa familiar, simpática e, ao mesmo tempo, muito do teatro daquela altura. Eu não conhecia nada daquilo. A experiência foi notável! Mas acabou e, depois, foi tudo muito triste para o *atelier*...

EAD: Tu estiveste no *atelier* no início; quando aquilo ganhou uma velocidade de cruzeiro, era um “lugar geométrico”, de gente variada. O ambiente era profícuo, não nos limitávamos a fazer projeto, discutíamos e punhamos tudo em causa.

CR: Acabei o curso de Pintura por volta de 1964, tive um “fartume” muito grande daquelas coisas, apeteciam-me outras. Tive uma Bolsa da Gulbenkian e fui para Inglaterra para fazer cinema, área que contém muita coisa e por isso é muito atrativa. Em Inglaterra, perdi o entusiasmo quando contactei algumas escolas para ser admitida. Foi duríssimo; o lugar reservado para as mulheres na indústria era *script girl* – era dito claramente assim. Perante aquilo, fiquei um bocado atrapalhada mas, como havia um lastro muito grande de gente que tinha ido para Inglaterra, resolvi ficar. A primeira pessoa a ir tinha sido a Elsa, a filha do Frederico George. Foi para uma pequena escola em Beckenham, que deu origem à escola de Bromley, que deu origem a uma outra escola, onde mais tarde fomos parar todos: a Alda Rosa, eu, o José Brandão, o João Segurado, o José Pinto Nogueira, o Jorge Pacheco e mais uma série de gente. E ali vivemos alegremente aqueles 3 ou 4 anos. Foi uma coisa muito especial. Muitos de nós éramos mais velhos do que os restantes alunos, tínhamos cursos feitos em Portugal. O primeiro ano era comum a todas as áreas do design, depois os alunos escolhiam áreas específicas. Eu escolhi design gráfico. Acabei por saltar o primeiro ano porque apresentei um *portfolio* com

*A construção da 1ª
Exposição de Design
foi um período muito
entusiasmante,
não havia muitas
condicionantes, foi
feita com um enorme
fôlego pelas pessoas
que estavam a
trabalhar*

os trabalhos feitos no curso e no *atelier* do Daciano. Esse *portfolio* desapareceu, era a minha documentação de todo o trabalho feito no curso e no *atelier*. Tenho procurado por todo o lado, não consigo encontrar. Esse período em Bromley foi igualmente interessante porque nessa altura se criou um grupo interventivo, a “Liga do Ensino e da Cultura Portuguesa”, para apoiar a integração da emigração portuguesa em Londres. Era uma alternativa à Casa de Portugal; com alguma frequência, organizávamos encontros, publicávamos um jornal, etc. Eu estava em Londres à procura de trabalho, era um período difícil para arranjar emprego. A Alda [Rosa], que entretanto tinha voltado para Portugal, disse-me que o Instituto Nacional de Investigação Industrial (INII) estava a organizar uma Exposição de Design Português [1971] e perguntou-me se eu não queria trabalhar uns meses nesse projeto. Deixei tudo e vim para trabalhar por uns meses. Depois, esses meses transformaram-se no resto da vida. Nessa altura, sim, é que eu encontrei um companheiro de caminho absolutamente fulgurante e extraordinariamente entusiasmante, o António Sena da Silva. O Sena apareceu e, com o consentimento da Maria Helena Matos, do Núcleo de De-

sign do INII, que estava à frente do projeto, tomou conta até do “espírito da coisa”.

A construção da 1.ª Exposição de Design foi um período muito entusiasmante, não havia muitas condicionantes, foi feita com um enorme fôlego pelas pessoas que estavam a trabalhar.

A exposição do INII no Porto, no Palácio da Bolsa, tinha uma introdução feita sobretudo pelo António, que era porventura uma das partes mais interessantes da mostra. Tinha peças que as pessoas manuseavam todos os dias, como um ferro de engomar feito em ferro onde se punham brasas; um fogareiro de petróleo...

EAD: Alfinetes de dama. Eu tirei-lhe uma fotografia em Paços de Ferreira. Ele estava sentado numa mesa dele e, por trás, estava um cartaz com a ampliação de dois alfinetes de dama. É o António preocupado com a essência da forma.

CR: Na fase final da preparação dessa exposição, encontrava-me todos os dias com o António Sena da Silva no *Furo*, em Santo Amaro, às 07:30h da manhã, onde ele tomava o pequeno-almoço. Discutíamos, falávamos, falávamos... Depois, ele tinha que ir à AUTO-SIL, e eu ia para o INII trabalhar. Tornávamos a encontrar-nos à noite para passear, conversar, discutir e ainda fazer fotografia (como ir, por exemplo, ao Parque Mayer). Eu tenho uma fotografia tirada numa dessas noites (eu já não sei se foi por ele, se foi por mim), a uma frase que estava numa barraca de tiro, maravilhosa, que dizia: “Os chatos não são propriamente chatos, são endevidos que permaneçam no mesmo local onde o seu interesse já acabou.”

Durante a preparação da exposição, lembro-me perfeitamente de estar no *atelier* do Sena a ajudar o António Dacosta a escrever um artigo de lançamento, com aquela palavra extraordinária [– Design –], que ele não sabia o que era e que tivemos de explicar inúmeras vezes.

Lembro-me de falar com o Daciano muitas vezes sobre a tradução: o design, o desenho, o projeto, depois ficava sempre design. Quando voltei de Londres, trabalhei na exposição. Depois comecei a fazer coisas soltas, *freelance*. Mais tarde, o António desafiou-me e fizemos em conjunto uma cooperativa, a DEZ.



Fotografia de Eduardo Afonso Dias. © António Homem Cardoso

HS: E a Cooperativas Praxis?

CR: A *Praxis* é outra coisa. Na *Praxis*, estava o Tomás de Figueiredo.

EAD: A fundação da *Praxis* foi feita comigo, mas depois houve vários desentendimentos e saí. Só fiquei ligado à *Praxis* através da Federação das Cooperativas de Produção, que também foi um *flop*.

HS: Tendo conhecido esse envolvimento em questões políticas, e usado o design também como instrumento para intervir na sociedade... como interpretam o discurso do design na atualidade?

FB: Defendem a mesma ideia que defendiam? Design como verbo? Design como a capacidade humana de conceber coisas e operar mudanças importantes? E não uma ideia centrada num determinado tipo de produção e circulação de objetos que leva algumas pessoas a dizer que existem objetos de design?

EAD: O problema do design é o problema de uma jovem disciplina, num mundo de uma globalização faminta, que come tudo. Não tem havido espaço para uma verdadeira reflexão sobre o papel que o design pode ter na vida atual. Há de facto tentativas... há congressos, etc., mas o problema continua bem vivo. É que a globalização – esta estupidez de desenvolvimento desenfreado que, por vezes, não é desenvolvimento, é o contrário – não dá espaço para parar e refletir. Hoje em dia, praticamente deixei de sair e de ter aquele convívio semanal com o exterior pelas mais variadas situações – desde situações comerciais até desenvolvimentos técnicos ou a situações de reflexão sobre o design da altura – que vivi entre os anos de 1985 e 2000.

Agora, afastado, dá para refletir e ler muita coisa... Do meu ponto de vista, não há uma reflexão profunda sobre o papel do design. E então, aqui em Portugal, é gritante! É um crime ter os cursos abertos para formar gente para o desemprego.

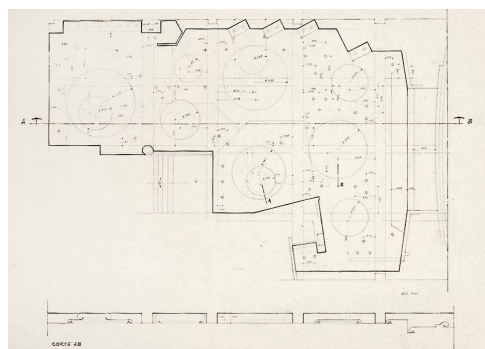
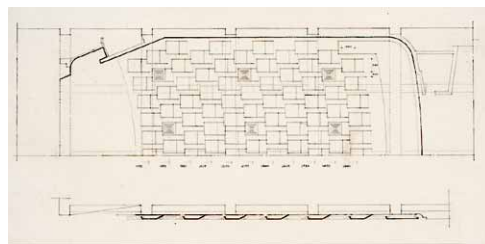
CR: É verdadeiramente uma falta de articulação das coisas. Se se pensar que o design é uma questão de resolver problemas e de responder adequadamente, *it's problem solving*. E, no entanto, há aqui uma coisa – tenho mesmo uma certa aversão! –, Design [entendido somente como “estilo” ou “valor”

de mercado], não tenho nada a ver com isso! Fiquei muito surpreendida quando [recebi] aquele prémio de design [Prémio Nacional de Design/Carreira, atribuído pelo Centro Português de Design em 2000]. Digo isto genuinamente (não é nenhuma flor de estilo), é que [design] também pode ser os cenários e os figurinos para teatro e as várias coisas, porque não? Eu achei engraçado, e acho, são daquelas coisas que acontecem também na nossa terra e que às vezes não acontecem noutros sítios, porque há grandes, grandes paredes a isolar zonas, áreas e coisas fechadas, por mais estranho que isso possa parecer.

Porque misturar isto tudo, só também nesta terra... Eu acho engraçado, ... e não é uma questão do prémio, porque o teatro é até normalmente uma coisa pobre, não é?... É um parente pobre...

HS: Não consideram que as gerações mais jovens já adquiriram um conhecimento mais esclarecido sobre o design e a sua importância como disciplina de projeto?

CR: Sim, mas também se baralham muitas outras coisas. Porque [há] a confusão em que se vive e a aflição em que se vive e a falta, no fundo, de lugar para existir de uma forma que não é a monstruosidade dos mercados. Faz-me uma certa confusão a associação do design, de que nós estamos



Teto do Teatro Villaret, Daciano da Costa.
Cortesia de Eduardo Afonso Dias

aqui a tratar, a uma coisa que não tem mais do que servir o mercado.

Lembro-me de ter ido com a Maria Helena Matos uma vez, ainda eu estava no INII, a um congresso em Ibiza; lembro-me de se debater e se discutir uma coisa sobre a qual eu sinto uma grande angústia: se há coisas tão bem feitas e tão boas e que cumprem tão bem esta função, para que é que é preciso fazer mais? Ou melhor, pode ser aperfeiçoada, mas depois tem que se inventar um [modelo] que funcione um bocadinho pior, para se comprar mais! E [eram] estas barafundas que, já na altura, se discutiam muito...

É uma angústia ver a desadequação de coisas essenciais, que continuam a ser as mesmas e que estão cada vez mais camufladas por questões que são falsas e que, por outro lado, são já são tão reais ou tão presentes que se transformam elas próprias na “coisa”. Eu sou do tempo em que julgava que muita gente junta podia mudar o mundo e hoje tenho alguma dificuldade em admitir que isso seja possível. Não desisti de pensar isso...

EAD: Já agora... Queria aqui introduzir um lembrete: é curioso verificar [para] alguns dos designers ainda sobreviventes, destes mais velhos, a importância que teve a fotografia.

Porque a fotografia anda próxima, ou o design anda associado à fotografia, e a fotografia ao design, por preocupações projetuais, estéticas, e até éticas!...

Foi a fotografia que me aproximou do design. Eu conheci o Daciano através de um trabalho de levantamento fotográfico das várias técnicas da gravura, um trabalho que ele tinha encomendado ao Jorge Martins. Eu tinha um *atelier* com o Jorge Martins ali na Junqueira, e ele, um dia, chegou lá e disse: “Tenho aqui um trabalho... Tu é que podias tirar as fotografias.” E foi assim... O Daciano, que tinha um olho clínico, disse: “Vais trabalhar para o Frederico.” Fui trabalhar para o Frederico George, e foi [no seu *atelier*] que, pela primeira vez, ouvi a palavra design. Foi lá, foi lá. Exaltante! A fotografia teve esse condão... o próprio Sena, a ligação... E aí tem a ver também com o meu irmão, o Carlos; tem a ver com o Gérard Castello-Lopes, este grupo; tem a ver com o Luís de Sttau Monteiro, o Zé Cutileiro.

É claro que numa sociedade que está a retroceder, o design não é essencial. Embora seja muito importante no que respeita à maior produção, as unidades de produção de bens transacionáveis, na gestão do território, há um papel que os designers devem ter, mas não têm

FB: Concordo com o Eduardo em que a fotografia pode contribuir, entre outras coisas, para as pessoas descobrirem áreas de interesse. Mas a capacidade atual de manipulação de imagem contribui muito, como disse a Cristina, para uma certa falsidade. Por exemplo: antes, alguns defeitos inerentes ao processo cerâmico eram visíveis nas fotografias; hoje, as peças de cerâmica não têm defeitos. Hoje, deparamo-nos frequentemente com fotografias de edifício e objetos que mascaram a verdade.

CR: Pois, mas isso é o fascínio pela própria imagem e não pelo conteúdo da imagem, e a relação certa é o equilíbrio entre essas duas coisas. Por exemplo, a fotografia de teatro: um fotógrafo que se entusiasma, que é entusiasmado pela fotografia, não faz necessariamente bem uma fotografia daquele espetáculo, porque não o está a ver! Está a ver, sim, aquilo que vai fotografar e que vai dar uma coisa espetacular!

EAD: Há que combater esse “fazer-se passar por” ou ultrapassar, ou alterar, ou adulterar a função para a qual é chamado: seja um designer, seja um médico, seja um fotógrafo. Agora, este aspeto que tem a ver com a fotografia, eu posso ser suspeito, porque... queria ser fotógrafo e não consegui. Dei designer...

CR: E, eu, sabes onde é que ainda talvez porventura “re-acabo”? É na pintura.

EAD: Isso é mais do que natural, apressa-te, porque é preciso coisas boas.

CR: Lembro-me muitas vezes, por causa da pintura, da Maria Beatriz (gravadora e pintora) que vive na Holanda há muitos anos. Era do tempo do Curso. Vínhamos as duas da Escola e passou o Daciano: “Isto não serve de nada, o que importa é o útil!” Ficámos a chorar por causa de um insulto à pintura... Ora, eu lembro-me de estar, precisamente na altura do Teatro Villaret, [a observá-lo]: pintava e desenhava maravilhosamente. *[HS: Mas há guerras que têm que se travar em determinadas alturas... Era também o tempo histórico.]* Sim, e estava ali um conjunto de juventude pronta e era também de oposição ao que havia na altura: estávamos todos na Escola de Belas-Artes e o ensino era uma coisa desastrosa!

HS: Para vocês, foram tempos heroicos... Mas, voltando à questão das gerações mais jovens, como a do Fernando. Penso que têm uma visão interessante sobre o papel que ao design cabe nestes tempos de crise. Nada desculpa mais esta crise do capitalismo mas, simultaneamente, obrigou a repensar certas coisas que estavam anquilosadas...

EAD: Não sei... Eu, aí, sou muito cético. E falo contra mim, que estive 16 anos a ensinar. A ensinar o quê? A tentar, mas não conseguindo maioritariamente dar ferramentas do pensamento para a execução de uma cultura do fazer do design (com uma intervenção cada vez mais violenta na sociedade). Contam-se pelos dedos, e um deles é o Brízio. Não é a questão de serem conhecidos. É a própria capacidade de intervenção, fazendo coisas concretas. Há um grupo, mas é restrito, o resto é “carne de canhão”. Porque há muitas saídas para esta disciplina, *lato sensu*...

É claro que, numa sociedade que está a retroceder, o design não é essencial. Embora seja muito importante no que respeita à maior produção, às unidades de produção de bens transacionáveis, na gestão do território, há um papel que os designers devem ter, mas não têm.

FB: Quando estudei Design de Equipamento, sentia um deserto, não havia referências sobre a história e o contexto portugueses. A Helena [e mais uns quantos...] estão a começar a mostrar isso. A noção de grupo profissional ou a obtenção de alguma visibilidade no contexto social, cultural e económico são relativamente recentes. Os primeiros cursos de Design surgiram em Portugal há apenas 40 anos.

HS: Estas considerações conduzem-me a uma pergunta: O que se passa com a Associação Portuguesa de Designers?

EAD: A Associação não existe, não existe... A APD caiu, como o Centro Português de Design também. O Centro, mal ou bem, existia e mexia, era alguma coisa. Mesmo o próprio interesse dos governantes, quer dizer, esta coisa do design... Se tratam o teatro e o cinema como eles tratam, se não há iniciativas no sentido de promover o cinema português, o design vai para baixo do tapete.

FB: Quando alguns políticos e meios de comunicação falam de certos êxitos do design em Portugal, falam de uma ideia de design que não vos interessa.

CR: É isso! É uma apropriação errada da palavra, para servir umas coisas que “abrem umas portas” no momento. Está muito pouco ligado ao pensamento humano, às situações, às análises, à verdadeira resolução dos problemas que existem e não inventar supostos problemas para obter maior número de vendas.

Se se quiser pensar dois segundos, não há assuntos que bastem, problemas, questões para resolver? É disso que se trata! Mas é a imagem, a imagem! Abomino! A imagem é uma palavra que eu adorava, mas de que já quase não posso nem ouvir falar devido ao seu mau emprego.

FB: Esta profissão pode ser exercida de muitos modos e ter múltiplos enqua-

dramentos, há posicionamentos éticos, estéticos, económicos sobre a realidade muito diversos.

EAD: Um dos meus alunos, o João Ferro, está em Timor. Ele tem uma formação e uma maneira de pensar o design que, colocado num país em ascensão como aquele, tem tido intervenções fabulosas! Porque tem uma visão global dos problemas. A formação do designer é a capacidade de poder cruzar várias intervenções e vários saberes – e, depois, saber fazer, saber interpretar, coser essas coisas todas, mas com coerência.

CR: E não ter à partida uma solução! Porque é nitidamente e constantemente que uma pessoa parte para uma coisa, sabendo que tem que fazer aquilo e o que isso pressupõe de perverso e de errado. É porque o próprio manusear de determinadas realidades produz coisas que, eventualmente, até nem estavam contidas no enunciado do problema e que a gente não reconhecia. Portanto, é a capacidade de poder juntar, pensar e atuar, porque não fica tudo, depois, na nuvem... na cloud.

EAD: Em relação a esta atuação do João Ferro, ele já está em Timor há 14 anos. Uma das atividades em que ele se envolveu foi na criação de condições para a existência de escolas no interior. Em vez de projetar, porque é um homem de grande invenção, métodos construtivos mesmo [que] muito adaptados à pobreza do país, foi [fazer] o levantamento dos sítios cobertos (das palhotas e das casas primitivas – que tinham o saber de muitos anos a combater o calor e o frio) e desenvolveu um programa de escolas que eram umas palhotas, uma coisa muito simples. A Ana Laura Rodrigues, que está em Delft a dar aulas, não sei se está a desenvolver aquilo que começou por ser a tese dela – uma gama de instrumentos cirúrgicos para países do Terceiro Mundo –, reflete uma atitude muito interessante. Existe gente a remar contra a maré, mas é pouca... Na altura em que eu comecei a trabalhar duramente, depois da aprendizagem – porque no fundo, com o Daciano e com o [arquiteto] Francisco Conceição Silva, foram aprendizagens no concreto –, aqueles 9 anos com o Daciano foram fundamentais. Exaltantes, foi o berço! Para mim, foi! Depois, com o Conceição era mais a quan-

tidade de desafios ao mesmo tempo, o criar uma máquina daquele tamanho. Mas depois disso é que tive essa prática de pensar nas coisas, fazê-las, vendê-las e vê-las a ser consumidas por muita gente. Sempre quis ganhar a vida o mais honestamente possível e sobretudo acreditar naquilo em que ainda acredito, embora com nuances: que o design é um modo de vida. É um modo de vida! *[HS: E pode contribuir para um país melhor!]* Ah! Sim, sim... é decisivo, é decisivo! As preocupações, pelo menos aquelas que eu tentei transmitir e que eu penso que são fundamentais no fazer do design, o estar a produzir ideias, materializá-las e depois a arte de as fazer chegar junto dos clientes. Há problemas de observação dos mercados, foi isso que eu fiz durante aqueles anos todos, andava por todo o mundo... A ver...

HS: O que é curioso é pensar que, nos anos 1960 e 1970 – talvez também por ser uma atitude de resistência ao regime –, existiram condições oferecidas por alguns industriais, como o Fernando Seixas, figuras que fazem muita falta hoje em dia...

EAD: É a qualidade, a qualidade dos vários atores.

CR: É a qualidade deles próprios! O Seixas não era um industrial-tipo, era um senhor que se interessava por coisas, que gostava dos pintores, que ia para a Brasileira discutir coisas naquele tempo da Brasileira. O tempo daquelas brilhantes tertúlias. *[HS: Era um homem de cultura...]*

EAD: Sim, mas foi decisivo o contacto com o Daciano, foi decisivo! Com um designer! E ele, o Daciano, interpretou os anseios do Seixas. Houve ali um casamento feliz, uma oportunidade de lançar aquilo que ele lançou. Aquilo foi uma curva de vendas...

CR: Sem dúvida! E serviu, naquela altura, daquela maneira, até à imagem do Seixas... Aquele era o industrial de elite! E durante muito tempo quase nada mais existiu...

EAD: O Ernesto Cordeiro e Cunha, eu encontrei-o mais tarde e fiz vários negócios. Também a loiça esmaltada... Isso era a Metalúrgica Duarte Ferreira. E esses industriais sentiam-se honrados, porque também eram pioneiros. Não era luxo, frivolidade, não tem nada a ver com isso, tem a ver com

dignidade, dignificava. A experiência no Conceição: só uma vez na vida! Aqueles 3 anos, 4 anos, com aqueles projetos todos! Com aquela loucura criativa... O Herberto Helder trabalhava connosco!

FB: O que é que ele fazia?

EAD: Era guionista. Porque nós tínhamos a Nova Era – edições; o jornal *Volante*; tínhamos dois programas de rádio: um era o *Em Órbita*, à noite, com textos do Tomás Taveira e música contemporânea.

HS: E há pouco, quando falava de fotografia e de cinema... Aqueles cineclubes extraordinários... A produtora Unifilme em que estive com José Fonseca e Costa e para a qual o Eduardo fez o logótipo?

EAD: Outro colaborador, mas era eventual... Claro, e o Herberto também, aliás as frases que estão na fachada da loja de discos de Cascais são dele! Outro que lá aparecia e que às vezes tinha umas encomendas para uns escritos era nem mais nem menos do que o Orlando da Costa, pai de António Costa.

CR: No INII, eu tinha como colega a Maria Velho da Costa. E a Isabel Barreno estava noutra zona, da indústria! O [engenheiro José de Melo] Torres Campos [2.º diretor do INII] chamou-me uma vez para ver se entrava para os Quadros do INII. Chamou-me à sede, na Rua Garcia de Orta – “Não tente mais! Não vale a pena!” –, e depois mostrou-me um papel que eu hoje tenho guardado, que era a carta da PIDE a dizer que eu não podia porque não era aconselhável...

FB: E aquela Liga... [Liga do Ensino e da Cultura Portuguesa] tinha publicações, jornais?

CR: Tinha, tinha. Fazíamos um jornal de 15 em 15 dias, fazíamos um jornal copiografado por nós (os das artes gráficas) na Escola e que era enviado aos sócios da Liga. E fazíamos, todos os meses, um encontro com um tema, com um assunto para tratar, com comida... Alugávamos uma casa grande...

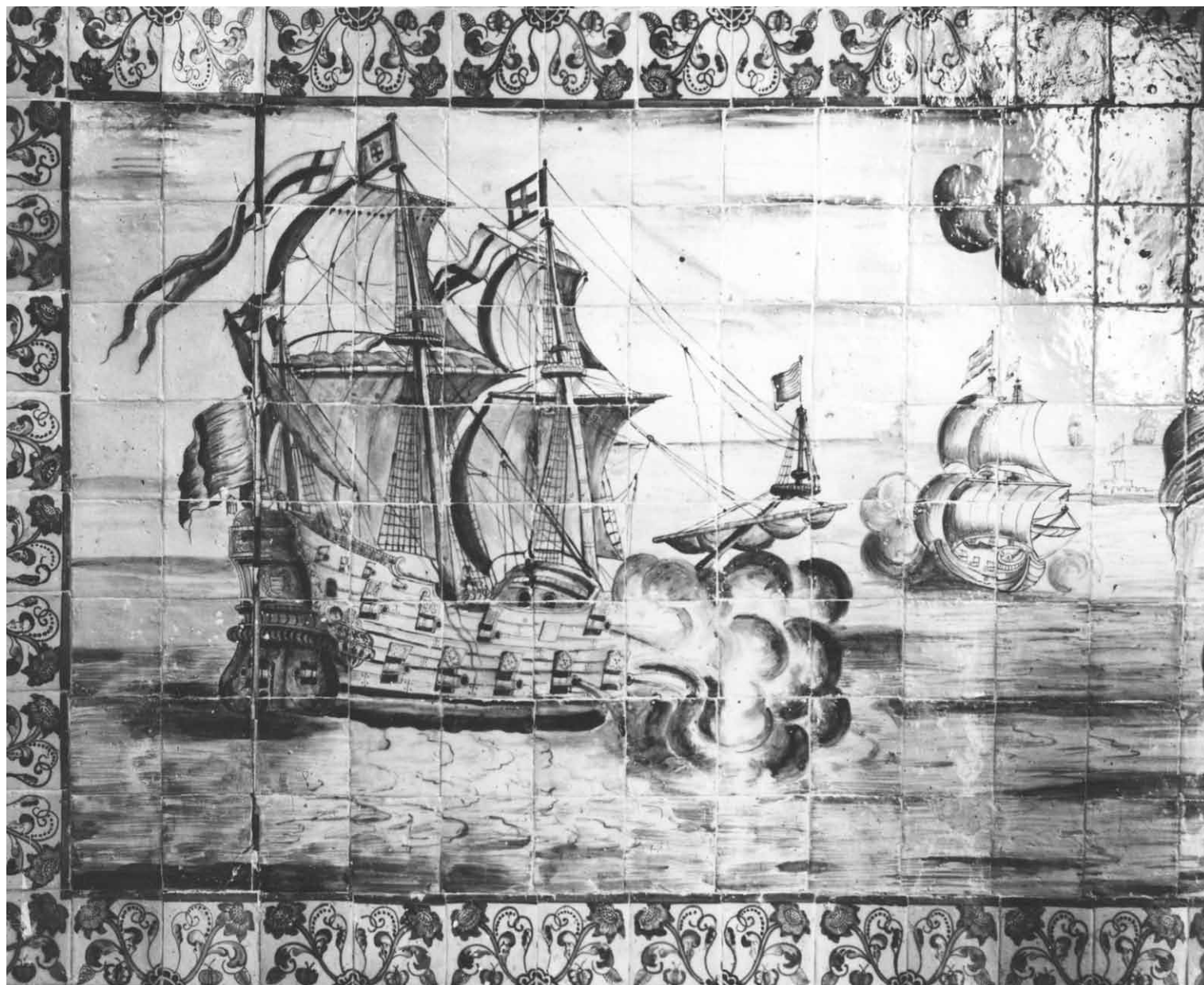
FB: Quem terá um jornal desses?

CR: O José Brandão pode ter, o João Segurado pode ter...

EnsaioS

Do design antes do Design

JOÃO PAULO MARTINS E PEDRO CORTESÃO MONTEIRO



Painel de azulejos (século XVIII) com batalha naval, Palácio dos Condes da Calheta, Lisboa. Fotografia (c. 1960-1970) de João Miguel dos Santos Simões. © Biblioteca de Arte – Fundação Calouste Gulbenkian

Todas as artes, tanto de espírito como de mão, tem a sua origem commum na faculdade da invenção; e tal he o seu poder, que tem feito mudar a face da terra. Sem ellas a especie humana, ou teria sido aniquillada, ou andaria dispersa pelos bosques, lutando

com as feras para adquirir hum alimento ingrato; com ellas temos conseguido a nossa segurança, e todas as commodidades e prazeres, de que gozamos, domado os elementos, e estabelecido aquelle imperio, que Deos permite ao homem exercitar sobre as outras creaturas.

Ainda que a faculdade da invenção existe no entendimento humano, que he commum a todos os homens, precisa de estímulos para se desenvolver, e não frutifica sem cultura.

JOSÉ ACCURSIO DAS NEVES (1766-1834), 1814

Quase tudo aqui em Portugal tem funcionado em matéria de design em regime de autodidactismo; o artesão conhecedor empírico da matéria-prima que manipula é, de quando em quando, abordado pelo artista que lhe transmite os seus projectos de execução de esporádica peça, a realizar através de linguagem a que aquele não está habituado; o artesão, por sua vez, inicia o artista numa mais ou menos sábia tecnologia, criando-se assim um dialecto do qual poderão por vezes surgir peças de real valor. Não tem sido também fácil o entendimento entre os artistas e industriais. De facto, só agora estes começam a sair do seu imobilismo acicatados pela necessidade de projectar o seu produto fora das nossas fronteiras.

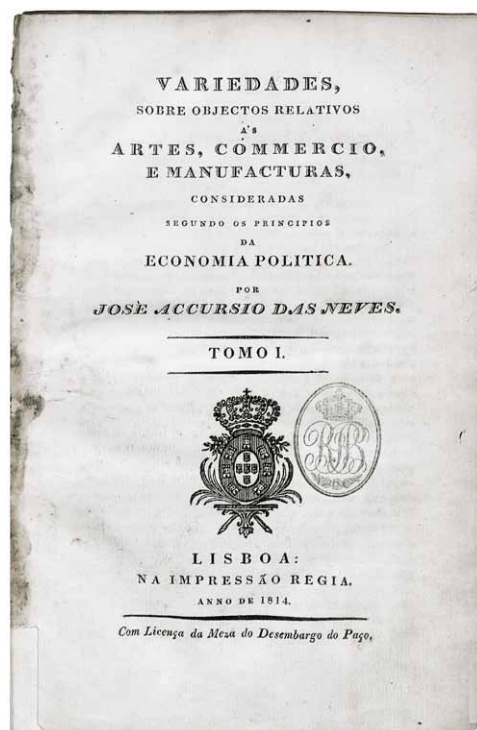
FREDERICO GEORGE (1915-1994), 1971

L Quando a expansão marítima portuguesa avançou pelo Índico, ultrapassando o Atlântico, deparou-se com a oposição da armada turca, equipada com artilharia de grande eficácia e notável qualidade técnica. Logo durante o reinado de D. João II (1477-1495), foi iniciada uma estratégia que viria a garantir a supremacia bélica dos navios portugueses. Mesmo nas pequenas caravelas seriam colocadas peças de artilharia capazes de disparar projéteis de grande calibre a partir de um nível rasante à água, e não sobre as amuradas ou nos conveses, como era então corrente. Em 1500, numa iniciativa inédita e pioneira, D. Manuel determinou que a toda marinha portuguesa fosse equipada com peças de grosso calibre, passíveis de carregamento através de câmaras amovíveis na retaguarda.

O anterior sistema, de carregamento pela boca, implicava que os artilheiros operassem fora da amurada dos navios, ficando expostos aos ataques inimigos. Com a retrocarga, pelo contrário, todas as tarefas eram realizadas sob a proteção da amurada. Para além disso, “as peças de artilharia de carregamento pela retaguarda eram equipadas com seis câmaras previamente carregadas que se podiam introduzir uma a uma, permitindo uma sequência de tiro muito maior”¹ do que aquela que se conseguia com armas correntes.

O desenvolvimento de canhões deste tipo, de eficácia incontestavelmente superior mas com uma produção muito mais exigente, tinha já sido ensaiado ao longo do século XIV, mas a sua aplicação nunca fora empreendida de um modo tão sistemático e extensivo. Para o conseguir, foi necessário adquirir a capacidade para fundir em bronze bocas-de-fogo relativamente ligeiras e aptas a disparar projéteis de grande calibre. A intermutabilidade de componentes com semelhantes exigências obrigava a uma produção em série com grande rigor, capaz de garantir a normalização formal e métrica de todas as peças.

Para alcançar esses objetivos, recorreu-se àquilo a que hoje chamaríamos “transferência de tecnologia” – a importação de especialistas do mais alto nível, tanto para os processos de produção, como para a utilização dos produtos finais. Alguns dos melhores fabricantes de artilharia e bombardeiros alemães, italianos e flamengos vieram, então, juntar-se aos seus pares portugueses. O arsenal de Lisboa tornar-se-ia num dos maiores do mundo renascentista, só comparável ao de Constantinopla.



Primeira página do livro de José Accursio das Neves, Lisboa, 1814. © Biblioteca Nacional de Portugal

2. Qual o real alcance deste objeto? Pode este episódio, pouco conhecido, constituir-se como um evento singular da história do design em Portugal? Ou a circunstância de se situar no dealbar do século XVI deve levar a excluí-lo liminarmente das cogitações da historiografia do design?

A primeira dificuldade que se põe a quem que se proponha revisitar qualquer tema de um ponto de vista histórico será a definição das balizas temporais a considerar. Se isto é verdade para qualquer área do conhecimento, sê-lo-á eventualmente mais para um texto sobre design. Efetivamente, e ao contrário do que acontece com outras disciplinas cujo surgimento está intrinsecamente ligado a uma conquista tecnológica (e.g., fotografia), com o design não é possível discernir ou determinar um ato inaugural, um momento fundador. Um entendimento lato do design que o faça equivaler à pulsão primordial do Homem para transformar o ambiente em seu favor remete as origens do design para o advento do próprio Homem. Mas, ainda que muitos autores partilhem esse entendimento, a verdade é que, por razões essencialmente operativas, as histórias do design costumam centrar-se nos últimos

Ao contrário do que acontece com outras disciplinas cujo surgimento está intrinsecamente ligado a uma conquista tecnológica (e.g., fotografia), com o design não é possível discernir ou determinar um ato inaugural, um momento fundador

três séculos da história da Humanidade, deixando de fora (e a cargo de outras disciplinas que estudam a cultura material) os milénios correspondentes à Pré-História².

Estando em causa uma reflexão sobre as origens do design português ou do design em Portugal, aquele entendimento mais lato da disciplina levar-nos-ia aos múltiplos artefactos encontrados no território que é hoje Portugal e que datam de muito antes da existência do país. Tudo isso, ainda que entendido como design, seria design muito anterior às nacionalidades (ou mesmo ao conceito de nacionalidade) e, se bem que acontecendo aqui, neste sítio que hoje se chama Portugal, faz parte da história e do património comum da Humanidade e não pode ser considerado como “design português”. Poderia, quando muito, e ignorando-se o flagrante anacronismo, ser considerado como “design em Portugal”. Assim, por notáveis que possam

ser os vestígios neolíticos, os artefactos das culturas castrenses ou os objetos legados pela presença romana, não nos parece de todo legítimo reclamá-los como antecedentes de um qualquer design português.

3 A generalidade da historiografia atém-se a uma conceção do design ligada à mudança civilizacional decorrente da transformação dos processos produtivos, situando a primeira baliza temporal na (primeira ou na segunda) Revolução Industrial e, por conseguinte, em meados do século XVIII ou do século XIX (consoante os casos). Porém, mesmo essa datação não é unânime entre os historiadores do design. O italiano Renato De Fusco (1985: 1-2), por exemplo, ainda que partindo do pressuposto de que não se pode falar de design sem falar de indústria, faz recuar aquele limite cerca de três séculos até à imprensa de caracteres móveis de Johannes Gutenberg (1398-1468)³.

A encontrar-se na história de Portugal uma ocorrência igualmente significativa, ela deverá situar-se no período em que o país teve um papel mais relevante para a história da Humanidade – um tempo marcado por muitos objetos notáveis, dos navios (da caravela aos diversos tipos de naus) aos instrumentos de navegação (como o astrolábio, o quadrante ou a balestilha), aos registos cartográficos, etc.⁴.

Pode colocar-se a possibilidade de neles se encontrarem sinais de um engenho que – num entendimento próximo do de De Fusco – poderiam ler-se como manifestações “prematuras” de um design português. Mesmo se é verdade que aquelas inovações tecnológicas, sendo parte fundamental do período mais exaltante da história portuguesa, são muitas vezes aperfeiçoamento de objetos preexistentes feitos pela mão de estrangeiros. Já outras, por insuficientemente estudadas, são de alcance difícil de determinar.

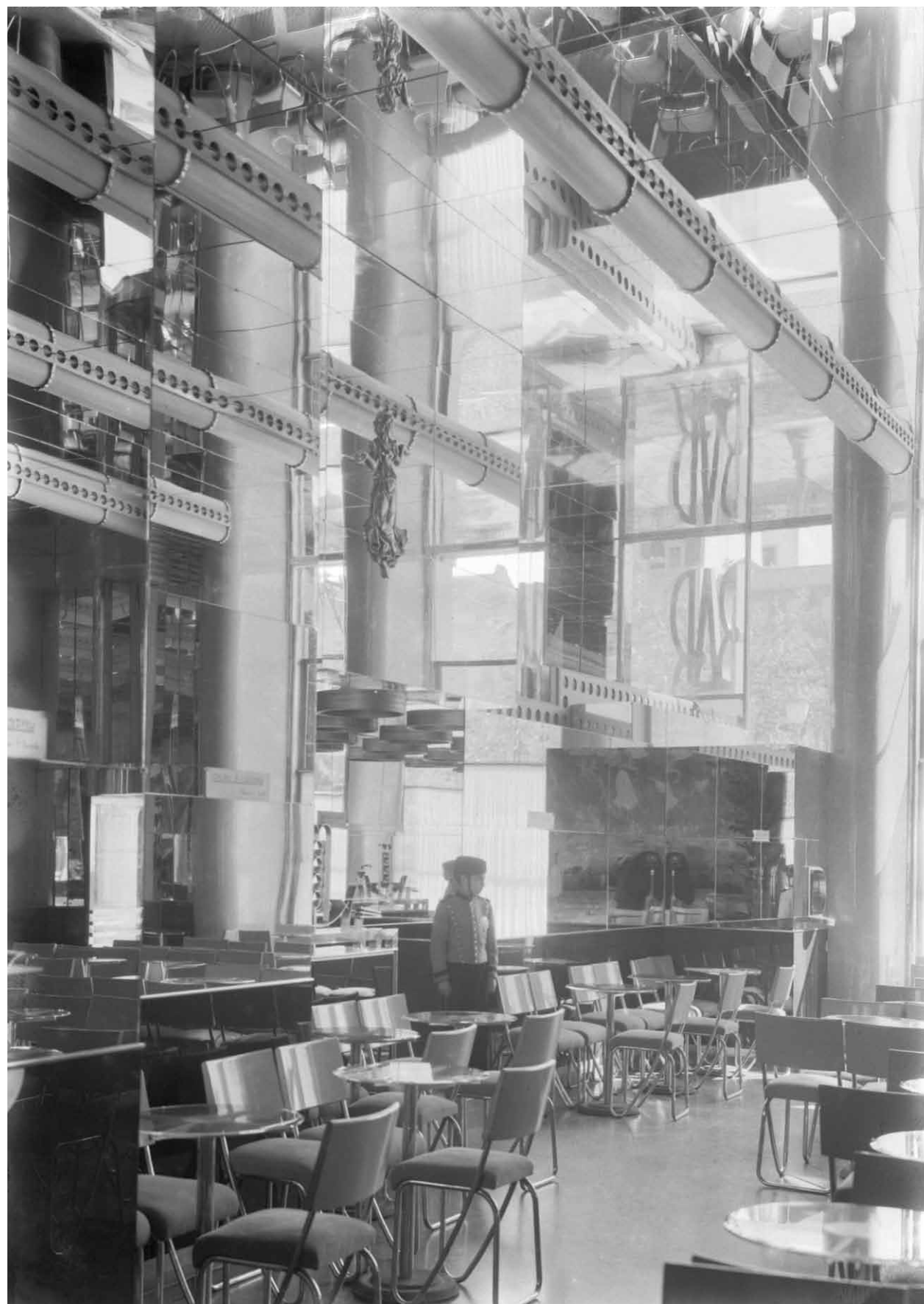
Isto leva-nos de volta ao canhão manuelino que abre este texto.

A distância que separa Portugal dos centros onde a história tem sido feita pode explicar o desconhecimento ou a menor relevância atribuída ao episódio, mas não diminuirá a sua importância quando analisado à luz de pressupostos como os que norteiam John Heskett na sua história *Industrial Design* (1980). De facto, aquela inovação – motivada, como tantas outras na história, pela demanda da supremacia bélica – antecipa processos que três séculos depois serão distintivos da segunda fase da Revolução Industrial e do *American System of Manufacture* em que assentaria a otimização da produção em série a partir do século XIX (também aí com impulsos fundamentais vindos da indústria do armamento).

ENSAIOS



Guia do Porto: 5.º Centenário do Infante D. Henrique, 1394-1894, Lisboa, Companhia Nacional Editora, 1894. © Biblioteca Nacional de Portugal



Café Cristal, Lisboa,
Projeto do arquiteto
Cassiano Branco, 1940-
1942. Fotografia do
Estúdio Mário Novais.
© Biblioteca de Arte
- Fundação Calouste
Gulbenkian

Porém, tal como o início *gutenbergiano* avançado por De Fusco terá sido um falso arranque, na medida em que transcorreram mais de trezentos anos para que a lógica da produção em série se estendesse da imprensa a outras indústrias, também em Portugal a necessidade e o conhecimento que levaram ao surgimento daqueles engenhos não se prolongariam no tempo. Pelo contrário, desvaneceram-se gradualmente com a perda do poder geoestratégico e com a expulsão de muitos dos que detinham o saber. Em pouco tempo, Portugal deixou irremediavelmente o protagonismo que teve na história da Humanidade para retomar uma posição periférica⁵ no concerto das nações (que, na maior parte dos casos, eram aquelas onde a explosão industrial viria a acontecer).

Em Portugal, o papel atribuído ao desenho como garante da qualidade estética no novo paradigma produtivo tardaria a ser reconhecido

4 No século XVIII, procurar-se-ia replicar entre nós as ideias *colbertianas*⁶ que em França levaram ao desenvolvimento de estruturas protoindustriais como as *Manufactures Royales* (primeiras estruturas produtivas a ensaiar uma forma da divisão de trabalho que Adam Smith teorizaria um século mais tarde e que a Revolução Industrial trataria de otimizar). No consulado do Marquês de Pombal, e em torno da recuperação financeira da *Real Fábrica das Sedas*, constituir-se-ia um conjunto de indústrias sob a direção de mestres estrangeiros, com o intuito de diminuir a dependência do exterior, ao mesmo tempo que se legislava a obrigatoriedade de formar



Serviço de café. Projeto de Mirja Toivola Câmara Leme, c. 1960. Produção, Secla © Cintra & Castro Caldas, Lda.

aprendizes portugueses. O modelo de funcionamento destas indústrias estava, porém, ainda muito próximo da escala doméstica da pequena oficina, centrando-se sobretudo no processamento das matérias-primas ou na produção de bens de consumo essenciais de reduzida complexidade tecnológica e escasso valor acrescentado (chapéus, meias, faiança corrente, cutelaria, etc.). Ao contrário do que acontecera em França – onde Colbert nomeara Charles Le Brun (1619-1690), pintor e decorador da corte de Luís XIV, responsável pelas manufaturas reais e pela supervisão estética da qualidade dos bens produzidos, bem como pela instrução dos próprios artesãos –, em Portugal o papel atribuído ao desenho como garante da qualidade estética no novo paradigma produtivo tardaria a ser reconhecido. Por outro lado, também as inovações tecnológicas que em Inglaterra, a partir de meados do século XVIII, iam sendo gradualmente introduzidas na indústria – sob a forma de sistemas mecânicos progressivamente mais complexos e capazes – tardavam a chegar a Portugal e às novas indústrias do país. A evidência da sua eficácia, porém, rapidamente se faria sentir na concorrência com os produtos nacionais.

5 O povo é que é o depositário, o guarda e o cultor da tradição, do *stylo* e do gosto de um país. E nós sustentamos que uma simples canga dos bois minhotos, ou uma bilha da Beira, d'aquellas

com que as mulheres de Coimbra vão buscar água ao Mondego, tem mais carácter artístico e mais valor *ethnológico* do que as patenas e as custodias de D. João V, todas juntas.

RAMALHO ORTIGÃO (1836-1915), 1882

O movimento romântico veio promover o culto das tradições, entendidas como expressão da identidade nacional e como uma herança cuja manutenção seria fundamental para a afirmação das sociedades contemporâneas. No caso português, a visível perda de influência do país no panorama geopolítico, que havia de culminar em 1890 com o Ultimato inglês, levou ao exacerbação de sentimentos nacionalistas e, entre muitas outras manifestações intelectuais, conduziu a um renovado interesse pelo sentido de portugalidade.

No campo das artes decorativas e da produção de objetos, tanto o revivalismo dos estilos históricos como a recuperação de arquétipos da tradição rural afirmavam-se, necessariamente, em oposição à nova produção industrial.

A fundação da *Academia de Belas-Artes* de Lisboa e da sua equivalente na cidade do Porto⁷, ambas em 1836 – apenas dois anos depois de ter sido decretada a extinção das corporações de artes e ofícios –, foi uma primeira iniciativa oficial com o propósito explícito de promover as chamadas “artes



Cadeiras, Linha Simples,
Projeto de José Maria
Cruz de Carvalho,
c. 1969.
Produção: Interforma.
Fotografias do Estúdio
Mário Novais.
© Biblioteca de Arte
– Fundação Calouste
Gulbenkian

ENSAIOS

fabris” através do ensino do desenho. Outras se seguiriam, em sucessivas reformas do ensino artístico e do ensino técnico industrial, mas sempre com escassos resultados efetivos.

6. Nas primeiras décadas do século XX, o confronto entre a revisão da tradição autóctone e os apelos de uma modernidade exógena perduraria ainda, para ganhar maior expressão com o aprofundamento da divergência que estava na sua base. Por um lado, a modernidade iria radicalizar-se por via da adoção de uma linguagem formal internacionalista, em processo de gradual despojamento; por outro, a representação de um ideal de portugalidade iria consubstanciar-se na fabricação de uma série de arquétipos que vieram a constituir o léxico da “Política do Espírito”, desenhada por António Ferro (1895-1956) para servir o Estado Novo.

De facto, nas primeiras décadas do século XX⁸, sob o impulso dos figurinos internacionais, ocorreu uma modernização dos padrões de gosto que se afirmou nas diversas áreas e escalas do quotidiano:

da arquitetura aos interiores, das artes decorativas aos objetos de uso corrente. Ao longo dos anos de 1920, o vocabulário do Art Déco afirmou-se como referência fundamental nesse processo e, durante muito tempo ainda, manteve uma notável aceitação por parte do público.

Essa renovação estética seria aprofundada a partir do início dos anos trinta quando, quase sem desacerto cronológico, eram adotados entre nós alguns produtos tipicamente industriais propostos pelos movimentos de vanguarda na Europa Central. Este processo teve uma particular expressão no mobiliário com estrutura em tubo de aço. As empresas já estabelecidas no sector metalúrgico tradicional deram resposta às solicitações do novo mercado, ainda que quase exclusivamente através da réplica de modelos estrangeiros. Apesar de serem usados em ambientes de trabalho muito específicos – nos serviços de assistência e saúde, nos espaços de escritórios –, a aceitação desses móveis não ficou limitada por eventuais conotações de sentido negativo. Pelo contrário, rapidamente foram tomados como elementos fundamentais para a definição de uma

modernidade mundana e festiva que veio insinuar-se em todos os ambientes – na hotelaria e restauração, no comércio e nos novos edifícios públicos. O despojamento da arquitetura funcionalista, então em voga, era sublinhado pelo recurso a esses móveis, pela mão de uma geração de jovens arquitetos que, algumas vezes, ensaiou o desenho de novos modelos. Enquanto a Grande Depressão afetava a economia dos países mais desenvolvidos, em Portugal vivia-se um momento de especial vitalidade industrial. A orientação oficial de isolamento internacional favorecia o esforço de substituição das importações por produção portuguesa, em linha com aqueles que defendiam a adoção de um nacionalismo industrialista.

No final da década de 1930, o Estado Novo português passava a repudiar a depuração formal modernista e a defender um nacionalismo baseado em valores conservadores, que se traduzia num decorativismo de raiz historicista – redesenhando os estilos eruditos do passado – ou ruralista – em colagens de elementos com uma vaga origem folclórica. Os materiais naturais eram de novo preferidos, trabalhados com

uma forte componente manufatureira e artesanal. Tivesse o discurso ideológico do Estado Novo adotado, à semelhança de outros regimes com os quais tinha afinidades, uma ideia heroica do progresso industrial, é provável que as indústrias (e o design) se tivessem desenvolvido diferentemente.

Durante os anos da II Guerra Mundial (1939-1945), o isolamento do mercado português face à concorrência externa teve consequências ambivalentes sobre o tecido industrial do país. Por um lado, a quantidade de unidades industriais cresceu de forma extraordinária; por outro, o fechamento face ao exterior promovia “o nascimento de unidades tecnicamente obsoletas” e inibia a modernização das existentes⁹, hipotecando o seu futuro.

Com o fim da guerra, uma empresa iria destacar-se nesse panorama – a *Secla*, fundada em 1947 no centro ceramista tradicional das Caldas da Rainha. A sua aposta clara no mercado da exportação assentou na combinação de duas valências simultâneas: a produção em série de louça utilitária e decorativa e a criação de peças únicas ou em séries limitadas.

Entretanto, uma nova disciplina projetual vinha emergindo, através da conceção de múltiplas exposições, em especial daquelas

No final dos anos cinquenta, começaria a emergir em Portugal “uma consciência mais clara do papel do design e do designer na sociedade”

que partiam da iniciativa do Secretariado Nacional de Informação (SNI). Esses espaços efémeros e cenográficos, nos quais a comunicação era predominante, demarcavam-se quer da arquitetura quer das artes plásticas, as áreas de onde provinha a maioria dos seus autores. À época ainda designados como “decoradores”, eles passariam, daí a poucos anos, a poder reclamar-se como designers.

Efetivamente, no final anos cinquenta¹⁰ começaria a emergir em Portugal “uma consciência mais clara do papel do design e do designer na sociedade”¹¹, gradualmente alargada aos projetistas,

às indústrias e às instituições. Neste processo, Frederico George (1915-1994) desempenhou um papel fundamental, sobretudo através da formação de um conjunto de discípulos – com destaque para Daciano da Costa (1930-2005) e Sena da Silva (1926-2001) – que iriam desenvolver uma conceção do design como prática racionalizada e globalizante. Aliando o exercício do projeto à componente teórica e pedagógica, eles deram um contributo decisivo para estabelecer os fundamentos do design em Portugal e para a emergência do ensino da disciplina¹². A partir de 1969, o IADE inaugurou uma experiência pedagógica que rapidamente evoluiu de um curso de Decoração (de início IADE, implicou *Instituto de Arte e Decoração*) para uma prática consentânea com o design, tornando-se na primeira escola portuguesa vocacionada para o ensino específico e continuado do design.

O empenhamento destes profissionais encontrou também eco no mercado, em particular no setor do mobiliário. São casos significativos as relações estabelecidas entre José Espinho (1915-1973) e a *Fábrica de Móveis Olaio*, Daciano da Costa e a *Metalúrgica da Longra*, José Maria Cruz de Carvalho (n. 1930) e as empresas *Altamira* e *Interforma*. Simultaneamente, mantinha-se uma relação estreita entre os universos do projeto em

Secretária com gavetas, *Linha Cortez*, Projeto de Daciano da Costa, 1962. Produção: Metalúrgica da Longra. © Atelier Daciano da Costa



design e em arquitetura, materializada em estruturas profissionais multidisciplinares cujo espectro ia da pequena escala, com forte componente autoral – como no caso de António Garcia (n. 1925) e Sena da Silva –, à grande empresa – como o *atelier* de Francisco da Conceição Silva (1922-1982) que agregou as diversas valências do projeto, da arquitetura ao urbanismo, do mobiliário à comunicação e imagem gráfica, da engenharia às artes plásticas.

A abertura do país ao exterior, ainda que ténue, definia entretanto uma conjuntura favorável à assimilação destas ideias também na esfera do Estado. Criado em 1960, o Núcleo de Design Industrial do Instituto Nacional de Investigação Industrial (INII)¹³ empenhava-se na afirmação do design a nível institucional. Apostando na divulgação e na formação, o INII ganhou particular visibilidade através da realização de exposições de produtos (1960, 1962, 1965). As *Exposições de Design Português* (1971 e 1973) vieram oferecer uma perspetiva daquilo que os próprios profissionais entendiam por design, através de uma seleção da produção do país e de uma reflexão sobre o âmbito da disciplina. O processo que ali culminava ficaria,



Cadeira empilhável Sena (à esq.), Projeto de António Sena da Silva e Leonor Alvares de Oliveira, 1962.

Cadeira desmontável Osaka'70 (à dir.), Projeto de António Garcia, 1970. Produção: Fábrica Osório de Castro, 1989.

Fonte: *La Suprématie du Bon Sens!* [Brochura da FOC – Fábrica Osório de Castro, anos 1970]

contudo, profundamente comprometido devido às alterações provocadas no mercado internacional pela crise do petróleo de 1973, cujas consequências seriam acentuadas pelas ruturas associadas à revolução de abril de 1974. A última exposição neste ciclo – *Design & Circunstância* (1982) –, promovida já pela Associação Portuguesa de Designers de recente formação (1976), acabaria por marcar o final do que pode ser considerado o primeiro período do design português.

Notas

1. Baêna (1989): 85.
2. A este propósito, importará assinalar que a editora Bloomsbury anuncia para o início de 2015 a edição de uma história universal do design dirigida pelo académico americano Victor Margolin, que adota como ponto de partida a Pré-História. Aquilo que já se conhece quanto ao âmbito temporal e geográfico da obra permite adivinhar que se trata do mais ambicioso projeto da historiografia do design alguma vez empreendido.
3. Na sua *Storia del Design* (1985), Renato De Fusco estabelece a imprensa de Gutenberg como momento inaugural dessa Revolução Industrial na medida em que nela se verifica a existência das quatro condições que o autor estabelece como invariantes de uma fenomenologia do design: projeto, produção, comercialização e consumo.
4. Será certamente significativo disso mesmo (e caso único, cremos) o facto de um objeto científico – a esfera armilar – ter sido eleito no reinado de D. Manuel I como elemento fundamental da comunicação da identidade nacional. De facto, são poucos os países que ostentam no seu estandarte um objeto de produção humana. Fazem-no, em geral, através de objetos pouco complexos relacionados com o trabalho manual, com o poder, com a guerra ou com a religião. A esfera armilar será então um caso tão singular no conjunto dessa simbologia, como foi na história de Portugal o período que como tal o elegeu.

5. Essa condição periférica não impediu que frequentemente o pensamento local acompanhasse aquele que no Norte da Europa ia conduzindo a profunda transformação da sociedade industrial. Isso mesmo fica bem patente numa recente compilação de textos portugueses do século XVI ao século XX (reunidos por Carlos Bártolo) e em cujo texto introdutório se sublinha que, “ao mesmo tempo que Diogo de Macedo [1618-1680] exortou o fomento industrial, Jean-Baptiste Colbert [1619-1683] desenvolveu as ‘Manufactures Royales’; enquanto Pombal [1699-1782] tentou instituir o ‘Real Collegio das Manufacturas’, abriu em Paris a ‘École Royale Gratuite de Dessin’; enquanto se decretava sobre o ensino das Artes [1835], Christian Beuth criava o ‘Königliches Gewerbe-Institut’ em Berlim; que Oliveira Marreca [1805-1889] definia a união entre o útil e o belo para o sucesso de um produto em simultâneo com Henry Cole; o Marquês de Souza-Holstein [1838-1878] patrocinava o ensino do desenho sobre uma base oficial e museográfica ao mesmo tempo que pelo Reino Unido se implementava o ‘South Kensington System’; ou que, muito mais tarde, Cândido Pinto [1911-1976] esclarecia sobre o papel do publicitário, enquanto florescia Madison Avenue” (Bártolo (2013): 5).
6. Jean-Baptiste Colbert, ministro francês das Finanças entre 1665 e 1683, no reinado de Luís XIV.
7. V. Souto (2009).
8. V. Martins (2000).

9. Rodrigues, Mendes (1999): 315-316.

10. V. Tostões, Martins (2000).

11. Souto (1992): 26.

12. Souto (1992): 28.

13. Inicialmente designado como *Núcleo de Arte e Arquitectura Industrial*.

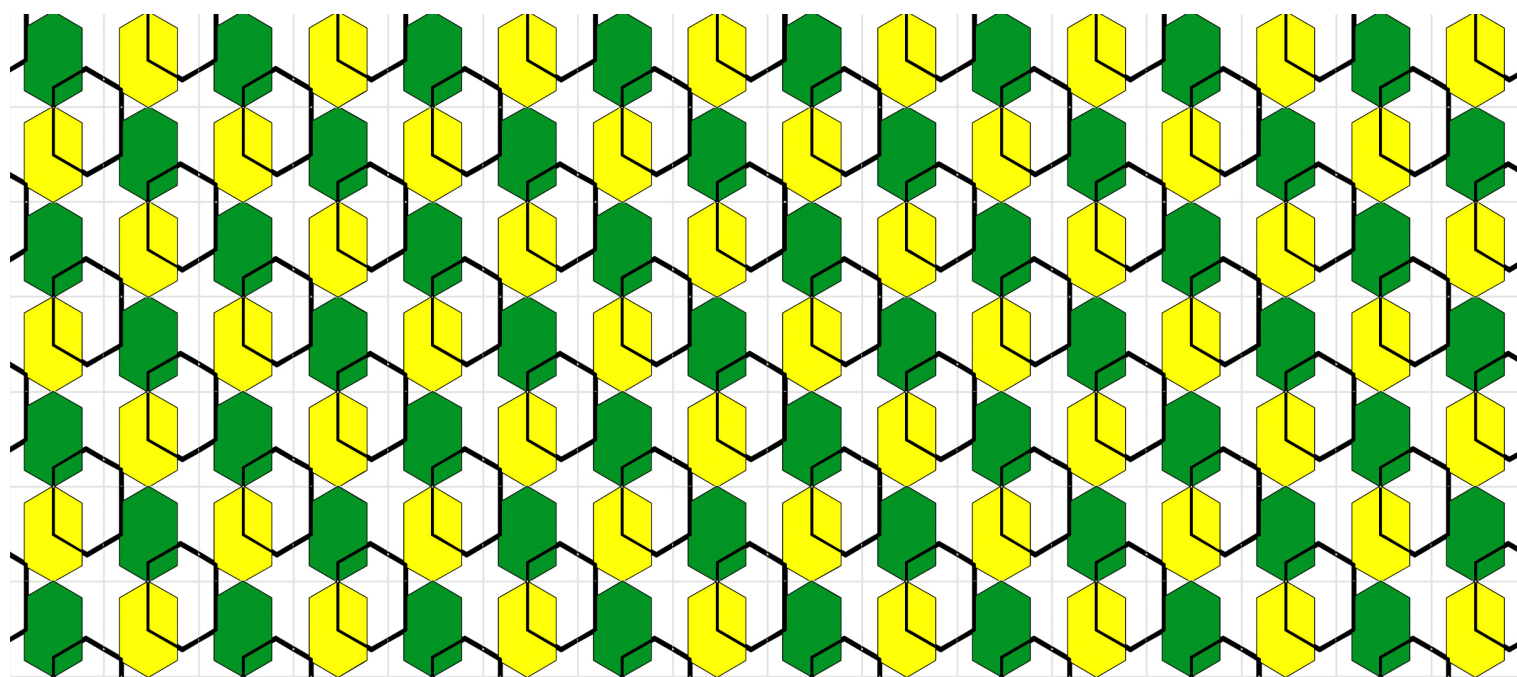
Bibliografia

- BAÊNA, Miguel Sanches de (1989), “A Artilharia Moderna”, in MOREIRA, Rafael (dir.), *História das Fortificações Portuguesas no Mundo*, Lisboa, Alfa, pp. 73-90.
- BÁRTOLO, Carlos (ed.); MONTEIRO, Pedro Cortesão (rev. cient) (2013), *Opúsculo #1* [n.º monográfico da revista *ArLíquido*], Lisboa, Universidade Lusitana Editora.
- DE FUSCO, Renato (1985), *Storia del Design*, Roma, Laterza.
- GEORGE, Frederico (1971) “Introdução”, in NÚCLEO DE DESIGN INDUSTRIAL . 1.ª *Exposição de Design Português*, Lisboa, Ministério da Economia – Instituto Nacional de Investigação Industrial
- HESKETT, John (1980), *Industrial Design*, London, New York, Thames and Hudson.
- MACEDO, Duarte Ribeiro de (1675 [1817]), “Discurso I [sobre a Introdução das Artes]”, in CAMINHA, António Lourenço, *Obras Inéditas de Duarte Ribeiro de Macedo: dedicadas ao muito Alto e Poderoso Senhor Don João VI, Rei dos Reinos Unidos de Portugal, Brasil, e Algarves por António Lourenço Caminha*, Lisboa, Imprensa Régia, pp. 1-144.
- MARTINS, João Paulo (2000), “Os Anos Trinta e Quarenta. Objectos e Produção Industrial”, *O Tempo do Design. Cadernos de Design* [Anuário 2000], n.º 21/22, Ano VIII, pp. 52-57.
- NEVES, José Accursio das (1814), *Variedades, sobre objectos relativos às Artes, Commercio, e Manufacturas consideradas segundo os principios da Economia Política*, Lisboa, Imprensa Régia. 2 vols.
- ORTIGÃO, Ramalho (1882), “A Exposição d’Arte Ornamental”, *O António Maria*, Lisboa, [imp. Lithographia Guedes], Ano 4 (2 mar. 1882), p. 67.
- RATTON, Jacome (1813), *Recordações de Jacome Ratton [...] sobre occorrencias do seu tempo em Portugal [...] de Maio de 1747 a Setembro de 1810...*, London, H. Bryer.
- RODRIGUES, Manuel F.; MENDES, José M. A. (1999), *História da Indústria Portuguesa: da Idade Média aos Nossos Dias*, Lisboa, Europa-América, AIP.
- SOUTO, Maria Helena (1992), “O Design Moderno em Portugal”, *Cadernos de Design*, n.º 2, Ano I, pp. 17-29.
- SOUTO, Maria Helena (2009), *História do Design em Portugal: Reflexões I* (pref. José-Augusto França), Lisboa, Edições IADE.
- TOSTÕES, Ana; MARTINS, João Paulo (2000), “A Construção do Design em Portugal: de 1960 à Revolução de Abril de 1974”, *O Tempo do Design. Cadernos de Design* [Anuário 2000], n.º 21/22, Ano VIII, pp. 64-69.

Victor Palla

A síntese das artes e a experiência do design e da fotografia na procura duma interdisciplinaridade

JOÃO PALLA MARTINS



Reconstituição de painel de azulejos usado no hall de entrada do Edifício Ciba-Geigy, Lda., Av. 5 de Outubro n.º 48, Lisboa, Projeto dos Arq.ºs Bento d'Almeida e Victor Palla. Painel demolido.

Nos anos 40 e em linha com o “programa” do Estado Novo, havia uma deliberação para promover as artes plásticas e decorativas incluídas nas obras de arquitetura. Foi assim que vários pintores e escultores encontraram encomenda, convocados pelos arquitetos. Contudo, o *leitmotiv* de carácter historicista e monumental da Exposição do Mundo Português em 1940 arrastou-se pela década fora, caracterizando genericamente as

intervenções artísticas e arquitetónicas. No final da década, encontramos vários manifestos na revista *Arquitectura Portuguesa e Cerâmica e Edificação*, dando conta do renascimento da cerâmica e sustentando que Portugal deveria voltar-se para o azulejo decorativo, todavia atualizando-o esteticamente de modo a integrar-se na arquitetura atual¹. De facto, dá-se início a uma série de intervenções onde o uso do azulejo como revestimento dos edifícios vem enobrecido.

O ponto-charneira é o edifício no gaveto entre a Rua do Salitre e a Rua Vale do Peireiro, projeto de Porfírio Pardal Monteiro e padrão de azulejos desenhados por Almada Negreiros, em cuja memória descritiva Pardal Monteiro deposita a esperança do apoio municipal, defendendo o azulejo português, “(...) não a reprodução dos seus antigos modelos, mas a criação de novas interpretações estéticas, integrando-o mais no todo da composição, procurando que

Snack-bar Tique-Taque
Av. de Roma, n.º 29 B,
Lisboa,
Arq.ºs Bento d'Almeida
e Victor Palla, *Álbum*
publicitário, s.d. (c. 1955),
impressão s/ papel,
15,8 x 23,3 cm.
Organização de
Mário Figueiredo.
© Pinto Correia



o conjunto constitua para cada caso uma peça e uma só”². A aprovação deste projeto, em 1949, abre caminho aos arquitetos da nova geração, desejosos de modernidade, e a artistas que desenvolvem o uso do azulejo e a sua integração na arquitetura, como Querubim Lapa, Maria Keil e Sá Nogueira, entre outros.

Do mesmo modo, já as conclusões do congresso da UIA de 1953, realizado em Lisboa, recomendavam a “Síntese das artes plásticas” pela necessidade de integração destas na arquitetura contemporânea³. Mário Dionísio dava conta deste aconselhamento entre um retomar do convívio entre pintores, escultores e arquitetos, não no “embelezar um recanto de um salão ou o átrio de uma escada. Tratava-se de pôr conjuntamente em ação todas as possibilidades de invenção e beleza de que o homem é capaz para a construção do seu próprio horizonte, da sua própria morada”⁴.

É ao longo da década de 50 que vemos a plena integração de obras de arte na arquitetura. Nuno Teotónio Pereira tem um papel importante na convocação de artistas de todas as gerações, chamando Jorge Vieira, Frederico George, José Escada, Manuel Cargaleiro e Almada Negreiros; Keil do Amaral chama Maria Keil, Júlio Pomar e Canto da Maia; Chorão Ramalho integra azulejos decorativos de Querubim Lapa no Centro Comercial do Restelo, enquanto Conceição Silva chama Espiga Pinto, Sá Nogueira ou Carmo Valente para a conceção de mobiliário. Assiste-se igualmente à retoma do azulejo na arquitetura, tendência que, segundo Michel Toussaint, se deve essencialmente como resultado do reconhecimento das raízes tradicionais numa cultura arquitetónica e pelas aspirações de uma nova geração em prol do movimento moderno⁵.

É neste contexto que aparecem Bento d’Almeida e Victor Palla, cuja obra arquitetónica reflete uma preocupação constante em integrar obras plásticas que aparecem principalmente em obras de encomenda privada. Para tal, chamam vários artistas, ao longo das décadas de 50 e 60, que

É, contudo, no caso particular dos snack-bares e cabeleireiros que se verifica um programa de integração absoluta, desde a arquitetura de interiores ao grafismo e desenho de objetos

fizeram desde esculturas, painéis pintados e vitrais a motivos escultóricos. Encontramos, assim: Álvaro Perdigão, António Alfredo, Clotilde Mazzetti, Francisco Relógio, Fred Kradolfer, Hilário Teixeira Lopes, João Abel Manta, João dos Santos Simões, João Fragoso, José Dias Coelho, Júlio Pomar, Lima de Freitas, Maria Barreira, Sá Nogueira e Vasco Pereira da Conceição.

É, contudo, no caso particular dos *snack-bares* e cabeleireiros que se verifica um programa de integração absoluta, desde a arquitetura de interiores ao grafismo e desenho de objetos. Bento d’Almeida e Victor Palla inauguram em Portugal o conceito com a terminologia americana de *snack-bar*, caracterizado por um serviço de refeições rápidas em cadeiras altas acompanhando um balcão corrido, desenvolvendo um trabalho de especialização no design deste tipo de estabelecimentos que atravessará toda a sua produção arquitetónica de 1950 até 1974.

Assistimos ao meticuloso trabalho de desenho, desde os padrões de azulejos aos símbolos dos estabelecimentos, às ementas e a uma miríade de objetos, como candeeiros, cinzeiros, estantes, canteiros, galheteiros, tampos, cadeiras e bancos

fixos. Falamos de objetos concebidos caso a caso, portanto inseridos nas obras projetadas e não para uma produção serial com vista à sua industrialização. Esta necessidade de criar objetos modernos que eram inexistentes em Portugal traduz a vontade de mudança das formas. Já Carlos Botelho havia denunciado, em 1947, a falta de manifestações de “apurado critério plástico” nos objetos de uso do quotidiano, da decoração das casas e do mobiliário, fazendo um paralelo com Viena de Áustria onde Josef Hoffmann (1870-1956) e Joseph Olbrich (1867-1908) estabelecem as bases para o ressurgimento das artes decorativas⁶. Garantida por António Alfredo nuns casos e por António Domingues noutros, a colaboração gráfica faz-se notar sobretudo nas ementas e em alguns logotipos de estabelecimentos. Os símbolos gráficos ou logotipos são a síntese visual de identificação de uma marca, ocorrendo pela sugestão visual que se quer imprimir a determinada casa ou a determinado produto. Cabendo frequentemente aos arquitetos a escolha do nome dos *snack-bares*, temos logotipos que referem o som do que significa, onomatopéias como o tambor do Pam-Pam, o relógio do Tique-Taque, um olho aberto e outro fechado do Pisca-Pisca, uma lua e um sol no Noite e Dia ou, ainda, o “L” de labirinto rodado para dar origem a um diagrama labiríntico, portanto a representação do seu significado verbal. O logotipo vem construído igualmente enquanto reclame luminoso em néon, destacando a fachada exterior do estabelecimento. Por outro lado, o tema do azulejo reflete o logotipo, portanto perde-se o sentido de azulejo decorativo, transformando-se num conceito gráfico, traduzindo a ideia de modernidade. Note-se que o azulejo era desenhado como peça técnica de projeto, com indicação de medidas e cores preconizadas.

Há ainda a referir um outro nível de obras artísticas interdependentes incluídas no projeto de arquitetura. Trata-se da inclusão de ampliações fotográficas dentro do estabelecimento, substituindo o tradicional mural pintado. Bento d’Almeida e Victor Palla dão lugar à fotografia, seja no caso do cabeleireiro João da Mata, ao Rossio, conhecido

Temos o ponto de vista do arquiteto enquanto realizador de uma obra que, à sua maneira, deseja que os seus colaboradores entendam o espírito subjacente à obra, para criarem uma obra plástica integrada com a de arquitetura

por Vendôme, pois ostentava à entrada uma imagem ampliada desta praça parisiense, seja no *snack-bar* Camões, no *snack-bar* Labirinto, na Loja Santos e Nascimento ou, ainda, no cabeleireiro Arminda.

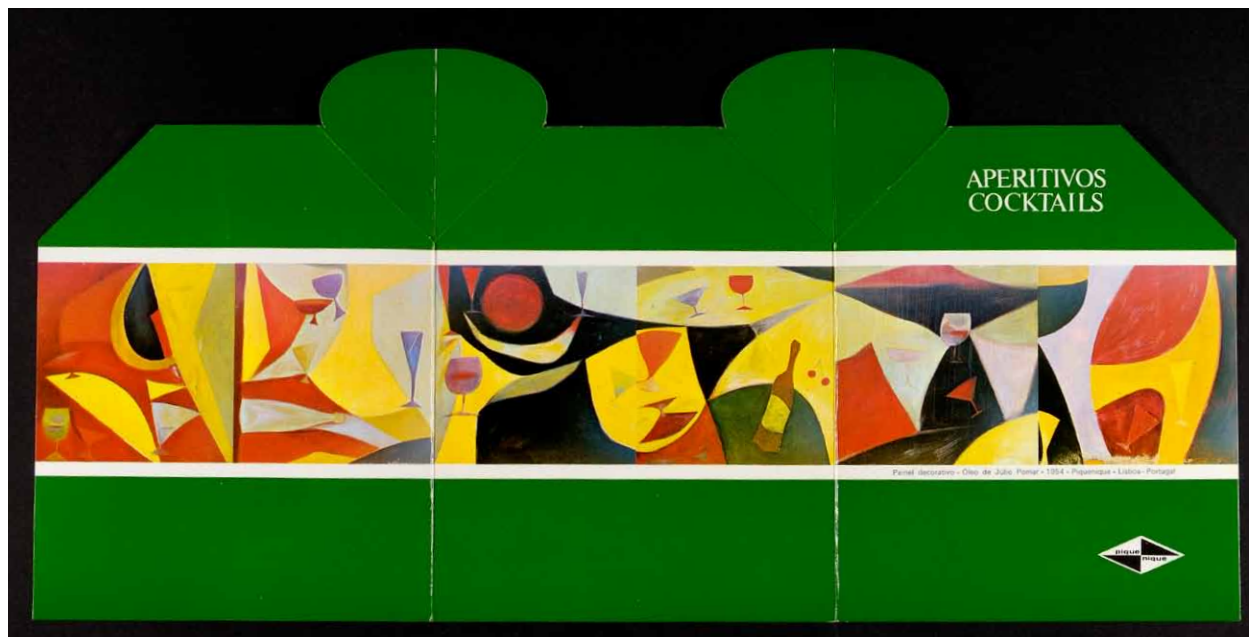
O artigo de Victor Palla, “O Olho Quadrado”, invoca o “lugar da fotografia” enquanto qualificação de uma expressão artística própria e inserida na obra de arquitetura. Nele e a propósito das fotografias de Fernando Lemos, Victor Palla remete-nos para os “photo-murals” de Le Corbusier na Cidade Universitária de Paris como exemplo do seu valor plástico e monumental, defendendo a fotografia inserida na arquitetura, tal como nos diz: “mas não quero ser ambicioso. Contento-me com a escala doméstica. Peço para a fotografia lugar na habitação (...) Mas para criar obra plástica completa quero que também se possa contar com a fotografia”⁷.

Se tivermos em conta a produção de uma imagem de identidade, coesa como um todo arquitetural, incluindo a pormenorização de mobiliário, iluminação ou candeeiros escultóricos, aproximar-nos-emos do conceito de obra plástica completa. Esta operação, que hoje designamos de *Visual Merchandising*, constitui a atividade que desenvolve nos consumidores uma atração dos seus modos de olhar, envolvendo-os na aquisição de um produto. Tal convergência disciplinar é consequência de uma metodologia projetual enraizada e atualizada sobre os processos de conceção da obra, da importância do papel de todas as especialidades artísticas

e técnicas, da publicidade, do design de interiores, de iluminação, do design gráfico e do design de produto.

Os *snack-bares* são o tipo de obra que melhor expressa a combinação destas valências, deixando para trás a mera adjunção de obras artísticas para, definitivamente, instalar o conceito de design total no novo paradigma de uma Lisboa cosmopolita dos anos 50. Damos exemplo de casos paradigmáticos como o Pique-Nique, o Tique-Taque, o Pam-Pam, o Noite e Dia e outros mais tardios, como o Galeto, a Tarantela ou a Cunha, no Porto.

O desejo de atingir uma síntese das artes já tinha sido apontado por Victor Palla no seu artigo “Lugar do artista plástico”⁸, vendo a obra plástica enquanto parte de um todo e questionando sobre duas facetas: deve o arquiteto ser responsável pela criação das obras artísticas complementares à arquitetura, assumindo o papel de criador completo como Le Corbusier ou Max Bill, ou devem os artistas moldar a sua obra agregados ao espírito do objeto arquitetónico, como colaboradores ao lado do arquiteto? Temos, portanto, o ponto de vista do arquiteto enquanto realizador de uma obra que, à sua maneira, deseja que os seus colaboradores entendam o espírito



Ementa de aperitivos e cocktails do snack-bar Pique-Nique, António Domingues, s.d. (c. 1955). Reprodução de painel decorativo de Júlio Pomar, datado de 1954. © Herdeiros de Victor Palla

Snack-bar Tique-Taque
 Av. de Roma n.º 29 B, Lisboa,
 Arq.ºs Bento d'Almeida e
 Victor Palla, s.d. (c. 1957).
 Fotografias do Estúdio
 Mário Novais.
 © Biblioteca de Arte
 – Fundação Calouste
 Gulbenkian



Snack-bar Pam-Pam
 Av. Almirante Reis,
 n.º 151 A, Lisboa,
 Arq.ºs Bento d'Almeida
 e Victor Palla.
 Fotografia do Estúdio
 Mário Novais, s.d..
 © Biblioteca de Arte
 – Fundação Calouste
 Gulbenkian



Os designers portugueses deste período seriam em parte arquitetos, pintores, decoradores, desenhadores litógrafos, autodidatas ou resultantes de um ensino prático e oficial da Escola António Arroio que consideravam e apelidavam todas as artes de ofícios

subjacente à obra, para criarem uma obra plástica integrada com a de arquitetura. É aqui que nasce uma interessante discussão com Frederico George que, no seu comentário ao artigo de Victor Palla, discorda, pois para este não existem diferenças entre as artes como a escultura ou a pintura e a arquitetura?

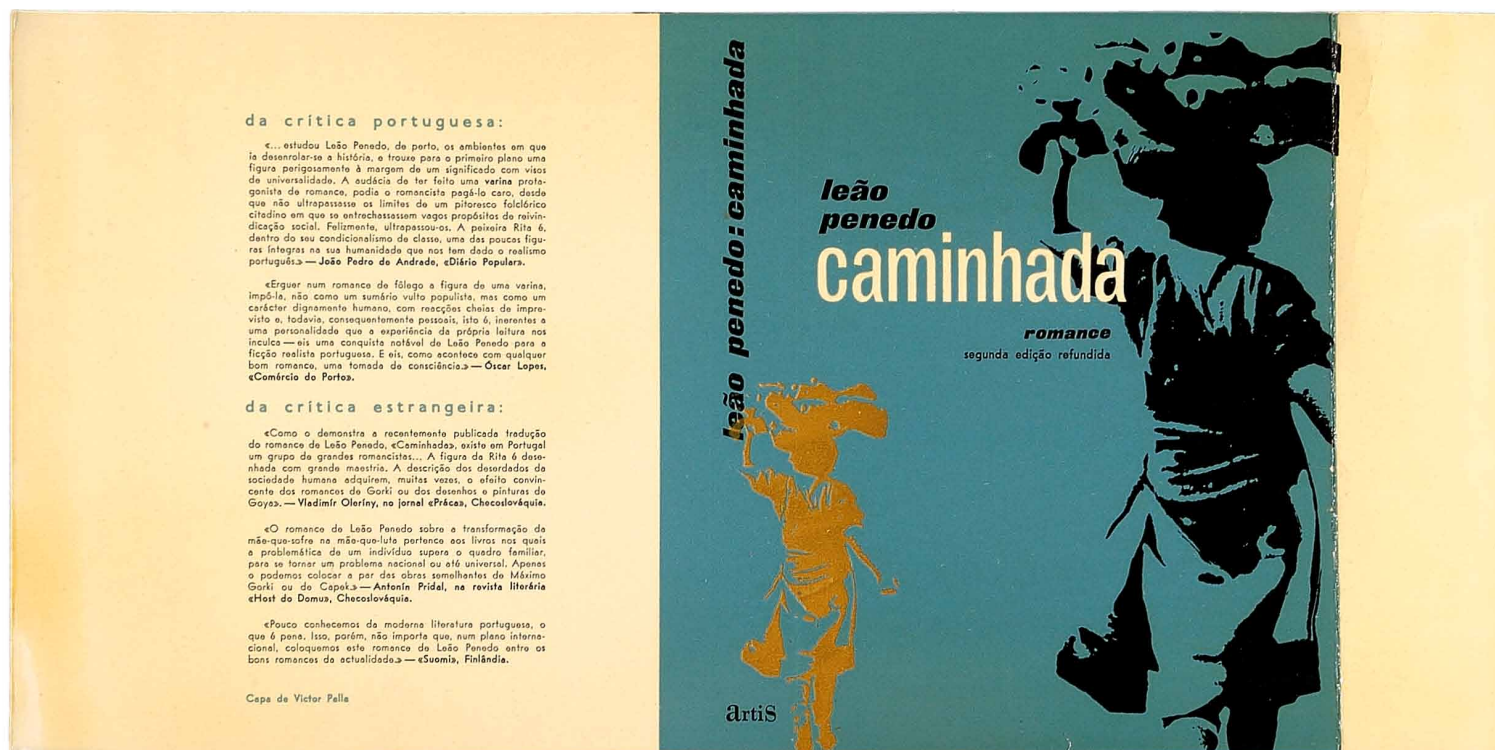
Enquanto o artigo de Victor Palla anuncia uma tentativa de alargar o postulado do “Funcionalismo” como corrente estética que defende o desenho e a forma baseado na função ao âmbito das outras artes, em que predomina a metodologia de projeto, o artigo de Frederico George distingue que o lugar do artista plástico não é o do arquiteto, nem o do arquiteto o do artista plástico, porque, segundo este, não existem diferenças entre eles, citando Isamu Noguchi. Este diálogo entre Frederico George e Victor Palla é interessante na medida em que confluem duas personalidades, ambas arquitetos e pintores, num tema que continuará a ser discutido nas décadas seguintes.

Esta síntese das artes, ou obra de arte total, foi desejada por grandes artistas desde a Antiguidade – Miguel Ângelo não distingue

fronteiras entre os seus campos de atuação – e continuada nos tempos modernos; Richard Wagner e o seu *Gesamtkunstwerk* aplicado na construção do teatro Bayreuth Festspielhaus, Frank Lloyd Wright, Alvar Aalto, Rudolf Steiner e Le Corbusier – cada um de sua maneira reflete a vontade de congregar o conjunto de todas as formas de arte, num ideal de perfeição, partindo do princípio de que cada arte *per se* tem a capacidade de infligir emotivamente o espírito humano. O manifesto de Gropius para a fundação da Bauhaus (1919) já havia radicalizado o intuito de todas as artes na fusão do edifício completo, não em diferentes componentes, mas convocando os futuros artistas e arquitetos à aprendizagem pela prática de diferentes ofícios artesanais. Gropius pretenderá reunir diferentes conhecimentos disciplinares numa ação simultânea, sem distinção entre artista e artesão, para alcançar uma nova arquitetura e, em limite, a obra de arte una. As posições de Victor Palla aproximam-se das de Le Corbusier, e a visão de Frederico George é mais próxima da de Gropius. Lembremos de que Le Corbusier afirmava que a sua arquitetura estaria completa, não necessitando da pintura ou da escultura,

Fases conceptuais, desde a captação fotográfica ao enquadramento e alto-contraste para a capa de *Caminhada*, de Leão Penedo, (c. 1956), dim. várias, s.d.. Não assinado. © Herdeiros de Victor Palla





da crítica portuguesa:

«...estudou Leão Penedo, de perto, os ambientes em que se desenrola a história, e trouxe para o primeiro plano uma figura perigosamente à margem de um significado com visos de universalidade. A audácia de ter feito uma verina protagonista de romance, pôde o romancista pagá-lo caro, dando que não ultrapassasse os limites de um pitoresco fulcórico citadino em que se entrecruçavam vagos propósitos de reivindicação social. Felizmente, ultrapassou-os. A peleira Rita é, dentro do seu condicionamento de classe, uma das poucas figuras íntegras na sua humanidade que nos tem dado o realismo português.» — João Pedro de Andrade, «Diário Popular».

«Erquer num romance de fôlego a figura de uma verina, impô-la, não como um sumário vulto populista, mas como um carácter dignamente humano, com reacções cheias de imprevisto e, todavia, consequentemente possíveis, isto é, inerentes a uma personalidade que a experiência da própria leitura nos inculca — eis uma conquista notável de Leão Penedo para a ficção realista portuguesa. E eis, como acontece com qualquer bom romance, uma tomada de consciência.» — Óscar Lopes, «Comércio do Porto».

da crítica estrangeira:

«Como o demonstra a recentemente publicada tradução do romance de Leão Penedo, «Caminhada», existe em Portugal um grupo de grandes romancistas... A figura da Rita é desenhada com grande maestria. A descrição dos desordens da sociedade humana adquirem, muitas vezes, o efeito convincente dos romances de Gorki ou dos desenhos e pinturas de Goyes.» — Vladimír Oleriny, no jornal «Práce», Checoslováquia.

«O romance de Leão Penedo sobre a transformação da mãe-que-sofre na mãe-que-lute pertence aos livros nos quais a problemática de um indivíduo supera o quadro familiar, para se tornar um problema nacional ou até universal. Apenas o podemos colocar a par das obras semelhantes de Máximo Gorki ou de Capak.» — Antonín Pridel, na revista literária «Host do Domus», Checoslováquia.

«Pouco conhecemos da moderna literatura portuguesa, o que é pena. Isso, porém, não importa que, num plano internacional, coloquemos este romance de Leão Penedo entre os bons romances da actualidade.» — «Suomi», Finlândia.

Capa de Victor Palla

mas que estas se começarão a organizar partindo da arquitetura e do seu renovado papel. Le Corbusier é, porém, cuidadoso quando diz que esta colaboração exige disciplina e uma preparação¹⁰ dos artistas, pois uma deficiente afinação entre o produto pictórico e a arquitetura dariam resultados heterogêneos.

Júlio Pomar critica ferozmente o decorativo como expressão “de doença vergonhosa, e não, afinal, como expressão, de todas a mais viva, da arte do nosso tempo”¹¹. O tema é ocasionalmente debatido mas não concretizado na reforma de 57 das Belas-Artes. Nos anos 50 e em França, aparece o grupo “Espace 1950” para congregar projetos de arquitetos e artistas, cuja revista *Art d’Aujourd’hui* dedica um número ao tema, em 1954. Philip Johnson organiza, por seu turno, um simpósio com a ideia da conjugação das três artes intitulado *Studies in the development of urban sculpture*, de que a revista *Interiors* dá conta em maio de 1951. Contudo, no final da década, a síntese das artes está posta em causa por posições de escultores, advogando a autonomia da escultura e demarcando-se dos arquitetos.

O advento da progressiva mecanização, a emergência de uma sociedade de consumo, a interdependência entre funcionalidade e forma e a carência de objetos de equipamento explicam em grande parte o aparecimento em Portugal, nos anos 50, de novas peças com novo *design*. Os designers portugueses deste período seriam em parte arquitetos, pintores, decoradores, desenhadores litógrafos, autodidatas ou resultantes de um ensino prático e oficial da Escola António Arroio que consideravam e apelidavam todas as artes de ofícios – termo herdado do *Arts and Crafts*, sujeito, todavia, a uma modernidade que gozava da grande influência da Bauhaus. As novas criações a cargo destes profissionais do desenho alcançam, com efeito, a disciplina do design, ainda que dentro de uma metodologia de projeto semelhante. Esta apropriação para produtos e objetos de outras áreas traz o desenho enquanto ação comum entre várias disciplinas. Cremos que o fator criativo destes profissionais, aliado à onnipresença de uma cultura de projeto, está, em certa medida, na condição de justificar a importância de uma nova geração de profissionais no seio do design, assinalando, de entre outros: Sena da Silva, António Garcia, Daciano da

Solução final para ilustração da capa, contracapa e lombada de *Caminhada*, de Leão Penedo, Editora Artís, 1956. 10,9 x 18 cm. Assinado. Esta capa foi encomendada, pessoalmente, por Leão Penedo. © Herdeiros de Victor Palla

Costa, Eduardo Anahory, Frederico George ou Paulo Guilherme. E, quando falamos de design, falamos tanto de design de produto, como de design de equipamento ou de design gráfico, embora o termo *design* em Portugal só tenha sido adotado a partir dos anos 70 com o aparecimento da “I Exposição de Design Português”¹². Em Portugal até aos anos 60, utilizava-se desenho para traduzir o conceito atual de *design*.

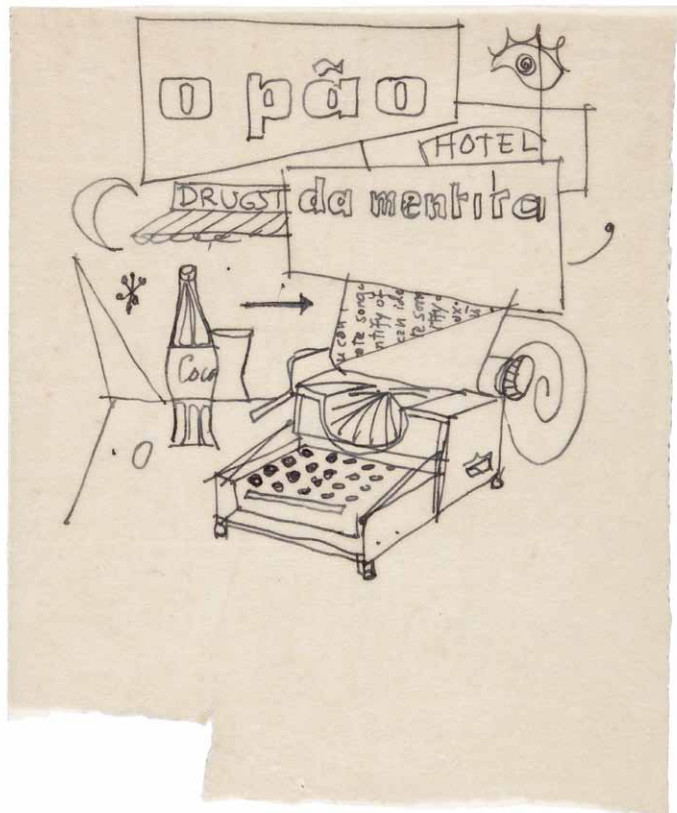
A polivalência do designer destes tempos foi a sua defesa perante os condicionalismos de toda a ordem. Estamos em crer que esta nova geração usou o desenho “moderno” de projeto não só enquanto resultado exclusivo da reação ao academismo ou à arquitetura do regime, mas sobretudo em concomitância com as teorias estéticas suas contemporâneas.

Em trabalho anterior, tivemos ocasião de demonstrar que a obra de Victor Palla é, na sua amplitude, uma construção interdisciplinar por via do desenho na medida em que cruza hipóteses e resultados pertencentes a diferentes domínios artísticos, aferindo

e questionando permanentemente as suas possibilidades morfológicas, linguísticas e metodológicas. René Thom aponta o conceito de interdisciplinaridade enquanto “transferência de problemática, conceitos e métodos de uma disciplina para outra”¹³. Ainda que a transferência do fenómeno deva ser explicada pelo seu carácter aproximativo e recíproco, esta definição aplica-se particularmente aos desenhos preparatórios de Victor Palla como o denominador comum entre campos artísticos, uns mais evidentes, como a pintura, a arquitetura ou o design gráfico, e outros menos óbvios, como a fotografia ou a literatura. Isto significa que a conceção metodológica e instrumental, a identificação de problemas comuns e todas as características inerentes ao ato de desenhar combinam disciplinas numa fase de investigação inicial com vista à elucidação de um objeto que será, em última instância, muito diferente do de outra disciplina. Nesse sentido, explicitamos agora algumas relações entre o desenho preparatório da obra gráfica e o desenho preparatório para fotografias. Para tal, é necessário referir

Conferimos à tipografia um papel muito importante, mas daremos relevo ao desenho, enquanto ação de descoberta, de aferição e definição. Este será o desenho que defenderemos como unidade da obra gráfica

Desenhos preparatórios para capa de *O Pão da Mentira*. Grafite s/ papel vegetal, 12,7 x 19 cm, s.d. (c. 1952). Não assinado. © Herdeiros de Victor Palla

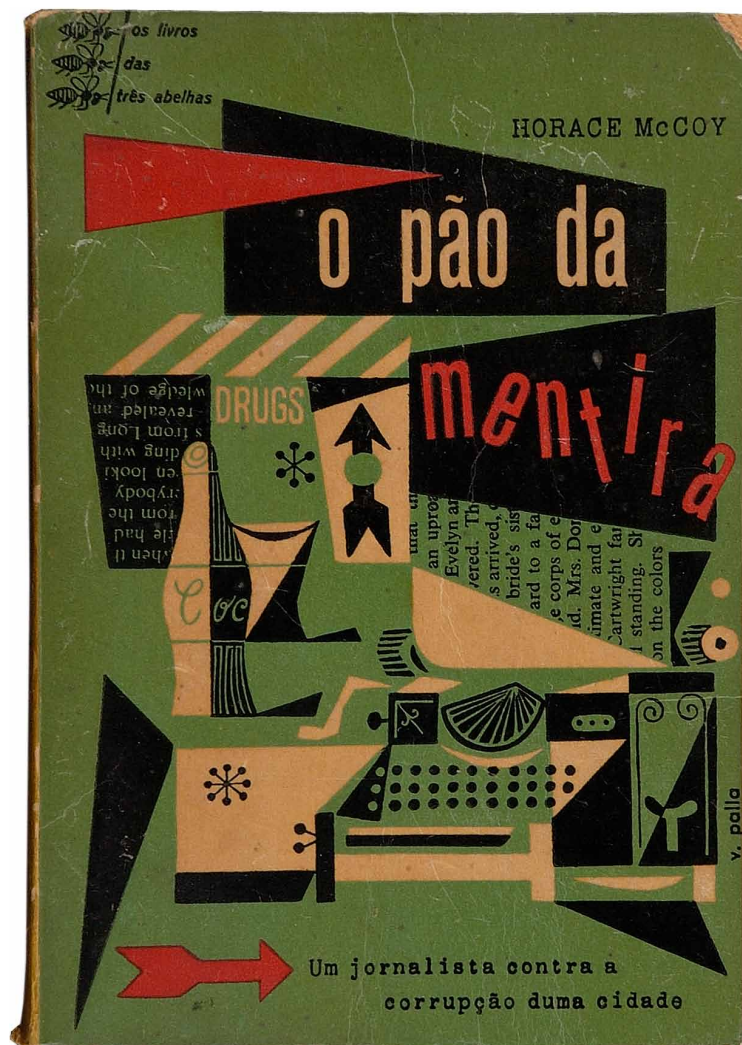


que as mais de duas centenas de capas efetuadas para as diferentes editoras com que Victor Palla trabalhou assentavam na premissa de um desenho ordenador, cabendo à tipografia um papel igualmente preponderante. Da mesma forma que os tipos de letra nasceram com as diferentes formas de escrever ou desenhar as letras, os esboços a que chamamos desenhos motivadores foram o início de uma ideia que se complexifica a cada projeto gráfico. Conferimos à tipografia um papel muito importante, mas daremos relevo ao desenho, enquanto ação de descoberta, de aferição e definição. Este será o desenho que defenderemos como unidade da obra gráfica e, por isso, a palavra *design* gráfico ou *diseño* faz sentido desde que *drawing* ou *dibujo* estejam nela incluídas. Uma vez que a obra gráfica é um produto que se pretende valorizar comercialmente, todo o dispositivo publicitário é, então, concebido para estimular estética e visualmente o público; cor, tipos, desenhos e fotografias são os recursos utilizados por parte de um designer para garantir tal asserção.

O grande número de desenhos preparatórios e sequenciais existentes na obra gráfica de Victor Palla leva-nos a observar o nascimento de um pensamento que se vai corporalizando, presenciando uma metodologia de projeto ou design onde cada elemento concorre para um estágio mais definitivo. Mostrar os desenhos preparatórios é fazer ver a obra pelo processo. Contudo, em alguns casos, a fotografia é o instrumento de conceção e também de concretização da obra gráfica. Damos o exemplo de *Caminhada*, livro com cunho neorrealista em que Leão Penedo se viu a braços com a censura. A fotografia da capa mostra uma varina de costas transportando um cesto à cabeça, portanto o signo fotográfico é logo identificador do signo verbal – caminhada. Depois, vemos uma repetição da mesma figura a uma escala menor, como que reforçando a ideia de espaço distante e do tempo percorrido.

Já nos desenhos para a capa do livro *O Pão da Mentira*, seguem-se as mesmas premissas de composição através de elementos que

Solução final para ilustração da capa, contracapa e lombada de *O Pão da Mentira*, coleção "Os Livros das Três Abelhas", n.º 9, Editorial Gleba, s.d. (c. 1952), 23,7 x 16,2 cm. Assinado. © Herdeiros de Victor Palla



possam sugerir algo do conteúdo literário. Esta relação é imperiosa e, porventura, a medida exata para uma interpretação criativa do seu conteúdo. Horace McCoy, no título original *No Pockets in a shroud* (1937), relata quase autobiograficamente a vida de Dolan, um jornalista com uma conduta idealista, querendo imprimir a verdade. Considerando que os donos dos jornais fecham os olhos a determinadas atividades ilícitas em detrimento de receitas publicitárias que advêm de bandidos ligados à corrupção, Dolan, frustrado, cria a sua própria revista para expor a hipocrisia e a mentira que o cercam. Embora alertado e ciente do perigo a que se expôs, torna-se um fatalista, não se importando com o custo disso para si mesmo.

Os primeiros desenhos motivadores identificam imediatamente a máquina de

escrever do jornalista – a sua arma contra a corrupção de onde emergem extensas folhas de papel que serão o suporte verbal para a mensagem. São linhas que definem formas fechadas e se sobrepõem, como planos de papel que se dobram sucessivamente. É patente uma vontade de composição mais gráfica do que uma representação de natureza-morta. Uma vista do seu espaço de trabalho com a sua máquina de escrever e de onde se abrem janelas para a cidade. Somos levados a espreitar o toldo da drogaria lá fora indicando DRUGS e cartazes publicitários. O resultado final da capa apresenta-nos uma visão desdobrada do espaço onde os elementos são estilizados, aparecem pictogramas, a máquina de escrever transforma-se em objeto desconstruído, o toldo ganha partido gráfico, o signo DRUGS perde o T e ganha nova conotação,

a lua é agora um triângulo que interfere na composição, a garrafa passa a ter uma configuração própria e reconhecida. Vemos desagregar-se a palavra “Mentira” do título e outras manchas de texto que, não tendo à partida significação especial, adquirem uma integração compositiva numa visão “cubista” do espaço bidimensional.

Como vimos nestes dois exemplos, o uso da fotografia ou do desenho é absolutamente instrumental ao design gráfico. Sabemos, contudo, que a fotografia da varina corresponde ao período das “deambulações venatórias” por Lisboa que, mais tarde, vieram dar origem ao livro *Lisboa Cidade Triste e Alegre*, em coautoria com Jorge Costa Martins. Portanto, distinguimos o papel da fotografia enquanto revelação e apropriação para o seio do design gráfico de

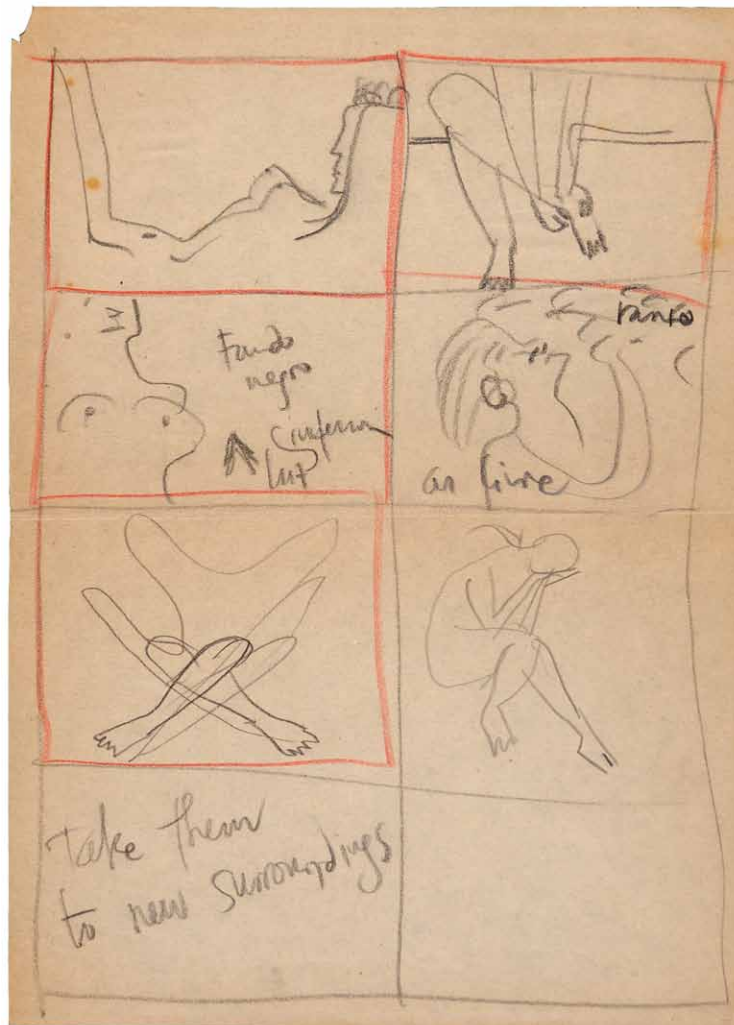
um argumento neorrealista, a partir de uma fotografia que se poderá dizer também ela neorrealista, ou humanista se afiliada no movimento da exposição *The Family of Man*.

Victor Palla estava ciente do papel da fotografia no trilho de uma nova satisfação estética. Em 1945, fizera sair um texto de Louis Aragon onde este defende a fotografia como um auxiliar da pintura porque a “fotografia ensina a ver e vê o que o olhar não pode aperceber”¹⁴. Dessa mesma altura, data a série de colagens fotográficas intitulada *The Inner Eye*, com referências claras ao Surrealismo, onde, numa colagem, o olho é perfurado por um garfo num jogo metafórico e alusivo à famosa cena do filme *Un Chien Andalou*¹⁵. Apesar de o olho não lacrimejar, a colagem intitula-se *The Waterfall*, numa certa provocação psicológica.

Victor Palla construirá um programa estético-fotográfico, tendo em vista uma organização plástica muito definida aliada a um grande rigor técnico de execução pelos processos fotográficos. Este processo tem origem num storyboard, portanto um planeamento em desenho que ajuda na condução e produção das suas pesquisas fotográficas

ENSAIOS

Estudos para série fotográfica de storyboard, s.d. (c. 1952), lápis s/ papel, 17 x 23 cm. Não assinado. © Herdeiros de Victor Palla



Bailarina. Digitalização a partir de negativo original, s.d. (c. 1952), 6 x 6 cm. © Herdeiros de Victor Palla



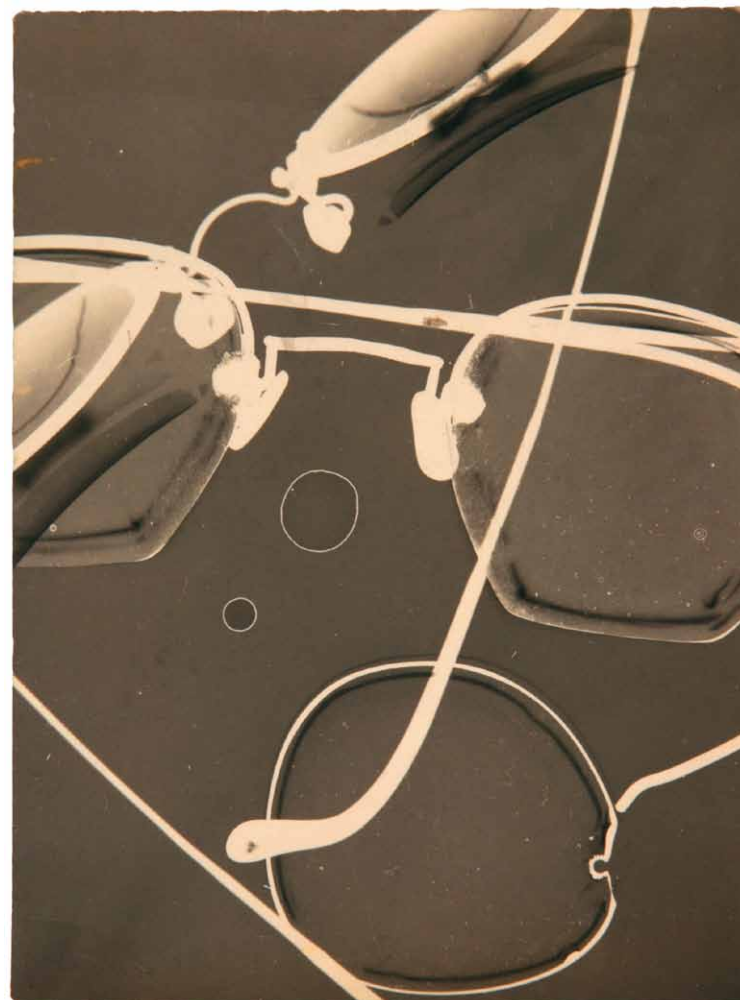
No início dos anos 50, Victor Palla adquire uma *Rolleicord*, instala o seu próprio laboratório de fotografia ou câmara escura e dá início a uma fase de experimentação dentro e fora do estúdio criativamente muito fértil. Deste período, damos conta dos fotogramas, solarizações, ampliações invertidas, superimposições e outras combinações técnico-fotográficas, que Man Ray ou Moholy-Nagy haviam experimentado vinte anos antes. Com efeito, Victor Palla construirá um programa estético-fotográfico, tendo em vista uma organização plástica muito definida aliada a um grande rigor técnico de execução pelos processos fotográficos. Este processo tem origem num *storyboard*, portanto um planeamento em desenho que ajuda na condução e produção das suas pesquisas fotográficas.

O carácter desta pesquisa, a que podemos chamar de *pictorial schema*, ou esquema pictórico no sentido que Ernst Gombrich atribuía um valor simbólico equivalente entre a *schemata* e o seu referente real¹⁶, foi inicialmente disposto em esboços e, num segundo estágio, legitimado pela sua transposição em fotografias.

Mas Victor Palla não ficará por aqui, pois irá usar muitas destas experiências para as materializar nas facetas de arquiteto ou designer gráfico, como aqui já foi abordado e como ele próprio sublinha: “As dimensões do negativo permitiam cortes, enquadramentos diversos, e fiz de tudo, também – fotos de arquitetura, edifícios em construção, retratos, modelo, documentos sobre obras em progresso – pintura, grafismo, gravura, *table top*¹⁷, experimentação e viagens.”¹⁸

Estas descobertas em fotografia aproximam-se de um sentido poético de construção, em que o autor, mediante a transmutação da linguagem, acederá à realidade do seu ato de criação, sendo, contudo, alcançada através de um processo semelhante ao processo de design, no qual o produto final é uma atitude metodológica que visa essa criação; os desenhos organizam um padrão de dialética durante um certo período de tempo, uma arte de raciocínio com método que, segundo Gabriela Goldschmidt,

Raiograma. Prova fotográfica, s.d. (c. 1952).
© Herdeiros de Victor Palla



funciona como “um pivot de interação do imaginário pela contínua produção de imagens ou manifestações cheias de pistas, para o propósito de raciocinar visualmente não sobre algo anteriormente percebido, mas sobre algo para ser composto, a ainda não existente entidade que está a ser projetada”¹⁹. Embora o produto fotográfico final encerre outra apreciação ao nível da estética fotográfica, podemos, antes de tal, verificar que o cruzamento entre desenhos e fotografias nos oferece uma surpreendente equivalência. Esta concordância significa que o desenho, embora esquemático, acumula desde logo toda uma carga conceptual a que a fotografia, com a sua técnica e linguagem próprias, acentuará e sublimará o pré-conceito. Teremos, então, de considerar que este planeamento desenhado e o processamento fotográfico são uma atividade próxima da do design,

reunindo a aptidão artística e a técnica simultaneamente, com vista à produção de artefactos, neste caso fotográficos. Paul Strand, que havia proclamado a fotografia como arte, declarara em 1923 que composição e o design não poderiam ser fixados por regras, uma vez que não seriam por si uma receita estática através da qual se faria uma fotografia ou qualquer coisa contendo um significado. E acrescentava que, ao atingir-se uma clareza tanto percetiva como da própria habilidade para a registar, o artista terá então criado a sua própria composição, o seu próprio tipo de design, pessoal²⁰. Neste sentido, acrescentamos que a pesquisa estético-fotográfica de Victor Palla alcança novos campos disciplinares e, tal como vimos a transposição da fotografia para o design gráfico, também podemos testemunhar a passagem de uma temática gráfica para a criação de

O flou ou tremido da imagem (...) e o corte das figuras revelam as ressonâncias visuais entre a fotografia e o desenho. Não se trata de olhar a fotografia enquanto desenho ou vice-versa, mas de verificar a possibilidade dos seus influxos. O “ver” de Victor Palla atravessa os dois campos de possibilidades formais

uma linguagem no design de interiores. Encontramos na estética dos triângulos, entre 1951 e 1954, uma forte convergência formal, contendo essa intencionalidade estética individualizada que Paul Strand expõe e que caracteriza a obra de Victor Palla nesse preciso recorte temporal atravessando diversos campos artísticos, fotográficos e design, reforçando a relação de interdisciplinaridade do seu projeto.

A partir de meados da década de 70, Victor Palla regressa ao desenho, à pintura, à fotografia e à colagem, colocando-os em patamares perfeitamente equivalentes. Vemos um desenho imediatista, tanto no sentido da obtenção de um registo simples, como também no sentido do instantâneo, ocupando por isso um lugar análogo ao da fotografia. Constatamos a simplicidade radical de um desenho que, bastando um riscador e papel, pode acontecer na rua ou em qualquer lugar. Tal como o poeta destapa momentos enquanto metáforas da vida, o desenho-ação regista instantes de modo informal. Lembra-nos de um repertório de alguma maneira familiar, com as cenas do quotidiano das fotografias de Lisboa dos anos 50. Mas, para nosso encanto, as fotografias da década de 80 perseguem, devolvem e exploram olhares suspensos das fotografias dos anos 50, na mesma medida em que os desenhos o fazem. Assiste-se ao predomínio tanto da

figura cortada pela cabeça ou pelo pescoço, como de uma maior ocupação da parte superior do suporte, remetendo-nos para o “plano holandês”²¹, fazendo ressaltar as formas maciças dos calçados pelos seus contornos. O mesmo espírito atravessa muitas das fotografias dos anos 80 na sua tomada inicial e não em reenquadramentos posteriores²². O flou ou tremido da imagem, por arrastamento ou por desfoque, e o corte das figuras revelam as ressonâncias visuais entre a fotografia e o desenho. Não se trata de olhar a fotografia enquanto desenho ou vice-versa, mas de verificar a possibilidade dos seus influxos. O “ver” de Victor Palla atravessa os dois campos de possibilidades formais.

No livro *Lisboa, Cidade Triste e Alegre*, Costa Martins e Victor Palla haviam manifestado as vantagens na “inter-influência das artes do nosso tempo, que têm muito que aprender umas com as outras”²³. Dessa época, haviam sido notórias as contaminações entre fotografia e artes gráficas ou desenho, tal como vimos. O que não deixa de ser interessante é que os anos 80 revelam essa interação imagética assente num automatismo serial, tanto do olhar fotográfico como do desenhístico, pesquisando determinadas relações com a figura. O olhar do fotógrafo é, afinal de tudo, o mesmo do desenhador e do designer.

Notas

1. M.S., “Azulejos”, *Arquitectura Portuguesa e Cerâmica e Edificação Reunidas*, Sociedade Editora Frace, Lda. Lisboa, José Maria Correia Victorino, Março-Abril de 1948, Ano XLI, 3.ª Série, n.º 151, p. 12.
2. Memória descritiva do projeto, Processo de obra n.º 822, Henriques, Paulo, “A Construção das Modernidades”, *O Azulejo em Portugal no Séc. XX*, Lisboa, Edições Inapa, 2000, p. 71.
3. “III Congresso da UIA”, *Arquitectura*, ICAT, Lisboa, João Simões, nov.-dez. de 1954, Ano XXVI, 2.ª série, n.º 53, p. 11.
4. Mário, Dionísio, “A Morada do Homem”, *Arquitectura*, ICAT, Lisboa, João Simões, nov.-dez. de 1953, Ano XXV 2.ª Série, n.º 50-51, pp. 23-24.
5. Michel, Toussaint, “Significados do Azulejo na Arquitectura: Portugal Século XX”, *O Azulejo em Portugal no Séc. XX*, Lisboa, Edições Inapa, 2000, pp. 239-256.

6. Carlos, Botelho, “Artes Decorativas”, *Horizonte, Jornal das Artes*, novembro de 1946.
7. Victor, Palla, “O Olho Quadrado”, *Arquitectura Portuguesa, Cerâmica e Edificação*, Lisboa, Ano XLVI, n.º 3-4 abril de 1953, p. 33-38.
8. Victor, Palla, “Lugar do artista plástico”, *Arquitectura*, Lisboa, Ano XX, 2.ª Série, n.º 25, julho de 1949, pp. 7 e 16.
9. Frederico, George, “Comentário ao artigo Lugar do Artista Plástico”, *Arquitectura*, Lisboa, Ano XXI, 2.ª Série, n.º 27, outubro-dezembro de 1948, pp. 6 e 23.
10. Le Corbusier, “La Arquitectura y las Artes”, *La Situación Actual de las Artes Visuales*, Buenos Aires, Ediciones 3, 1960, pp. 83-84.
11. Júlio, Pomar, “Decorativo, Apenas?”, *Arquitectura*, Lisboa, Ano XXII, 2.ª Série, n.º 30, abril e maio de 1949, pp. 7-9.
12. Cf. Maria Helena, Souto, *História do Design em*

Portugal I, Lisboa, Edições IADE, 2009, p. 79.

13. Olga, Pombo, *Contribuição para um vocabulário sobre interdisciplinaridade*. <http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/opombo/mathesis/vocabulario-interd.pdf>. Consultado em linha, 3 de setembro de 2010.
14. Louis, Aragon, “O Pintor e a Fotografia”, *A Tarde*, n.º 8, 29 de julho de 1945, p. 3.
15. Filme realizado entre 1928 e 1929, por Luis Buñuel e Salvador Dalí e considerado por Breton como o primeiro filme surrealista.
16. Ernst, Gombrich, *Arte e Ilusão: um estudo da psicologia da representação pictórica*, 4.ª ed., São Paulo, Martins Fontes, 2007
17. cremos que se refira aos jogos de luz e reflexos elaborados sobre uma mesa e posteriormente fotografados.
18. Victor, Palla, “Foto-biografia”, texto manuscrito e não publicado, datado de abril de 1994. Espólio Victor Palla.

19. Gabriela, Goldschmidt, “The dialectics of sketching”, *Creativity Research Journal*, 1991, p. 140.
20. Paul, Strand, “The Art Motive in Photography”, conferência proferida no Clarence H. White School of Photography em 23 de março de 1923. Publicada posteriormente, *British Journal of Photography*, 5 de outubro de 1923.
21. O plano holandês aparece inicialmente no cinema (Dziga Vertov, *Man with a Movie Camera*, 1929), enquanto técnica utilizada para enfatizar a cena e os personagens.
22. Cf. Centro de Arte Moderna José de Azeredo Perdigão, *Victor Palla*, Lisboa, CAM, 1992. Na segunda parte deste catálogo, dedicado a uma fase fotográfica posterior, são notórios os cortes das figuras.
23. Costa, Martins; Victor, Palla, *Lisboa, Cidade Triste e Alegre*, Lisboa, Circulo do Livro, 1959, páginas do índice.

História do design em Portugal entre 1974-2010

RUI AFONSO SANTOS



Bica do Sapato. Fotografia de Luísa Ferreira, 2011. © Lux Frágil

PRIMEIRA GERAÇÃO DE DESIGNERS PORTUGUESES

Um processo industrial incipiente, o atraso tecnológico, a desatualização do ensino artístico e a existência de uma longa ditadura de direita (1926-1974), fortemente isolacionista, colonial, repressiva e economicamente protecionista,

marcaram decisivamente a eclosão tardia do design em Portugal. Remonta, porém, aos anos 50-60 a implementação daquela disciplina, mediante o notável esforço pioneiro do arquiteto Conceição Silva (*Exposição de Decoração Moderna*, Casa Jalco, 1950; *Loja Rampa*, 1956) e, sobretudo, de uma efetiva 1.ª geração de designers portugueses, entre os quais se citam os nomes incontornáveis

de Daciano da Costa (1930-2005), Maria Helena Matos (n. 1924), António Garcia (n. 1925), Sena da Silva (1926-2004), Cruz de Carvalho (n. 1930), Carmo Valente (1930-2012), Mirja Toivola (n. 1933) ou Eduardo Afonso Dias (n. 1938).

Com atividade repartida pelo design de interiores, equipamentos, mobiliário e

Num quadro de crise económica generalizada (...), a exposição [Design & Circunstância] apresentou 38 designers (...) numa nítida unidade em termos de produção, atitude, prática e dignificação profissional

iluminação (para hotelaria, habitação e serviços), bem como de vidros e cristais, cerâmicas, têxteis ou cutelaria, estes designers contaram com uma secular tradição de artes decorativas e, sobretudo, com a proverbial qualidade das manufaturas portuguesas (mobiliário, marcenaria, metais, vidro e cristal, faiança e porcelana, têxteis) que renovaram formalmente e impulsionaram pela criação de novos produtos especificamente desenhados, destinados à produção industrial.

Daciano da Costa foi a figura preponderante da 1.^a geração de designers portugueses: criou interiores de espaços públicos (*Reitoria da Universidade de Lisboa*, 1960-61; *Teatro Villaret*, 1964-65; *Biblioteca Nacional de Lisboa*, 1965-68, etc.) e privados (*Vestíbulo*, *Grande Auditório*, *Biblioteca*, *Refeitório* e *Bar da Fundação Calouste Gulbenkian*, 1966-69; *Hotel Madeira Hilton*, 1970-71; *Hotéis Altis e Penta*, 1971-75) – derrogando a habitual colagem decorativa a favor do entendimento do design como prolongamento da própria arquitetura – e, sobretudo, as primeiras linhas seriadas de mobiliário de trabalho e de escritório (Linha *Cortez*, 1962; Linha

Prestígio, 1962; Linha *Dfi*, 1971; Linha *LNEC/CB*, 1971, produção Longra). O seu trabalho foi marcado por uma pesquisa formal racionalista, de herança bauhausiana mas recetiva às propostas da Escola de Ulm e, particularmente, de Tomás Maldonado e Max Bill, atenta às insuficiências do panorama industrial coevo e ao desafio criativo e social da sua ultrapassagem – aliada, desde os anos 80, a uma “redescoberta (pós-moderna) do humor, do inesperado e de algumas tradições ancestrais das artes decorativas” (J.P. Martins). O processo desenvolveu-se no mobiliário desenhado para integrar os interiores do *Centro Cultural de Belém* (projeto de arquitetura vencido em 1989 pelos arquitetos Vittorio Gregotti e Manuel Salgado, em cuja equipa Daciano da Costa se integrou), das áreas públicas, do módulo de reuniões, do Grande Auditório e da Sala de Jantar da Presidência, e culminou em modelos de mobiliário urbano (*Banco Urbis*, 1994, produção Julcar), doméstico (*Cadeira da Série Sancho*, 1995, produção Ângelo de Sousa Braga) e destinado a espaços públicos (*Cadeira Coliseu/Café*, 1994, produção Julcar; *Cadeira Coliseu/Camarote*, 1994, produção Olaio).

A revolução de abril de 1974 assinalou o fim da ditadura do Estado Novo, pondo igualmente termo à guerra colonial (1961-74) e marcando o processo de transição para uma futura III República democrática. Se os fatores de ordem externa tinham sido preponderantes no progresso da economia portuguesa durante os anos 60, os choques petrolíferos de 1973-74 e de 1979 afrouxaram esse crescimento e agravaram a instabilidade económica (que se prolongaria até aos meados da década de 80), já de si reforçada, ao nível interno, pelas consequências da descolonização, das perturbações revolucionárias que se seguiram (1974-75) à mudança de regime político, bem como pela adoção de uma Constituição (1976) de modelo socialista e por uma ruínosa política de nacionalizações.

Como resposta ao consequente panorama económico fortemente crítico, em 1982 a Associação Portuguesa de Designers (fundada em 1976), sob a direção de Sena da Silva,

promoveu na Sociedade Nacional de Belas-Artes a exposição *Design & Circunstância*. O certame propôs-se “glosar alguns motes sugeridos pelo Núcleo de Design” do Instituto Nacional de Investigação Industrial (INII) e homenagear, simultaneamente, a importante ação da designer Maria Helena Matos que, na direção daquele organismo entre 1969 e 1976, foi a grande empreendedora da consciencialização e promoção empresarial do Design em Portugal.

Num quadro de crise económica generalizada (fruto do 2.^o choque petrolífero e da má política económica prosseguida, em 1980, pelo Governo português), a exposição apresentou 38 designers (entre os quais António Garcia, Daciano da Costa, Eduardo Afonso Dias, Jorge Pacheco no design de industrial e de equipamento, bem como Sebastião Rodrigues, João Machado, José Brandão, Luís Carrolo, Assunção Cordovil no design gráfico ou Cristina Reis na cenografia), numa nítida unidade em termos de produção, atitude, prática e dignificação profissional (e até geracional), reunidos perante um panorama onde, contudo, emergiam já outras posturas e entendimentos do design, anunciando a abertura de um novo ciclo, doravante marcado por designers especificamente formados pelas Escolas de Belas-Artes.

OS ARQUITETOS E O DESIGN: DOS ANOS 80 AO FIM DO SÉCULO

Desde os anos 50, aliás, o arquiteto Siza Vieira (n. 1933) praticou exemplarmente a poética racionalista, tanto na arquitetura como no design, através da revisitação das origens do movimento moderno (*Casa de Chá da Boa Nova*, 1958-63, com mobiliário e candeeiros expressamente desenhados), num percurso cuja produção assume assinaláveis implicações éticas. A notoriedade que conheceu entre nós nos anos 80, fruto do reconhecimento internacional, levou à reedição de objetos que Siza Vieira desenhara anteriormente, como o candeeiro *Flamingo* (1972, edição de Facto, 1985), despojada obra de grande unidade formal, características que

Frágil. Fotografia de
Luísa Ferreira, 2009.
© Lux Frágil



se estendem também ao candeeiro de mesa *Fil* (1990, edição M114).

Este rigor projetual e ascético, de vertente neomoderna, é assinalável nas depuradas *Cadeiras C1* (1986); no conjunto de *Estirador e Banco* (1988, edição Carvalho Araújo) que o arquiteto desenhou para a Faculdade de Arquitetura do Porto, também por ele riscada; na depurada *Cadeira Empilhável* (1994); na *Cadeira Marco* (1996), versátil peça que serve em simultâneo de genuflexório, destinada à Igreja de Marco de Canaveses, integralmente desenhada também; no conjunto de *Sofá e Mesa* editados (1994) pela Altamira; tudo desenhado com um rigor constante, numa verdadeira poética neomoderna – e que Siza Vieira prosseguiu noutros objetos, de candeeiros a fechos e puxadores de porta, cinzeiros, jarras, solitários, fruteiras, acessórios de banho, espelhos, faqueiros, cálices de Porto, serviços de chá –, o que não impediu que, nas célebres *Cómodas 1* (1985) e *2* (1990), editadas pela Fago, o arquiteto revisitasse, depurando-a, a memória dos antigos contadores.

Frequente nos arquitetos e designers formados na Escola do Porto, encontramos a estética neomoderna do despojamento e do rigor racionalista em figuras também nossas conhecidas como Fernando Távora (1923-1995), já de uma geração anterior, tanto na sua arquitetura como no design (*Mesa de Abas*, edição Fago), onde procedeu a novos entendimentos das técnicas e materiais tradicionais, senão mesmo das formas antigas, em depurada revisitação do passado (*Cadeiras Desenhadas para a Casa Primo Madeira*, 1980-87); em Eduardo Souto de Moura (n. 1952) que a estendeu ao design de equipamentos (*Candeeiro de Mesa*, 1988), com risco de sóbrios objetos de magníficas proporções (*Mesas Série 3*, edição José Filipe & Filho, 1993; *Mesa Mesotta 1*, 1997, edição DDI) e também de interiores (*Companhia de Seguros Real*, Évora, 1992-93), com pontual irrupção de humor (*Candeeiro de Mesa Piu-Piu*, c. 1997, edição Loja da Atalaia e DDI); em Adalberto Dias (n. 1953), que também explora a diversidade dos materiais (*Maple*, edição Fago; candeeiro de secretária *Cartola*, 1991, edição Carvalho Baptista), enveredando por uma linha ascética (*Cadeira (e*

Mesa) para Computador Ria, 1995, edição Mobapeç) que origina singulares soluções funcionais (*Cadeira de Auditório Vai e Vem*, 1996, edição Mobapeç); e, sobretudo, em José Manuel Carvalho Araújo (n. 1961), arquiteto portuense e também designer da empresa familiar (linha *Arpa*, 1989-93, edição Carvalho Araújo) interessado na depuração racional (*Cadeira Escolar*, 1988, Produção Iduna), sintetizando pesquisas do passado sem deixar de inovar (*Cadeira Tronco*, 1990, produção Iduna), explorando contrastes formais e de materiais (*Cadeira “T”*, 1993, série limitada), em crescente depuração (*Cadeiras Lambrikas*, 1994; sistema modular *Arco*, 1996, ambos Produção Iduna), que culminou numa dimensão quase minimal (*Candeeiro Pilo*, 1994; *Cinzeiro Portacenere*, 1995).

Na obra de Alcino Soutinho (1930-2013), arquiteto pela Escola Superior de Belas-Artes do Porto, encontra-se outro esclarecedor exemplo do racionalismo funcionalista (*Mesa de Apoio*, edição Fago; *Cinzeiro*, 1994), aliado, porém, a um notório sentido de elegância e consciência das funções práticas e sociais dos móveis de assento (*Cadeira Empilhável e Poltrona para a Câmara Municipal de Matosinhos*, edição de 1987). O arquiteto Miguel Arruda, por seu turno, manteve a sua linha de discreta e eficaz contenção, em funcionais móveis articulados (*Banco e Cadeira Linha Golf*, 1983, edição Planiforma) ou desmontáveis (*Linha Vila Nova*, 1985), realçando a importância das madeiras tradicionais.

Já Tomás Taveira (n. 1938), cujo protagonismo no *atelier* Conceição Silva/Maurício de Vasconcelos foi marcado por excelentes projetos, desde logo a obra-prima que foi a *Loja Valentim de Carvalho* em Cascais (1969), incontornável obra *Pop*, na qual o risco arquitetural e a importância pioneira dedicada ao design de exteriores e interiores, gráfico e de equipamentos culminaram numa unidade inteiramente nova, conceptualmente revolucionária, minando os valores da racionalidade e universalidade que haviam moldado o Movimento Moderno, praticado pela 1.ª geração de designers portugueses, na busca de uma aproximação

A redução do intervencionismo do Estado, o reforço da atuação das forças de mercado, o otimismo e as melhorias no consumo privado estiveram, naturalmente, ligadas à expansão da produção e ao interesse renascido pelo design em Portugal

expressiva capaz de conciliar a aspiração dos novos tempos com os valores democráticos – particularmente relevante quando inserida num meio que vivia o drama agravado da Guerra Colonial e de um sistema e de um regime políticos conservadores, autoritários e moribundos, gorada que foi (e como cedo logo se revelou) a promessa ilusória da chamada “Primavera Marcelista”.

Posteriormente, no seu próprio *atelier*, T. Taveira desenvolveu uma linguagem arquitetural progressivamente exuberante, recetiva a diversas influências em diluição atualizada das fronteiras estilísticas tradicionais, como no *Complexo de Edifícios Comerciais, de Escritórios e de Habitação das Amoreiras* (1980), com equipamentos especialmente desenhados, assinalando o acerto da arquitetura portuguesa com a prática pós-moderna internacional. Pioneiro do “Novo Design”, caracterizadamente plástico, Tomás Taveira concebeu, em 1985, as *Cadeiras Marcelo I, Marcelo II, III e Fórum*, em madeira policromada a esmalte,

numa atenção dada à relação sensorial entre o objeto e o seu utilizador como antídoto eficaz contra o funcionalismo – e, em 1985, o galerista Luís Serpa promoveu na sua Galeria Cómicos a exposição *New Transfigurations*, onde T. Taveira desconstruiu objetos supostamente identitários como o Galo de Barcelos. Estas características foram depois demonstradas nas cadeiras que Tomás Taveira concebeu em 1989: a icónica *Cadeira Rick* e, ainda, a espetacular *Cadeira Sandman*, na qual a ênfase multidisciplinar recorreu ao design gráfico. Nos anos 90, Tomás Taveira desenvolveu estas características como metáfora cenográfica da efemeridade (*Cadeira Sílvia*, 1990), como revisitação estilizada e atualizada do passado (*Cadeira Mackintosh I*, 1993), como transfiguração das memórias e dos ícones historicistas (Série de Cadeiras *D. Dinis*, *D. João I*, *D. Pedro I* e *D. Maria I*, edição Dimensão, 1992-93), senão do próprio Modernismo (versões da *Cadeira Laura*, 1993, edição Caligaris) e como demonstração do californiano *Free-Style*, que estendeu a cenografias de programas televisivos.

MANUEL REIS E O NOVO DESIGN

Este período conheceu, contudo, a suplantação da simples dicotomia Modernismo/Pós-Modernismo através de um considerável número de fatores. Ainda na década de 80, assinalou-se, aliás, uma nova fase da economia portuguesa (desde 1985), marcada pela adesão do país à CEE (1986), pela estabilidade política assegurada por um Governo de maiorias parlamentares absolutas e pela importante melhoria no nível de vida (desde 1986), assinalando um período de evidente prosperidade entre 1985 e o começo dos anos 90.

A redução do intervencionismo do Estado, o reforço da atuação das forças de mercado, o otimismo e as melhorias no consumo privado estiveram, naturalmente, ligadas à expansão da produção e ao interesse renascido pelo design em Portugal – embora o design português continuasse a assinalar uma especificidade notória, fruto dos difíceis condicionalismos anteriores



e da persistência das rotinas industriais e tecnológicas associadas, paradoxal e singularmente, ao desejo contínuo de acerto com o panorama internacional.

Na verdade, como falar de sociedade de consumo num país onde tanto tardou o modelo capitalista e onde a abundância foi recente e relativa, de Pós-Modernismo numa sociedade onde o próprio Modernismo teve uma

Móvel Igor, Pedro Silva Dias, Edição Loja da Atalaia, 1991. Fotografia de Manuel Silveira Ramos.
© Pedro Silva Dias

Em 1988, Manuel Reis lançou naquele espaço-laboratório [Loja da Atalaia] uma revolucionária coleção-revelação de design, de edição limitada, da autoria de designers, arquitetos e artistas plásticos, muitos dos quais se contam entre os maiores designers portugueses da segunda geração

expressão limitada, ou de era pós-industrial num meio onde a indústria jamais atingiu a expressão de grandes corporações? Verdadeiro desafio para os designers portugueses, tais condicionantes foram, porém, por eles suplantadas, em virtude do seu talento criativo, da postura profissional adotada e da inerente qualidade do seu trabalho, de relevância internacionalmente reconhecida.

Ao longo deste período, modelos tradicionalmente associados à pintura, escultura, ourivesaria, fotografia e às próprias artes da decoração intervieram no âmbito do design; fenómenos como o *styling* foram reavaliados, muitas vezes, através da revisitação do passado ou da emergência de poéticas que retomaram o *streamlining*; a moda emergiu como um fenómeno marcante, associado a novos hábitos de representação, utência e

consumo; o design adquiriu um forte estatuto de distinção e promoção social; a crónica insuficiência industrial do país obrigou ao recurso a matérias e processos artesanais; e, frequentemente, o debate teórico fundador foi preterido. Tudo isto é reflexo de uma era cujo individualismo fomentou a diversidade, ultrapassando a universalidade e a ortodoxia modernista e promovendo o Novo Design, praticado por uma nova geração, a segunda, de designers portugueses, criadores de verdadeiros objetos icónicos.

No lançamento e na promoção do Novo Design, caracterizadamente plástico e multidisciplinar, foi fundamental a ação empreendedora de Manuel Reis na sua Loja da Atalaia (fundada em 1981), na rua homónima lisboeta. Em 1988, Manuel Reis lançou naquele espaço-laboratório uma revolucionária coleção-revelação de design, de edição limitada, da autoria de designers, arquitetos e artistas plásticos, muitos dos quais se contam entre os maiores designers portugueses da segunda geração: Pedro Silva Dias, Filipe Alarcão, Fernando Sanchez Salvador, Margarida Grácio Nunes,

Eduardo Souto de Moura, Francisco Rocha, Leonaldo de Almeida (mesas, cadeiras, sofás, aparadores, secretárias, consolas, estantes, biombos, móveis de gavetas, candeeiros de pé e de parede, jarras) e Jwow Basto (tapetes).

A ação concertada desenvolvida por Manuel Reis na *Loja da Atalaia*, em simultâneo com o *Restaurante Pap'Acorda* (1985), dos *food-designers* Fernando Fernandes (n. 1957) e José Miranda (n. 1943) e, sobretudo, com a abertura, em 1982, do icónico *Bar Frágil*, com suas decorações-instalações de grande impacto plástico periodicamente renovadas, na criação de ambientes inovadores por artistas visuais (Pedro Cabrita Reis, Francisco Rocha), permitiu reunir e concentrar uma *elite* de, entre outros, criadores, arquitetos, artistas visuais, músicos, designers gráficos, de equipamento e moda, professores universitários, joalheiros, jornalistas, cineastas, DJ, manequins e fotógrafos – e, entre 1985 e 1995, Manuel Reis promoveu um movimento cultural sem paralelo no país, determinou um impacto considerável na renovação cosmopolita do

Candeeiro Cartucho,
Filipe Alarcão, Edição
Loja da Atalaia, 1994.
© Loja da Atalaia



gosto e dos hábitos e promoveu, ainda, a recuperação e vivência de uma zona urbana (o Bairro Alto), de outro modo irremediavelmente degradada.

Na 2.^a geração, destaca-se a personalidade de Pedro Silva Dias (n. 1963), com trabalho desenvolvido nas áreas da arquitetura de interiores, grafismo, design industrial, sinalética e cenografia. A quase-totalidade das peças que desenhou, de acerto internacional, constituem já verdadeiros ícones (*Cadeira Mitsuhirato*, 1987; *Móvel Igor*, 1991, ed. Loja da Atalaia). O seu trabalho caracteriza-se pela extrema sofisticação de formas (*Cadeira Mitsuhirato*, 1987; *Móvel Igor*, 1991, ed. Loja da Atalaia), a par de uma vertente sempre funcional, em soluções de grande simplicidade formal (*Nichos e Cabines para Instalação de Telefones Públicos* da Portugal Telecom, 1997-1998; *Bloco Sanitário Integrado IESSE*, 2003, produção M.A.) que chega a uma leveza desmaterializada (*Cadeira Baccarat*, edição Loja da Atalaia, 1996) ou de escultórica vocação minimal (*Cadeira Alcatifa*, edição Altamira, 2001; *Cadeira DeLux*, Loja da Atalaia/M.U., 2004; *Cadeira Laminar*, 2004, ed./prod. M.U.).

A qualidade artesanal também se encontra no trabalho de Filipe Alarcão (n. 1963), que desenvolve projetos de design industrial, design de mobiliário, design urbano, design de produto, iluminação, cerâmica, vidro e cristal, bem como interiores de apuro minimal (*Loja ModaLisboaDesign*, 2000; *Mercearia DeliDeLux*, 2004), também desmaterializado em luz e transparências (*Loja/Galeria Atlantis Crystal*, 2000). O seu design de cerâmicas (Prémio Nacional de Design do Centro Português de Design, 1992) apresenta grande apuro formal e funcional, de pontual vertente reciclada (*Prato Dominó*, edição Hand Matters, 1999) e sempre de grande delicadeza, evidente também no domínio dos metais (*Peças de Secretária Bend*, edição Hand Matters, 1995). O arquiteto Fernando Sanchez Salvador (n. 1953) revisitou o passado em certas obras (*Cadeira Atalaia*, edição Loja da Atalaia, 1988) e explorou a tradição artesanal (*Móvel TR*, edição do designer), revelando a preferência por formas amplas e espacialmente



Ana Salazar, Coleção inverno 87/88. Fotografia de Iris Brosch. Cortesia de Ana Salazar

impositivas, lineares e simultaneamente escultóricas (aparador *Entremuros*, 1988; poltrona *Onda*, 1990, ambos editados por Loja da Atalaia), de acentuado rigor, cuja linguagem estendeu a outras peças (*Candeeiro Candlesemtom*, protótipo, 1999). Já a obra da arquiteta Margarida Grácio Nunes (n. 1953) alia a qualidade artesanal ao contraste de materiais, numa pesquisa rigorosa que se assume como metáfora da era industrial. De formas estruturadas (*Estante Pap'Açorda*, peça única, 1992), os seus móveis e objetos associam diferentes materiais (*Jarras Maria Pia e Maria da Fonte*, edição Loja da Atalaia, 1988), num conjunto de acentuada unidade formal e cromática (*Candeeiro Fresta de Luz*), demonstrando requintado acerto na prossecução de uma obra global caracteristicamente contemporânea.

Noutra vertente formal, encontra-se o trabalho dos designers Luísa Coder e José Russel (n. 1953), criadores, em 1987, do Grupo Infracções, que desenvolve

projetos no campo do mobiliário, objetos e joalheria, bem como de reciclagem de “móveis perdidos”. O fabrico das suas peças é semiartesanal e comercializado em pequenas séries, numa linha recetiva aos estímulos da cultura visual contemporânea e dotada de uma vertente lúdica de redesign (*Sofás Rómulo e Remo*, 1994; *Mesa de Apoio Madonna*, 1994) que assume uma notável condição francamente escultórica associada a propostas provocadoras de uso e fruição (*Corvo*, *Cadeira de Piscina para tomar duche sentado*, 1999).

Assinalou-se ainda a eclosão do Movimento de Criadores de Moda: Ana Salazar (n. 1941) foi, desde os anos 70, pioneira do movimento em Portugal, libertando-a dos tradicionais constrangimentos do plágio da *haute couture*, pelo que o movimento adquiriu um estatuto até então inédito. Iniciando o processo com a abertura da loja *A Maçã* (1972) e lançando posteriormente as coleções *Harlow* (1978) e *Ana Salazar*

(1979), desenvolveria a sua atividade na edição de roupas de casa, perfumes e cerâmicas, numa eficaz contenção de vocação minimal, pontuada por súbitas irrupções neorromânticas.

Neste domínio formal destacar-se-iam, desde os anos 80, Manuela Gonçalves (n. 1945), com as suas peças fortemente estruturadas e de cariz nipónico, as duplas Manuel Alves (n. 1952)/José Manuel Gonçalves (n. 1961), atentos a sugestões internacionais, Eduarda Abbondanza (n. 1959), Mário Matos Ribeiro (n. 1959) e José António Tenente (n. 1966), de um minimalismo pontualmente festivo e neor-

romântico, entre outros, cuja interligação a joalheiros, fotógrafos de moda e designers gráficos criou uma dinâmica fortemente mediática.

Indústrias artísticas tradicionais e correlativas, a joalharia foi também renovada, num processo que se iniciou em 1963 com Alberto Gordillo (n. 1943) e Kukas (n. 1928), pioneiros da joalharia moderna que repudiaram o historicismo e o folclorismo dominantes, desenvolvendo, respetivamente, uma pesquisa formal neobarroca, ou um rigor formal crescentemente depurado. Igualmente importante foi o contributo pioneiro do escultor José Aurélio (n. 1938) que, entre as décadas de 60 e 70, criou

joias onde aliou metais preciosos e gemas a materiais não-convencionais. Novo impulso nasceu em 1977 com a vinda para Portugal das joalheiras Tereza Seabra (n. 1944) e Alexandra Serpa Pimentel (n. 1954), respetivamente dos EUA e Inglaterra, onde receberam formação no âmbito do Movimento Internacional da Nova Joalharia. A sua prática profissional, reforçada pela docência de Tereza Seabra no Ar.Co (desde 1978), revelou a proposta de uma produção marcada pela quebra de entendimentos e práticas tradicionais e pelo repúdio da vertente comercial, aliada à recetividade a processos específicos de outras áreas (pintura, escultura, cerâmica, têxteis) e à exploração de novas técnicas, novos materiais e novas formas. A criação da galeria de joias *Artefacto 3* (1984), pelas joalheiras referidas e pelo discípulo Pedro Cruz (n. 1960), iniciou o processo de divulgação da Nova Joalharia.

No Ar.Co ensinou também (1982-88) Filomeno Pereira de Sousa, autor de escultóricas joias de materiais não-tradicionais que, em 1988-89, inaugurou a galeria-escola de formação de joalheiros *Contacto Directo*. Desde então, de ambas as escolas saíram novas gerações de joalheiros, no contexto de um verdadeiro Movimento da Moderna Joalharia Portuguesa, como Paula Crespo (n. 1947), Marília Maria Mira (n. 1962), Luís Moreira (n. 1964) e Cristina Filipe (n. 1965). A atividade das escultoras/joalheiras Ana Silva e Sousa (n. 1953) e da portuense Ana Fernandes (n. 1945) enriqueceu este panorama, contribuindo também para o esbatimento das fronteiras entre a joalharia, a ourivesaria e a escultura, conferindo ainda uma inusitada efemeridade à joia, entendida ainda como parte integrante da moda e suas coleções anuais – e a estas autoras se deveram ainda, já nos anos 90, os contributos mais interessantes na renovação da ourivesaria.

Na arquitetura, o Novo Design refletiu-se no trabalho de Miguel Arruda (*Loja Valentim de Carvalho*, 1990) e, sobretudo, no trabalho dos arquitetos Manuel Graça Dias (n. 1953) – que, logo em 1984, apresentou com José Caldeira a exposição *Móveis & Móveis* na Ga-

Desfile de Dino Alves na ModaLisboa, março de 2004. Fotografia de Rui Vasco. © Arquivo ModaLisboa



leria Cómicos – e Egas José Vieira (n. 1962): autores de cenográficas obras (*Pavilhão de Portugal* na Expo de Sevilha, 1992) e também de equipamentos de notória eficácia comunicacional, cujos interiores, por vezes integralmente desenhados, assumem pontualmente a dimensão de um *work in progress* em constante transformação (restaurante *Casanostra*, 1985, ampliado em 1993-94; *Loja Ana Salazar*, desde 1988).

DO ATELIER PROTODESIGN AO SÉCULO XXI

Fatores positivos foram ainda a afirmação do *Centro Português de Design* (1990), na ligação e estímulo, sempre insuficientes, entre o design e a indústria portuguesa, bem como a divulgação regular do design português em exposições internacionais promovidas pelo ICEP/Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal.

Do lado das exposições, se a exposição *Design Lisboa'94*, promovida em Lisboa (1994), se assemelhou a uma mostra comercial na sua procura exacerbada de estabelecimento dos necessários vínculos com a indústria e pugnou pela ausência de espírito crítico e de reflexão teórica, devem assinalar-se as exposições internacionais *Manufacturas-Criação Portuguesa Contemporânea* (Bruxelas, Festival Europália 1991), onde se apresentou o marcante grupo *Ex-Machina* (1989-92), reunindo os jovens designers José Viana (n. 1960), Paulo Parra (n. 1961), Marco de Sousa Santos (n. 1962) e Raul Cunha (n. 1963) – autores de singulares obras de design biomórfico (*Serviço de Chá Nave*, 1991, edição Secretaria de Estado da Cultura) ou de acento vincadamente tecnológico (*Telefone Nó*, 1990, Sony Design Vision'90 –, *Diseño Portugués* (Madrid, 1992), *El Diseño Portugués en Movimiento* (Barcelona, 1995) e *Design aus Portugal* (Frankfurt, 1997).

Entre a multiplicidade de propostas e discursos que caracterizaram o design em Portugal nos anos 90, e na esteira das sugestões internacionais da alternativa de um design mais pragmático e responsável, assumiram

Uma qualidade formal revolucionária, conceptualmente rica e de apuro minimal, caracterizou esta produção do atelier Protodesign, com colaboração de alguns dos mais destacados designers da atualidade

particular importância as preocupações de índole ecológica através do reaproveitamento criativo de objetos. Significativa deste facto foi a inauguração, logo em 1994, na Loja da Atalaia, da exposição *Qualquer Semelhança é Inevitável* (comissário: Filipe Alarcão): 40 personalidades vindas do design, da arquitetura, da escultura, da pintura, da joalheria e da moda apresentaram uma produção onde o *ready-made*, a arte povera, o conceptualismo, a instalação, o artesanato, a pintura, a escultura, o design, a decoração, a joalheria e a moda proporcionaram uma construção e desconstrução do próprio design – e como objetos icónicos, editados pela Loja da Atalaia, podemos eleger os candeeiros *Peúgo* de Pedro Silva Dias e *Cartucho* de Filipe Alarcão.

Entretanto, Marco Sousa Santos fundou o *atelier Protodesign* (1992-2002) onde trabalhou como designer, coordenador de projetos especiais e diretor. O *Protodesign* desenvolveu importantes projetos internacionais multiautor, de aspiração democrática e difusão além-fronteiras, como o *Ultra-Luz* (1996), programa coordenado por M. Sousa Santos, juntamente com

José Viana, que se destinou à criação de candeeiros inovadores em polipropileno (design de M. Sousa Santos, J. Viana, Raul Cunha, Miguel Vieira Baptista, P. Silva Dias, F. Alarcão, Ricardo Custódio e Alexandre Cardoso); o programa *Terra* (1997), conjunto de candeeiros de cerâmica entregues a 12 designers diferentes (P. Silva Dias, F. Alarcão, José Viana, M. Vieira Baptista, Raul Cunha, Uwe Fischer, Konstantin Grcic, Mats Theselius, Fernando Brízio, Sebastian Bergne, Arik Levy e o próprio M. Sousa Santos); ou, ainda, o programa *Sweet Revolution* (1999) de objetos em tradicional vidro soprado, mas de forma revolucionária (com autorias de Elder Monteiro, F. Brízio, F. Alarcão, Paulo Parra, Raul Cunha, João Félix, Eliane Marques, Luís Pessanha, M. Vieira Baptista, Francisco Providência, Rita Filipe, J. Viana e, novamente, M. Sousa Santos).

Uma qualidade formal revolucionária, conceptualmente rica e de apuro minimal, caracterizou esta produção do *atelier Protodesign*, com colaboração de alguns dos mais destacados designers da atualidade, cujo sucesso em exposições e feiras internacionais proporcionou uma rede de contactos e visibilidade inéditas, refletindo-se na posterior renovação do vidro, da cristalaria e da cerâmica em Portugal.

Marco Sousa Santos (n. 1962), professor na FBAUL, ECAL de Lausanne e ESADS de Estrasburgo, desenvolve no seu trabalho (equipamento, exposições, mobiliário, iluminação, cerâmica, vidro e cristal) um conceito de criatividade sistemática, com grande apuro e racionalidade de formas numa vertente minimal (*Mesa Metamax*, edição Protodesign, 1999), características que se apuraram na icónica *Cadeira Alma* (edição Alma Home, 2003), conceptualmente inovadora – sem esquecer uma dimensão experimental e de sofisticação de formas (candelabro *Incomplete*, edição Sátira, 2005).

José Viana (n. 1960), designer de singular rigor e experimentalismo, foi autor da humanizante *Cadeira Complanar Facie* (Protodesign, 1991), redutível a uma simples

Projecto Sweet Revolution, Elder Monteiro, Protodesign, 1999.
Fotografia de Pedro Cláudio.
© Protodesign/
/Marco Sousa Santos



A contenção expressiva, a par de uma inequívoca sofisticação formal (*Tapete Handle-It*, edição Asplund, 2001), caracteriza a sua produção, geralmente numa vertente de eficácia minimal (*Tabuleiro Pile*, edição Authentics, 2001) que, por vezes, assume um pontual acento irónico mas funcional na reutilização e reinterpretação de objetos do quotidiano (*Copo Duplo*, protótipo, 1999; *Bloco de Notas Furo*, edição ModaLisboa Design, 2001).

Francisco Providência (n. 1961) é autor de projetos de Design de Comunicação, muitos deles dotados de fina ironia e sentido de humor (*Cartaz Cigadania*, proposta recusada pelo Governo Civil de Braga) ou de grande eficácia comunicacional (*Imagem Corporativa da Câmara Municipal de Guimarães*, 1999; *Tapumes Porto 2001*) –, bem como de Equipamento para instituições, empresas comerciais e industriais. Entre este, avultam as *Cadeiras Delicatessen* (edição Julcar/Sátira, 1997) e *Natura* (edição In-Úteis, 1998), a *Mesa Natura* (edição Julcar, 1998) e o mobiliário infantil para biblioteca *Liber* (edição Julcar, 2001), cuja simplicidade formal ilustra uma poética minimalista na medida em que a forma se reduz à sua menor expressão, de acordo com um programa pessoal de “eco-design” que evidencia uma aproximação à economia da natureza.

No domínio do design gráfico, a 2.ª geração é marcada pela figura tutelar de Henrique Cayatte (n. 1953) que, vindo da ilustração, desenvolve igualmente projetos de comissariado e desenho de exposições, bem como de sinalética (coautor, com Pierluigi Cerri, da sinalética da Expo’98). Autor do icónico grafismo do jornal *Público* (1989), conheceu desde aí uma carreira ascendente, da qual se destacam o design da revista *Ler* (até 2001), dos catálogos publicados por ocasião da Lisboa, Capital Europeia da Cultura (1994) ou do grafismo sofisticado da revista *Egoísta* (2000).

Destacado cineasta, João Botelho (n. 1949) concebeu o marcante design da revista *K* (1989), bem como a imagem gráfica dos livros da editorial Cotovia (desde 1992). Jorge Silva (n. 1958), diretor artístico de publica-

folha de matéria-prima em economia de matéria-prima e redução volumétrica, obedecendo ao critério de sustentabilidade e ao conceito de complanaridade (acionamento por uma só mão) que têm orientado o seu trabalho – sem excluir uma pontual vertente irónica, visível no seu *Candeeiro de Mesa* (edição Protodesign, 1999).

Paulo Parra (n. 1961), com trabalho desenvolvido nas áreas de iluminação, mobiliário, produto e sistemas de comunicação, assume uma atitude especulativa com correspondência formal na redução expressiva e na preferência por materiais simples, aliados a uma atitude ecológica. Tais características são evidentes nas *Cadeiras Perfil* (1991) e *Mínima* (1996), ambas de edição do autor, num minimalismo formal revisto na icónica *Cadeira Água* (edição Infusão, 1998), em chapa de vidro termomoldada, segundo uma sofisticação formal e produtiva que

resulta de um programa conceptual onde são renovadas e estreitadas as relações entre o homem e os objetos, sendo o corpo entendido como prolongamento daqueles (Programa *O Homem Simbiótico*, desde 2002) – tendo o designer reunido uma rara coleção de design técnico de nível internacional que, exposta em 2003 na Casa da Cerca, aguarda a merecida musealização.

Miguel Vieira Baptista (n. 1968) integrou a equipa do atelier Protodesign e desenvolveu trabalho de comissariado (com Matthias Dietz e Mats Theselius, *Low Budget – Objetos do Quotidiano*, 1997; a icónica *Dieter Rams Haus*, 2001, ambas no Centro Cultural de Belém; *Montra*, Helsínquia, 2003), desenho de exposições (*Project 01*, para a Atlantis; exposição/instalação *Voyager*, para a ExperimentaDesign 2001) e projetos de interiores e ambientes (18.ª edição e seguintes da ModaLisboa, 2002-2004).

O crescente interesse pelo design culminou na abertura (1999) do Museu do Design no Centro Cultural de Belém (...) que, reunindo a coleção de Francisco Capelo, permitiu a apresentação pública de um acervo de design internacional de grande relevância, “de 1937 até hoje”

ções como os jornais *O Independente* e *Público* (Suplementos *Mil Folhas* e *Y* e revista *Pública*), criou em 2001 o *atelier* Silva!designers, responsável por publicações periódicas como *Ler*, *Jornal Architectos*, *Serralves*, *Agenda Lx*, recebendo numerosos prémios. Luís Miguel Castro (n. 1956) destacou-se, desde 1983, como designer de numerosos catálogos referenciais editados pela Cinemateca Portuguesa, tendo sido igualmente diretor gráfico e artístico da revista *K* (1989) e designer, entre outros, do livro *Fotobiografia* (2005) de Agustina Bessa-Luís. Manuel Rosa (n. 1953), escultor de formação, produtor editorial da Assírio & Alvim desde 1975, concebeu, nomeadamente, o grafismo do livro *Alguns Motetos* (1999) de José Bento ou o álbum de fotografias de Jorge Molder *Luxury Bound*. Luís Moreira (n. 1965), diretor criativo da TVM Designers, destacou-se como autor do grafismo das revistas *Oceanos* e *Camões* (1998). Mário Feliciano (n. 1969) iniciou o seu trabalho na revista *Surf Portugal* (1993), fundou (1994) o estúdio gráfico *Secretonix* para, depois, criar (2002) a sua editora de tipos, a *Feliciano Type Foundry*, com trabalho marcante (sistema tipográfico *Projeto Morgan*, 2001). Ricardo Mealha (n.

1968) criou, com Ana Cunha (n. 1971), a empresa RMAC, tendo desenvolvido projetos de design gráfico, industrial e de interiores, tendo como trabalho referencial o grafismo e a imagem da Discoteca *Lux* (desde 1998).

O crescente interesse pelo design culminou na abertura (1999) do *Museu do Design* no Centro Cultural de Belém (museologia de Rui Afonso Santos; museografia arq. Paul Van Derbotemet) que, reunindo a coleção de Francisco Capelo, permitiu a apresentação pública de um acervo de design internacional de grande relevância, “de 1937 até hoje” – e nele, a par dos objetos icónicos universalmente reconhecidos dos maiores designers mundiais, entre mobiliário, equipamento, vidros, cerâmicas e metais, contaram-se algumas qualificadas marcações portuguesas. Até ao seu encerramento (2006), o Museu foi um importante sucesso junto do público (média de 200 visitantes por dia), embora a ausência de direção e programação específicas cerceassem a sua vocação museológica.

Reaberto em 2009 como MUDE – Museu do Design e da Moda, enriquecido com uma notável Coleção de Modelos de Alta-Costura,

ENSAIOS



Cadeira Low Lounge,
Marco Sousa Santos,
Alma Home, 2001.
© Marco Sousa Santos

Apesar destes indispensáveis esforços e da reconhecida qualidade dos designers portugueses, persistem em Portugal as rotinas industriais e continua a não existir uma política empresarial consciente do valor do design e do marketing como instrumentos fundamentais de desenvolvimento

conheceu desde então, sob a eficiente direção de Bárbara Coutinho, relevância internacional.

A disciplina de História do Design foi então reconhecida, com o texto fundador “Design e Decoração em Portugal, 1900-1993” por Rui Afonso Santos, publicado (1994) na referencial *História da Arte Portuguesa* dirigida por Paulo Pereira. Deve-se àquele autor a publicação, em 2003, do livro *Cadeiras Portuguesas Contemporâneas – Portuguese Contemporary Chairs* (editor: José Manuel das Neves), a primeira história do design em Portugal.

Igualmente a nível institucional, e no seguimento das ações da Protodesign, extremamente importante foi a realização, em setembro de 1999, da primeira edição

da bienal sobre cultura material, de âmbito internacional, *Experimentadesign* 99, dirigida pelos designers Marco Sousa Santos e Guta Moura Guedes, sob o tema genérico de “Intersecções do Design”, num entendimento alargado do processo. A aposta expositiva no design feito em Portugal foi aí largamente celebrada, em exposições de design industrial e de produto, demonstrando-se igualmente a interpenetração entre os universos do design, da arquitetura e das artes visuais, enquanto numerosos eventos especiais e paralelos, entre exposições, instalações, *workshops*, ciclos de cinema, conferências e debates, sedimentaram Lisboa como um lugar privilegiado de experimentação, reflexão e divulgação sobre o design.

A segunda edição da Bienal (2001), concebida por Guta Moura Guedes, pelo artista visual João Paulo Feliciano e pelo arquiteto Pedro Gadanho, alargou ainda mais as áreas disciplinares envolvidas e refletiu sobre o tema “Modus Operandi”. O projeto foi coroado de sucesso, pela qualidade dos eventos, e apresentou a icónica embaixada cultural autotransportável *Voyager*, veículo desenhado por Miguel Vieira Baptista.

Ressurgida em 2003 como “Bienal de Lisboa”, e desde então dirigida por Guta Moura Guedes e J. Paulo Feliciano, a *Experimentadesign* obliterou, contudo, a sua vocação pública de promoção e internacionalização de uma cultura do design num meio proverbialmente adverso, através do envolvimento ativo das escolas, das empresas e das instituições culturais, a favor da vertente didática desenvolvida em conferências e *workshops* e da promoção internacional – mas, em 2003, a *Experimenta* apresentou, no Hangar K7 da Fundação de Oeiras, a excelente exposição *Linha de Água – Perspectivas sobre a Requalificação da Orla Costeira de Oeiras*, comissariada por Henrique Ralheta e José Viana, reunindo as propostas de destacados designers de produto, gráfico, arquitetos, artistas visuais, fotógrafos e cenógrafos (P. Silva Dias, Fernando Brízio/*atelier* NPK; Elder Monteiro/João Pedro Vale; Luís Pessanha/Flúor; Sara Nobre/Carlos Guerreiro;

Alexandra Cruz/Victor Diniz; Cristóvão Pereira/Sérgio Vicente; *atelier* BRDG/Sílvia Barradas; *Ateliers* de Santa Catarina/Nuno Horta Santos/*atelier* LSD), tal como depois o voltaria a fazer, de parceria com o Centro Português de Design, na exposição *Transit – Contributos para um Universo TAP*, apresentada (2005) por ocasião da exposição *Voa Portugal*, no Museu da Cidade.

Diversa foi a Feira de âmbito internacional *In’Nova*, ocorrida na FIL, programada por Marco Sousa Santos, que, ao longo de duas edições (2003-2004), apresentou o melhor do design português nos produtos da fileira casa, através da colaboração ativa entre empresas e designers. A *In’Nova* promoveu o desenvolvimento de 150 novos produtos, apresentou protótipos de jovens designers portugueses passíveis de produção imediata, promoveu consultadoria de imagem corporativa junto de empresas, projetos experimentais com *ateliers* internacionais (Vogt & Weizenegger, Radi Designers, *Atelier* Dallas, etc.) e exposições icónicas (*exposição-instalação* de Fernando Brízio), entre outras atividades, num estreitamento efetivo dos laços entre produtores, industriais, designers e consumidores. Apesar destes indispensáveis esforços e da reconhecida qualidade dos designers portugueses, persistem em Portugal as rotinas industriais, e continua a não existir uma política empresarial consciente do valor do design e do *marketing* como instrumentos fundamentais de desenvolvimento, constituindo exceções as empresas Cutipol (com design de José Joaquim Ribeiro), Vista Alegre/Atlantis, Molde Cerâmicas, Cerâmicas São Bernardo, Designwise (marca da *Experimenta*), Pal (design de Paulo Vale), Silampos, Sátira (criada pelo designer Pedro Sottomayor, n. 1973) e Sanindusa.

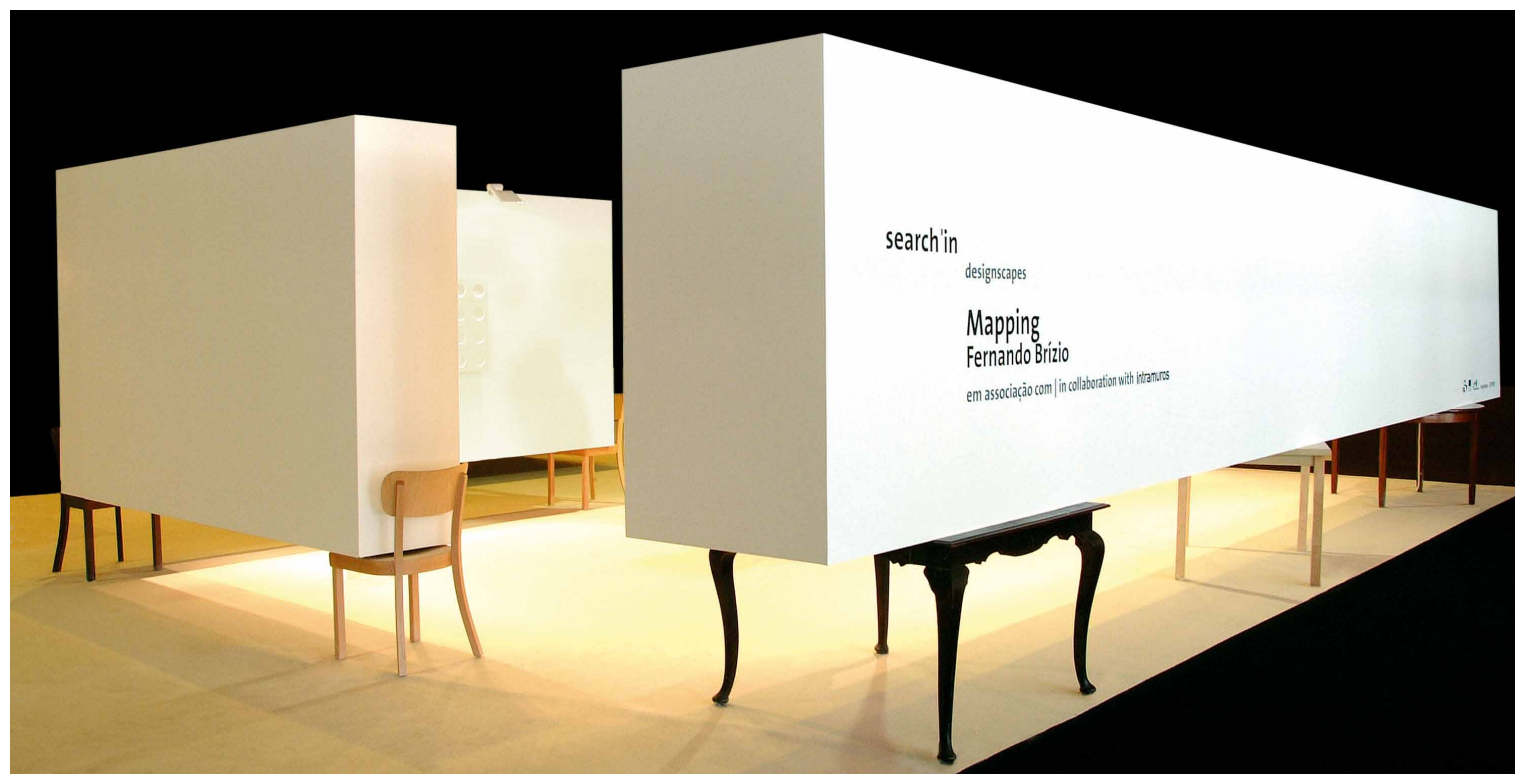
Entretanto, surgiram igualmente designers que, pela sua idade e qualidade de trabalho desenvolvido, serão já inseríveis numa 3.^a geração de designers portugueses. O mais paradigmático destes será Fernando Brízio (n. 1968) que, desde 1997, desenvolve atividade marcante na área de *design* de produto, mobiliário e desenho de espaços para exposição. O seu trabalho é profundamente original e

comunicativo, recorrendo a processos vindos do universo das artes visuais e a estratégias singulares como a fusão ou incorporação de partes de um objeto noutro que lhe é estranho (*Prateleira com Nível*, Designwise, 1999; *Garrafa com Copo*, Protodesign, 1999), inversões de género de finíssima ironia (Bancos com dedeira *Masculino e Feminino*, 1999; Toalha de mesa *Tableshirt*, edição Details, 2000), princípios de física como equilíbrio e desequilíbrio (*Bowl with Pin*, protótipo, 2000) ou impressão de ações diretamente no objeto (Quadro hidrossensível *Paisagem Invisível*, Designwise, 2000), características prosseguidas com

nufaktur, 2000) e hábitos de sociabilidade e consumo (*Cesto de Pão*, WickerGames, 2002). Internacionalmente confirmado por ocasião da Experimentadesign 2003 (*Stand Renault*) e pela feira In'Nova (2003-04), Elder Monteiro apresentou neste último certame um projeto experimental de vidro, de técnicas de *fusing* (*Guelas*, Sopro, 2004). Recentemente, associou-se ao designer Toni Grilo (n. 1979), criando o projeto *Objection*, propondo o desenho de objetos, interiores e espaços efémeros para empresas nacionais e internacionais, sob critérios de grande qualidade. A preparação do lançamento de

a real sofisticação de formas (*Mesas Oreó*, protótipo, 2001), desenvolvendo igualmente projetos de espaços para exposição.

Fundada em 2001, a empresa *CalDesign* é constituída por Sérgio Gonçalves (n. 1975), Eduardo Sousa (1973-2010), Raquel Abreu (n. 1975) e Nuno Fernandes (n. 1976). O seu trabalho desenvolve-se em duas vertentes: o desenvolvimento e edição de projetos próprios (o que permite um trabalho especulativo, de investigação de conceitos, materiais e técnicas) e a colaboração com as empresas (com abertura ao reencontro



uma funcionalidade notória que torna estas criações perfeitamente industrializáveis e nos antípodas do formalismo, segundo um método de trabalho que procura estabelecer uma estratégia de produção de meios – e icónica foi a exposição-instalação *Sound System* (2003), tradução tridimensional das ondas sonoras envolvidas na nomeação de objetos.

Elder Monteiro (n. 1973) desenvolve um trabalho revolucionário na forma e nos conteúdos, sendo também capaz de gerar novos programas (*Limpo*, DieImaginäreMa-

duas marcas de mobiliário urbano nacionais ou a prototipagem do primeiro computador desenhado em Portugal são atividades atuais desta parceria.

Luís Pessanha (n. 1974) prossegue a simplicidade processual em objetos inovadores (*Banco*, protótipo, 1999) que podem, igualmente, assumir uma vertente conceptual e crítica materializada em novas utilizações (*Estante de Livros*, protótipo, 2001), enquanto Henrique Ralheta (n. 1975) alia a vertente sociológica e discursiva do *design*

Exposição-Instalação,
Fernando Brizio, Feira
In'Nova, 2003.
© In'Nova

com a indústria, assimilando linguagens e processos industriais) – materializando-se nos domínios da cerâmica, alumínio, vidro, plástico e mobiliário. Um lado de alegoria, humor e de insólito caracteriza certos objetos (*Copos*, Marinha Grande MGlass, 2004), alguns de uma sofisticada funcionalidade, atenta à cultura urbana contemporânea (Mobiliário de casa-escritório *Mobilsystem*, edição Hydro Alumínios Portalex, 2004), ou de hiperversatilidade (Mobiliário para quartos de crianças *4 Ever*, Exagô, 2005).

No domínio do *design* gráfico e de comunicação, destacam-se na 3.ª geração, entre outros, os *ateliers Barbara Says* (António Silveira Gomes, Mafalda Anjos, Francisca Mendonça), *Flúor Design* (Pedro Santos, Filipe Lizardo e outros) e *R Dois Design* (Artur Rebelo e Lizá Ramalho).

Quanto à moda, os anos 90 sedimentaram um evento regular como a ModaLisboa, dirigido pela dupla Abbondanza/Matos Ribeiro, como o palco privilegiado de consagração e revelação de novos talentos (enquanto um certame como o PortugalFashion procurou o estreitamento de laços com a indústria numa perspectiva mais comercial), e assinalaram a eclosão de uma 2.ª geração de designers, como Maria Gambina (n. 1968), Miguel Flor (n. 1972), Dino Alves (n. 1967) ou Luís Buchinho (n. 1968), cujo trabalho se caracteriza, respetivamente, pelo ecletismo da subversão entre a *haute couture* e o *sporstswear*, ou da estrutura do clássico masculino, pelo cruzamento entre a roupa, o *styling* e a atitude à luz de uma tónica performativa ou, ainda, pela aliança entre o rigor, o desenho e a feminilidade; e Filipe Faísca (n. 1964), com o seu mix urbano de grande impacto, recetivo às tendências mais plásticas e vanguardistas internacionais.

Quanto à moda, os anos 90 sedimentaram um evento regular como a ModaLisboa, dirigido pela dupla Abbondanza/Matos Ribeiro, como o palco privilegiado de consagração e revelação de novos talentos (enquanto um certame como o PortugalFashion procurou o estreitamento de laços com a indústria numa perspectiva mais comercial)

Posteriormente, do fim de século aos anos 2000, notabilizaram-se Lidija Kolovrat (n. 1962), que aliou o *design* de moda ao universo das artes visuais contemporâneas, com predomínio da instalação conceptualmente rica; Osvaldo Martins (n. 1972), com comentários críticos à realidade da globalização contemporânea e conceptualização de modas e costumes urbanos, trazendo ritualmente o privado para a esfera do domínio público; Alexandra Moura (n. 1973), autora de um *mix* formal e conceptual das diferentes culturas, com grande sofisticação, qualidade de detalhe e recorte profundamente urbano e, mais recentemente, o jovem Ricardo Dourado.

Manuel Reis, por seu turno, concebeu e impulsionou uma série de espaços de grande qualidade e de cariz cosmopolita, de sabor nova-iorquino, revitalizando a zona do Cais da Pedra, a Santa Apolónia: a excelente megadiscoteca *Lux* (1998), com cuidada programação musical, de eventos e espetáculos, onde o reforço do audiovisual e a renovação regular dos espaços-ambientes por artistas visuais (Joana Vasconcelos, João Pedro Vale, Paulo Seabra, Vasco Araújo) se aliou a uma criteriosa seleção de peças *vintage* – também presentes no requintado *Restaurante Bica do Sapato* (1999, ambos com risco de F. Sanchez Salvador/M. Grácio Nunes) – e disponíveis, juntamente com ícones do *design* internacional, na nova e depurada *Loja da Atalaia* (arq. Alberto Caetano, 2000-2001). Em 2004, Manuel Reis regressou à edição com o lançamento da coleção *Absolux*, linha de mobiliário e objetos de diversas tipologias, como mesas e cadeiras de sala, café e reuniões, bandejas e cinzeiros com autorias de P. Silva Dias, Filipe Alarcão, Fernando Brízio, Miguel Vieira Baptista e Henrique Ralheta.

Bibliografia

"A Altamira nos Percursos do Design em Portugal", in *Altamira/50 Anos/10 Olhares*, Lisboa, Estar Editora, 2001.
 "A Cadeira Contemporânea em Portugal", in *Cadeiras Portuguesas Contemporâneas*. Porto, Edições ASA, 2003.
 AA.VV. (coordenação de João Paulo Martins), *Daciano da Costa, Designer*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.
 "Actualidade e internacionalização do design em Portugal", in AA.VV., *Portugal, 1990-2004 Triennale di Milano*, Milão, Triennale di Milano, Palazzo dell'Arte, 2004.

"As artes da mesa e o design do vidro e cristal portugueses contemporâneos", in AA.VV., *À Volta da Mesa*, Lisboa, Instituto do Emprego e Formação Profissional, 2004.
 "Carmo Valente: Vidros, Equipamento e Design", *Carmo Valente, Retrospectiva*, Marinha Grande, Museu do Vidro da Marinha Grande, 2000.
 COSTA, Daciano da, *Design e Mal-Estar*, Lisboa, Centro Português de Design, 1998.
Design e Moda. Portugal Anos 2000, Retrato de um País em Mudança (coordenação de António Reis), Lisboa, Círculo de Leitores e Commissariado de Portugal para a Expo 2000, Hannover, 2000.
Design/Arte-Arte/Design. Reflex, O – Experimenta-

design 99, Lisboa, Experimenta – Associação para a Divulgação do Design, 2000.
 Joalharia Contemporânea no MNAA, *Mais Perto/Closer*, Instituto Português de Museus/Pin – Associação Portuguesa de Joalharia Contemporânea, 2005.
 MATOS, Maria Helena, "Escultura, Vidros e Design", in *Maria Helena Matos, Retrospectiva*, Marinha Grande, Museu do Vidro da Marinha Grande, 2001.
Museu do Design – Coleção Francisco Capelo, Lisboa, Ministério da Cultura/Centro Cultural de Belém, 1999.
 "O Desafio do Design Português", *Montra – Exposição de Design Português-Helsínquia*, Lisboa,

Ministério dos Negócios Estrangeiros, 2002.
 "O Design em Portugal no Século XX", *Panorama da Cultura Portuguesa*, Porto, Fundação de Serralves/Editorial Afrontamento, 2002.
 "Os metais e a joalharia portuguesa contemporânea", in *As Idades do Fogo*, Lisboa, Instituto do Emprego e Formação Profissional, 2005.
 SANTOS, Rui Afonso, "O Design e a Decoração em Portugal, 1900-1994", in Paulo Pereira (direção), *História da Arte Portuguesa*, vol. III, Lisboa, Círculo de Leitores, 1995.
 "Vidro e cristal portugueses contemporâneos", AA.VV., *ArteTeoria*, n.º 5, Lisboa, Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa, 2004.

Pequena história das exposições de design em Portugal

(ca. 1990 - ca. 2010)

JOSÉ BÁRTOLO



Exposição Isidro Ferrer 116 Carteles, Galeria Quadra, Matosinhos, 2011.
Curadoria de José Bártolo. © ESAD

A HISTÓRIA POR FAZER DAS EXPOSIÇÕES DE DESIGN EM PORTUGAL¹

Na introdução do excelente *The Power of Display*, publicado em 1998, a autora, Mary Anne Staniszewski, esclarece que a sua investigação pretende analisar uma das dimensões mais negligenciadas pela história cultural, o *design* expositivo entendido quer como

medium estético, quer como categoria histórica. Reconhecendo embora um crescente interesse, desde a década de 80, pelo *design* expositivo e instalativo, não deixa de anotar que a forma como os artefactos “are actually seen and displayed remains a relatively overlooked consideration”².

No contexto nacional, as exposições são, de forma idêntica, mesmo quando consideradas

num espectro disciplinar alargado (arte, *design* e arquitetura), objeto de investigação por fazer. As exceções, honrosas, encontram-se no aprofundado trabalho de investigação de Helena Souto³ relativamente às Exposições Universais (1851-1900) e ao estudo de Margarida Acciaiuoli⁴ sobre as exposições do Estado Novo no período entre 1934 e 1940, mas permanece lacunar o levantamento sobre as exposições desen-

volvidas, a reflexão sobre os discursos e práticas curatoriais, a análise da sua repercussão cultural, política económica. Esta menor atenção dada às exposições, à sua importância estratégica e à sua reverberação cultural é tanto mais significativa quanto contrastante com o número de exposições desenvolvidas, a sua ambição programática e, em alguns casos, o rasto consequente que elas conseguiram gerar em diversos planos da realidade portuguesa.

Ao longo do período do Estado Novo, as exposições foram desenvolvidas perseguindo dois objetivos distintos, a partir das quais podemos diferenciar:

Por um lado, as *exposições regimentais*, geralmente integradas num programa mais alargado, trabalhadas como dispositivo de propaganda ao regime, nas quais se constrói uma determinada encenação do poder, da nacionalidade e dos seus valores. Esta tipologia de eventos tem a sua realização paradigmática na *Exposição do Mundo Português* (1940) mas, dentro da caracterização estética e ideológica que será construída, inicia-se na *Exposição Portuguesa em Sevilla* (1929), já sob influência de António de Oliveira de Salazar, e prolonga-se, entre outras, na *1.ª Exposição Colonial Portuguesa* (1934), na *Exposição Internacional de Bruxelas* (1937), na *New York World's Fair* (1939), culminando na *Exposição de Bruxelas* (1958) com um notável projeto de instalação de Pedro Cid e chegando ainda à década de 1970 com a exposição participante no certame de Osaka (1970).

Por outro lado, podemos reconhecer um conjunto significativo de *exposições independentes*, não totalmente circunscritas a um programa político, dentro das quais se podem identificar três tipologias:

1) as *exposições individuais* que possibilitam uma reflexão sobre a valorização autoral no design português antes de 1974. António Soares, Bernardo Marques, Paulo Ferreira, Jorge Barradas e tantos outros apresentaram o seu trabalho em exposições individuais e coletivas, destacando-se mesmo a existência de um espaço de exposição e comercializa-

À necessária aproximação entre designers e indústria, já perseguida no Salão de 49, a 1.ª Exposição junta-lhe a ambição de internacionalização do design português

ção de objetos de design, a Galeria UP, que, a partir dos anos 30, sucede a espaços de vocação idêntica, como a Casa Quintão ou a Casa Aguiar em Lisboa;

2) as *exposições de arquivo*. Ao contrário das *exposições regimentais* que por questões de programa eram pensadas para serem efémeras, as exposições de arquivo, manifestamente tardias em Portugal, assumem a preocupação em desenvolver trabalho de investigação, arquivo e musealização de artefactos de design. Surgida já em contexto democrático, a exposição *300 Anos do Cartaz em Portugal* (Biblioteca Nacional de Lisboa, 1975-1976) destaca-se pela importância e pelo significado. Promovida pela Secretaria de Estado da Cultura em colaboração com a Biblioteca Nacional de Lisboa, esta exposição documental partia de um notável conjunto de editais, folhas volantes e protocardazes do período compreendido entre o final do século XVIII e meados do século XIX, pertencentes ao arquivo da BNL. No entanto, aquando da decisão de se realizar a exposição, constatou-se a raridade de cartazes existentes do período subseqüente, pelo que a exposição se desenvolveu num esforço de investigação, de aquisição e oferta que resultou num arquivo de cerca de 200 cartazes, chegando ao início da

década de 70. Os cartazes do SNI (Secretariado Nacional de Informação) passaram do Museu da Comunicação Social para a Biblioteca Nacional, da Litografia Nacional e da Gráfica do Bulhão surgiram doações e, desta forma, a exposição possibilitou a constituição de um espólio significativo, tratado e organizado;

3) as *exposições corporativas*. O que aqui designamos por “corporativo” identifica esforços coordenados de institucionalização do design português, para além de um programa de regime ou da preocupação de afirmação autoral; estas exposições representam iniciativas coletivas, de afirmação de um design nacional, associadas ao cuidado de o comunicar, de sobre ele refletir e de o promover comercialmente. A primeira exposição corporativa terá sido o *1.º Salão Nacional de Artes Decorativas* (Palácio Foz, Lisboa, maio-junho de 1949) que, embora se apresentasse como “simples tentativa, simples ensaio para uma futura Exposição”, não deixava de se procurar afirmar a importância do design, sobretudo numa tentativa de aproximação entre design e indústria: “Tem-se a consciência de que, em muitos casos, os industriais não sentiam ainda o interesse de recorrer ao artista decorador para a melhoria da sua produção e que, por outro lado, os artistas não descobriram ainda – por ausência dessa colaboração – as imensas possibilidades que se lhes abrem nas artes decorativas.”⁵ Foram necessários 42 anos para que a exposição aí ensaiada se realizasse. Chamou-se *1.ª Exposição de Design Português*, realizada pelo INII – Instituto Nacional de Investigação Industrial⁶ e pela INTERFORMA – Equipamento de Interiores, Lda., com o patrocínio do Fundo de Fomento de Exportação e da Associação Industrial Portuguesa, e inaugurou em Lisboa, na FIL, a 20 de março de 1971. À necessária aproximação entre designers e indústria, já perseguida no Salão de 49, a 1.ª Exposição junta-lhe a ambição de internacionalização do design português:

“A necessidade sempre crescente de exportar e de aumentar qualitativamente o valor dos produtos exportados, bem como a maior intensidade das relações e comunicação internacionais, são certamente duas das



Pormenor do Pavilhão de Portugal da Exposição de Bruxelas, 1958. Estúdio Horácio Novais. © Biblioteca de Arte – Fundação Calouste Gulbenkian

causas mais determinantes de estímulo para os criadores e ‘designers’ portugueses.”⁷

Dentro das *exposições corporativas*, cujo desenvolvimento se intensificara com a criação do Núcleo de Arte e Arquitetura, em 1960, do INII e que havia produzido com sucesso a 1.^a *Quinzena de Estética Industrial* (1965), inserem-se a 2.^a *Exposição de Design Português* (1973) e a exposição *Design & Circunstância*, organizada pela Associação Portuguesa de Designers em 1982. Estas exposições são particularmente interessantes, também por se afirmarem como esforços de inscreverem historicamente o design português.

Será uma exposição de design um contrasenso?

Num texto do início da década de 90 publicado no número 1 dos *Cadernos de Design*, a propósito da exposição *Manufaturas – Création Portugaise Contemporaine*, Delfim Sardo escrevia que “uma exposição de design é sempre um contra-senso”.

A argumentação era clara, “vocacionado para o uso ou o usufruto, o design, ou o que historicamente se tem entendido como tal, encontra o seu sentido no serviço que presta dentro da função para que é construído. Mostrá-lo é uma tarefa que, contrariando a sua própria vocação, tem de encontrar na sua presença o seu sentido, desvirtuando o uso”⁸.

Por outras palavras, ao contrário da obra de arte, criada para a contemplação e a fruição

estéticas, os objetos de design, pela sua dimensão funcional, seriam anulados da função de uso ao serem expostos ou musealizados; desta forma, a exposição enquanto dispositivo devia ser produtora de um outro significado para o objeto de design, mostrando-o pedagogicamente à luz do processo (de forma análoga à impossibilidade, nas exposições de arquitetura, de se apresentar o projeto arquitetónico construído, embora seja possível mostrar a formalização da ideia através do desenho ou da maquete), como representativo de uma tecnologia ou de uma preocupação social ou, aproximando-o da obra de arte, expondo o objeto de design enquanto elemento icónico expressivo da linguagem autoral de um designer.

O texto de Delfim Sardo reveste-se de uma particular importância por ser uma das primeiras reflexões críticas sobre curadoria em design, surgida num contexto, o do início dos anos 90, onde a institucionalização do design – depois da criação das licenciaturas em design no pós-abril, da criação da Associação Profissional de Designers e do Centro Português de Design na década de 80 – conhecia uma nova fase, impulsionada pelo esforço de industrialização do país na sequência da adesão à CEE e pela convergência de vontades políticas entre designers, escolas, movimento associativo e Centro Português de Design.

A Campanha de Motivação para o Design Industrial, promovida pelo Ministério da Indústria e pelo PEDIP – Programa Específico de Desenvolvimento da Indústria Portuguesa, havia sido lançada. Tinha, como anunciado “horizonte imediato”, a intenção de assegurar um apoio eficaz a diversos sectores da indústria transformadora portuguesa, promovendo o design como disciplina conciliadora de algumas contradições aparentes entre os objetivos de lucro das empresas, a segurança e a prosperidade dos grupos laborais e a satisfação plena dos interesses dos destinatários dos produtos, tal como escrevia Sena da Silva no editorial dos *Cadernos de Design*.

O contexto parecia, então, promissor. Durante a primeira metade da década de 80,

havia surgido várias medidas políticas que procuravam, através de uma reorganização do sistema produtivo, corrigir e modernizar as estruturas de base da economia. Algumas dessas medidas, como a criação do ICEP – Instituto do Comércio Externo Português, são de manifesta importância, sobretudo para o design industrial português, num período de viragem marcado pela adesão à Comunidade Económica Europeia. Publicada um ano antes da assinatura do tratado de adesão, a brochura *Design Industrial* (DGQ-Direção-Geral da Qualidade e IAPMEI – Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas Industriais) apresenta todo um programa de promoção do design, de aproximação do design à indústria, revelando articulação estratégica entre a Associação Portuguesa de Designers, o IAPMEI e a DGQ.

Aparentemente ultrapassadas a grave crise económica que levava ao doloroso acordo de estabilização económica com o FMI (1978-1979) e, depois disso, as perturbações da conjuntura internacional que levaram, em 1983, à tomada de políticas de austeridade, a partir de meados da década de 80 a economia portuguesa conhecia sinais de intensa retoma e, até ao final da década de 80, as médias de crescimento do Produto (em média de 4,3%, ou seja, mais elevadas do que o conjunto dos países da CEE), o significativo aumento da procura interna (crescendo a 6% ao ano), o incremento do investimento (a aproximar-se, em média, dos 8,5%), a expansão do emprego (perto dos 10% a partir de 1985), o maior acesso ao crédito, quer no financiamento às empresas e famílias, quer no acesso ao crédito



Faianças da Secla, desenho de Mirja Câmara Leme, Quinzena de Estética Industrial, Palácio Foz, 1965. Fonte: Revista *Arquitectura*, 1965. Cortesia da Biblioteca de Arte – Fundação Calouste Gulbenkian



Faianças da Secla, desenho de Mirja Câmara Leme, Quinzena de Estética Industrial, Palácio Foz, 1965. Fonte: Revista *Arquitectura*, 1965. Cortesia da Biblioteca de Arte – Fundação Calouste Gulbenkian

Um renovado dinamismo cultural, vindo do cinema, da música, da dança, das artes plásticas, da arquitetura, do teatro e do design, criam e, ao mesmo tempo, fccionam uma nova realidade nacional. É neste contexto (...) que vemos surgir uma quinta fase do design nacional

externo, criam um cenário socioeconómico inteiramente novo.

Portugal vivia, de forma ímpar na sua história, um período de estabilidade política, social e económica; a adesão à CEE, cujo desejo se havia transformado em refrão de canção *pop*, era uma realidade que gerava um contexto emocional de contemporânea urbanidade. A nova identidade cultural do Bairro Alto, a afirmação de uma “movida” lisboeta e portuense, rapidamente alastrada a outras cidades, a construção das Torres das Amoreiras, um renovado dinamismo cultural, vindo do cinema, da música, da dança, das artes plásticas, da arquitetura, do teatro e do design, criam e, ao mesmo tempo, fccionam uma nova realidade nacional. É neste contexto que, depois do protodesign nacional do século XIX, do Modernismo das décadas de 10 e 20, do design SNI que se prolonga até aos anos 70,

do novo design português que transita do fim do Estado Novo para os anos 70, vemos surgir uma quinta fase do design nacional.

Alguns protagonistas vinham trabalhando desde meados do século XX, casos de Sebastião Rodrigues (distinguido com o prémio *Excellence* da Icograda em 1992 e subsequentemente exposto, em significativa retrospectiva, na Fundação Calouste Gulbenkian), Maria Helena Matos, Daciano da Costa ou Sena da Silva que, nos anos 90, assume a presidência do Centro Português de Design. A estes, juntam-se novos protagonistas: Alda Rosa, José Santa-Bárbara ou Cristina Reis (que colaboram ativamente na 1.^a *Exposição de Design Português*), Carlos Rocha, José Brandão, João Machado, Jorge Pacheco ou Madalena Figueiredo.

UM PASSO ATRÁS, DOIS PASSOS À FRENTE

Ao longo das décadas de 1960 e 1970, integrando um processo de progressiva institucionalização do design português, vemos surgirem as primeiras exposições, quer individuais quer coletivas, que refletem, com contornos consistentes, um entendimento disciplinar e um enquadramento cultural para o design em Portugal.

Antecedendo a 1.^a e a 2.^a *Exposições de Design Português*, a exposição de *Design Gráfico* de Armando Alves na Escola Superior de Belas-Artes do Porto (1964) e a 1.^a *Exposição de Artes Gráficas* realizada na SNBA (1965) revelaram-se importantes ocasiões para uma consolidação crítica de um discurso sobre design (relevantes os textos de Ernesto de Sousa e de Sena da Silva publicados nos catálogos das respetivas exposições), para o desenvolvimento de um debate, disciplinarmente focado, sobre a prática profissional e, não menos importante, momentos de constatação da existência de públicos para exposições pioneiras no contexto do *Novo Design* português.

A *Quinzena de Estética Industrial* (Palácio Foz, 1965), organizada pelo INII, e a *Bienal*

Luso-Espanhola, organizada pelo Clube Português de Publicitários, que teve lugar entre novembro e dezembro de 1968 em Lisboa, confirmaram esta gradual territorialização disciplinar que, a partir da criação das licenciaturas em design nas Belas-Artes (do Porto e de Lisboa), se consolidou.

Quando no interior do INII – Instituto Nacional de Investigação Industrial é criado o Núcleo de Arte e Arquitetura Industrial, estávamos em 1960, já as aulas de Frederico George educavam, há uma década, alunos no reconhecimento da autonomia do design. Os *ateliers* de Conceição Silva, Sena da Silva e Daciano da Costa eram igualmente espaços de formação e discussão projetual.

A *Quinzena de Estética Industrial* foi organizada, como referimos, pelo Núcleo de Arte e Arquitetura Industrial sob coordenação da diretora Maria Helena Matos que, em junho de 1965, dando sequência a um esforço de atualização do design em Portugal iniciado, pouco antes, com um salão de design (FIL, 1962), promoveu o evento que integrava uma exposição bibliográfica, uma exposição de design industrial internacional e um ciclo de conferências, reunindo, no Palácio Foz, Henri Vienot, diretor da revista *Esthétique Industrielle* (mais tarde *Design Industrie*); Giorgio Madini-Moretti da Escola de Arquitetura de Milão; Noel White, diretor adjunto do Council of Industrial Design; o designer italiano Sergio Asti; Olof Gummerus, diretor da Finnish Society of Crafts and Design, e o suíço Xavier Auer, um dos grandes teóricos da cor.

A exposição apresentava ao público uma seleção de produtos industriais finlandeses, franceses, italianos e britânicos, para além de um mostra, com algum interesse, de projetos portugueses, como a linha Cortez de Daciano da Costa, os móveis de Cruz de Carvalho para a Altamira ou as faianças desenhadas por Mirja Câmara Leme para a Secla.

Sob o lastro da *Quinzena* – o debate que gera, os efeitos que suscita, a influência ideológica que exerce –, que de certa forma se prolonga com os cursos de design de Sergio Asti (um dos fundadores da Associa-

zine per il Disegno Industriale em 1956) e Xavier Auer, somos conduzidos aos anos de 1970, entrando na 1.^a *Exposição de Design Português* (1971).

No espaço de cinco anos, entre 1969 e 1973, são criadas duas escolas de design (IADE e Ar.Co), são organizadas duas *Exposições de Design Português*, multiplicam-se os cursos de design e comunicação visual na SNBA, sucedem-se simpósios e conferências, dinamiza-se a criação de novos *ateliers* de design, aumenta a produção teórica com a publicação regular de artigos em catálogos, revistas (*Arquitectura, Binário, Casa e Decoração, Estética Industrial*) e jornais (*Diário de Lisboa, Diário Popular*); a empresa Longra e a Fundação Calouste Gulbenkian garantem um salto de qualidade dos novos projetos de design industrial e gráfico e, neste mesmo contexto, surge aquela que foi, até hoje, uma das mais interessantes revista de design, a *Gráfica 70*.

O início da década de 1970 é igualmente um período de crescimento das galerias comerciais. Em 1962, existem em Portugal apenas 3 galerias (a Alvarez e a Divulgação, no Porto; a Diário de Notícias, em Lisboa). Em 1973, já funcionavam 15 galerias em Lisboa, 11 no Porto e perto de uma dezena em outros locais no país, destacando-se a ação da Cooperativa Árvore (criada em 1963) no Porto, a Bucholz e a Quadrante (criadas em 1966) e a Galeria Ogiva inaugurada em Óbidos em 1970 e cujo primeiro catálogo constitui um dos objetos editoriais mais interessantes da primeira metade da década.

Em abril de 1974, Daciano da Costa e José Cruz de Carvalho assinam a escritura daquela que se propunha ser a maior e mais integrante empresa de design em Portugal: a Risco. Mas, com o 25 de abril de 1974 e o processo revolucionário decorrido entre 1974 e 1976, a vida política, social, económica e cultural portuguesa altera-se radicalmente. Em 1974, são criados os cursos de design nas escolas de Belas-Artes de Lisboa e do Porto. Em contraciclo com o surgimento dos cursos de design, associado ao contexto social e político da segunda metade da década, ocorre um desaceleramento do investimento imobiliário que se reflete nos

Ao longo da década de 90, a parceria entre o ICEP e o CPD, politicamente apoiada, lança um esforço de promoção e dinamização do design português, apostando em três eixos fundamentais: a indústria, a internacionalização e a criação de novos públicos e consumidores

projetos de design de interiores e de design industrial: a Longra extingue-se; Conceição Silva, alvo de tentativa de assassinato, parte para o Brasil; o *atelier* de Daciano da Costa conhece acentuada retração).

Com a gradual consolidação do ensino, em 1976 é constituída a tão discutida Associação Portuguesa de Designers. A lista de sócios fundadores reflete, de certa forma, uma nova ordem no design português, notando-se as ausências, por razões ideológicas ou pessoais, de Victor Palla, Paulo Guilherme ou João Constantino e a presença da principal figura transgeracional, que faz a ligação possível entre a geração SNI e a geração do Novo Design português: Sebastião Rodrigues.

Com o pós-25 de abril, a vasta nacionalização de sectores produtivos e empresariais,

associada ao fim das exportações para África e o retorno a Portugal de 650 000 portugueses vindos das ex-colónias, deixa o país numa asfixia económica só ultrapassada com a chegada dos apoios europeus após efetivada a integração na CEE – Comunidade Económica Europeia em janeiro de 1986.

É certo que, entre a *Design & Circunstância* (1982) e a VI *Bienal Internacional de Arte de V. N. de Cerveira* dedicada ao design gráfico (1988), a publicação do 1.^o *Directório de Designers Portugueses* (APD, 1982) e a criação do *Centro Nacional de Design* (1985), mais tarde *Centro Português de Design*, eram indícios de uma consciência profissional, não obstante dividida entre diversas áreas e formas de organização, desde o *atelier* unipessoal às renovadas agências, sobretudo a partir de 1985, com a criação da NovoDesign.

Aproveitando os novos ventos do contexto socioeconómico, Madalena Figueiredo lança as bases do concurso *Jovem Designer*, nascido no mesmo ano em que a adesão de Portugal à CEE se formaliza.

Ao longo da década de 90, a parceria entre o ICEP e o CPD, politicamente apoiada, lança um esforço de promoção e dinamização do design português, apostando em três eixos fundamentais: a indústria; a internacionalização; e a criação de novos públicos e consumidores. As exposições tornam-se não o único, mas o principal meio de concretização dessa estratégia. A aproximação às escolas e a iniciativas em curso, sobretudo o concurso *Jovem Designer*, é feita como forma de alimentar e renovar as exposições em termos de conteúdos e de autores.

Esta política para o design, certamente ímpar na nossa história contemporânea, procurou rentabilizar quer fundos comunitários, quer as possibilidades proporcionadas por grandes eventos que marcam a década de 90: a Europália (91), Lisboa Capital Europeia da Cultura (94) e a Expo'98.

Dentro e fora de portas, multiplicam-se, sob este enquadramento, as exposições de design português: *Design para a Cidade* (91),

Exposição de Design Português (Tóquio, 93), *Os Caminhos do Design* (exposição itinerante passando por 22 cidades, 93), ou, entre outras, *A Road Show – Produtos Portugueses* (Frankfurt e Tóquio, 96).

AS EXPOSIÇÕES DE DESIGN ENTRE 1992 E 1998

As exposições *Manufacturas – Création Portugaise Contemporaine* e *Diseño Português*, integrada na mostra *Lusitânia – Cultura Portuguesa Atual*, realizam-se, respetivamente, em 1991 e 1992, contando com idênticos protagonistas – curadoria de Delfim Sardo e design expositivo de Pedro Silva Dias – e respondendo a um programa idêntico. *Manufacturas* havia sido desenvolvida para ser apresentada em Bruxelas, no âmbito da Europália 91 – Portugal (itinerando, posteriormente, para a Cadeia da Relação do Porto) e juntava 32 designers de várias áreas (mobiliário, moda e joalharia) e a colaboração de 16 empresas; *Diseño Português*, por seu turno, foi apresentada no Circulo de Belas-Artes de Madrid e destacava o trabalho de design feito quer por artistas plásticos (os híbridos entre a escultura e o design de Francisco Rocha), quer por arquitetos (Álvaro Siza, Pedro Ramalho, Souto de Moura), quer ainda o trabalho de uma nova geração de designers de produto e mobiliário como Filipe Alarcão, Pedro Silva Dias e Marco Sousa Santos.

Estes jovens designers nascidos na década de 60 e aos quais se associavam alguns outros nomes, como Raul Cunha, José Viana, Paulo Parra, Pedro Mendes ou José Carvalho Araújo, haviam sido, na sua maioria, revelados por iniciativas de promoção do design português, como o concurso *Jovem Designer*, *Design na Indústria* (ICEP e DGQ) ou *Design para o mercado espanhol* (ICEP), entre outros.

As exposições integravam os projetos revelados e premiados nestas iniciativas, associando-os a projetos surgidos por encomenda ou pertencentes ao catálogo de empresas, criando um discurso unitário do design português a partir da linguagem

polifónica de designers, programas e poéticas muito distintos que nos levavam dos objetos austeros de Álvaro Siza às peças escultóricas de Francisco Rocha, passando pelos coordenados de Ana Salazar ou os tapetes, editados pelo DOMO, da autoria de Cabrita Reis ou Julião Sarmento.

Curador destas duas exposições, Delfim Sardo refletia-as como reveladoras “de mudanças substanciais – e até de estilo de vida – em Portugal, encontra a sua via nas tendências tributárias de uma ‘volta ao barroco’ própria da cultura contemporânea. Específico do conjunto que se apresentou e, para lá da diversidade de estilos e tendências, a mesma permeabilidade a contextos conceptuais que se situam fora do domínio estrito do design, sejam eles da arquitetura, das artes plásticas ou, puramente, da ordem do pensamento”⁹.

As duas exposições, para além da função de promoção e internacionalização do design, assumiam-se como momento autorreflexivo sobre o design português e reclamavam uma herança próxima da 1.^a *Exposição* e da *Design & Circunstância* enquanto “pontos de situação” sobre o design nacional, os seus públicos e as suas relações produtivas. Delfim Sardo fala das exposições como “mapa de tendências (...) que oscilam entre o modernismo (enquanto ética criativa) e o post-modernismo presente no neobarroco que marcou os anos 80. Procurou-se, portanto, acima de tudo, encontrar conexões e eixos de confluência nas preocupações dos criadores e nas suas formas expressivas”¹⁰.

Num percurso que nos leva ao megaevento que foi a Expo’98, diversas exposições vão pontuando os anos 90: desde exposições mais singulares como a *Design para a Cidade* (organizada pelo CPD, 1991), que teve lugar nos Jardins de Serralves e expunha objetos e equipamentos que marcam a paisagem urbana (desde bombas de combustível da GALP às paragens da STCP), às exposições itinerantes de aposta na internacionalização como *Design Português Contemporâneo – Uma Antologia* (1997) apresentada em Frankfurt e na *Primavera do Design* em Barcelona.

Integrada na programação de Lisboa ’94 – Capital Europeia da Cultura, a mostra *Design/Lisboa 94* revestia-se de uma ambição que, aparentemente, defraudou a receção crítica que então se consolidava. No *Anuário* n.º 21/22 (2000) do Centro Português de Design, Nuno Lacerda Lopes escrevia que a exposição, realizada no recém-inaugurado Centro Cultural de Belém, “permitiu uma mostra alargada das diferentes atividades e preocupações dos designers portugueses. Do design gráfico ao mobiliário, da moda à cenografia, estiveram expostas as diferentes conceções e entendimentos deste campo disciplinar que aparece agora bastante enraizado na indústria, levando alguns autores a considerá-la próxima da mostra comercial e afastada do debate e da reflexão teórica e disciplinar”.

Essa vocação comercial parecia reforçar-se com a importante iniciativa que foi a criação do *Espaço Design* pelo Centro Português de Design e a Divisão de Feiras e Congressos da Associação Industrial Portuense, possibilitando a realização da *Exposição de Design Português Contemporâneo* paralela às feiras realizadas na Exponor. Esta *Exposição de Design Português Contemporâneo* reunia quatro módulos: Espaço Empresas; Espaço Designers (expondo objetos produzidos ou protótipos); Espaço para Autores Convidados; Espaço Escolas (para apresentação de projetos de design desenvolvidos nas escolas de design).

Paralelamente, os espaços de galerias-lojas dedicadas ao design iam aumentando, impondo novas formas de curadoria independente e de edição de novos designers. Altamira, Dimensão, Loja da Atalaia, Paris Sete, Santos da Casa, No Tejo, Interna, Tom Tom Shop, Arquitectónica ou Díade Galeria Arquitetura/Design (em Lisboa) e Sátira, Vantag, DDI, Intramuros, Galeria Minimal, Carvalho Baptista, Bastidor ou Arte Casa (no Porto) são disso exemplos. Estas empresas, responsáveis também pela edição de design, desenvolveram de forma autónoma, ou associando-se a iniciativas públicas, exposições relevantes. Cite-se, a título de exemplo, a exposição *10 Autores Portugueses*

Nos anos 90, Portugal transforma-se (...) A condição geograficamente periférica parece agora relativizar-se, com a liberdade de circulação, experienciada em pleno por uma geração, já sem memórias da ditadura, que usufruiu do seu cartão jovem e viaja pela Europa de inter-rail

– *Design Contemporâneo* promovida pela DDI – Difusão Internacional de Design do Porto, com apoio da Secretaria de Estado da Cultura, destacando trabalho de Álvaro Siza, Ângelo de Sousa, António Modesto, Daciano da Costa, Souto de Moura, Filipe Alarcão, José Mário Santos, Pedro Mendes, Pedro Ramalho e Pedro Silva Dias.

Uma palavra ainda para o crescentemente importante trabalho das escolas superiores de design. Estimuladas competitivamente pelo ensino privado, destacando-se a criação da ESAD de Matosinhos em 1989, as escolas públicas encontram na exposição uma forma de valorizarem o seu trabalho educativo. Neste período, merece referência a expo-

sição *Design como Designio* produzida pela Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa na Casa da Cerca, em Almada, onde se destaca o trabalho dos estudantes ou recém-licenciados Ex-Machina (Raul Cunha, Paulo Parra, José Viana, Marco Sousa Santos), Fernando Brízio, Filipe Alarcão, Isabel Gorjão Henriques, Pedro Silva Dias ou Mariano Piçarra.

AS EXPOSIÇÕES DO ICEP E O SURGIMENTO DA EXPERIMENTADESIGN

Nos anos 90, Portugal transforma-se. Estabilizada a democracia, a caracterização social do país altera-se. Boaventura Sousa Santos fala da recentralização do país, coexistindo, mesmo que periféricamente, com uma Europa global. Eduardo Lourenço, por sua vez, enuncia o estimulante desafio que significa ser-se português. A nacionalidade reinventa-se, permeável à abertura de fronteiras e à afirmação da condição europeia; as marcas de uma ditadura histórica, não podendo ser anuladas, parecem encerradas, sem trauma, na nossa história recente, deixando-se mesmo glosar em revisitações *Pop* por bandas de *rock* como os Heróis do Mar; a condição geograficamente periférica parece agora relativizar-se, com a liberdade de circulação, experienciada em pleno por uma geração, já sem memórias da ditadura, que usufruiu do seu cartão jovem e viaja pela Europa de inter-rail.

O Ministério da Cultura, criado com a vitória eleitoral socialista, funda em 1995 o IAC – Instituto de Arte Contemporânea que promove trabalho de divulgação das artes plásticas, design e arquitetura no estrangeiro. No campo do design, o Ministério da Cultura associa-se à promoção da primeira Bienal de Design realizada em Portugal, a Experimentadesign, organizada pela Associação Experimenta, criada um ano antes. É ainda por iniciativa do IAC que a coleção de design de Francisco Capelo encontra condições para ficar em depósito no Centro Cultural de Belém, viabilizando, em 1999, a criação do Museu do Design sediado no CCB antes da sua transferência

para o Chiado, dando lugar ao atual MUDE [Museu do Design e da Moda].

Com a criação do Ministério da Cultura, a cooperação entre o Ministério da Economia e a cultura torna-se mais evidente e ambiciosa. O IAC passa a associar-se ao ICEP que, no campo do design, desempenhava um papel determinante na aproximação entre escolas de design e empresas, na promoção do design português, na aposta na sua internacionalização. A figura de Madalena Vitorino, responsável entre 1986 e 2002 pela organização do concurso *Jovem Designer*, promovido pelo ICEP, merece uma referência de destaque. Como já aludimos, o concurso *Jovem Designer* assumiu uma significativa importância não só pela reunião de agentes que promovia (jovens designers, designers seniores nacionais e internacionais, empresários), mas também pela estratégia que enquadrava o evento e que possibilitava, de forma consequente, a seleção de protótipos para exposição e a apresentação da mostra dentro e fora de Portugal¹¹.

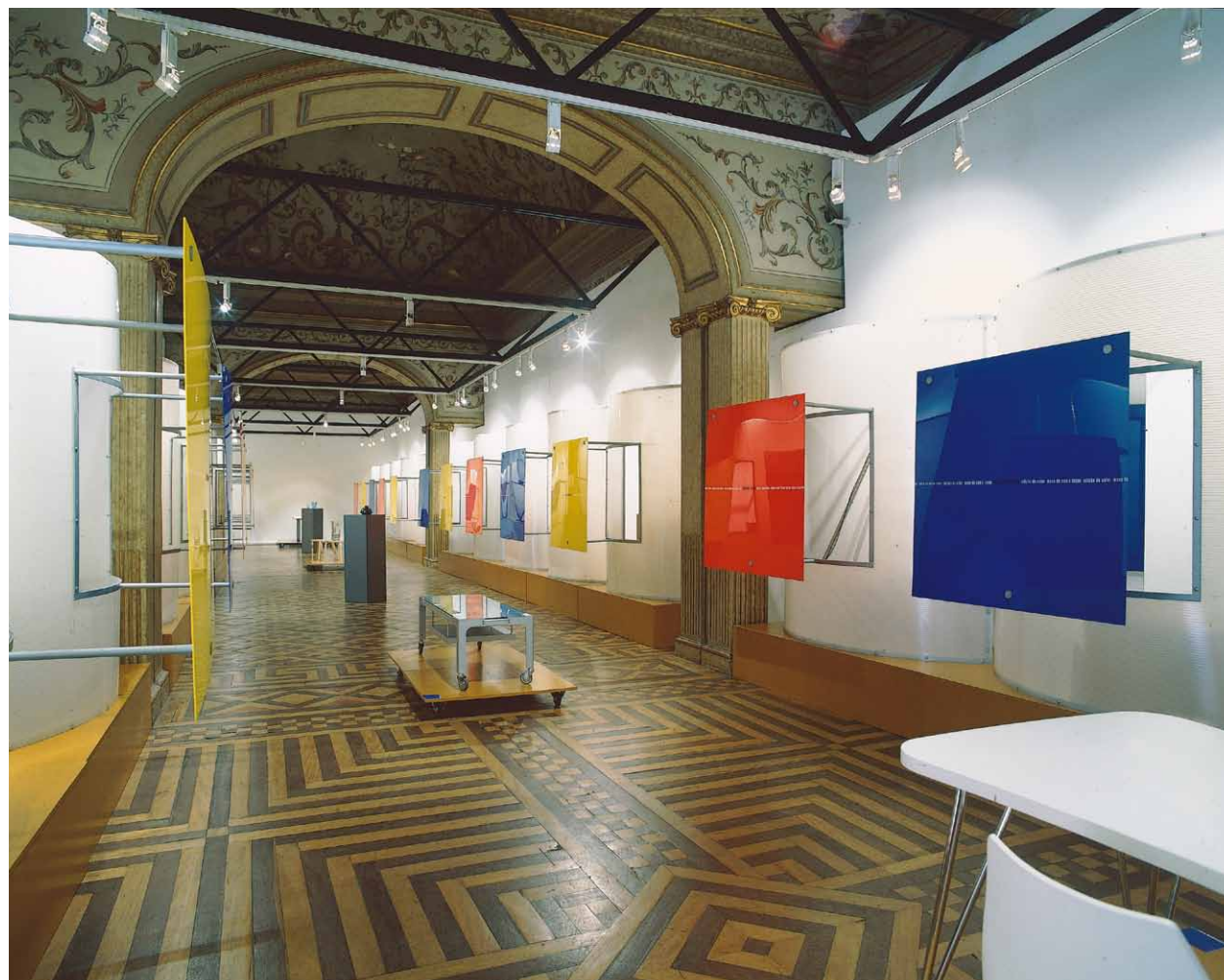
A primeira edição da Bienal Experimentadesign, realizada em 1999, é comunicada, com apoio do ICEP, em Barcelona por ocasião da exposição *Experimentables o Experimentales?* Apresentada na Primavera del Disseny, em Barcelona.

A simples consulta dos catálogos destas exposições, na sua quase-totalidade concebidos por Robin Fior, permitem-nos reconhecer uma lógica de continuidade, uma coerência resultante de uma estratégia definida. Essa continuidade possibilitava tempo e espaço para o surgimento de novos protagonistas na nossa cultura projetual. Nomes como Marco Sousa Santos, Raul Cunha, Pedro Silva Dias ou Fernando Brízio, para citar apenas alguns, fizeram o seu percurso dentro das iniciativas do ICEP, Centro Português de Design e Secretaria de Estado da Cultura/Ministério da Cultura como jovens designers em concurso, membros do júri, designers convidados e curadores das exposições.

Em meia década, um conjunto relevante de exposições exemplifica bem o esforço

Exposição *Design*
2000, Palácio Galveias,
1999-2000.
© Nuno Ladeiro/
/Dimensão





Exposição *Design*
2000, Palácio Galveias,
1999-2000.
© Nuno Ladeiro/
/Dimensão

desenvolvido e a capacidade de alocar recursos humanos e financeiros para apoiar o design português: *Portugal Moving – Contemporary Design from Portugal’94* (Tóquio, 1994); *Design aus Portugal – Eine Anthologie* (Frankfurt, 1997); *Objects Convenients – Disseny Actual Portugués* (Primavera del Disseny, Barcelona, 1997); *Experimentables o Experimentales?* (Primavera del Disseny, Barcelona, 1999); *Diseño Portugués – Un Compromiso con la Industria* (Barcelona, 2000); *+5 Senses: Design from Portugal/+5 Sinne:Design aus Portugal* (2001).

Inaugurada a 16 de outubro de 2000, *Perfil de Portugal – Una Apuesta de Futuro*, organizada pelo ICEP, anunciava-se como uma “megacampanha de imagem” de Portugal contemporâneo apresentada em plena Plaza de España, em Madrid. De entre os 55 eventos apresentados, a já referida

exposição *Diseño Portugués*, coordenada por Madalena Figueiredo, suscitou reação amplamente positiva.

No final dos anos 90, a presença do design tornara-se dispersa, difusa e ubíqua, marcando os diferentes contextos quotidianos. O aparecimento dos megacentros comerciais impunha uma espécie de curadoria *light* dos objetos de design, integrando-os num espaço comercial e lúdico. As Amoreiras, o Monumental, o Atrium Saldanha, o Colombo, o Nortshopping ou o Vasco da Gama, o “centro comercial da Expo”, ofereciam diferentes soluções de design de ambientes, diferentes formas de comunicar o design e de o integrar em mecanismos de consumo. O *boom* das escolas de design, o aumento muito significativo do número de estudantes, designers profissionais, *ateliers*, publicações e iniciativas ligadas ao design

deixavam evidente tanto a existência de público como a necessidade de uma maior, mais alargada e mais efetiva reflexão crítica sobre a cultura do projeto.

Com um trabalho de relevo no âmbito da divulgação, edição e comercialização do design em Portugal, a Dimensão promove, entre outubro de 1999 e janeiro de 2000, a exposição *Design 2000*. Tratou-se de uma significativa mostra, do acervo da MID Dimensão, que permitia o contacto com peças icónicas do design contemporâneo, da cadeira N69 de Alvar Aalto ao espremedor de citrinos de Philippe Starck, à Mesa Dune de Enzo Berti, à chaleira 9093 de Michael Graves, passando poi inúmeros projetos nacionais, refletindo diversas linguagens e abordagens ao design, de nomes como Raul Cunca, o coletivo Infracções, Salette Brandão ou Graça Rodes.

Com a Experimentadesign é criado um novo discurso curatorial de design em Portugal. As exposições (...) [eram] propostas de reflexão e confronto sobre o próprio design, o seu território, o seu impacto, as suas ligações disciplinares

Surgida num contexto de oportunidade e desafio, “a Experimentadesign foi desenhada, primeiro, com propósitos teóricos e experimentalistas. Depois, com o propósito de trazer a Portugal pessoas de fora, do meio do design, para que se conheçam os trabalhos e projetos desenvolvidos no estrangeiro, e aos quais os portugueses não têm muito acesso. Depois, ainda, estimular de uma forma concreta e prática o trabalho dos designers portugueses”.

Com a Experimentadesign é criado um novo discurso curatorial de design em Portugal. As exposições não tinham o carácter comercial de outras exposições e mostras de design, mas eram, antes, propostas de reflexão e confronto sobre o próprio design, o seu território, o seu impacto, as suas ligações disciplinares. A orientação teórica e experimentalista, a que Guta Moura Guedes aludia, refletia-se, desde logo, no modelo do evento, articulando exposições, conferências, workshops, uma programação oficial com eventos paralelos, trabalhando com

espaços de exposição convencionais mas, igualmente, contaminando a cidade, reinventando novos espaços de exposição e novas formas de os objetos de design se apropriarem do espaço e o significarem.

Neste mesmo ano de 1999, o Centro Português de Design promove duas exposições: a exposição itinerante *RE(F)USE X REUSE* reunia 120 projetos de design internacionais ligados à reutilização de materiais; a exposição *Meeting Point*, desenvolvida em parceria com a Experimentadesign’99, lançava a um conjunto de designers profissionais (Ana Vasconcelos; Jorge Moita; Luís Buchinho; Maria Gambina; Miguel Flôr; Osvaldo Martins; Plácido Afonso; José Luís Ferreira; José Simões; Rui Ferreira; Teresa Santa Maria) e a 5 escolas de design (Lusíada; ESTGAD; ESAD Matosinhos; ESTG Viana do Castelo; IADE) o desafio de projetarem novos artefactos para o trabalho no século XXI.

A segunda edição da Experimentadesign coincide com a programação da Porto’2001

ENSAIOS

Exposição *É Proibido Proibir!*, MUDE, 2009.
© Pedro Rosa



(Capital Europeia da Cultura). No Porto, a ESAD – Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos desenvolve um largo conjunto de atividades dentro do programa *ESAD@2001|Escala Porto*, destacando-se as exposições, promotoras de confronto e diálogo entre artesanato e design contemporâneo, *Re/Inventar a Matéria* (Centro Tradicional de Artes Tradicionais) e *Espírito e Razão* (Museu da Ciência e da Indústria).

Integrada na programação da Capital da Cultura 2001, deve referenciar-se a exposição *Momentos de um Século de Artes Gráficas no Porto* (Mercado Ferreira Borges, Porto) pelo seu carácter invulgar, de aproximação a um arquivo histórico raramente trabalhado no âmbito do design português. Meses antes, na Fundação Calouste Gulbenkian, outra exposição de idêntico carácter histórico

– *Banda Desenhada Portuguesa: Anos 40-Anos 80* – tinha, com relativo sucesso, contribuído não só para revelar uma produção gráfica quase desconhecida, como também para lhe creditar uma “validade artística” de que a ilustração, o design gráfico e a banda desenhada nem sempre eram alvos.

Entre duas edições da Experimentadesign, mas envolvendo a Associação Experimenta, realiza-se em Milão a *Portuguese Design 2000 – Duas Gerações no Novo Design Português* (Experimentadesign/Superstudio Piu, Milão); com curadoria de Marco Sousa Santos, esta exposição é não só o momento maior de um esforço consistente de internacionalização que vinha da década anterior, mas também um ponto de viragem muito marcante entre o modelo curatorial anterior (ICEP/Madalena Vitorino) e a tentativa de

impor megaexposições que têm subjacente uma reflexão teórica mais complexa sobre o design português, a sua história e a sua afirmação futura. Contando com o apoio do IAC, do ICEP e do CPD, a mostra exhibe uma larga seleção de trabalhos de duas gerações de designers portugueses, ocupando uma impressionante área de 500 m² em plena Semana do Design de Milão.

O início de década e de século, manifestando uma cultura do design em consolidação (com públicos, agentes, mecenas e apoios públicos), dá lugar a um conjunto alargado de exposições. A Altamira associa-se ao Museu do Design para mostrar a sua história de meio século, apresentando peças de designers como Daciano da Costa, Filipe Alarcão, Manuel Graça Dias/Egas José Vieira, Pedro Silva Dias, João Paciência ou Carrilho da Graça; a Sátira Design promove, em torno do

Voyager 01, Miguel Vieira Baptista, Sistema expositivo, 2001. Experimentadesign Milano, London, Barcelona e Lisboa. © Miguel Vieira Baptista



Uma clara abertura de portas, cultural, política e economicamente sustentada, possibi- litava a produção em Portugal de exposições dedicadas a nomes de referência do design internacional

conceito/marca *Minimalanimal*, um *workshop* e uma exposição, reunindo autores nacionais e internacionais como Francisco Providência, Carlos Aguiar, Lissoni Associati, Marco Sousa Santos ou Álvaro Siza. Paralelamente a estas exposições, os salões (da FIL e da Exponor), como o Casatêxtil ou o Intercasa, e novas iniciativas, com destaque para a Mobilis 2000: 1.ª Bienal de Design de Mobiliário (Paços de Ferreira, 17 a 30 de setembro de 2000) e para a apresentação da nova marca e produtos MGlass (apresentados, pela primeira vez, na Macef em Milão e, entre nós, na Ceramex entre os dias 12 e 15 de fevereiro de 2000), dão uma expressão mais vinculada do dinamismo comercial e da relevância curatorial que o design português assumia.

Uma clara abertura de portas, cultural, política e economicamente sustentada, possibilitava, igualmente, a produção em Portugal de exposições dedicadas a nomes de referência do design internacional. Depois de *Alvar Aalto 100 – 1898-1998* (curadoria de Rogério Ribeiro, Casa da Cerca, 1998), seguiram-se *Archizoom Today* (Experimentadesign'99) e *Essentials Deluxe – Design Europeu* (Experimentadesign'99/Centro Cultural de

Belém), *That's It – The Design of Eero Aarnio* (curadoria de Emanuel Barbosa, Cooperativa Árvore, Porto, 2001), *Verner Panton* (Museu do Design/Centro Cultural de Belém, 2001), *Dieter Rams Haus* (Experimentadesign'11/Centro Cultural de Belém, 2001), *Campanas – Exposição Itinerante de Design Brasileiro Contemporâneo* (Experimentadesign'03, Valentim de Carvalho) ou *Design France – Innovation & Inspiration* (Experimentadesign'03/Cordoaria Nacional), chegando às mais recentes: *Quick, Quick, Slow. Texto, Imagem e Tempo* (curadoria de Emily King, Centro Cultural de Belém, EXD'09); *É Proibido Proibir!* (curadoria de Bárbara Coutinho, MUDE, 2009); *Morte ao Design! Viva o Design! O Objecto em Reflexão, 1980-2000* (curadoria de Bárbara Coutinho, MUDE, 2011) ou *Deutscher Werkbund: 100 Anos de Arquitetura e Design na Alemanha 1907-2007* (Fábrica de Santo Tyrsho, 2013).

A segunda edição da Experimentadesign é promovida em 2001, com uma ambição sustentada num orçamento robusto, de cerca 800.000€, ancorada numa nova expressão curatorial que se vinha impondo, merecendo destaque a exposição/installação *Voyager*. Chegada a Lisboa em 2001, depois de ter sido apresentada em Londres e Milão, a *Voyager* reunia em quatro módulos, apresentados numa vasta área do Pavilhão de Portugal/Parque das Nações, trabalhos selecionados para refletirem a criação portuguesa contemporânea em áreas contaminantes, da dança ao design de produto.

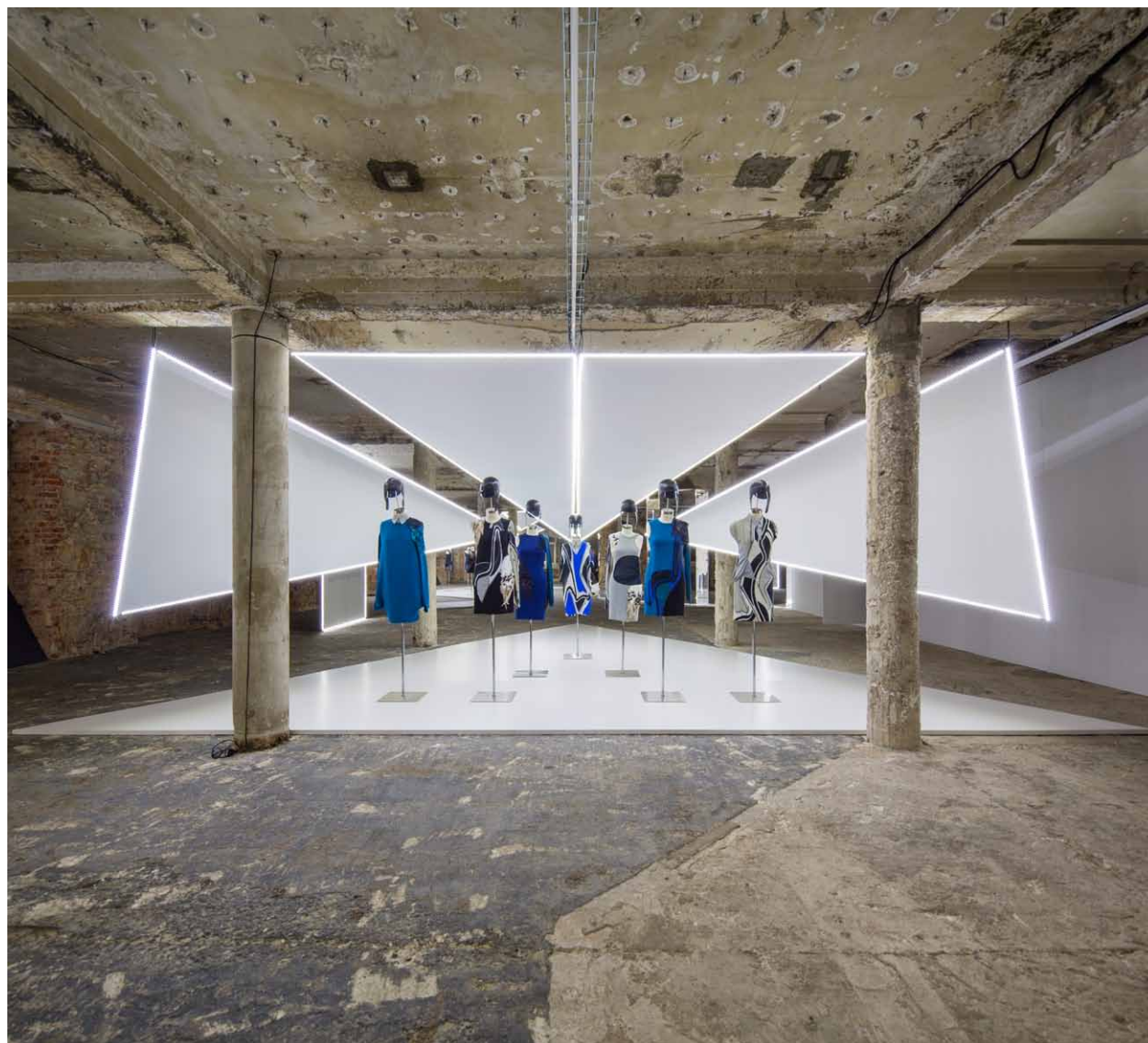
A entrada era feita por um corredor de secção ondulante que nos conduzia ao módulo vermelho (criado por Guta Moura Guedes, Houselab-Rafael Toral, Rui Gato e Vasco Gato), concretizado numa instalação audiovisual, que fundia o design de ambientes com o design de iluminação e o *sound design*. No módulo seguinte, duas grandes mesas de luz tornavam espetacular a observação dos projetos desenvolvidos por Pedro Silva Dias, Marco Sousa Santos e Rita Filipe, “OI” e “Think Thank” da Atlantis Crystal. No módulo azul, vídeo, objetos e mobiliário criam uma instalação impressiva na qual o espectador é envolvido enquanto assiste aos vídeos *Modus*

Operandi e *Dacing Light*. A viagem termina num sedutor quarto módulo designado “Laboratório mutante de design industrial”.

A mediação entre uma vocação “teórica e experimental” e outra vincadamente comercial foi sublinhada pela Experimentadesign na sua terceira edição, mas igualmente por alguns dos seus protagonistas, nomeadamente Marco Sousa Santos, responsável em 2003 e 2004 pela In’Nova, uma feira comercial, organizada com a FIL, contaminada de eventos experimentais e alternativos, *workshops* com escolas, sendo o resultado apresentado em núcleos expositivos disseminados pelo espaço da Feira. A primeira edição da In’Nova teve lugar em paralelo com a terceira edição da Experimentadesign, envolvendo como convidado de honra o designer Fernando Brízio que realiza uma marcante instalação na entrada da Feira, projeto que mereceu relevante eco na imprensa especializada. Fernando Brízio seria capa, meses depois, da revista francesa *Intramuros* e da britânica *ICON*, numa atenção ao design português que vinha já da década anterior (artigos na *Architèti*, *Domus*, *Interni*, *Intramuros* e *Experimenta*). A experiência da *Voyager*, com um conceito novo de itinerância, seria retomada em 2003, sob a forma de um camião-galeria desenhado por Miguel Vieira Baptista, fazendo uma vasta digressão nacional, percorrendo, em 2004, diversas cidades no Continente e Ilhas.

Nesse mesmo ano, Guta Moura Guedes e Henrique Cayatte comissariam a ambiciosa (P) *Portuguese Architecture & Design* apresentada na Triennial de Milão.

Esta efervescência de exposições de design internacional em Portugal e de exposições de design contemporâneo português no estrangeiro passou para segundo plano o trabalho de curadoria ligado à história moderna e contemporânea do design português que se iniciara na década de 1980, sobretudo em exposições promovidas pela Fundação Calouste Gulbenkian na área da ilustração e do design gráfico: *Bernardo Marques: Desenho e Ilustração Anos 20 e 30* (1982); *O Grafismo e a Ilustração nos Anos*



Exposição Felipe Oliveira Baptista, MUDE, 2013-2014.
© Fernando Guerra

20 (1986). As exceções eram, contudo, eloquentes da importância desse trabalho. *Sebastião Rodrigues. Designer* (Fundação Calouste Gulbenkian, 1995), com curadoria do designer gráfico José Brandão, foi exemplar, tornando evidente a riqueza e, simultaneamente, o desconhecimento do design português. Num contexto menos favorável, as exposições monográficas anteriores, como a de *João Abel Manta: Obra Gráfica* (Museu Rafael Bordalo Pinheiro, 1992), tinham passado mais despercebidas mas ajudariam a consolidar um público que se mostraria mais atento às iniciativas seguintes, entre as quais: *Daciano da Costa: Designer* (curadoria de João Paulo Martins, Fundação Calouste Gulbenkian, 2001);

João Machado e a Criação Visual (Casa da Cerca, Almada, 2001); *Imprimir/Atelier João Nunes* (2004); *Zoom In/Zoom Out. António Garcia Designer* (MUDE – Museu do Design e da Moda, 2010); *Sena da Silva* (Fundação Calouste Gulbenkian, 2009); *Don't Look Back – Fernando Brízio – Desenho Habitado* (EXD'11, Antigo Convento da Trindade, 2011); *Introspectiva. Filipe Alarcão, Designer* (MUDE, 2011); *Interiores. 100 Anos de Arquitetura em Portugal* (curadoria de Pedro Gadanho, MUDE, 2011); *José Espinho. A Diversidade no Fazer* (Galeria Bessa Pereira, 2013); *Miguel Arruda: Escultura, Design, Arquitetura* (MUDE, 2013); *Raul Cunca. O Design Plural* (Casa da Cerca, 2013); *O Design Possível*.

Eduardo Afonso Dias, 50 Anos de Profissão (MUDE, 2014).

Em 2011, com a conversão do antigo posto de turismo de Matosinhos numa galeria vocacionada para a programação em design – a Galeria Quadra –, reforça-se uma tendência de descentralização das exposições de design em Portugal, que vinha já pontuando as duas décadas anteriores graças a colaborações entre associações culturais e escolas de design não só no Porto e em Lisboa mas, igualmente, nas Caldas da Rainha ou em Tomar, a par dos salões de ilustração e banda desenhada (com destaque para o Festival Internacional de Banda Desenhada

da Amadora) e das exposições que, mesmo em curva descendente, continuam a ser promovidas por lojas e galerias.

A Galeria Quadra, com uma programação intensa e regular entre 2011 e 2013, conciliou exposições internacionais (*100 Carteles: Isidro Ferrer; David Carson: Design USA; ulm: método e design 1953/68*) com exposições de design nacional (*As Saias da Maria; 1+1 Design Gráfico João Machado + José Brandão; Almanaque – Uma História do Design Português em Revista*).

Responsável pela programação da Galeria Quadra, a ESAD de Matosinhos, trabalhando em colaboração com outras instituições, fica ligada a três importantes eventos dos últimos anos: a criação de um novo equipamento cultural em Santo Tirso (a Fábrica de Santo Thyrso) cuja nave principal inaugura com a completa exposição *Deutscher Werkbund: 100 Anos de Arquitetura e Design na Alemanha 1907-2007* (2013); a participação no evento promovido pela Câmara de Paredes,

Art on Chairs, nas exposições internacionais *Design Maciço* (curadoria de Paolo Deganello, 2012) e *Duets* (curadoria de Maria Milano, 2012); e, finalmente, a produção da exposição promovida pela Comissão para as Comemorações dos 40 anos do 25 de abril, *A Liberdade da Imagem: Design e Cultura Visual em Portugal 1974-1982*, com curadoria de José Bártolo e design expositivo de Miguel Vieira Baptista, apresentada em quatro espaços museológicos da cidade do Porto.

DE REVOLUTION 99-09 A COMO SE PRONUNCIA DESIGN EM PORTUGUÊS?

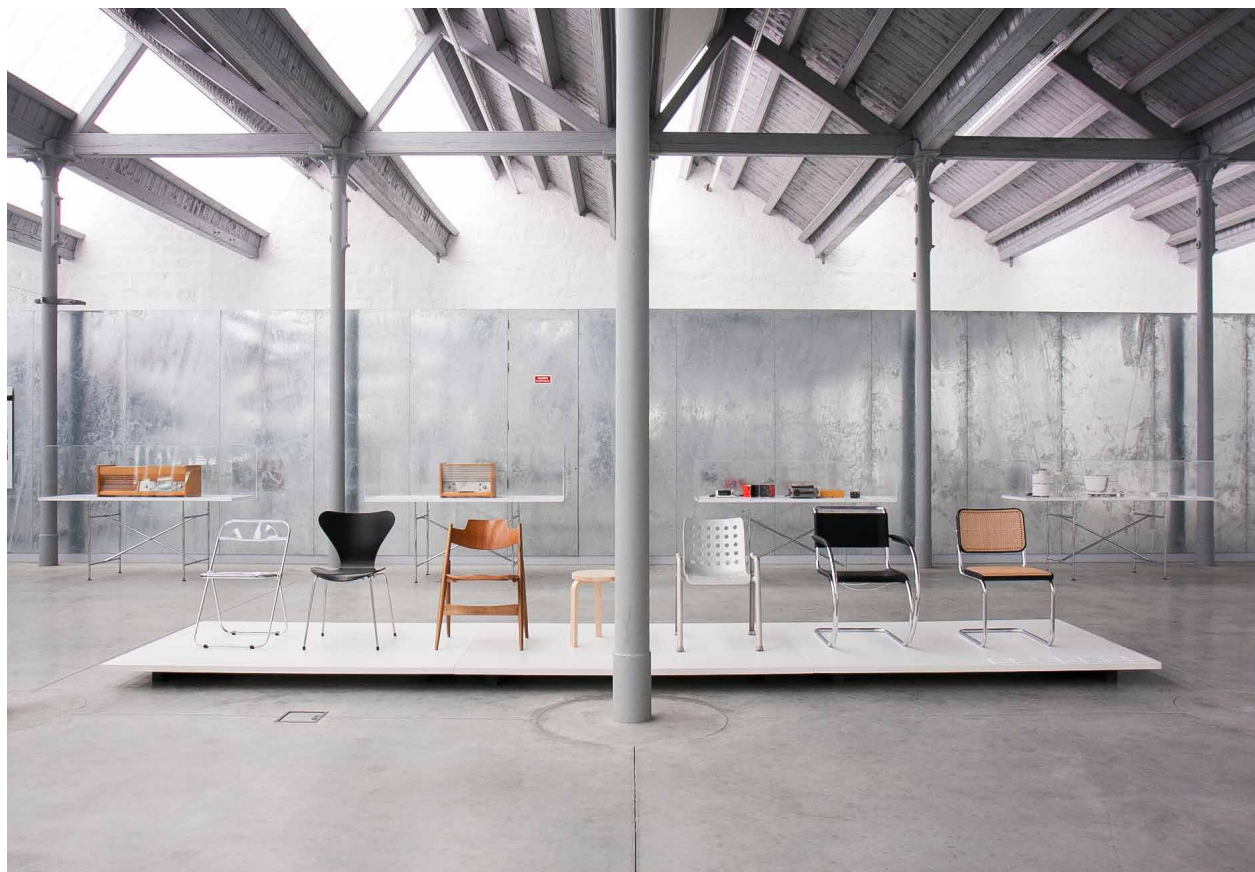
N a primeira metade da segunda década do século XXI, são realizadas duas exposições que se revestem de um duplo interesse: por um lado, são exposições de arquivo, pontos de situação do design português e das suas circunstâncias, que nos permitem, arqueologicamente, inscrevê-las numa mesma linhagem da 1.ª *Exposição de Design Português* (1971), *Design & Circunstân-*

cia (1982) e *Portuguese Design 2000* (2000); por outro lado, são exposições de certa forma celebratórias, retrospectivas e historicamente distanciadas que re-apresentam o trabalho de uma ou duas gerações de designers que, impondo-se nos anos 1990 e início de 2000, são definitivamente inscritos na história do *design* através destas exposições.

Revolution 99-09, produzida pela Experimentadesign, celebra os 10 anos da Bienal EXD através de uma exposição sobre *design* português nas áreas de *design* gráfico e de produto. Reunindo cerca de 190 projetos de mais de 70 *designers* e estúdios, apresenta uma visão da produção nacional dos últimos 10 anos através de um acervo que ultrapassa as 400 peças.

Com um horizonte temporal definido, esta retrospectiva propõe uma perspetiva curatorial específica e não-exaustiva, apresentando um dos muitos olhares possíveis sobre o *design* português da última década. Sem nunca pretender identificar ou definir um “*design* nacional”, propõe acima de tudo

Exposição *Deutscher Werkbund: 100 Anos de Arquitetura e Design na Alemanha 1907-2007*, Fábrica de Santo Thyrso, 2013. © ESAD



O aumento do fluxo e da intensidade da comunicação visual da última década significou uma multiplicação de mensagens e suportes por parte de empresas, organismos oficiais e pequenos agentes independentes

ENSAIOS

abrir caminho à reflexão e ao debate em torno da existência de linguagens e metodologias específicas ao contexto geográfico e cultural português, registando e celebrando a sua vitalidade.

Revolution 99-09 combina duas vertentes distintas no itinerário expositivo.

Na área do design de produto, e através de uma diversidade de tipologias, materiais e escalas, reflete algumas das problemáticas e explorações conceptuais que têm inspirado vários designers portugueses. São mostradas peças únicas, edições limitadas ou peças

destinadas à produção em série para o grande público.

Como exemplo de denominadores comuns nesta seleção, podemos identificar aspetos de ordem social e económica ligados à produção industrial, bem como o seu impacto cultural e ambiental; a junção da herança do fabrico artesanal com a lógica do pensamento projetual contemporâneo e os requisitos do mercado, e um forte sentido de humor e do lúdico.

No âmbito do design gráfico, o panorama é tão heterogéneo quanto rico em vocabulários, formatos e contextos. O aumento do fluxo e da intensidade da comunicação visual da última década significou uma multiplicação de mensagens e suportes por parte de empresas, organismos oficiais e pequenos agentes independentes, com destaque para a indústria cultural. No design gráfico, a perspetiva curatorial de *Revolution 99-09* não inclui o trabalho realizado por agências de publicidade, centrando-se em designers mais experimentalistas, que assumem uma postura francamente autoral. Juntamente com peças de grande distribuição como cartazes, convites ou brochuras e exemplos de design editorial, *Revolution 99-09* integra ainda *packaging* e design de fontes, áreas em que os designers portugueses se têm destacado nos últimos anos.”¹²

Como se Pronuncia Design em Português? é uma exposição do MUDE, comissariada por Bárbara Coutinho, com apoio do programa Art On Chairs de Paredes. Inaugurada no âmbito da *Beijing Design Week* (World Art Museum, setembro de 2014), a exposição será

apresentada, no início de 2015, em Lisboa e Paredes e propõe-se “debater a existência de uma identidade do design português e compreender como é que as circunstâncias geográficas de Portugal e a nossa herança histórica, cultura, tradições e consciência coletiva se refletem em termos criativos”.

Na mostra apresentada em Pequim, os objetos tinham assinatura de Ana Mestre, Álvaro Siza, CorqueDesign, Fernando Brízio, Filipe Alarcão, Galula, Gonçalo Campos, Gonçalo Prudêncio, Ipotz Studio, Joana Carvalho, José Viana, Luís Giestas, Mariana Costa e Silva, Marco Sousa Santos, Miguel Vieira Baptista, Miguel Rios, Matéria Amorim, Miguel Arruda, MO-OW Design, Pedrita, Projeto Remix, Pedro Sottomayor, Paulo Parra, Pedro Silva Dias, Ricardo Vairinhos e Toni Grilo, todos eles expostos com regularidade, a partir de momentos temporais distintos, nas diversas exposições que, desde o início da década de 1990, se propuseram trabalhar curatorialmente o design português.

Se uma exposição de design é sempre um contrassenso, como afirmava Delfim Dardo em texto do início de 90, por nós citado no início deste percurso histórico, então o que as diversas exposições de design nos oferecem é uma certa discursificação do design, a construção de uma narrativa, a colocação de uma hipótese de identidade. Essa reflexão, tão essencial, não se deixa enunciar pela simples identificação dos eventos. Este artigo termina, pois, inconclusivo, oferecendo-se como mapeamento que, em parte, reconstrói um território que urge ser tomado como objeto de estudo.

Notas

1. Este ensaio foi possível na sequência de um conjunto de diálogos que exigem um especial agradecimento: ao Instituto Camões, em particular à Dr.ª Alexandra Pinho; aos organizadores do número, Helena Souto e Fernando Brízio; ao Marco Sousa Santos, Nuno Ladeiro e Rute Carvalho.
2. Mary Anne Staniszewski, *The Power of Display. A History of Exhibition Installations at the Museum of Modern Art*, Cambridge/Massachusetts, MIT Press, 1998, p. 21.

3. Maria Helena Souto, *Portugal nas Exposições Universais 1851-1900*, Lisboa, Colibri, 2011.

4. Margarida Acciaiuoli, *Exposições do Estado Novo: 1934-1940*, Lisboa, Livros Horizonte, 1998.

5. AA.VV., *1.º Salão Nacional de Artes Decorativas*, Lisboa, SNI, 1949, p. 12.

6. Deve-se destacar, sobre este tema, o projeto de investigação em curso financiado pela FCT e cofinanciado pelo COMPETE: PTDC/EAT-HAT/121601/2010 “Design em Portugal (1960-1974): acções, intervenientes e repercussões

- do Núcleo de Arte e Arquitetura Industrial e do Núcleo de Design Industrial do Instituto Nacional de Investigação Industrial (INII)” que tem como investigadora responsável a Professora Maria Helena Souto.

7. AA.VV., *1.ª Exposição de Design Português*, Lisboa, Ministério da Economia – Instituto Nacional de Investigação Industrial, 1971, p. 7.

8. Delfim Sardo, “Uma exposição de design é sempre um contra-senso”, in AA.VV., *Cadernos de Design*, n.º 1, Ano 1, 1992, p. 15.

9. Delfim Sardo, “Discretas pasiones”, in AA.VV., *Diseño Portugués*, Madrid, 1992.

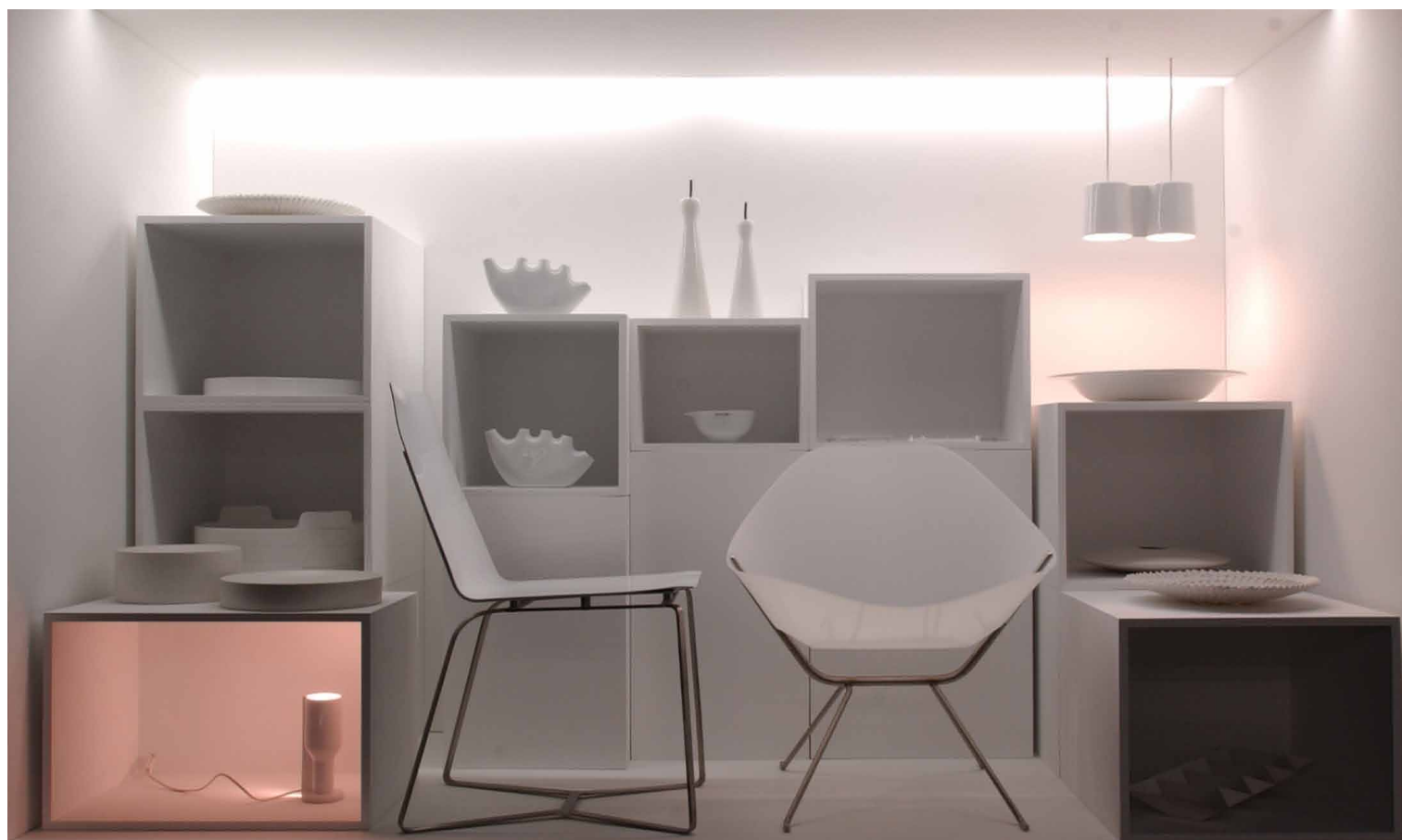
10. Idem, *Ibidem*.

11. Acerca da importância do concurso *Jovem Designer*, consulte-se a Dissertação de Mestrado em Design de Equipamento de Carla Castanheta, “Concurso Jovem Designer: Um contributo para a cultura do design em Portugal”, FBAUL, 2012.

12. *Revolution 99-09*, em linha: <http://www.experimentadesign.pt/revolution/pt/index.html>

Promessas Expectativas e resultados experiências Territórios do design contemporâneo em Portugal

FREDERICO DUARTE



Módulo Branco, Exposição P – Design de Portugal 1990-2004, Trienal de Milão. © Direitos Reservados

O filme *Enzo Mari for Artek: Homage to Autoprogettazione* é um dos mais cândidos, cativantes e importantes testemunhos sobre a carreira de um designer contemporâneo a que podemos, hoje, ter acesso. Parte registo documental, parte filme promocional, esta curta-metragem de 18 minutos realizada em 2010 está disponí-

vel na internet desde 2012¹. Nela podemos ver o designer italiano Enzo Mari, então com 88 anos, no seu *atelier* em Milão. Mari é um dos grandes. Ele pertence ao pequeno e seletivo grupo de arquitetos e designers italianos ou, melhor dizendo, arquitetos-designers italianos que contribuíram para a reconstrução da Itália do pós-guerra,

mas também para fazer do *design italiano* uma referência, uma norma, uma marca, um desígnio, um mito. Mas também fez parte dos que questionaram, provocaram e, ultimamente, assistiram à transformação e declínio de uma ideia de design: a sua. Marxista ferrenho, é conhecido, há anos, por gritar *Il design è morto* – o design está

Há anos que Mari é conhecido por gritar e dizer sempre mais ou menos a mesma coisa: de que há demasiados designers, que as escolas de design não servem para nada, que o design está entregue ao marketing, que o design deixou de se preocupar com o aquecimento global, a explosão populacional, ou as condições de trabalho nas fábricas do Terceiro Mundo

morto. Aliás, há anos que Mari é conhecido por gritar, gritar muito, e dizer sempre mais ou menos a mesma coisa: de que há demasiados designers, que as escolas de design não servem para nada, que o design está entregue ao marketing, que o design deixou de se preocupar com o aquecimento global, a explosão populacional, ou as condições de trabalho nas fábricas do Terceiro Mundo. Mari é, de há uns anos para cá, e apesar dos mais de 2000 produtos e projetos que criou ao longo da sua carreira, o perfeito estereótipo do velho rabugento, de um provocador tão incendiário quanto contraditório e inconsequente.

Todavia, neste pequeno filme, ele fala pausada e delicadamente. Começa por falar sobre a justeza da forma da natureza – uma mão, um vulcão – e de como a profissão do design, e mesmo o seu ensino, esquece essa justeza para se render ao único motivo de fazer um projeto: fazer algo diferente. Diferente, independentemente da necessidade ou da razão, o que leva à criação de coisas sem essência ou lógica para além da forma. Para Mari, a cada coisa corresponde uma forma – tudo o resto é formalismo, em geral usado como “embelezamento ignorante e incapaz”. Levados a acreditar que a carreira, ou o *ethos*, de Mari se baseia na procura de uma essência da forma e na rejeição do formalismo, continuamos a ver e ouvimos que, em 1968, ele foi convidado a projetar um sofá-cama. Primeiro, disse que não. Odiava todos os sofás-cama que existiam no mercado, sofás vulgares, obscenos que, ao chegar à noite, se tornavam, com grande esforço, em camas. Mas depois pensou melhor, pensou que o mundo não é só feito de ricos que vivem em grandes casas ou apartamentos, que a maioria das pessoas vive em duas divisões. E pensou então num sofá que se tornasse numa cama através de uma operação “rapidíssima” e “muito fácil”, um objeto económico e, portanto, acessível a pessoas com poucos recursos, que tivesse a melhor qualidade possível e que fosse muito resistente. Que resistisse ao uso de – di-lo com um sorriso – “um casal de amantes”.

Foram fabricados 10 mil exemplares do que era, então, o sofá-cama mais barato em Itália. Mas nenhum vendedor o quis comprar. Foi um fracasso comercial. Mari continua a história, no mesmo tom calmo e pausado, sem qualquer ponta de nostalgia: estávamos em 1968, altura de protestos estudantis e de movimentos políticos, onde se citava Mao e se falava de “servir o povo, etc.”. Alguns destes líderes pediam a Mari que lhes desenhasse um cartaz, uma capa de um livro. Uma vez, um deles entra na sua sala e diz: “Mas tu, que fazes objetos tão belos, como pudeste fazer – apontando para o sofá-cama *Day & Night* – este objeto tão feio?”; e Mari respondeu: “Foi-me oferecido, não me importa ter objetos belos ou feios. Mas, e tu, de que tipo de camas gostas?”

E o jovem líder responde: “Uma grande cama, redonda, com uma base toda em mármore, e um colchão de água. Por cima, um enorme lustre de Murano, um televisor incorporado e muitas outras coisas.” Mari termina esta história com a frase “*Che fare?*” (Que fazer?). “O meu trabalho não faz mais sentido.” Se fosse para produzir coisas que ninguém compreende, mais valia mudar de profissão. Ou poderia tentar fazer qualquer coisa para ajudar as pessoas a compreender.

Mari fala a seguir daquilo a que este filme se dedica: o seu projeto *Autoprogettazione*. Pensou: “Se alguém tentar construir um objeto sozinho, provavelmente aprenderá alguma coisa.” Se, por exemplo, comprar uma mesa, produzida industrialmente, com um preço justo, mas a tiver construído, saberá como não deixar uma das pernas ficar bamba. Isto, diz Mari, é uma coisa fácil de dizer, mas não é expectável que as pessoas conheçam as várias tecnologias disponíveis ou que possuam as ferramentas necessárias para produzir o seu mobiliário. Foi nesse sentido que projetou 19 modelos de móveis – camas, armários, cadeiras, estantes, mesas, etc. – que pudessem ser construídos a partir de tábuas e outras peças simples de madeira. Ele apresentou esta coleção de mobiliário numa exposição em 1974, onde fez uma conferência. Foi acusado “quase de fascismo” pelos seus colegas designers e artistas, que defendiam que um designer deve trabalhar para fazer objetos que simplifiquem a vida às pessoas. Mari, segundo eles, obrigava as pessoas a trabalhar. Os mal-entendidos não terminariam aqui. Fez uma brochura, *Proposta per un'Autoprogettazione*, com as instruções de montagem de cada um destes modelos e enviou-a a quem lhe pagou os portes de envio. Na volta do correio, recebeu milhares de cartas, elogiando o seu “puro génio”, mas também dizendo que tinham feito todos os 19 modelos pois o “estilo rústico” do seu mobiliário adequava-se aos seus *chalets* nos Alpes ou nas Montanhas Rochosas dos EUA. Mari desabafa, de novo: “Estávamos de volta ao puro *kitsch*.”

O filme termina com Mari falando do relançamento da cadeira-base *Autoprogett-*

tazione em 2010, 35 anos depois da sua primeira apresentação, durante o Salone del Mobile de Milão (este vídeo teve então a sua estreia mundial). Relançada pela Artek, a firma fundada pelo arquiteto Alvar Aalto, 75 anos antes, a cadeira *Sedia 1* não estaria à venda inteira mas em peças, dentro de uma caixa desenhada por Mari, juntamente com instruções de montagem e uma brochura explicando o projeto. O vídeo conclui com Mari dizendo que aceitou o desafio da Artek pois esta empresa pensa, como ele, que “design só é design se comunica conhecimento”. Esta é uma frase importante.

MERCADORIA ≠ CONHECIMENTO

O que Mari não diz no vídeo é que cada uma destas caixas custa à volta de 250 euros, ou seja, que a empresa finlandesa, adquirida em 2013 pela suíça Vitra, o mais influente fabricante de mobiliário dos nossos dias a seguir à IKEA, vende uma cadeira *Autoprogettazione*

não como um projeto radical, *do it yourself*, ou *open design*, mas como uma espécie de IKEA para ricos. Ou para alguém mais interessado em ter uma peça de mobiliário “assinada” por um “mestre” – ou, pior ainda, um “designer famoso” – do que em aprender alguma coisa. Mari também não diz que uma mesa *Autoprogettazione* construída em 1975 foi vendida, em 2006, por 14.400 dólares num leilão da Sotheby’s, nem que, em 2007, a galeria Demisch Danant promoveu uma exposição de reedições de peças *Autoprogettazione*, que ele próprio montou e assinou – algumas ainda estão à venda por mais de 10 mil dólares. Não é preciso ser marxista para dizer que há muito fetichismo nesta mercadoria.

Contradições à parte, este vídeo – de visualização gratuita, de fácil reprodução e facilíma partilha – prova que a verdadeira concretização do projeto *Autoprogettazione*, desde a sua criação em 1974, está não na produção de mercadoria, mas sim de conhecimento. Desta forma, poderemos traduzir

o termo *autoprogettazione* como *autoprojeto*, e design como um verbo, um desígnio, e não como um produto acabado. Por isso é que este documento é fundamental para entender as potencialidades e os territórios, mas também os discursos muitas vezes contraditórios do design contemporâneo.

Também foi por isso que este projeto, e o próprio Mari, ficaram recentemente “na moda”. O designer foi alvo de uma exposição retrospectiva em Turim (*Enzo Mari – L’Arte del Design*, Galleria Civica d’Arte Moderna e Contemporanea, 29.10.08-06.01.09) e de uma entrevista com Hans Ulrich Obrist, publicada em livro em 2009. O projeto foi o sujeito de uma exposição em Londres (*Autoprogettazione Revisited*, Architectural Association, 03-27.10.09), sendo mais tarde integrado em *Adhocracy*, uma das duas exposições da primeira edição da Bienal de Design de Istambul (Escola Grega de Galata, 13.10-12.12.11), remontada mais tarde em Nova Iorque (New Museum, 04.05-07.07.13) e Londres (Limewharf, 04.11-12.10.13).



Enzo Mari, *Sedia 1 Autoprogettazione*, 2010.
© Juoko Lehtola

DESIGN PORTUGUÊS, UM SLOGAN VAZIO

Este longo preâmbulo a um texto sobre os territórios do design português contemporâneo tenta, a partir do exemplo de Enzo Mari, reconsiderar e desmistificar algumas ideias associadas a este subtítulo. Em primeiro lugar, em vez de uma validação da carreira ou do legado de um “mestre”, como tantas vezes acontece nos documentos retrospectivos ou elegíacos de uma carreira de um designer ou de um arquiteto – livros, exposições, documentários, colóquios, etc. –, este vídeo prova que a carreira de Mari está plena de fracassos, mal-entendidos, ilusões e desilusões, que a fama e o reconhecimento profissional não são a mesma coisa e que qualquer intenção de reforma do gosto – uma missão que tantos designers e arquitetos chamam para si há mais de 150 anos – é tão impossível quanto indesejável. Daí ser um documento tão importante quanto inspirador.

Este documento reforça ainda outra ideia: o *design italiano* que Mari ajudou a construir, mesmo quando o atacou, já não existe. Desde os anos 40 que os fundadores de empresas italianas de mobiliário, iluminação e eletrodomésticos foram trabalhando com arquitetos-designers como ele para criarem produtos de consumo considerados (muitas vezes retroativamente) de sucesso, icônicos ou, até, clássicos do design. Nos anos 90, essas e outras empresas abrem-se a um núcleo cada vez mais internacional de designers, fazendo com que muito do chamado *design italiano*, mesmo que ainda produzido no extraordinariamente dinâmico e produtivo Norte de Itália, passasse a ser cada vez mais pensado fora das suas fronteiras. A esta internacionalização seguiu-se uma sequência de fusões e aquisições de fabricantes e, nos últimos anos, uma venda dessas empresas a capitais estrangeiros.

Nesse mundo globalizado de objetos, imagens e capital, não faz mais sentido associar identidades ou fronteiras nacionais ao design. Se, em Itália, uma nação outrora rica e agora descapitalizada, o *slogan design italiano* se foi esvaziando, num país onde

capital e indústria, ou melhor, capitalistas e industriais, mas também governantes e consumidores informados, recetivos e exigentes em termos de design, nunca abundaram, *design português* é, na melhor das hipóteses, um *slogan* vazio. De que fracassos, mal-entendidos e frustrações falaria, hoje, designers portugueses da geração de Mari como Daciano da Costa, Sebastião Rodrigues, Sena da Silva ou mesmo António Garcia?²

PROMESSAS

Um dos pontos de inflexão desta interpretação do design como uma disciplina que tende a produzir resultados ou a projetar promessas para o comércio e para a indústria teve lugar, em Portugal, durante o concurso *Jovem Designer*. Organizado pelo Instituto do Comércio Externo de Portugal (ICEP) entre 1986 e 2002, este concurso prometia efetuar uma ligação duradoura e profícua entre escolas – no início, apenas a Escola Superior de Belas-Artes de Lisboa (ESBAL), a que se juntaram mais tarde outros estabelecimentos de ensino superior que entretanto foram abrindo –, centros tecnológicos, empresas e uma ideia de mercado, nomeadamente mercado externo.

O contraste entre os catálogos de 1987 e 2002 é notório. O primeiro mostra um pequeno leque de promessas comerciais, gamas de artigos em cerâmica de mesa e trens de cozinha em aço inox destinados ao mercado britânico, realizados por alunos da mesma escola, muitos dos quais são hoje professores – não na ESBAL, mas na FBAUL (Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa).

O segundo mostra a forma como os objetivos e enunciados do concurso foram alterados pelos seus organizadores, refletindo também mudanças no tecido industrial e comercial, nos padrões de consumo nacionais e também no entendimento do design em termos internacionais. Nesse ano, o designer convidado – que desde a primeira edição representava um mercado

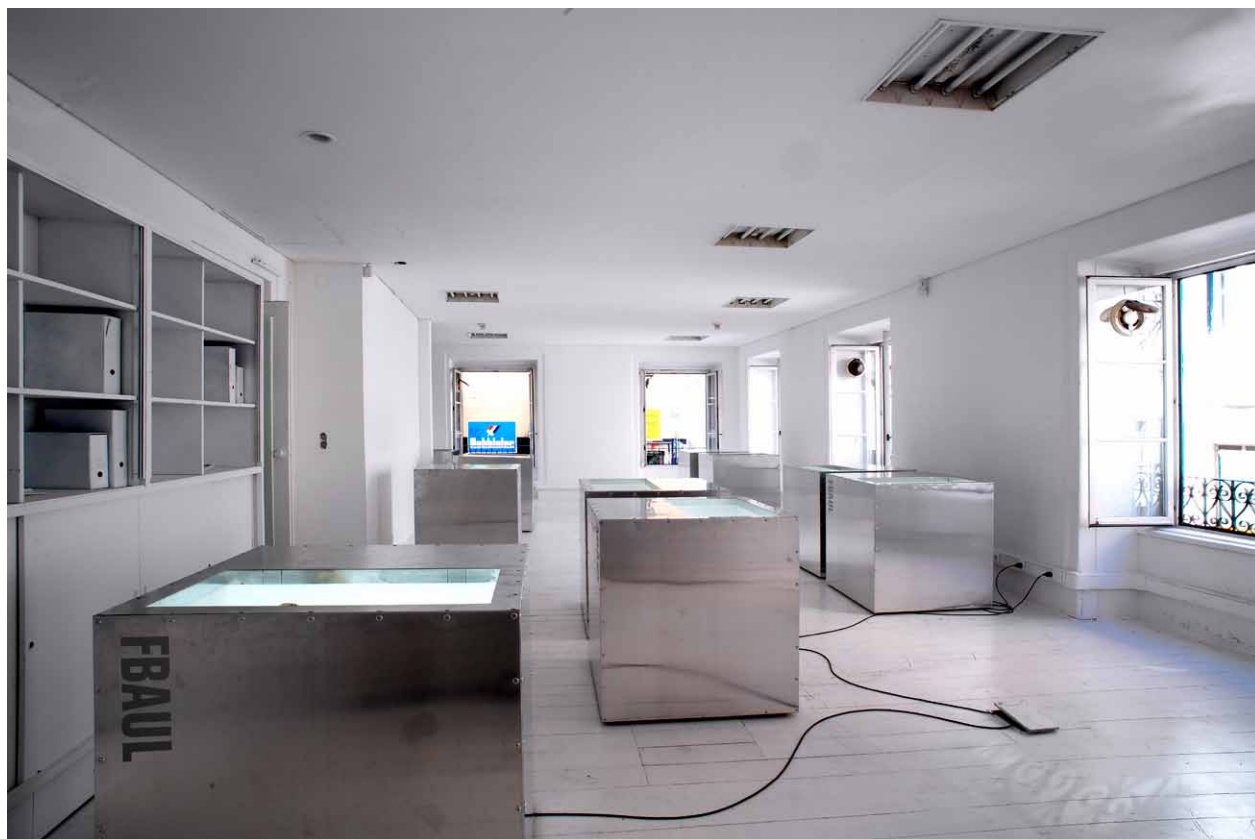
externo ao qual o concurso de dirigia – foi o austríaco Dietmar Valentinitzsch; o seu texto de introdução ao catálogo fala mais de Marcel Duchamp do que de curvas ascendentes de vendas³, mais de ideias e menos de produtos. As restantes páginas reúnem um conjunto de experiências conceptuais à volta de uma porta realizadas por alunos de oito universidades e politécnicos de todo o país, de forma individual e em grupo, nos mais diversos materiais, tecnologias e graus de aplicabilidade.

Como a tese de mestrado de Carla Castanheta de 2013⁴ sobre o concurso *Jovem Designer* conta com bastante detalhe, esta iniciativa falhou tanto nos seus objetivos de inclusão de jovens designers na indústria, como na sensibilização dos industriais portugueses para o design. Basta dizer que, ao longo de 22 anos, não foi produzido um único produto a partir dos protótipos apresentados nas exposições do concurso, ou que nem uma única empresa portuguesa tenha mostrado um interesse estratégico na iniciativa.

Isso não quer dizer que este tenha falhado na sua dimensão de experiência pedagógica. Podemos, assim, analisá-lo não como mais um avultado investimento do Estado

Este concurso [Jovem Designer] prometia efetuar uma ligação duradoura e profícua entre escolas, centros tecnológicos, empresas e uma ideia de mercado, nomeadamente mercado externo

Exposição S*Cool,
Experimentadesign 2003.
© Experimentadesign



(e também, a certa altura, de fundações privadas) em mais uma fracassada tentativa de dinamização de um tecido industrial mal formado, pouco informado e muito conservador, mas como um investimento pouco convencional na formação de designers ao nível do ensino superior. Ao ter permitido a muitos estudantes portugueses ter não só um complemento da sua aprendizagem universitária num centro tecnológico ou empresa, mas também uma oportunidade de expor e ver o seu trabalho distinguido e premiado, tanto em Portugal como no estrangeiro, este concurso deu a oportunidade a muitos jovens de aprenderem e trabalharem mais e melhor. Desde a criação dos primeiros cursos superiores de design em 1975, e apesar do enorme crescimento na oferta do ensino em design desde então, este concurso foi ainda uma das raríssimas ocasiões em que os estudantes de design se puderam encontrar num contexto semiprofissional, exigente e aberto, onde puderam expor e, como tal, comparar a sua formação e o seu trabalho. Outras, poucas, surgiram nos anos seguintes.

Ao longo dos anos, o concurso foi também proporcionando novas interpretações do que significa ser um estudante de design ou, até, um “jovem designer”. Nos anos 1980, a natural evolução de um estudante para um profissional de design seria a integração nos quadros de uma indústria, um modelo, aliás, vaticinado, em paralelo, em programas de estágio empresarial que foram sendo implementados pelo Centro Português de Design (CPD) desde os anos 1980. Esta interpretação mudaria no século XXI em programas como o INOV’Art da Direção-Geral das Artes ou o programa Leonardo da Vinci/Erasmus, que apoiariam jovens designers e arquitetos a estagiarem não nos potenciais clientes, mas nos fornecedores de serviços de design, como *ateliers* de design, escritórios de arquitetura e agências de publicidade – por todo o mundo. Aqui, o estagiário surge como um profissional autónomo, um autor, um *jovem criador*. Este estatuto encontra eco também no concurso *Jovens Criadores* que, desde 1994, tem sido uma montra privilegiada para jovens talentos em várias áreas das artes e letras, incluindo o design.

(FALSOS) PRINCÍPIOS

Em 2003, praticamente em simultâneo com a última exposição do concurso *Jovem Designer* na Sociedade Nacional de Belas-Artes, teve lugar no antigo Edifício Record a exposição *S*Cool* (18.09-02.11.13), uma das exposições nucleares da 3.ª edição da Experimentadesign. Na altura, os responsáveis da então designada Bienal de Lisboa afirmaram que esta exposição de estudantes de design industrial materializava uma das suas ambições: “antecipar os caminhos futuros do design português e trabalhar diretamente com as escolas”. Este exercício passou “por convidar 7 escolas superiores de arquitetura e design nacionais a definirem um portfólio que pode funcionar como uma amostra dos trabalhos produzidos no laboratório académico. Os portfólios enviados foram depois objeto de uma segunda seleção efetuada pela Experimenta”. Ao contrário das exposições do concurso *Jovem Designer*, onde cada estudante concorria de forma individual (ou, ocasionalmente, em grupo)

e não como representante da sua escola, aqui os alunos, os seus modelos, maquetas e protótipos encontravam-se congregados por uma instituição de ensino⁵.

Esta decisão pretendia, como se lê na brochura-catálogo da Bienal, “conseguir mais do que apenas sistematizar contributos avulsos” para “valorizar a dinâmica dos estabelecimentos de ensino superior, oferecendo uma oportunidade de afirmação do valor do ensino ali ministrado, sem retirar protagonismo ao talento individual dos autores”. Pretendia-se, assim, oferecer “uma panorâmica alargada das tendências que podem marcar o design português num futuro próximo, constituindo ainda uma homenagem às escolas e aos muitos que preparam o terreno para a crescente dignificação do design português dentro e fora de portas”.

Esta exposição não serviu propriamente como exercício comparativo da originalidade, complexidade ou ambição dos enunciados ou dos projetos apresentados – nem tão-pouco da sua aplicabilidade comercial. Esse exercício tornar-se-ia praticamente impossível, dada a constituição muito diversa dos portfólios escolares; o Instituto Superior Técnico, por exemplo, apresentou trabalhos finais dos primeiros alunos formados na sua licenciatura em Arquitetura (ano letivo de 2002-2003), enquanto outras escolas apresentaram trabalhos realizados em vários anos dos seus cursos. Porém, esta exposição conseguiu colocar em evidência uma ideia de identidade das sete diferentes escolas/cursos. Fê-lo através de resultados mais ou menos bem acabados e mais ou menos fáceis de expor, fotografar e explicar no contexto de uma exposição, que comunicavam as respostas dadas pelos alunos a um dado enunciado.

A *S*Cool* regressou em 2005 como uma das exposições nucleares da Experimentadesign, mas com um formato, objetivos e resultados bastante diferentes. Então chamada *S*Cool Ibérica*, apresentou 20 projetos desenvolvidos num *workshop* com 40 alunos de design de produto e design de comunicação de 12 escolas portuguesas

Como em tantas outras exposições decorrentes de workshops, os seus resultados forneciam mais vislumbres do processo de aprendizagem e experimentação (...) do que “uma panorâmica alargada das tendências que podem marcar o design português” – ou espanhol – “num futuro próximo”

e espanholas, coordenado por quatro designers: os espanhóis Alvaro Sobrino e Martín Ruiz Azúa e os portugueses António Silveira Gomes e Fernando Brízio. Neste caso, a experiência pedagógica proposta por este *workshop*/exposição era mais circunstancial e menos ambiciosa: como em tantas outras exposições decorrentes de *workshops*, os seus resultados forneciam mais vislumbres do processo de aprendizagem e experimentação ocorridos num curto período de tempo do que “uma panorâmica alargada das tendências que podem marcar o design português” – ou espanhol – “num futuro próximo”. Desde então, a Experimentadesign deixou de incluir exposições ou outras iniciativas dedicadas ao ensino ou

ao trabalho de estudantes de design na sua programação. Após o fim do concurso *Jovem Designer* e não existindo em Portugal o hábito ou tradição em organizar e promover, de forma consistente e profissional, exposições de alunos finalistas em design, ao continuar a exposição *S*Cool* a Experimentadesign poderia ter dado um dos maiores contributos para o ensino, a prática e a promoção do design em Portugal.

Duas das ideias apresentadas na primeira *S*Cool*, a mala *Just Beg* de Naulila Luís e o saleiro e pimenteiro *Bottled Spices* de João Sabino, então ambos estudantes na Escola Superior de Arte e Design das Caldas da Rainha (ESAD.CR), viriam mais tarde a fazer parte do catálogo da Designwise, uma marca criada em 2002 pela Experimentadesign. Esta marca foi uma bem-intencionada mas equivocada tentativa de uma associação cultural sem fins lucrativos, que tinha como principal missão organizar em Lisboa um evento internacional bianual dedicado ao design e à cultura do projeto, criar uma marca e gerir a produção, distribuição, comercialização e promoção de um catálogo de produtos projetados por designers portugueses e produzidos em Portugal. Entretanto já extinta, a Designwise representa um dos exemplos de como a Experimentadesign se constituiu, mais por solicitação extrínseca do que por vontade intrínseca, como substituto ou alternativa ocasional a instituições, empresas e outros agentes do Estado ou do mercado no cumprimento de uma tarefa que lhe era frequentemente exigida: a promoção do design português. Não fazendo esta tarefa parte da missão principal da associação – de cuja equipa fiz parte entre 2003 e 2006 –, não surpreende que esta raramente tenha sido bem compreendida, desempenhada ou sequer pensada de forma estratégica. Todavia, essa tarefa foi sendo desempenhada, através de ações paralelas ou tangentes à Bienal e outras iniciativas lideradas por Guta Moura Guedes, fundadora e presidente da Experimentadesign. Uma delas ocorreu em 2004 com uma exposição “de Estado.”

EXPECTATIVAS

A exposição *P – Design de Portugal 1990-2004* resultou da intenção do Presidente da República, Jorge Sampaio, em realizar uma exposição sobre arquitetura e design contemporâneos aquando da sua visita oficial a Itália no fim de 2004. Esta exposição, patente na Trienal de Milão (12.11.04-09.01.05), teve Henrique Cayatte como comissário-geral e comissário da secção de design de comunicação e

ta por quase 60 projetos distribuídos por dez módulos temáticos: *Ponto de Partida* juntava a cadeira tradicional costas de bacalhau com 11 cadeiras de esplanada Gonçalo; *Natureza/Coletivo* mostrava um banco de exterior, projeto tardio de Daciano da Costa ainda em produção; e *Solidão* destacava o móvel de gavetas Igor, de Pedro Silva Dias, lançado pela Loja da Atalaia em 1991 e do qual foram produzidos apenas cinco exemplares. Os restantes módulos, *Solidez/Traço*, *Observação/Reinterpretação*, *Transparência/*

Um gabinete de curiosidades do design pensado, mas não produzido em Portugal



Módulo *Solidez/Traço*,
Exposição *P – Design de Portugal 1990-2005*,
Estação do Rossio.
© Luís Silva Campos

multimédia, Vítor Mestre como comissário (e Ricardo Carvalho como subcomissário) da secção de arquitetura e espaços públicos, e Guta Moura Guedes como comissária (e eu próprio como subcomissário) da secção de design de equipamento e produto.

Esta secção, que Moura Guedes caracterizou no seu texto curatorial como “uma narrativa possível sobre o atual ADN do design industrial português, construída a partir da observação sobre a produção nacional nos últimos 24 anos”, era compos-

/Musicalidade, Humor, Reciclar/Renovar, Inventar/Experimentar e Luz/Branco eram compostos por vários exemplos de projetos apresentados sobretudo em exposições “de design”, nomeadamente nas várias edições da *Experimentadesign*. Pensados como “dez cenários possíveis sobre a atual dinâmica e personalidade do design industrial português”, quando a exposição abriu em Milão estes módulos poderiam até falar de uma personalidade, mas de dinâmica falavam muito pouco. A maioria dos objetos expostos não tinha passado da fase de protótipo

ou não se encontrava mais à venda; 10 anos depois, praticamente todos os produtos foram descontinuados, quer pela falência dos seus produtores, quer pela desistência dos seus autores em insistir na sua produção, distribuição e comercialização. Isso fez com que toda uma secção de uma exposição “de Estado”, e a principal exposição de design industrial português numa década – desde a exposição *Design Lisboa 94* (Centro Cultural de Belém, 09.11.94-04.01.95), no âmbito da *Lisboa’94*, *Capital Europeia da Cultura* – fosse composta não por exemplos

Mesa Target, Fernando
Brízio, 2009.
© Miguel Ângelo
Guerreiro



Target é um exemplo de design validado não pelo seu resultado, mas pela sua potencialidade. Consumimo-lo não com a carteira, mas com o cérebro

de sucesso, mas por testemunhos do falhanço da indústria nacional. Um gabinete de curiosidades do design pensado, mas não produzido em Portugal.

Logo em 2004, essa evidência foi criticada não pelos projetos falhados escolhidos, mas pelos produtos de sucesso deixados de fora. Estas críticas fizeram com que, quando a exposição foi apresentada em Lisboa no âmbito da Experimentadesign 2005 (Estação do Rossio, 19.09-30.10.2005), fosse acrescentado um destes produtos, a torneira *Techno 465*, projetada por Carlos Aguiar e produzida desde 2001 pela Cifial⁶. Não obstante Aguiar ser o designer industrial português mais premiado, tanto nacional como internacionalmente, e de este produto ter sido também distinguido com vários prémios e exposto por todo o mundo, e apesar de ser apresentada no módulo *Solidez/Traço*, esta torneira não fazia parte do cenário. A sua inclusão prejudicou a afirmação curatorial, o ponto de vista dum momento-charneira na curta história das exposições de design em e de Portugal.

Com toda a sua parcialidade e limitações de representatividade em termos de projetos (tecnologias, materiais, tipologias ou mesmo escala e complexidade) e de designers (geração, origem ou localização no território nacional, estatuto e vínculo profissional), o ponto de vista proposto era que o design poderia ser considerado, valorizado e distinguido enquanto manifestação de criação intelectual, ou até de afirmação autoral, desafiando a relação necessária e indissociável com aplicabilidade industrial, sucesso comercial, democratização do consumo ou acesso e até eficácia social. Tal afirmação não seria então inédita, nem polémica. Porém, apresentar uma tal ideia de design, sobretudo ao nível de Estado, romperia com toda uma prática e retórica de exposições de design nacional, da 1.^a Exposição de Design Português organizada em 1971 pelo Instituto Nacional de Investigação Industrial às várias mostras de design organizadas pelo ICEP e pelo CPD, tanto em Portugal como no estrangeiro, até à extinção do último em 2013. Estas exposições merecem uma análise profunda,

Num país onde nos últimos 10 anos o apelo do design moderno e acessível do IKEA virou do avesso o consumo e a produção de mobiliário, estas marcas e projetos sugerem que os portugueses vivam com o sonho do luxo e da peça única

não só pelas repercussões e pelos resultados obtidos em termos comerciais, mas também pela ideia de design português que ajudaram a construir, tanto a nível nacional como internacional.

Outra ideia bem diferente destas duas tem sido construída no passado mais recente. Desde a sua fundação em 2003, a empresa Menina Design Group tem-se destacado pela criação de mobiliário de formas excêntricas, materiais luxuosos, preços escandalosos⁷ e um questionável virtuosismo artesanal. Sob a marca Portugal Brands, a Menina Design tem também levado uma seleção de marcas portuguesas – incluindo as suas próprias quatro marcas⁸ – e a sua versão do design a feiras de mobiliário, elevando-a ao nível de representação nacional. Paralelamente, o município de Paredes tem promovido, através do evento internacional *Art on Chairs*, a iniciativa *Duets*, em que designers e arquitetos portugueses são convidados a projetar cadeiras

para celebridades mundiais. As peças únicas que resultam deste desafio – viabilizado através de fundos públicos – são mostradas por todo o mundo como exemplos do *design português* e do *saber fazer* da indústria de uma região. Para que servem? Comunicar conhecimento? Num país onde nos últimos 10 anos o apelo do design moderno e acessível do IKEA virou do avesso o consumo e a produção de mobiliário⁹, estas marcas e projetos sugerem que os portugueses vivam com o sonho do luxo e da peça única, enquanto sobrevivem numa realidade *low-cost*. Além de *slogan* vazio, fazem do *design português* publicidade enganosa.

EXPERIÊNCIAS

É impossível falar de outros territórios para o design contemporâneo em Portugal sem mencionar, de novo, a Experimentadesign. Tanto a bienal de design, organizada em Lisboa desde 1999, como muitas outras iniciativas da associação que a promove tiveram um papel fundamental na informação, inspiração e conhecimento da comunidade de profissionais e estudantes de design e arquitetura portuguesas, além do público em geral. Apesar da sua conturbada história, a Experimentadesign conseguiu trazer a Lisboa uma riquíssima multiplicidade de percursos, perspetivas e práticas desta atividade – incluindo, em 2011, o próprio Enzo Mari – na sua programação de exposições, conferências, debates, *workshops* ou ciclos de cinema, ou ainda noutros eventos e apresentações tangenciais à Bienal. Só não beneficiou desta oferta quem não quis.

Um dos designers que mais beneficiou de uma ligação duradoura à Experimentadesign foi Fernando Brízio. Esta ligação passou, além de outras participações, pela apresentação do seu trabalho em todas as edições da Bienal, culminando com uma exposição retrospectiva da sua carreira em 2011 (*Fernando Brízio: Desenho Habitado*, Convento da Trindade, 29.09-27.11.11). De todos os percursos de designers contemporâneos portugueses, nenhum outro é tão

singular e exemplificativo de como o design de facto pode comunicar conhecimento.

Um dos melhores exemplos de como Brízio o faz é a sua mesa *Target*, apresentada na exposição comissariada por Hansjerg Maier-Aichen durante a Experimentadesign 2009 (*Lapse in Time*, Sociedade Nacional de Belas-Artes, 13.09-08.11.09), para a qual ele fez também o design de exposição. Descrito de uma forma simples, *Target* é uma mesa feita com setas espetadas num alvo. Mas essa descrição não chega. Como é que esta mesa passa de ideia a produto? Quem a produz? De onde vêm as setas? Onde é que se arranja o alvo? Quem atira as setas? O próprio designer? O mesmo chinês, ou português, que trabalha na fábrica onde se fazem as setas e o alvo? Nós, que compramos as partes e as montamos em casa? E o arco, é preciso um arco? E o que se faz ao arco depois da mesa feita? Quantas setas são precisas para que um alvo se torne num tampo com pernas? O que é se compra, quando se compra esta mesa? Isto é uma valiosa edição limitada (e assinada?) ou um conjunto de instruções gratuito para uma edição ilimitada? O que conta mais, a mesa acabada, a *performance* através da qual o seu autor a materializa, ou o treino e a perícia envolvidos em chegar a um resultado? Entre uma e outra resposta a estas e muitas outras perguntas que podem ser feitas a este projeto, o valor de um produto, mas também das componentes materiais e imateriais que o compõem, vai mudando radicalmente e nunca fica definido. Tal como o *Autoprogettazione* de Mari, *Target* é um exemplo de design validado não pelo seu resultado, mas pela sua potencialidade. Consumimo-lo não com a carteira, mas com o cérebro.

Ao longo de mais de 20 anos, praticamente nenhum dos projetos de Brízio foi produzido ou comercializado em grande escala. Isso não constitui nem um fracasso, nem quer dizer que ele não seja considerado um dos maiores designers europeus dos nossos dias, ou que o seu trabalho não tenha sido mostrado, publicado e discutido fora dos territórios convencionais do design de equipamento e produto, como exposições, publicações de design e galerias, fora e dentro território nacional.

Bee's, Susana
Soares, 2009.
© Susana Soares



ENSAIOS

Este circuito alternativo do design tem dado azo à criação de muita mercadoria e muito fetichismo, mas também possibilitado pesquisa e experimentação em design que, de outra forma, não seriam viabilizadas

Também em Portugal, galerias como a Appleton Square, a März ou a Galeria Cristina Guerra e a Galeria Filomena Soares, mas também a Show Me e as mais recentes Galeria Bessa Pereira e Arquivo 237, continuaram o trabalho pioneiro iniciado pela Loja da Atalaia nos anos 1990 na criação de um mercado vulgarmente apelidado de design-arte: edições limitadas e extremamente valorizadas de produtos e peças de mobiliário – incluindo “antiguidades” como as caríssimas mesas *Autoprogettazione* – destinadas a colecionadores e museus. Os críticos deste mercado ou versão de design concordarão com o crítico de design americano Ralph Caplan, quando ele diz que “os designers não deviam projetar para museus, tal como as múmias não deviam morrer para eles”. Com efeito, este circuito alternativo do design tem dado azo à criação de muita mercadoria e muito fetichismo,

mas também possibilitado pesquisa e experimentação em design que, de outra forma, não seriam viabilizadas. Para além de Brízio, outros designers de produto e mobiliário portugueses que têm explorado este território incluem nomes como Miguel Vieira Baptista, Miguel Rios, Filipe Alarcão, Toni Grilo e Marco Sousa Santos, mas também Rui Pereira, Joana Astolfi, Gonçalo Campos, Ana Mestre e o estúdio Pedrita (Pedro Ferreira e Rita João).

CRUZAMENTOS

Tal como Fernando Brízio, algumas das exposições aqui citadas incluíram outro importante nome português do design contemporâneo: Susana Soares. Ainda como sua aluna na ESAD.CR – o ensino tem sido um dos importantes legados de Brízio para o design nacional –,

ela havia participado no concurso *Jovem Designer*, em 2001 e 2002, e na exposição *S*Cool*, em 2003. A seguir à licenciatura em design industrial, Susana Soares mudou-se para Londres, onde integrou a primeira turma do mestrado *Design Interactions* da Royal College of Art (RCA).

É aqui que, em 2007, vai criar um dos seus projetos mais divulgados, expostos e discutidos. *Bee's* é uma série de objetos de vidro que explora uma pesquisa científica em curso sobre meios alternativos de diagnóstico de doenças humanas através do treino de abelhas, questionando que tipo de sistemas e interfaces poderão surgir se esta pesquisa for, um dia, aplicada. Três destes objetos, produzidos na Marinha Grande, estão hoje na coleção de design do MoMA de Nova Iorque, fazendo de Susana Soares o único autor português representado na coleção de design mais influente do mundo.

Esta designer é também um dos poucos representantes nacionais da chamada corrente especulativa ou crítica do design, iniciada precisamente pelos coordenadores do mestrado que frequentou na RCA, os britânicos Anthony Dunne e Fiona Raby. Após o seu projeto com abelhas e outro com mosquitos – *Am I attractive?* – que mostrou na exposição *Lapse in Time* da Experimenta-design 2009, Susana Soares está agora empenhada num novo projeto chamado *Insects au Gratin*. Iniciado em 2011 com um cariz mais especulativo, este projeto tomará em breve a forma de empresa dedicada à produção de uma alternativa mais sustentável e nutritiva à carne – uma farinha de insetos moídos – de forma industrial e massificada.

Uma outra prova do progressivo cruzamento de territórios entre o design, a arte e a ciência, mas também de uma estratégia alternativa de promoção e apoio do Estado ao design, à desenvolvida pelo Centro Português de Design foi dada pela criação em 2006 dos programas de apoios pontuais do Instituto das Artes, mais tarde Direção-Geral das Artes. Estes apoios, ainda subutilizados por designers, têm permitido o financiamento de projetos sem fins comerciais com diferentes âmbitos e ambições, dos quais se

destacam a série de candeeiros em pirex e prata *White Blood* de Marco Sousa Santos (2007), o livro e a exposição itinerante *Uma Terra sem Gente para Gente sem Terra*, do designer de comunicação Nuno Coelho dedicado ao conflito israelo-palestiniano (2007-2012) e o projeto multidisciplinar *Fabrico Próprio – o Design da Pastelaria Semi-Industrial Portuguesa* (2007-), cuja autoria e coordenação partilho com Rita João e Pedro Ferreira (Estúdio Pedrita), ou os projetos *Pele* e *Combo* dos designers de moda Nuno Matos e Sara Lamúrias (2008).

TERRITÓRIO

Há ainda todo um outro território que tem vindo a ser explorado por designers de produto e equipamento, a que chamo precisamente *território*. Este engloba projetos que relacionam o design com uma região, comunidade ou produção artesanal específicas. Nestes vulgarmente apelidados projetos de design e artesanato, os designers são chamados, em geral, não pelos artesãos ou produtores de bens de consumo de fabrico artesanal, mas por entidades externas, tais como câmaras municipais, fundações ou, mesmo, o Instituto de Emprego e Formação Profissional (responsável pela “profissionalização” do artesão e “preservação” do seu estatuto), para “atualizar”, “dinamizar” ou “modernizar” uma determinada manufatura. Alguns exemplos deste projetos incluem *Experimenta o Campo*, coordenado por Bruno Carvalho e Luís Ferreira com o Centro de Estudos de Novas Tendências Artísticas – CENTA, que juntou alunos e professores da ESAD.CR e artesãos da Beira Interior Sul e Alto Alentejo (2006); *Desenhar a Tradição*, coordenado pelo Cencal e pelo Centro Cultural de São Pedro do Corval (2006); *TASA – Técnicas Ancestrais, Soluções Actuais* (2010-2011), desenvolvido pelos The Home Project (Álvaro Nascimento e Kathi Stertzig) para a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve; a plataforma online *Design à Mão* desenvolvida por Rita Botelho (2011) ou *L4Craft – Local for Craft*, coordenado por João Nunes para a ADXTUR – Agência

para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto (2014); ou o *Projeto Remix*, coordenado pela Associação Entremundos em parceria com as juntas de freguesia de Marvila e de Arroios, em Lisboa.

Qualquer um destes projetos tem, como qualquer outra iniciativa empresarial ou institucional que emprega serviços de design, valências e fragilidades, sucessos e fracassos. Porém, a maioria, se não a totalidade destes projetos, implica uma perversão da relação entre cliente e prestador de serviço, entre promessa e resultado. Sendo financiado por outras entidades que não o produtor, ou seja, o cliente a quem é prestado o serviço de design, e coordenado muitas vezes pelos próprios designers, que no geral não têm domínio sobre a integridade, razoabilidade ou continuidade de uma determinada produção, raramente estes projetos vão além da “fase dossier”, ou seja, do cumprimento de objetivos burocráticos que justificam os subsídios ou a filantropia de que são dependentes. A complexidade destes processos de design dito “social”, sobretudo quando envolvem relações entre designers do mundo desenvolvido e produtores do mundo em desenvolvimento, tem vindo a ser alvo de um escrutínio e de uma crítica cada vez maior a nível internacional. Também, em Portugal, urge fazer uma avaliação fria e destemida das promessas, expectativas, resultados e experiências destes projetos. E nada melhor do que a universidade para efetuar, discutir e publicar essa análise e avaliação.

CONHECIMENTO

O que nos traz ao último território do design contemporâneo: a produção de conhecimento. Fruto da incorporação das escolas superiores de design em universidades e institutos politécnicos, de uma explosão no número de cursos e de estudantes de design e na progressiva implementação do processo de Bolonha que veio redesenhar por completo o ensino superior em Portugal (e não só), nunca como agora se produziu tanto conhecimento sobre design no

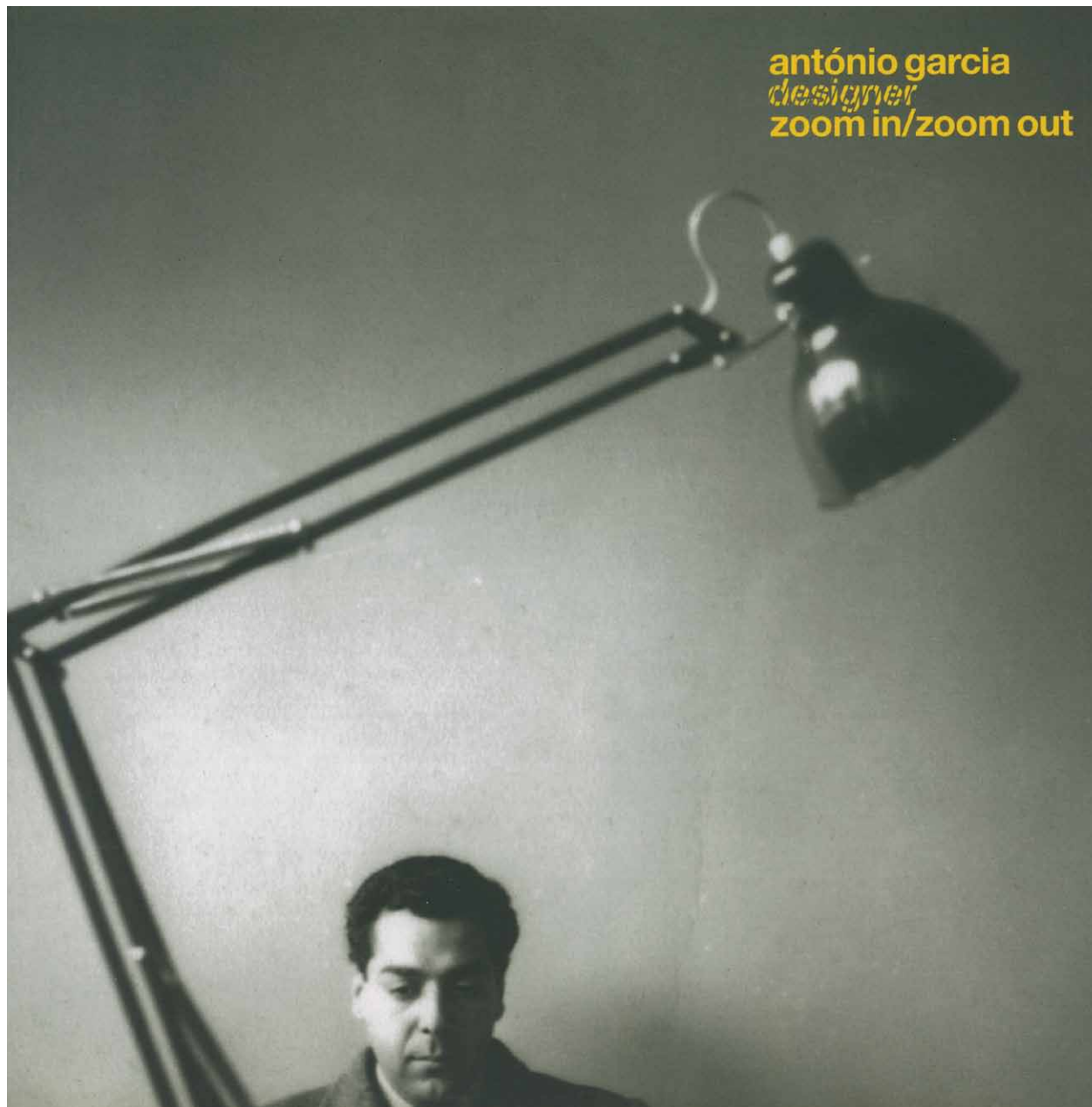
nosso país. Não só a partir de respostas dadas a enunciados práticos, mas cada vez mais em teses de mestrado e ainda em teses de doutoramento, desenvolvidas e defendidas fora, mas cada vez mais dentro das fronteiras nacionais. Aos poucos, vai-se criando em Portugal uma massa crítica sobre design. Em teoria. Na prática, onde se aplica todo este conhecimento gerado por designers no meio académico?

Este contraste entre produção de projetos e de teses tornou-se bastante evidente

na exposição *22 Anos de Design da FAUL*, comissariada por Mário Matos Ribeiro no MUDE – Museu do Design e da Moda, Coleção Francisco Capelo (24.01-23.03.14). Esta exposição mostrava o trabalho desenvolvido por licenciados, mestres e doutores em diversas áreas de design (produto e serviços, moda, comunicação, ambientes...) da Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa. Ao fundo da galeria, estavam as suas teses: volumes A4 com largas lombadas, longos títulos e pouco sugestivas capas, presos à parede.

Como é que se liberta o conhecimento ali reunido e encerrado?

Um dos principais agentes envolvidos na “libertação” desse conhecimento tem sido precisamente o MUDE. Este museu tem conseguido ultrapassar as idiossincrasias da coleção privada a partir da qual foi estabelecido através de uma hábil, embora ainda tímida aplicação do conhecimento e investigação académicos em design, nomeadamente ao nível da história do design em Portugal. Exemplo disso é a



Capa do catálogo da exposição *António Garcia, Designer – Zoom In / Zoom Out*, TVM Designers, 2010. © MUDE – Museu do Design e da Moda, Coleção Francisco Capelo

Aos poucos, vai-se criando em Portugal uma massa crítica sobre design. Em teoria. Na prática, onde se aplica todo este conhecimento gerado por designers no meio académico?



ENED, 2012.

© Guilherme Moraes

exposição António Garcia. Zoom In/Zoom Out (MUDE, 30.04-04.07.10) comissariada por Sofia da Costa Pessoa, que escreveu a sua tese de mestrado em museologia e museografia na FBAUL sobre este pioneiro do design moderno. Ou, mais recentemente, a exposição *O Respeito e a Disciplina que a Todos se Impõe* (MUDE, 24.07-09.11.14), comissariada por João Paulo Martins, que lidera um projeto de investigação na FAUL sobre o mobiliário utilizado em edifícios públicos do Estado Novo. Muitas outras teses e projetos de investigação em design existem e continuarão a ser criados em Portugal. Como serão eles eficazmente aplicados, discutidos, criticados, valorizados no futuro? Para voltar a Mari, como é que se comunica o conhecimento em design?

COMUNIDADE

Num Ano Português do Design que pouco se vê e menos se sente, não posso concluir este texto sem apelar a um outro território que falta conquistar no design em Portugal: o sentido de comunidade. Que é muito diferente da constituição ou formalização de uma classe, tal como a defendida pela Associação Nacional de Designers (AND), cuja definição de designer e discurso corporativo repudio em absoluto¹⁰. Aliás, até hoje nem a AND, fundada em 2003, nem a APD (Associação Portuguesa de Designers), fundada em 1976, foram capazes de reunir e dinamizar uma comunidade alargada de estudantes e profissionais, professores e investigadores, além de outros

agentes ligados às várias áreas do design. Nenhuma outra instituição – museu, centro, escola, evento, publicação, etc. – foi capaz de o fazer. Porquê? Aponto uma razão: não foi dada aos estudantes de design a possibilidade de participar nessa comunidade, de a dinamizar, fortalecer e renovar. Se o concurso *Jovem Designer* foi uma das poucas instâncias onde se repensou a noção de território em design, mas também se criou uma comunidade, espero que o Encontro Nacional de Estudantes de Design (ENED), organizado anualmente desde 2012¹¹, possa, juntamente com outros parceiros e agentes, continuar o seu legado e que desperte nos designers portugueses de hoje e de amanhã a vontade de encontrar e explorar um território comum.

Notas

1. <http://vimeo.com/39684024> acessado no dia 09/09/2014
2. Exemplo de um testemunho semelhante em candura e franqueza, a nível nacional, é a entrevista de Eduardo Afonso Dias a Rui Carreto, no catálogo da exposição *O Design Possível: Eduardo Afonso Dias, 50 Anos de Profissão*, publicado pelo MUDE em 2014.
3. Numa alusão à célebre frase “A mais bela curva é um gráfico de vendas ascendente” do designer franco-americano Raymond Loewy (1893-1986).
4. Carla Castanheta, *Concurso Jovem Designer: um contributo para a cultura do design em Portugal*, Tese de mestrado, Design de Equipamento – Especialização em Estudos de Design, Universidade de

Lisboa, Faculdade de Belas-Artes, 2013.

5. Escola Superior de Arte e Design de Matosinhos, Escola Superior de Tecnologia, Gestão, Arte e Design das Caldas da Rainha (hoje Escola Superior de Arte e Design das Caldas da Rainha) do Instituto Politécnico de Leiria, Faculdade de Arquitetura da Universidade Técnica de Lisboa (hoje Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa), Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa, IADE – Instituto Superior de Design, Instituto Superior Técnico e Universidade de Aveiro.
6. Este foi um de três produtos acrescentados à exposição aquando da sua segunda apresentação; para descobrir as diferenças, basta consultar os catálogos de Milão e de Lisboa, ambos publicados

pela editora D. Quixote, respetivamente, em 2004 e 2005.

7. Mais ainda quando sabemos da sua política de contratação de estagiários, divulgada pela plataforma ganhemvergonha.pt e numa reportagem da RTP em 2013.

8. Além da mais conhecida marca, Boca do Lobo, outras marcas e projetos incluem: Brabbu, Secret Brands, Delightfull, Koket, Prego, MDI, My Design Agenda, Design Gallerist, Clube Delux e Fundação do Design.

9. Desde 2004, os produtos comprados nas três, em breve quatro, lojas do IKEA em Portugal têm transformado a paisagem doméstica, laboral e até mediática dos portugueses, enquanto a indústria e a comercialização do mobiliário, cerâmica e

vidro têm sido afetadas pela sua concorrência feroz e pela falta de criação de alternativas, de que é exemplo a recente insolvência da Moviflor.

10. Segundo os seus estatutos, a Associação Nacional de Designers (AND) representa, somente, os técnicos com habilitação superior em design, portadores dos graus académicos de licenciatura, mestrado ou doutoramento.

11. O primeiro ENED foi organizado na Universidade de Coimbra, seguindo-se a FBAUP e a ESART – Instituto Politécnico de Castelo Branco; o quarto será na Universidade de Aveiro. Estes encontros foram precedidos pelos encontros Café Design, organizados por estudantes entre 1999 e 2002 na FBAUL, ESAD – Caldas da Rainha e Instituto Politécnico de Tomar.

Vozes Críticas

A indisciplina do design

BRUNO CARVALHO

A palavra design, em Portugal, vulgarizou-se e é, hoje, uma mediatizada estratégia *add value*, na conceção de propostas focadas na representação funcional do objeto. A disciplina do design tem sido pautada por uma conservadora aceção da cultura de projeto, renunciando à sua rápida e natural evolução. No contexto português, a sua estrutura é ainda frágil devido a os seus suportes serem baseados em estratégias de um “fazer” transversal a uma mercantilização global, no entanto ultrapassado pela contemporaneidade da disciplina de outras realidades design. A sua fragilidade assenta numa prática que elege a forma e a materialidade como agentes únicos de diferenciação, dentro de uma cultura-mundo¹ onde a produção desenfreada de objetos tende para um fim, esgotado na sua uniformização. As históricas definições da disciplina do design são hoje atualizadas com discursos consentâneos com as consequências de uma sociedade hiperconsumista, em constante e apressada mutação, tal como noutras áreas de criação portuguesas: cinema, fotografia, nova dança e, recentemente, a arquitetura; a constante reflexão e a interrogação de práticas definem singulares estratégias de ação, programação e divulgação, geradoras de discursos diferenciados assentes numa consciência contemporânea. A necessária renovação de linguagens não deve ser apenas limitada a uma nova materialidade, mas também a novas formas de pensar a disciplina do design. A recente supraprodução de objetos, em cortiça, é um exemplo inverso. De repente, passámos a redesenhar tipologias onde o material, de características únicas



Abrigo efêmero de guarda de uma zona industrial em reconstrução, Jingdezhen, 2014. © Bruno Carvalho

e distintamente portuguesas, se sobrepõe à própria funcionalidade objetiva do objeto. Neste contexto, a disciplina do design é operativa no sentido de adicionar valor, de uma perspetiva meramente material e limitada, apenas, a um fim comercial. Esta estratégia, ainda que necessária para a atual conjuntura portuguesa, deve ser paralela a estratégias de reflexão/ação que explorem os limites da sua linguagem dentro das especificidades socioculturais. O designer português deverá erguer-se do conforto da forma e subir à sua cadeira *fetish*, para deslumbrar novas perspetivas, na definição de estratégias alternativas à cultura de hiperprodução globalizada. Hoje, a práxis do design, tal como a conhecemos, está a mudar. Segundo Anselm Jappe, “o bom designer deve ter um lado de sociólogo”² na sua forma de atuar. Em Portugal, a indisciplina do design deve projetar uma estratégia crítica e reflexiva, para além das necessidades desenhadas pelo mercado, atuando sobre si própria ou sobre sistemas sociais e políticos³.

Estando liberta da institucionalização da linguagem, refém de pesadas estruturas hierárquicas, orçamentos reduzidos e programas mediatizados, assume uma capacidade operacional orgânica, flexível e social. Facilmente adaptada a diferentes realidades, procura atuar sobre outra escala, indiferente à dimensão do objeto. Os recentes programas dos mestrados temporários do Sandberg Instituut⁴, em Amesterdão – *Cure Master, Designing Democracy, Critical Studies* –, constituem exemplos de adaptação de sistemas e programas educativos a práticas contemporâneas, “unlike the usual mainstream productions, raise questions, acts as a motivating force, wants to move something, to bring change”⁵. Num mundo de design global, a indisciplina do design deve atuar como um mecanismo de diferenciação através de práticas experimentais e de pesquisa, na definição de novas abordagens projetuais dentro das especificidades sociais, políticas e financeiras da vida portuguesa contemporânea.

A disciplina do design, em Portugal, não possui uma estrutura linear de sustentabilidade. Ao contrário de outras realidades design, o designer português continua demasiado dependente de uma oferta industrial ou de alternativas laborais para financiar o seu trabalho. Sem uma estratégia global e integrada, a sua ação é volátil e a sua visibilidade é apenas virtual. O cenário de “sobrevivência” que hoje vivemos esconde uma disciplina de conteúdo frágil e mediatizado, sem espaço de expressão no palco global. Se, por um lado, assistimos a uma internacionalização “forçada” de novas gerações de designers que, ao serem portadoras de uma pesada herança, são também hoje agentes flexíveis de criação *multitask*, em diferentes contextos socioculturais, a qual deve ser olhada

não com indiferença, mas como uma rede de potencial criatividade integrada. Por outro lado, o designer, em auxílio da presente conjuntura, pode expandir a sua funcionalidade atuando em diferentes escalas, com uma consciência sociocognitiva intrínseca à sociedade portuguesa, trabalhando com outras variáveis, na procura de soluções eficientes através dos recursos existentes, cujo fim pode não ser um objeto.

A indisciplina do design português pode ser desenhada com uma frugalidade criativa, geradora, ela própria, de cultura e definir uma resposta, embora de importância relativa, à recente questão *What Portuguese design?*, levantada por um editor de uma conhecida revista internacional de design, quando questionado sobre o design em Portugal.

Notas bibliográficas

1. Definição dada por Gilles Lipovetsky à homogeneização de bens culturais, num mercado global, assente no conceito de “capitalismo cultural”, in LIPOVETSKY, Gilles; JUVIN, Hervé - *O Ocidente Mundializado: Controvérsia sobre a cultura planetária*, Lisboa, Edições 70, 2011. ISBN 978-972-44-1636-6.
2. A propósito do seu texto “Le design, stade suprême du capitalisme?”, para a exposição *Never for Money, Always for Love* (Museu MUDAM, Luxemburgo, 2014), o designer, enquanto ser social, deve estar atento às reais necessidades da sociedade, em oposição às regras impostas pelo mercado.
3. AC/DC SYMPOSIUM, *AC/DC: Contemporary Art Contemporary Design*, Geneva University of Art and Design, 2008. ISBN 978-3-03764-013-5
4. Disponível em: <http://sandberg.nl/general-information-on-temporary-programmes>
5. HUBER, Jorg; MELTZER, Burkhard; MUNDER, Heike, *It's Not a Garden Table: Art and Design in the Expanded Field*, Zurich, Institute for Critical Theory, Zurich University of the Arts, 2011, p. 82. ISBN 978-3-03764-237-5.

Inscrição *Catch the real*, estendal de roupa, Jingdezhen, 2014.
© Bruno Carvalho



A crise no design

MÁRIO MOURA

Ainda é possível falar dos diferentes designs – o gráfico, a *web*, o de equipamento, o de produto, o de moda e até o de arquitetura – como uma área disciplinar comum. Todos ainda mantêm alguma ligação, mesmo que leve à ideia de um projeto que organiza a produção industrial de qualquer coisa – desde o livro, impresso em série numa gráfica, até ao edifício montado por uma equipa volante de operários usando maquinaria pesada. Contudo, depois do computador pessoal e da internet, é cada vez mais difícil ver a linha de montagem por detrás do design. Tornou-se numa atividade de pequenos grupos, às vezes até solitária. Vejam-se os hostéis que abriram nos últimos anos em Lisboa ou no Porto: é comum serem geridos por equipas de arquitetos, artistas e designers. O arquiteto faz o projeto da renovação, o artista faz a curadoria do ambiente, o designer cria a identidade do espaço, concebe o material impresso e administra o *site*. Todos eles se revezam na receção. O *boom* turístico dos últimos anos sustenta-se assim (e quase paradoxalmente) na adaptação de tarefas de gestão industriais a um dia-a-dia quase artesanal de pequeno comércio, restauração e hotelaria como uma espécie de megafauna que perdeu o tamanho para sobreviver a uma extinção em massa. Subtraindo o design e a *web*, descobriríamos debaixo dos hostéis, dos estabelecimentos *gourmet*, das microgalerias, um mundo muito próximo das pensões, sobrelojas e salões do Portugal de finais de 1800. Graças à crise, o design, a atividade modernista por excelência, torna-se quase pré-moderna, artesanal, típica. Ou, então, temos o designer empreendedor que se torna a si mesmo numa empresa de uma pessoa só. No design gráfico, é cada vez mais comum. Para quem foi treinado para

produzir a identidade de empresas, através de logos, cartões de visita, *sites*, não é difícil assumir sozinho a identidade de uma. Pode dar certo mas, como seria de esperar, a maioria quase falha e vai-se aguentando nesse lusco-fusco durante meses ou anos, até tentar outra coisa, outra ideia, outro risco, etc. E, quando ou enquanto não resulta, pode-se sempre tentar recuperar o fôlego a trabalhar numa firma de outro ramo. Se, antes do computador, não era viável à maioria das empresas ter um designer residente, neste momento tornou-se corriqueiro, mesmo em organizações muito pequenas. Os designers são os amanuenses da nova economia. Assim, a firma de design, o *atelier*, o estúdio tendem também a apequenar-se, tentando concorrer com este novo mercado atomizado, com estes pequenos designers – mas também porque, com a crise, as grandes encomendas públicas escasseiam e as grandes encomendas privadas vão para as grandes agências de publicidade, onde o design é apenas uma pequena peça. São abanões fortes às identidades do design e do designer, que, por vezes, já nem se reconhece como sendo um. É uma precarização identitária que alimenta uma precarização económica e laboral. Os estágios, por exemplo, que eram uma fase temporária de aprendizado entre a escola e a vida profissional, sucedem-se uns aos outros, acabando por se confundir com a própria carreira. Mas a crise veio apenas sublinhar e revelar estas tendências, que já aconteciam desde há décadas e eram vistas como naturais – precediam e acompanhavam a precarização geral do mercado de trabalho. Pode-se argumentar que a presença do design na sociedade portuguesa veio em parte provocá-las, fazendo parte de um processo de neoliberalização que não é de todo recente, mas que só se tornou crítico nos últimos anos. Para o público português em geral, o contacto com o neoliberalismo parecerá recente. Antes de 2007-2008, pouca gente terá ouvido o termo. Agora, é sinónimo de



Loja do Cidadão, Lisboa, 2014. © Camões, IP

austeridade, ou seja, corte e privatização de serviços públicos enquanto estratégia para estimular a economia; diminuição do peso e da intervenção do Estado no mercado e na sociedade; defesa do empreendedorismo, etc. O caminho para isto foi preparado, em parte, pelo design. Já não se estranha que um hospital, um museu, uma universidade, uma repartição ou mesmo o próprio Governo se identifiquem a si mesmos através de um logotipo, por exemplo. Mas, se calhar, deveríamos desconfiar da possibilidade de modernizar serviços públicos, mascarando-os de empresa, ou do facto de uma repartição se tornar mais eficiente quando se disfarça de centro de comercial e se chamar Loja do Cidadão. Tudo isto é uma privatização subtil e gradual das funções do Estado. Já houve alturas em que o design teve outros programas, valorizando e promovendo os serviços públicos, representando o Estado Social, informando o cidadão. Essa é, em grande medida, a sua herança modernista. Agora, tornou-se num sinónimo de luxo, de *gourmet*, de exclusividade, muitas vezes produzido em condições de precariedade extrema.

Atire a primeira pedra aquele que nunca pecou¹ ou o elogio da moda

INÊS SIMÕES

LÉ fácil acusar a moda de fútil, superficial, efêmera. Ao fazê-lo, sentimo-nos superiores. Mas a quê? À nossa aparência e ao que os outros pensam de nós? À noção de beleza estereotipada? Ao elitismo que a moda parece promover? À sua natureza cada vez mais efêmera? Ao consumismo?

Quando compramos uma peça de roupa ou uns sapatos novos, justificamo-nos com o argumento da sua necessidade. No entanto, salvo raras exceções, “esquecemo-nos” de que temos nos nossos armários e nas nossas gavetas peças semelhantes que usámos pouco ou quase nunca.

De facto, uma peça nova nunca, ou raramente, substitui uma “velha”. Acumulamos peças porque a relação que criamos com elas é verdadeiramente emocional: lembram-nos um determinado momento, lugar ou pessoa. Mas é também metafórica porque uma das nossas primeiras experiências do mundo material está associada ao cobertor que nos envolveu quando nascemos e à sensação de aconchego que este nos transmitiu (Candy, 2003: 29).

E é ainda sensitiva porque a escolha de uma nova peça, necessária ou desnecessária, não é arbitrária: obedece a princípios estéticos pessoais, sociais e culturais, à incorporação das noções de sexo, idade e ocupação, entre outros.

Nesta perspetiva, torna-se fácil entender (julgo eu) que a moda tem um papel significativo na construção tanto da identidade pessoal, como da identidade coletiva:

aprendemos desde crianças que a nossa experiência quotidiana depende da imagem que projetamos, imagem essa que, em (grande) parte, depende da roupa que vestimos. Com efeito, nos Estados Unidos, uma mãe pode ser considerada negligente se vestir a criança, dois dias seguidos, com a mesma roupa, mesmo que esta continue limpa. Para Hollander (1994: 4), a propensão para alterarmos habitualmente a nossa aparência e, conseqüentemente, enchermos/renovarmos assiduamente os nossos guarda-roupas é uma consequência do tédio que, consciente ou inconscientemente, sentimos.

Claro que podemos acusar a moda de ter uma natureza efêmera (sobretudo desde a industrialização), propondo novas coleções a um ritmo cada vez mais alucinante. Mas quantos de nós não observam montras (regularmente) à procura de serem estimulados visualmente? Mesmo que não sejamos grandes consumidores, bastam uma silhueta ou um detalhe diferente, uma matéria nova, um padrão inesperado, uma cor há muito esquecida para cairmos em tentação.

2. Afirmar que não se gosta de moda é o mesmo que dizer que não se gosta de arte, quaisquer que sejam a sua manifestação e o seu estilo.

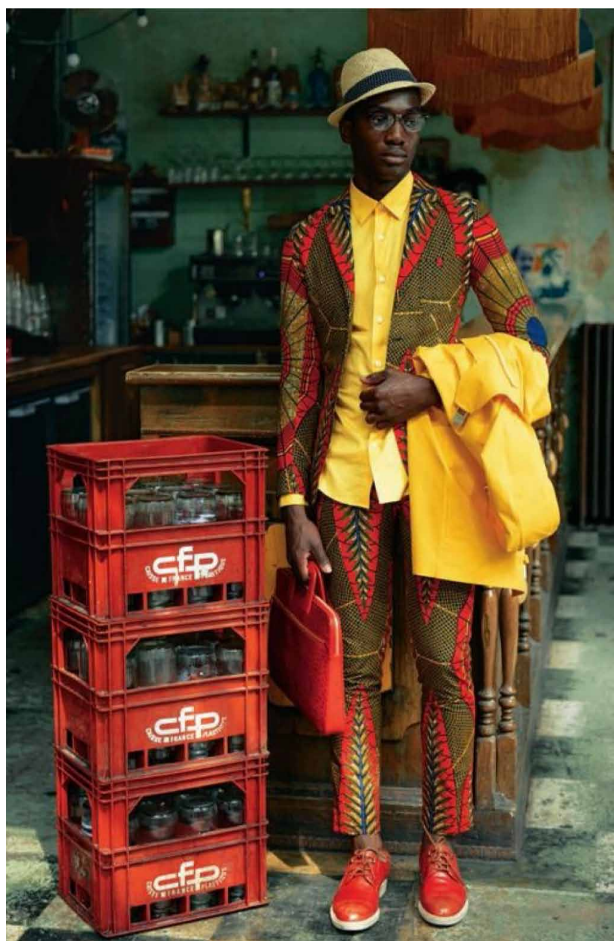
O risco da minha ousadia, ao colocar moda e arte no mesmo nível, é sabermos que “uma camisola de vinte [euros] da Primark dificilmente se compara a um Monet e que a indústria de arte não produz duas coleções por ano apenas para vender mais esculturas em cores diferentes” (Kivimaa, 2013). Contudo, não devemos menosprezar “os produtos de moda (...) só porque podemos levá-los para casa e usá-los” (Kivimaa, 2013). Se formos sensíveis ao modo como forma, simetria, linha, proporção, equilíbrio, ritmo, textura, cor, etc., estão organizados numa pintura exibida num museu ou numa galeria de arte, forçosamente gostamos de moda porque podemos detetar os mesmos indícios numa peça de vestuário exposta numa montra.

Claro que podemos ter preferência por certo tipo de peças, por certos estilos, tal como podemos ter preferência por artes plásticas ou artes performativas, por música clássica ou *soul*.

Mas, quaisquer que sejam as nossas preferências, o modo como uma determinada peça (ou conjunto de peças) nos afeta não é somente uma resposta subjetiva baseada no prazer que temos em contemplar qualquer coisa que nos agrada. A apreciação da sua beleza é também uma resposta objetiva ao modo como todos os elementos que fazem parte de uma determinada peça (ou conjunto de peças) formam uma composição visual verdadeiramente coerente e indivisível, e é com base nesta aptidão que escolhemos diariamente o que vestir.

Tal como em arte, o conceito de beleza em moda transformou-se ao longo do tempo. A própria maneira como serviu/serve para representar as diferentes classes sociais e os sexos, como, por quem e para quem foram/ são criados os diferentes estilos, o modo como permite ou não a coexistência de vários estilos são noções que também sofreram alterações paradigmáticas. Tal como em arte, uma constante em moda é a maneira como serve para expressar os valores de uma sociedade num determinado tempo. A noção de que a moda serve para manifestar tanto a individualidade como a pertença a um grupo foi recentemente levada ao extremo por consumidores urbanos que, conscientes de que são um em sete biliões, defendem que “misturarmo-nos é a nova forma de sobressairmos” (Gonsalves, 2014). Esta filosofia, denominada *normcore*, foi perceptível nas coleções de um grande número de designers e marcas de luxo apresentadas nas *New York e Paris Fashion Weeks* em setembro de 2014, provando que a moda deixou de ser ditada “de cima para baixo”.

3. A indústria de moda (vestuário, têxteis, calçado, acessórios e cosméticos) corresponde a uma enorme parcela da produção económica



Fotografia de autor desconhecido, c. 2013 (<http://puckling.tumblr.com/post/62586894590-daghanaianchiq-http-bikepretty-com>)

mundial, empregando atualmente cerca de setenta e cinco milhões de pessoas. Globalmente, o volume de negócios equivale a 2350 biliões de euros, na Europa a 525 biliões e em Portugal a 5,5 milhões. Anualmente, produzem-se mais de 80 biliões de peças de vestuário em todo o mundo, estimando-se que cada pessoa compre, em média, 68 peças novas por ano e que, por exemplo, um norte-americano de classe média gaste anualmente 1700 dólares em produtos de moda. No Reino Unido, as peças guardadas em armários e que não são usadas atingiram o valor de 36,6 mil milhões de euros. A *New York Fashion Week* tem 232 mil espectadores por ano, e a *ModaLisboa* cerca de 15 mil por edição. Face a estes dados (que, mesmo datando de 2012, nos permitem tirar ilações sobre

as estatísticas atuais), podemos concluir que nenhum de nós está isento de “pecado” no que respeita à moda e ao seu consumo, à relação de causa e efeito entre design, produção, procura e aquisição. No fundo, não temos de ser fundamentalistas para sermos simpatizantes, tanto mais que todos somos não meros utilizadores, mas (usu)fruidores. Se servir de consolação, pensemos nos inúmeros postos de trabalho que ajudamos a manter e nas múltiplas profissões que “permitimos” que existam quando adquirimos produtos de moda: designers, fotógrafos, modelistas, modelos, *bloggers*, vendedores, operários de confeção, embaladores e vitrinistas, entre tantas outras

1. Evangelho de São João, 8: 1-11.

Bibliografia

“A Indústria Têxtil e Vestuário Português” (consultado a 14 de outubro de 2014). Disponível em www.socgeografialisboa.pt.
BREYER, Melissa (2012), “25 Shocking Fashion Industry Statistics” (consultado a 14 de outubro de 2014). Disponível em www.treehugger.com.
CANDY, Fiona (2003), “The Fabric of Society: A Proposal to Investigate the Emotional and Sensory Experience of Wearing Denim Clothing”, *DPPI '03 Proceedings of the 2003 International Conference on Designing Pleasurable Products and Interfaces*, 28-33.
CLINE, Elizabeth (2012), “The Fashionista’s Dilemma: Cheap Clothes” (consultado a 14 de outubro de 2014). Disponível em www.edition.cnn.com.
GONSALVES, Rebecca (2014), “‘Normcore’ fashion: Blending in is the new standing out in latest catwalk non-trend” (consultado a 14 de setembro de 2014). Disponível em www.independent.co.uk.
HOLLANDER, Anne (1994), *Sex and Suits: The Evolution of Modern Dress*, 1.ª ed., Brinkworth, Clarendon Press.
KIVIMAA, Maria (2013), “Why Fashion Is Amazing” (consultado a 14 de outubro de 2014). Disponível em www.notjustalabel.com.

Estratégias para a relevância do design português no século XXI

VERA SACCHETTI

“Design is not only about the product, but also about the aim, the process, the method, the use and the implications – design should be an attitude, rather than solely an aspect of human behavior or a product-oriented practice.”

JAN BOELEN¹

Quando o primeiro *Ford T* saiu da linha de montagem, anunciando a era da produção em massa a todos aqueles que, depois de quase dois séculos de industrialização, dela ainda não se tinham apercebido, nada faria prever que, no início de 2015, esse paradigma salvador, com todas as suas falhas e imperfeições, estaria em violento estado de declínio. Os mesmos agentes que saíram beneficiados da expansão industrial do século XX, entre eles os designers industriais, seriam os mesmos que, no início do século seguinte, se deparariam com a

maior das incertezas, aquela que advém da constatação reticente de que a irrelevância da sua ocupação, infelizmente, está à porta. Em Portugal, que no mesmo momento se encontra no seio da crise económica e social começada em 2011, esta incerteza adiciona-se a muitas outras que permeiam o ambiente do país. Para além da geração mais estabelecida, que se confronta com a falta de comissões ou a perda de clientes, a geração mais recente de designers depara-se com um cenário desanimador, em que a realidade daquilo que apenas estudaram pode nunca vir a concretizar-se. No entanto, é bom lembrar que a realidade industrial de países como a Alemanha e a Inglaterra nunca se concretizou, de facto, num país como Portugal.

Como um território de pequenas e médias empresas, marcadamente de dimensão familiar, os níveis e as quantidades de produção em Portugal nunca atingiram os níveis observados nas maiores nações da Europa, e a produção industrial manteve constantemente uma ligação ao artesanato e à tradição que, em muitos casos, ainda hoje se mantém. Por isso mesmo, o declínio do paradigma industrial é, dentro do contexto português, uma realidade suavizada, onde ainda resta espaço para a criação e elaboração de estratégias que tornem possível a relevância do design português num contexto contemporâneo e internacional.

Estruturas e modelos viciados

Na criação de novas estratégias, importa romper não só com o paradigma industrial em declínio, mas também com as estruturas e modelos implementados dentro desse mesmo paradigma, que privilegiam valores e prioridades que não correspondem ao contemporâneo. Torna-se, pois, necessário questionar a definição e o propósito daquilo que pode ser o design industrial no século XXI, dado o contexto atual. Daí, importa partir para uma transformação dos moldes educativos, de produção e difusão do design. Este é um esforço de reflexão e procura que,



Teapot'set, faiança e pigmento cerâmico cor de laranja, João Abreu Valente, 2012. © João Abreu Valente

longe de ser gerador de resultados imediatos, pede uma motivação na investigação e no processo que é genuína e desinteressada. Um exemplo pode ser encontrado no trabalho desenvolvido pelo espaço Arquivo 237, que, dirigido pelos designers João Abreu Valente e Sara Orsi com Beatriz Cardoso, procurou em 2014, com o programa “New School”, refletir sobre novos métodos de ensino e de aprendizagem, através de exposições, debates e eventos criadores de conteúdos e inquietações. Os resultados estão ainda em geração, mas a atitude de questionamento é um elemento fundamental da iniciativa, lembrando a atitude incentivada pelo mestrado em Design Contextual frequentado por Abreu Valente na Design Academy de Eindhoven, onde os estudantes eram redirecionados para olhar para o processo. “Nas escolas portuguesas, não se falava nisso”, nota Abreu Valente². Do mesmo modo, importa questionar os moldes existentes de produção e procurar alternativas. Um exemplo é o projeto TASA, de 2010-2011, conduzido pelo estúdio The Home Project, composto pelos designers Álbio Nascimento e Kathi Stertzig. Num

processo de consultoria externa, os designers trabalharam com onze artesãos da região do Algarve, procurando dar novo fôlego à produção artesanal da região, criando uma série de novos objetos em pequenas edições, privilegiando materiais, técnicas e o saber locais. Embora o projeto tenha sido financiado sem uma perspectiva de sustentabilidade, o esforço inicial foi caracterizado por uma abordagem colaborativa e exploratória, marcadamente contemporânea.

Plataformas e fóruns alternativos

Romper com as estruturas vigentes significa também uma procura de modos alternativos de difusão e comunicação para o design. A nível internacional, observa-se um movimento de transição em eventos e instituições internacionais, em que museus e bienais de design se transformam em entidades dinâmicas, locais de discussão e, mesmo, novos centros de produção para o design, permitindo uma busca de alternativas ao insustentável modelo industrial do século passado³. Infelizmente, a nível nacional, tais transformações tardam em chegar, e as instituições e os eventos



Teapot'set, faiança e pigmento cerâmico azul, João Abreu Valente, 2012. © João Abreu Valente

vigentes, com raras exceções, continuam a perpetuar conceitos e a perseguir estratégias hoje desatualizadas.

Se uma transformação radical tarda em chegar, é notável observar uma série de pequenas iniciativas que, existindo como parte de grandes manifestações internacionais, procuram desestabilizar o sistema, oferecendo alternativas de produção e criação. Dois exemplos podem ser encontrados no trabalho do estúdio Pedrita, composto pelos designers Rita João e Pedro Ferreira, que, na exposição *From – To*, integrada no Fuorisalone 2014 em Milão, e no projeto *Passionswege* da Vienna Design Week do mesmo ano, ofereceram duas abordagens distintas à produção artesanal, criando objetos valiosos e detalhados que, desenvolvidos em colaboração com artesãos internacionais, contrariam o ritmo desenfreado das feiras comerciais em que estão inseridos. Esta procura, que parece constante no trabalho do estúdio, de um ritmo mais lento e de uma escala mais modesta, adaptada ao contexto local, revela uma sensibilidade às necessidades exigidas por um design que se quer sustentável e contemporâneo.

Novos modelos económicos e organizacionais

Finalmente, a criação de novos modos de trabalho e financiamento para o design contemporâneo impõe-se como fundamental num entendimento atual da disciplina. Dada a verificada insustentabilidade dos modelos económicos que suportaram o design industrial no último século, é necessário reajustar expectativas e modos de trabalho, enquanto a uma nova geração de designers é dada uma oportunidade de testar e estabelecer novos modelos económicos, usando a descentralização e a rede como instrumentos essenciais, e estabelecendo-se como investidores e *stakeholders* nos seus próprios projetos. A rede revela-se como conceito essencial para este novo modo de trabalhar, proporcionando a capacidade de chegar além-fronteiras, criando oportunidades para a comunicação e colaboração a nível nacional e internacional. A título de exemplo, pode referir-se a atitude expansiva e internacional do estúdio AH-HA, composto pelas designers Catarina Carreiras e Carolina Cantante, que se caracteriza como multidisciplinar

e, embora localizado em Lisboa, revela-se disponível e curioso para “trabalhar com o resto do mundo”. E, de facto, o estúdio tem clientes no Líbano, em Itália e em França, gerindo com destreza uma série de projetos internacionais, enquanto mantém as suas raízes firmemente sediadas em Portugal. Embora seja catalisador de uma série de encontros e colaborações que não aconteceriam de outro modo, o trabalho em rede, porém, não deve ser apenas entendido a nível virtual. A criação e o desenvolvimento de redes físicas, a nível local e nacional, são uma condição essencial para o fortalecimento das características que definem o design industrial contemporâneo. Se a geração que, em Portugal, dá os primeiros passos na iteração mais atual da disciplina se caracteriza por uma atitude de trabalho e dedicação constante, questionando e subvertendo princípios estabelecidos, e rejeitando o estrelato e o facilitismo, é também verdade que é uma geração que, na sua maioria, teve pelo menos uma experiência internacional, graças a uma iniciativa própria ou a programas de intercâmbio como o Erasmus ou o Leonardo. E essa geração, para se tornar relevante, precisa de colaborar e comunicar entre si, usando as suas próprias ferramentas e ultrapassando modelos organizacionais antiquados que, ainda hoje, tomam formas como a do diretório. Usando o seu entendimento inato do potencial contemporâneo do design, são estes os designers que podem mudar a perceção e a influência da disciplina dentro e fora das fronteiras nacionais, rompendo definitivamente com os ideais industriais obsoletos do século passado e dando novo impulso e relevância ao design nacional.

1. Jan Boelen (2014), “Testing the Everyday”, in *Designing Everyday Life*, Zurich, Park Books, p. 15.

2. João Abreu Valente (13 de junho 2013), citado em I. Revés, *Studio Visit 06: Rua da Rosa 237*, in Domusweb, http://www.domusweb.it/en/design/2013/06/13/studio_visit_06_joaoabreuvalente.html

3. A este respeito, é interessante notar o trabalho desenvolvido pelo curador Jan Boelen na recente BIO 50 – Bial de Design de Ljubljana, na Eslovénia, em que a bienal deixou de ser um local de exposição de modelos anacrónicos de design industrial, passando a ser um polo de produção em que equipas de designers internacionais colaboraram num esforço centrado no contexto local.

Testemunhos

Atração periférica

HANS MAIER-AICHEN

Ao compararmos o design português e, mais especificamente, o design de produto com a hegemonia do design da Europa Central, poder-nos-emos surpreender com a convincente expressão de um pequeno grupo de designers extraordinários que se evidenciam em Portugal. Num contexto em que países como a Itália, a Alemanha ou a Escandinávia demonstram uma capacidade produtiva hegemónica a nível de mercado, deparamo-nos aqui com uma criatividade singular, reveladora de uma linguagem inconfundível.

No domínio das artes aplicadas, Portugal desempenhou um papel crucial na produção artesanal até finais da década de 70 do século passado. Todavia, quando em 1972, por influência do presidente Nixon, a China se abriu ao mercado americano, a maioria das empresas comerciais internacionais transferiu as suas atividades para o novo e menos dispendioso recurso. Esta circunstância comportou, para inúmeras indústrias de cerâmica, porcelana e vidro, uma dramática desvantagem que implicou situações graves de deslocação social e de colapso para muitos fabricantes qualificados e até para as grandes empresas produtoras. Aliás, esta revolução comercial global iniciada pela China atingiu Portugal, como se de uma bactéria mortal se tratasse, acabando por erradicar uma considerável parcela da longa tradição artesanal e manufatureira. Todavia, perante o renascimento das artes artesanais a que hoje se assiste, Portugal poderá ainda recuperar parte da sua extraordinária técnica artesanal.

À exceção dos aclamados vencedores do prémio Pritzker, Álvaro Siza e Eduardo Souto de Moura – ambos também designers de mobiliário moderno e de iluminação –,

poucos são os designers portugueses, e todavia menos as marcas de design, que se têm distinguido em projetos de forte autenticidade.

No panorama internacional, destacam-se designers como Fernando Brízio, Miguel Batista, Pedrita (Rita João e Pedro Ferreira) e, ainda, o jovem Gonçalo Campos, que chamam a atenção com produtos irreverentes, reveladores de uma técnica moderna e responsáveis pela criação de conceitos inovadores de elevado reconhecimento. Se Fernando Brízio trabalha essencialmente com parâmetros intelectuais e conceptuais, transformando-os

em objetos imprevisíveis, já Gonçalo Campos deteta pormenores e materiais artesanais surpreendentes que engendram objetos inconfundíveis e únicos. Num dos projetos mais marcantes de Fernando Brízio, material e tempo combinam-se de forma accidental, provocando e manipulando uma série de vasos cerâmicos clássicos e frios, transformando-os em formas imprevisivelmente ousadas. Parece não haver outra forma de evitar os usuais processos do design.

Num registo totalmente diferente, encontra-se Susana Soares, que combina a investigação científica com a percepção



Dedo Message Board,
Gonçalo Campos, 2010.
© Gonçalo Campos

criativa e uma estética despreocupada. Interessa-lhe ultrapassar a fronteira entre o conceito de design e o conhecimento científico. A colaboração da designer com diferentes cientistas expandiu o seu potencial criativo, e as suas peças mostram um cenário híbrido onde a investigação científica serve como pano de fundo de projetos totalmente inovadores, quase alucinados. A sua perceção criativa leva-a a procurar novas imagens, em vez de optar por produtos de funcionalidade ortodoxa, destinados a um mercado orientado para a comercialização, inundado pela mediocridade de adaptações, cópias e produtos supérfluos. Por outras palavras, a abordagem de Susana Soares diferencia-se de uma outra que visa somente oferecer os melhores produtos – objetivo usual para

qualquer audacioso designer industrial – e, *en passant*, evidencia uma mudança radical de paradigma para um mundo futuro. Será ainda de mencionar a influência do designer português Toni Grilo. Nascido em França, Grilo encontrou o seu lugar no extremo da Europa – que é como ele se refere a Portugal – e, desde então, tem figurado como um elemento integral do atual panorama do design português. Optou por explorar, nos últimos tempos, aquela que é matéria-prima natural de Portugal, a cortiça, à qual se reconhece um “elevado valor acrescentado em termos de toque, cheiro e versatilidade” (Herzog & De Meuron) e que abrange cerca de 50% do mercado mundial. A cortiça tem vindo a atrair e a inspirar, em anos recentes, designers e arquitetos internacionais

como Jasper Morrison, Naoto Fukasawa, James Irvine, Álvaro Siza Vieira, Eduardo Souto de Moura e Herzog & De Meuron, materializando peças que são consideradas arquétipos sublimes, de magnífica alusão ao país de origem.

Ao valorizar a revitalização de uma criação artesanal regional de qualidade, contrariando a corrente da globalização, Portugal, com a sua história singular neste domínio e a sua inigualável cultura de autossuficiência, representa uma atitude atrativa perante o design que, embora periférica, pode considerar-se significativa. Neste sentido, para além de contribuir para manter o nosso inflacionário (hiper) consumismo sob controlo, o lema *less but better* pode ser identificado como sinónimo de uma autêntica *performance* do design “*made in Portugal*”.



Landscape Rock
(detalhe do mural),
Pedrita, 2014.
© Pedrita

Transdisciplinaridade e o ensino do design em Portugal

LUIZ SALOMÃO RIBAS



Desde a primeira vez que estive em Portugal, em 2007, comparei a forma de preparar academicamente os futuros *designers* em Portugal, no Brasil e noutros lugares do mundo que conheço. Em 2009, quando fiquei por mais de um ano a ensinar em Portugal por conta de meu estágio Pós-Doutoral (Pós-Doc) realizado no IADE, que já estava com seu processo de implantação das diretrizes de Bolonha bem adiantado, cheguei a diversas conclusões que, inclusive, me levaram a propor uma nova estrutura curricular para o curso que leciono no Brasil.

Fiquei um tanto assustado quando conheci o modelo de Bolonha apresentado em 2007 numa palestra proferida pelo Professor Eduardo Côrte-Real no Brasil mas, como gosto de desafios e de entender como novos métodos e “regras” podem afetar o ensino de design, achei que seria o momento exato de buscar contribuições para um melhor entendimento do futuro do ensino de *design* em Portugal, no Brasil e, quiçá, no mundo. “Três anos é muito pouco tempo para preparar um designer e lhe dar os caminhos do mercado de trabalho”, foi o que pensei quando cheguei a Portugal. Como atividade colocada no meu plano de estudos, encontrava-se a leccionação da disciplina de História do *Design*: fiquei um pouco desconfortável no início, pois não via nela uma oportunidade de entender como o ensino de design podia ser interdisciplinar, a ponto de se integrar com *marketing*, publicidade,

moda, desenho e fotografia para construir uma formação acadêmica em *branding*. Ledo engano: foi uma excepcional experiência, em primeiro lugar porque comecei a entender de uma forma muito efetiva como o ensino de design tem funcionado em Portugal e, em segundo lugar, porque, quando se trabalha com o ensino da história, consegue-se aprofundar as bases conceituais realizando um *briefing* mais amplo do espectro geral da formação profissional.

Em consequência, fui convidado a participar de outras disciplinas nos cursos de licenciatura e mestrado, tanto em *design* como em *marketing* e publicidade.

As aulas de história, a investigação do formato dos cursos superiores em Portugal seguindo o processo de Bolonha, e os desdobramentos acadêmicos que acabei por ter no IADE, me conduziram às considerações que adiante se apresentam e que me levaram a propor a reestruturação do curso de *Design* da Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil, na qualidade de professor associado.

Ter um curso de *design* com apenas três anos de duração só contribui, efetivamente, para a formação de profissionais de qualidade quando:

1. A sua matriz curricular for estruturada para uma formação generalista nos primeiros semestres do curso (1.º e 2.º) e, depois, permitir ao acadêmico a possibilidade de “customização” da matriz. Evidentemente, é preciso uma tutoria aos acadêmicos para que façam a escolha certa de disciplinas e formação, mas é fundamental não “amarrá-los” a uma matriz fechada.

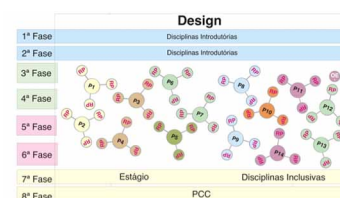
2. Existir um processo de interdisciplinaridade e também o mestrado integrado para que o acadêmico possa entender a realidade profissional do design e também realizar um Projeto de Conclusão de Curso efetivo e transdisciplinar. O mestrado não exige a frequência exclusiva de disciplinas de design, mas também pode integrar outras áreas que possam ampliar o conhecimento e permitir um trânsito profissional e informacional dentro das expectativas dos acadêmicos.

3. For amplamente otimizado o trânsito interdisciplinar, isto é, permitir e incentivar

que os alunos integrem disciplinas em outros cursos próximos ao design, o que pode formar profissionais mais completos e mais preparados para a realização de um mestrado ou de um Projeto de Conclusão de Curso. O tempo que tenho estado em Portugal (atualmente, vou no mínimo duas vezes ao ano para ensinar) me deu a conhecer a realidade de várias universidades, e todas elas possuem as condições que permitem incentivar essa prática.

4. Modularizar o curso, dentro das especialidade do design, dando oportunidade ao acadêmico de customizar e “recustomizar” a sua matriz, dependendo se quer ficar mais ou menos tempo na Universidade.

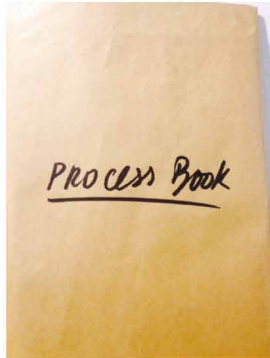
De regresso ao Brasil em 2010, propus e foi aceite pelo colegiado do curso que leciono uma mudança na matriz curricular a partir das considerações observadas e elas têm funcionado muito bem, inclusive já formou as duas primeiras turmas de *designers* plenos com vocação customizada que têm tido reconhecimento no mercado (Fig. 1). No Brasil, não se passou pelo processo de Bolonha, mas as experiências que tive com ele em Portugal ajudaram muitos a repensar a forma de ensinar o *design*.



Matriz Curricular do Curso de Design da UFSC
Fonte do autor (<http://www.design.ufsc.br>)

Tenho claro que talvez essa não seja uma solução totalmente possível a curto prazo em Portugal. Porém, mesmo no pouco tempo de permanência universitária e estrutura curricular sugerido pelo Tratado de Bolonha, acredito que se as Universidades estiverem atentas para a formação de um profissional de design mais completo e especialista -construindo mais oportunidades de emprego para os diplomados -, podem, aos poucos, voltar-se mais para a realidade *transdisciplinar* que a profissão de designer exige.

SAM BARON



Thinking.
Design as a practice
and not just a result.



Printed.
Design to promote
other talents.



Walls.
Design covering
indoors and outdoors.



Culture.
Design shown
in dedicated
spaces.



Timeless.
Design as a ongoing
action that shape lives.



Expression.
Design can offer
the possibility
to say NO.



Activity.
Design that generates
human resource.



Humble.
Design
as a way
of reconsider
existing objects.



Community.
Design that
permits debates.



Beauty.
Design as a challenge
for our brain and our
sense of observation.



Souvenir.
Design being a way to
remember where
we come from.



Vision.
Design
can open
the minds
and
the eyes.



Academic.
Design
also becoming
a recognized
high level
knowledge.

ENSAIO GRÁFICO SOBRE DESIGN PORTUGUÊS



Directions.
Design from north to south.

Show.
Design that needs to be shown, seen and discussed.



Produce.
Design enhancing tradition and know-how.



Courage.
Design as a daily activity that requests endurance.

Particularity.
Design as a way to express a difference and its related culture.



Export.
Design allows people and objects to travel.



Seduction.
Design that catch your eyes and awake your mind.



History.
Design as an invitation to re-evaluate the traditions.



Generations.
Design as a life school.



In-House.
Design shapes our daily environment.



Attitude.
Design as personal expression.

DO DESIGN ANTES DO DESIGN**João Paulo Martins e Pedro Cortesão Monteiro**

A revisitação das origens do design em Portugal transporta o mesmo tipo de questões que se põem perante o mesmo problema noutras geografias: o que se entende por design (a cada momento e em cada contexto); o que é operativo considerar do ponto de vista da história do design (e na relação com a antropologia, a etnologia, as artes decorativas ou a história da tecnologia); que aspetos do design devem (ou podem) ser considerados – da comunicação à moda, da arquitetura ao equipamento, etc.

Este texto, em que se procura traçar uma perspetiva panorâmica do processo que conduziu à emergência do design de produto e à sua institucionalização como disciplina autónoma no nosso país, começa por propor um preâmbulo para essa história, ancorado num objeto particular – um canhão manuelino, inovação fundamental para a manutenção da supremacia bélica nos mares de Quinhentos.

De facto, sendo a Revolução Industrial adotada de modo recorrente como marco inicial da historiografia do design – por razões ideológicas ou apenas operativas –, é ainda assim admissível encontrar manifestações de um *génio* do design antes dela. E, no caso português, parece sensato procurá-lo num período da história em que tais produtos da indústria desempenharam um papel decisivo.

Porém, a perda de protagonismo geopolítico de Portugal conduziria a uma divergência gradual com as outras potências imperiais, que se prolongaria ao longo de todo o processo de industrialização do Continente, mantendo o país à margem dessa profunda transformação da paisagem produtiva. Apesar dos alertas surpreendentemente atempados de alguns pensadores oitocentistas, de

algumas medidas políticas destinadas a fomentar a implantação e a qualificação das indústrias, das sucessivas tentativas para aproximar delas o ensino das artes, a industrialização portuguesa não acompanhou o desenvolvimento das nações da Europa Central.

Ainda assim, nas primeiras décadas do século XX, sob o impulso dos figurinos chegados da Europa Central, ocorreria uma modernização dos padrões de gosto que se afirmou nas diversas áreas e escalas do quotidiano. Projetistas e empresas produtoras deram resposta às novas solicitações, ainda que, quase exclusivamente, através da réplica de modelos importados.

O endurecimento de um aparelho do Estado nacionalista e conservador, ao longo da década de 1940, conteve as anteriores veleidades de contemporaneidade modernista. Ao mesmo tempo, o isolamento e a escassez provocados pela II Guerra Mundial favoreciam o protecionismo e os baixos níveis de tecnologia aplicados à produção, poupando uma indústria incipiente à concorrência e à necessidade de se qualificar.

O pós-guerra permitiria uma renovada apetência pela modernidade internacional, oferecendo novas oportunidades que só lentamente foi possível cumprir. A abertura ao exterior e algum desenvolvimento económico, a par do investimento na racionalização dos processos de projeto e de produção, deram suporte a alguns casos exemplares (e excecionais) de design industrial e conduziram a um progressivo, ainda que lento, reconhecimento da importância da disciplina.

DESIGN BEFORE DESIGN**João Paulo Martins and Pedro Cortesão Monteiro**

Revisiting the origins of design in Portugal poses the same type of

questions that arise in other places when considering the same problem: what is understood by “design” (at each time and in each context); what is practical to consider from a history of design perspective (and its relationship with anthropology, ethnology, decorative arts or the history of technology); which aspects of design should (or could) be considered – from communication to fashion, or architecture to equipment.

This text, which seeks to outline a panoramic view of the process that led to the emergence of product design and to its institutionalisation as a discipline in our country, starts by proposing a preamble to the story, based on a particular object – a Manueline cannon, a fundamental innovation to maintain supremacy in wartime on the oceans in the 16th century.

In fact, despite the Industrial Revolution being constantly adopted as the starting point in the history of design, for ideological or merely practical reasons, it is still possible to find evidence of a certain expression of design before that. Moreover, in the case of Portugal, it seems sensible to look for it during a period of history in which such products of industry played a decisive role.

However, Portugal's loss of geographical and political dominance would lead to gradual divergence from other imperial powers, which would continue throughout the whole process of the continent's industrialisation, keeping the country just beyond this transformation of the productive landscape. Despite surprisingly timely warnings from some 19th-century thinkers, various political measures aimed at fostering the establishment and development of industries, and successive attempts to bring industries closer to the teaching of arts, Portugal's industrialisation failed to keep up with the development of nations in Central Europe.

Even so, in the first decades of the 20th century, as a result of fashions arriving from Central Europe, standards of taste were to become modernised, as seen in various areas and aspects of daily life. Planners and production companies responded to new demands, even if almost exclusively by copying imported styles.

The hardening of the apparatus of the nationalist and conservative State, throughout the 1940s, limited the previous fancies of the modernist contemporary world. At the same time, the isolation and weakness caused by World War Two favoured protectionism and low levels of technology for production, saving a fledgling industry from competition and the need to be qualified.

The post-war period would allow for a renewed appetite for international modernity, offering new opportunities which were only possible to achieve slowly. An opening to the outside world and some economic development, along with investment in the rationalisation of planning and production processes, supported a few exemplary (and exceptional) cases of industrial design and would lead to a progressive, if somewhat slow, recognition of the importance of the discipline.

**VICTOR PALLA
A SÍNTESE DAS ARTES E A
EXPERIÊNCIA DO DESIGN E DA
FOTOGRAFIA NA PROCURA DE
UMA INTERDISCIPLINARIDADE**
João Palla Martins

Este artigo regressa à obra de Victor Palla para discutir a experiência do design enquanto síntese de integração das artes e da fotografia no panorama português dos anos 50 do séc. XX. Num momento embrionário do desenvolvimento do design em Portugal, Victor Palla e Bento d'Almeida fazem coincidir no projeto dos *snack-bars* em Lisboa várias valências

artísticas, gráficas e fotográficas na procura de uma unidade estética. O trabalho desta dupla de arquitetos validou a integração artística enquanto design, procurando os caminhos de vanguarda no cenário nacional e cúmplice das tendências europeias da época. A principal conclusão é que assistimos ao trabalho de Victor Palla como integrador de uma série de operações, contribuição inequívoca para o florescimento do design português, havendo utilizado vários meios de expressão. Exaltamos o desenho enquanto metodologia de projeto responsável pelo conceito de interdisciplinaridade que justifica o elo entre design gráfico, design de interiores, de produto e do projeto de fotografia.

VICTOR PALLA SYNTHESIZING THE ARTS AND THE EXPERIENCE OF DESIGN AND PHOTOGRAPHY IN THE SEARCH FOR INTERDISCIPLINARITY

João Palla Martins

This article revisits Victor Palla's work to discuss the experience of design as a synthesis of the arts and photography in 1950s Portugal. At a seminal time in design's development in Portugal, Victor Palla and Bento d'Almeida coincided in their use of artistic, graphic and photographic elements for Lisbon snack bar projects, in search of aesthetic harmony. The work of these two architects validated artistic integration as design, as part of the Portuguese vanguard and in tune with the European trends of the time.

The main conclusion is that Victor Palla's work combined a series of operations and made an unequivocal contribution to the development of Portuguese design, using different means of expression. We extol design as the methodology responsible for the concept of interdisciplinarity that justifies the link between graphic design, interior design, product design and photography.

HISTÓRIA DO DESIGN EM PORTUGAL ENTRE 1974-2010

Rui Afonso Santos

Remonta aos anos 50-60 a implementação da disciplina do Design em Portugal, mediante o esforço pioneiro do arquiteto Conceição Silva (*Exposição de Decoração Moderna*, Casa Jalco, 1950; *Loja Rampa*, 1956) e, sobretudo, de uma efetiva 1.ª geração de designers portugueses, entre os quais se citam os nomes incontornáveis de José Espinho, Daciano da Costa, Maria Helena Matos, António Garcia, Sena da Silva, Cruz de Carvalho, Carmo Valente, Mirja Toivola ou Eduardo Afonso Dias.

Na década de 80 assinalou-se, aliás, uma nova fase da economia portuguesa marcada pela promoção do Novo Design, caracterizadamente plástico e multidisciplinar. Foi fundamental a ação empreendedora de Manuel Reis na sua Loja da Atalaia. Em 1988, Manuel Reis lançou naquele espaço-laboratório uma revolucionária coleção-revelação de design, de edição limitada, da autoria de designers, arquitetos e artistas plásticos, muitos dos quais se contam entre os maiores designers portugueses da 2.ª geração: Pedro Silva Dias, Filipe Alarcão, Fernando Sanchez Salvador, Margarida Grácio Nunes, Eduardo Souto de Moura, Francisco Rocha, entre outros.

A abertura, em 1982, do icónico Bar *Frágil*, com as suas decorações-instalações de grande impacto plástico periodicamente renovadas, na criação de ambientes inovadores por artistas visuais (Pedro Cabrita Reis, Francisco Rocha), permitiu reunir e concentrar uma elite de criadores. Assinalou-se ainda a eclosão do Movimento de Criadores de Moda com Ana Salazar, bem como Manuela Gonçalves, as duplas Manuel Alves/José Manuel Gonçalves, Eduarda Abbondanza/Mário Matos Ribeiro e José António Tenente.

A joalharia foi também renovada, num processo que se iniciou em 1963 com

Alberto Gordillo e Kukas e prosseguiu com Tereza Seabra, Alexandra Serpa Pimentel, entre outros. Na arquitetura, o Novo Design refletiu-se no trabalho de Miguel Arruda e, sobretudo, no trabalho dos arquitetos Manuel Graça Dias e Egas José Vieira. Entretanto, Marco Sousa Santos fundou o *atelier Protodesign* (1992-2002) que desenvolveu importantes projetos internacionais multiautor, de aspiração democrática e difusão além-fronteiras, como o *Ultra-Luz*, criação de candeeiros inovadores em polipropileno; o programa *Terra* (1997), conjunto de candeeiros de cerâmica entregues a 12 designers diferentes; ou, ainda, o programa *Sweet Revolution* (1999) de objetos em tradicional vidro soprado, mas de forma revolucionária.

No domínio do design gráfico, a 2.ª geração é marcada pela figura tutelar de Henrique Cayatte. Destacam-se João Botelho, Jorge Silva e Luís Miguel Castro, entre outros. O crescente interesse pelo design culminou na abertura do *Museu do Design* no Centro Cultural de Belém, reunindo a coleção de Francisco Capelo, com um acervo de design internacional de grande relevância, renascendo em 2009 como MUDE-Museu do Design e da Moda. Surgiram igualmente designers que, pela sua idade e qualidade de trabalho desenvolvido, serão inseríveis numa 3.ª geração de designers portugueses. O mais paradigmático destes será Fernando Brízio. No Design de Comunicação, destacam-se, entre outros, os *ateliers* Barbara Says, *Flúor Design* e *R Dois Design*.

DESIGN IN PORTUGAL 1974-2010

Rui Afonso Santos

Design's first foothold in Portugal occurred in the fifties and sixties through the pioneering efforts of architect Conceição Silva (*Exposição de Decoração Moderna*, Casa Jalco, 1951; *Loja Rampa*, 1956) and, primarily, what

was essentially the first generation of Portuguese designers, which included names such as José Espinho, Daciano da Costa, Maria Helena Matos, António Garcia, Sena da Silva, Cruz de Carvalho, Carmo Valente, Mirja Toivola and Eduardo Afonso Dias.

The eighties saw a new phase of the Portuguese economy marked by *Novo Design* (New Design), which was both fluid and multidisciplinary. Manuel Reis' entrepreneurial approach in his Loja da Atalaia was crucial and, in 1988, he launched a revolutionary design collection-revelation, which was a limited edition created by designers, architects and artists, many of whom were important members of the country's second generation of designers: Pedro Silva Dias, Filipe Alarcão, Fernando Sanchez Salvador, Margarida Grácio Nunes, Eduardo Souto de Moura and Francisco Rocha, among others.

The opening of the iconic *Frágil Bar* in 1982, with its regularly changing decorations-installations of great artistic impact and the creation of innovative environments by visual artists (Pedro Cabrita Reis, Francisco Rocha), made it possible to bring together and focus a creative elite. There was also a new generation of fashion designers, like Ana Salazar, as well as Manuela Gonçalves, the Manuel Alves/José Manuel Gonçalves duo, Eduarda Abbondanza/Mário Matos Ribeiro and José António Tenente.

Jewellery design also saw something of a rebirth in a process that began in 1963 with Alberto Gordillo and Kukas and continued with Tereza Seabra, Alexandra Serpa Pimentel, amongst others. In the field of architecture, *Novo Design* could be seen in the work of Miguel Arruda and particularly in that of the architects Manuel Graça Dias and Egas José Vieira. Meanwhile, Marco Sousa Santos founded the *Protodesign* (1992-2002) studio, which was involved in important multi-member projects with democratic and international aspirations,

such as *Ultra-Luz*, which saw the creation of innovative polypropylene lamps; the *Terra* programme (1997), a set of ceramic lamps given to 12 different designers; and the *Sweet Revolution* programme (1999), which comprised traditional blown glass objects produced in a revolutionary fashion.

In the area of graphic design, the second generation was distinguished by the figure of Henrique Cayatte. Other important professionals included João Botelho, Jorge Silva and Luís Miguel Castro, among others. The growing interest in design culminated in the opening of the *Museu do Design* at the Centro Cultural de Belém, bringing together Francisco Capelo's collection, alongside an important collection of international design that would eventually be reborn in 2009 as MUDE-Museu do design e da Moda. There have also been others who, because of their age and the quality of their work, can be categorised as part of the third generation of Portuguese designers. The most paradigmatic of these is Fernando Brízio. In the field of communication design, standout studios include *Barbara Says*, *Flúor Design* and *R Dois Design*.

PEQUENA HISTÓRIA DAS EXPOSIÇÕES DE DESIGN EM PORTUGAL (CA. 1990-CA. 2010)

José Bártolo

Ao longo dos anos 90, uma estratégia de articulação entre o Centro Português de Design e o Instituto do Comércio Externo de Portugal (ICEP) fez um esforço de promoção e dinamização do design português sustentado em três eixos fundamentais: uma nova aproximação entre o design e a indústria; a criação de novos públicos e consumidores; e a internacionalização do design português. As exposições de design tornaram-se um meio fundamental na concretização dessa estratégia.

Neste artigo, analisa-se, retrospectivamente, esta política para o design nacional, desde

a sua integração em grandes eventos que marcam a década de 1990 (Europália, em 1991; Lisboa Capital Europeia da Cultura, em 1994; Exposição Mundial de Lisboa, em 1998; Porto Capital Europeia da Cultura, em 2001), passando pelo posterior surgimento de estruturas associativas (como a Associação Experimenta) e equipamentos culturais (como o MUDE – Museu do Design e da Moda) que garantem uma regular produção de exposições ao longo da primeira década do século XXI.

Interessa-nos, ainda, analisar o protagonismo das escolas superiores de design e a gradual disseminação de discursos e práticas curatoriais, da curadoria institucional à curadoria independente, num exercício amplo de reflexão sobre a importância das exposições de design, ao longo dos últimos quinze anos, e a sua atual relevância.

SHORT HISTORY OF DESIGN EXHIBITIONS IN PORTUGAL (CA. 1990-CA. 2010)

José Bártolo

Throughout the 1990s, a strategy of cooperation between the Centro Português de Design (Portuguese Design Centre) and the Instituto do Comércio Externo de Portugal –ICEP (Portuguese Institute for Foreign Trade) launched an initiative to promote and stimulate Portuguese design in three key areas: a renewed coming together of design and industry; the creation of new publics and consumers; and the internationalisation of Portuguese design. Design exhibitions became a fundamental means of making this strategy a reality.

This article offers a retrospective analysis of this policy for national design, from its integration into the major events which marked the 1990s (Europália in 1991; Lisbon European Capital of Culture in 1994; Lisbon World Expo in 1998; Porto European Capital of Culture in 2001), including the subsequent emergence of associated structures (such as Associação

Experimenta) and cultural facilities (such as MUDE – Museum of Design and Fashion), which guaranteed regular exhibitions throughout the first decade of the 21st century.

It is also worth analysing the leading role played by design schools and the gradual dissemination of speeches and curatorial practices, of institutional and private curators, in order to reflect in depth upon the importance of design exhibitions over the last fifteen years, as well on their current relevance.

PROMESSAS EXPECTATIVAS E RESULTADOS EXPERIÊNCIAS TERRITÓRIOS DO DESIGN CONTEMPORÂNEO EM PORTUGAL

Frederico Duarte

Este ensaio parte de um testemunho do designer italiano Enzo Mari de 2010, onde este apresenta o seu emblemático projeto *Autoprogettazione*, reflete sobre os fracassos, mal-entendidos e interrogações de uma das mais longas e prolíficas carreiras do design contemporâneo e introduz a noção de que “design só é design quando comunica conhecimento”. Considerando o termo “design português” como um *slogan* vazio, revela-se como nos últimos quinze anos sucessivas exposições e iniciativas destinadas a promover o design de e para Portugal têm desafiado uma lógica desenvolvimentista do design, ou a relação necessária e indissociável do design com aplicabilidade industrial, sucesso comercial, democratização do consumo e acesso ou, até, eficácia social para considerar, valorizar e distinguir esta atividade enquanto criação intelectual, afirmação autoral e, em última análise, comunicação de conhecimento.

Os territórios do design contemporâneo em Portugal abertos por esta redefinição dos seus objetivos são aqui explorados através de projetos apresentados não enquanto promessas de resultados, mas

enquanto experiências, cujas intenções e consequências são definidas menos de acordo com as noções de sucesso e fracasso e mais tendo em conta as expectativas muito variáveis dos diferentes sujeitos – designer, encomendador, cliente, produtor, consumidor, espectador, leitor, etc. – nelas implicados.

PROMISES EXPECTATIONS AND RESULTS EXPERIENCES SPHERES OF CONTEMPORARY DESIGN IN PORTUGAL

Frederico Duarte

This essay stems from a statement by the Italian designer Enzo Mari in 2010, in which he presents his emblematic *Autoprogettazione* project; reflects on the weaknesses, misunderstandings and questioning of one of contemporary design's longest and most prolific careers; and introduces the notion that “design is only design when it communicates knowledge”. Considering the term “Portuguese design” an empty slogan, it is apparent how over the last fifteen years, successive exhibitions and initiatives to promote design from and to Portugal have challenged a developmental logic for design, or the necessary and inextricable relationship between design and industrial applicability, commercial success, democratisation of consumption and access, or even social efficiency, in order to consider, value and distinguish this activity as an intellectual creation, an affirmation of an author and ultimately a communication of knowledge.

The spheres for contemporary design in Portugal opened by this re-defining of its objectives are explored here via projects presented not as the promise of results but rather as experiences with intentions and consequences defined less according to notions of success and weakness, and more by bearing in mind the variable expectations of different entities – designer, person who commissioned, client, producer, consumer, viewer, reader, etc. – involved.

**Bruno Carvalho
(Lisboa, 1975)**

É licenciado em Design Cerâmica, pela ESAD.CR. Colaborou com vários designers, dos quais destaca, Miguel Vieira Baptista, Fernando Brízio e Maarten Baas, onde, após conclusão do estágio Leonardo da Vinci, colaborou como *designer freelancer*.

Concebeu e coordenou o projeto de criação “Experimenta o Campo”, em parceria com o Centro de Estudos de Novas Tendências Artísticas e a ESAD.CR, na realização de residências de criação entre estudantes de design e artesãos da Região Centro.

Em 2009, participou como designer consultor em “Aldeias do Xisto Summer Intervention Design Workshops”, promovido pela ADXTUR. Concebeu e coordenou a plataforma internacional “Made Out Portugal”, de 2010 a 2012, na promoção de design de autor português e divulgação em eventos nacionais e internacionais, para designers portugueses no estrangeiro. Em 2012, ganhou uma bolsa de residência de criação na Escola Regional de Artesanato da Ilha do Pico, promovido pelo Governo Regional dos Açores. Em 2014, foi co-curador da exposição “Never for Money, Always for Love”, no Museu MUDAM – Luxemburgo.

Recentemente, foi bolseiro da Fundação Oriente, onde desenvolveu um projeto de criação, em Jingdezhen, a cidade capital da porcelana da China. Desde 2008, tem vindo a desenvolver trabalho como designer autor, sem estúdio, utilizando processos de criação definidos dentro das especificidades das realidades de diferentes contextos socioculturais.

**Cristina Reis
(Lisboa, 1945)**

Fez o curso de Pintura da Escola Superior de Belas-Artes de Lisboa.

Em 1960, iniciou formação em design no *atelier* de Daciano da Costa, onde trabalhou até 1966 em design de interiores.

Entre 1966 e 1970, fez o curso de Arte e Design Gráfico na Ravensborne College of Art and Design, em Inglaterra, tendo sido bolseira da Fundação Calouste Gulbenkian durante um ano. Regressou a Portugal para a realização da 1.ª Exposição de Design Português produzida pelo Núcleo de Design do Instituto Nacional de Investigação Industrial, onde trabalhou até 1974. Em 1974 e 1975, fez exposições para a indústria, integrando a cooperativa DEZ.

Em 1975, iniciou a atividade de cenógrafa e figurinista no Teatro da Cornucópia, com Jorge Silva Melo e Luís Miguel Cintra. Desde então, tem sido responsável pelos cenários e figurinos da quase-totalidade dos espetáculos aí realizados.

Fez cenário e figurinos para inúmeros outros espetáculos, para ópera e filmes. Recebeu vários Prémios, entre os quais o Prémio ACARTE/Maria Madalena de Azeredo Perdigão (1997), o Prémio Almada/Teatro (1998), o Prémio Nacional de Design/Carreira (2000), o Prémio Gulbenkian Artes 2010 e o Prémio Autores 2012.

**Eduardo Afonso Dias
(Lisboa, 1938)**

Frequentou o curso de Escultura na Escola Superior de Belas-Artes de Lisboa, de 1957 a 1960. É autor de uma vasta e diversificada obra, do design de interiores ao design gráfico, do design expositivo ao design de produto, passando pelo ensino e pela ação empresarial.

Iniciou a sua atividade profissional com António Sena da Silva e Frederico George e colaborou com Daciano da Costa entre 1964 e 1970.

Foi responsável pelo sector de Interiores e Equipamento em Conceição Silva, SARL, de 1971 a 1976, tendo sido administrador desta empresa entre 1973 e 1976. Foi sócio fundador das empresas: UNITEAM, S.A., 1977; INTÉRIO, S.A., 1986; e D.I.C. Design e Tecnologia Comercial, Lda. (Uniforma), 1993.

Em 1972, foi professor no IADE e, desde 1994, professor na Faculdade de Arquitetura de Lisboa, onde foi membro da coordenação de Mestrados e Pós-Graduações em Design da mesma Faculdade.

Desde 1972, realizou várias exposições individuais e coletivas em Portugal, Suécia, EUA, Alemanha, Japão, Croácia e Brasil. Ganhou diversos prémios de design, entre os quais o Prémio Nacional de Design/Carreira atribuído pelo Centro Português de Design em 1992.

Em 2014, o MUDE – Museu do Design e da Moda apresentou uma exposição retrospectiva dedicada à sua obra, *O Design Possível. 50 Anos de Profissão*, acompanhada pela publicação do respetivo catálogo.

**Fernando Brízio
(Angola, 1968)**

Estudou Design de Equipamento na Faculdade de Belas-Artes de Lisboa, cidade onde vive e trabalha.

O seu trabalho, desenvolvido por vezes de modo autónomo da encomenda, tem, em alguns momentos, desafiado as fronteiras disciplinares, abarcando uma multiplicidade de áreas como mobiliário, iluminação, objetos de mesa, vídeo, interiores, equipamento urbano e exposições.

Tem desenvolvido projetos para organizações como Droog (NL), Amorim (PT), Experimenta Design (PT), ModaLisboa (PT) Cor Unum (NL), Nike

(PT), Authentics (DE), Vista Alegre Atlantis (PT), Fábrica Bordallo Pinheiro (PT), Il Coccio (IT), Established& Sons (UK), Loja da Atalaia (PT), trabalhado com galerias como Cristina Guerra (PT), Marz (PT), e Kreo (FR).

Foi professor visitante na ECAL – École Cantonale d'Art de Lausanne (CH) e na HFG – Karlsruhe University of Arts and Design (DE). É professor de projeto na ESAD.CR (PT), onde tem coordenado o mestrado em Design de Produto. Tem sido convidado como conferencista e membro de júris em Portugal e no estrangeiro.

O seu trabalho tem sido regularmente exibido e publicado internacionalmente, faz parte da coleção permanente do MUDE – Museu do Design e da Moda, Coleção Francisco Capelo (PT) e do IMA (Indianapolis Museum of Art, EUA), assim como de inúmeras coleções privadas.

**Frederico Duarte
(Lisboa, 1979)**

Estudou design de comunicação em Lisboa e trabalhou como designer na Leo Burnett Kuala Lumpur, Malásia, e na Fabrica, o centro de pesquisa em comunicação da Benetton em Treviso, Itália.

Entre 2003 e 2006, integra a equipa da Experimentadesign. Enquanto crítico e curador de design, tem escrito artigos e ensaios em publicações internacionais e nacionais (das quais se destaca uma colaboração com o jornal *Público*), editado e contribuído para livros e catálogos, dado palestras e realizado *workshops*, comissariado exposições e organizado eventos sobre design, arquitetura e criatividade.

Em 2010, concluiu o mestrado em crítica de design na School of Visual Arts em Nova Iorque, com uma tese sobre a influência das mudanças sociais no

design de produto e mobiliário brasileiro. Desde então, lecionou na Parsons the New School of Design em Nova Iorque, na Escola Superior de Arte e Design das Caldas da Rainha e na Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa.

Em 2014, começou um doutoramento sobre design brasileiro contemporâneo no âmbito de uma parceria doutoral colaborativa entre a Birkbeck College, University of London, e o Victoria & Albert Museum.

**Inês Simões
(Lisboa, 1961)**

Formou-se em Pintura na Escola Superior de Belas-Artes de Lisboa (1985) e em Design de Moldes no Fashion Institute of Technology de Nova Iorque (1990); é mestre em Design pela Faculdade de Arquitetura da UTL (2005) e Doutora em Design pela FAUTL (2012). A sua prática profissional abrange as áreas das artes plásticas e do design de moda/figurinos/moldes.

Trabalha na FAUTL desde 1992 como professora auxiliar; é coordenadora da licenciatura em Design de Moda desde 2008; é responsável pelas disciplinas de Design de Moldes e *Draping* dos cursos de licenciatura e mestrado em Design de Moda.

É investigadora em Design de Moldes, sendo autora de vários artigos científicos sobre os paradigmas de representação do corpo.

**Hans Maier-Aichen
(Alemanha, 1940)**

Estudou pintura e escultura na Alemanha, na França e nos EUA. Viveu em Florença e Roma entre 1972 e 1974, por ter recebido os Prémios Villa-Romana e Villa Massimo.

Em 1983, fundou a marca de design Authentics. É membro do comité de gestão do German Design Council, professor convidado na Saint Martin's College of Art & Design, University of the Arts em Londres, e professor de Design de Produto na Staatliche Hochschule für Gestaltung Karlsruhe, na Alemanha.

Participou em diversas publicações e foi membro do comité consultivo e cocurador da publicação *Spoon, 100 Designers Internacionais* da Phaidon Press. Foi responsável pela curadoria de várias exposições, como *Lapse in Time* para a EXD'09 em Lisboa e o Festival de Design Anual em Lodz/Polónia.

Realiza frequentemente *workshops* e conferências em escolas de design chinesas. Em 2008, tornou-se professor convidado da China Academy of Arts em Hangzhou. Em 2009, publicou o livro sobre jovens designers emergentes, *New Talents – State of the Arts* com a Avedition, Estugarda, que se tornou um marco e livro de referência das atividades de design interdisciplinares.

Recentemente, foi convidado pela empresa têxtil dinamarquesa Kvadrat para ser cocurador do projecto *Hallingdal 65*, desafiando designers emergentes da Europa, da Ásia e dos EUA, que foi inaugurado em Milão em 2012.

**João Palla Martins
(Lisboa, 1971)**

Licenciou-se em Arquitetura pela FAUTL – Faculdade de Arquitetura da Universidade Técnica de Lisboa, em 1995, e passou pelo Instituto Universitário de Arquitetura de Veneza (IUAV).

Colaborou com o arquiteto Manuel Vicente, entre 1990 e 1997, em Macau e Lisboa. Em 1999, completou uma tese de investigação intitulada “Arquitetura

de Bambu em Macau” como bolseiro da Fundação Oriente.

Em 2000, é membro fundador da Associação dos Arquitetos Sem Fronteiras, ASF Portugal.

Completou o Mestrado em Design e Cultura Visual no IADE (2006) e o Doutoramento em Ciências da Arte na Faculdade de Belas-Artes de Lisboa (2012). Ensina no IADE desde 1999 e dedica-se à prática profissional enquanto arquiteto.

**João Paulo Martins
(Lisboa, 1965)**

Licenciado em Arquitetura (FA-UTL, 1988), Mestre em História da Arte (FCSH-UNL, 1995) e Doutor em Arquitetura (UTL, 2006). Docente na FA-UTL desde 1996, é hoje professor auxiliar dos cursos de design da Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa.

Tem prática projetual nas áreas de design, interiores e arquitetura, como colaborador do Atelier Daciano da Costa (1988-2002) e como associado de Baixa, Atelier de Arquitetura (2006-2013).

Foi comissário das exposições *Daciano da Costa, Designer* (FCG, 2001) e *O respeito e a disciplina que a todos se impõe. Mobiliário para edifícios públicos em Portugal. 1934-1974* (MUDE, 2014). Investigador principal do projeto *Móveis Modernos. A Atividade da Comissão para Aquisição de Mobiliário no Âmbito da Direção-Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais. 1940-1980*, com financiamento da FCT.

É membro permanente do Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design da Faculdade de Arquitetura, Universidade de Lisboa.

**José Bártolo
(Moçambique, 1972)**

Desenvolve atividade como docente, investigador e curador de design desde 1998. Doutorado em Ciências da Comunicação e Mestre em Estética, é atualmente Professor Coordenador da ESAD – Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos. É presidente do Conselho Científico da ESAD desde 2006.

Integra o Conselho Científico do CECL – Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens da Universidade Nova de Lisboa; membro do Advisory Board do Instituto de Investigação em Arte, Design e Sociedade da FBAUL; consultor do Centro de Estudos de Arquitectura e Urbanismo da FAUP. Membro da Direção da ESAD – IDEA Investigação em Design e Arte. Integra, desde 2003, o painel de avaliação da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia na área do Design, Urbanismo e Arquitectura.

Publica regularmente sobre design; entre as publicações recentes, contam-se os livros ou artigos em livro *Art On Chairs* (New Star Press, 2014), *Design et al* (Lisboa, Dom Quixote, 2013), *Fred Kradolfer* (Lisboa, INCM, 2013), *Carrilho da Graça* (QuidNovi, 2013); *Design* (org.), Lisboa, Relógio D'Água, 2010). É editor da revista *Pli Arte & Design*.

Como curador independente, foi responsável, entre outras, pelas exposições *Duets* (Beijing Design Week, 2014), *A Liberdade da Imagem* (Porto, 2014) e *Almanaque – Uma História do Design em Revista* (Matosinhos, 2013).

**Luiz Salomão Ribas
(Brasil, 1969)**

Possui graduação em Desenho Industrial pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (1990), mestrado

em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2000) e doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2004). Também tem doutorado revalidado em Engenharia e Gestão Industrial na Universidade da Beira Interior (2012). Atualmente, é Professor Associado da Universidade Federal de Santa Catarina, onde coordena o Laboratório de Orientação da Gênese Organizacional – LOGO e professor convidado do IADE onde realizou, em 2009, Pos-Doc junto ao UNIDCOM, com o tema Brand DNA.

Tem experiência na área de design em geral, atuando principalmente nos seguintes temas: design gráfico, metodologia, branding, design industrial e de moda.

**Maria Helena Souto
(Lisboa, 1956)**

É doutorada em Ciências da Arte (FBA-UL), mestre em História da Arte Contemporânea (FCSH-UNL) e licenciada em História (FL-UL). Professora associada e coordenadora da área científica de História, Teoria e Crítica no IADE-U Instituto de Arte, Design e Empresa – Universitário. Investigadora integrada na UNIDCOM/IADE e investigadora colaboradora do CIDEHUS/Universidade de Évora e do IHC/Universidade Nova de Lisboa.

Autora de vários artigos em publicações coletivas sobre temas de História da Arte e do Design em Portugal (séculos XIX e XX), em 2011 foi publicado o seu estudo *Portugal nas Exposições Universais 1851-1900* (ed. Colibri) e, este ano, o artigo “Design Gráfico e Publicidade” no catálogo dedicado a Maria Keil (Museu da Presidência da República/INCM).

Tem também participado em colóquios nacionais e internacionais;

nomeadamente, apresentou a comunicação “Furniture in Portugal, 1940-1974: between tradition, authoritarianism and modernity”, na 2014 Annual Design History Society Conference, University of Oxford, e integrou a Comissão Científica da 9th Conference of the ICDHS – International Committee for Design History and Design Studies (Universidade de Aveiro, julho de 2014).

Investigadora responsável pelo projeto de investigação “*Design em Portugal (1960-1974): ações, intervenientes e repercussões do Núcleo de Arte e Arquitetura Industrial e do Núcleo de Design Industrial do Instituto Nacional de Investigação Industrial (INII)*”, financiado pela FCT e cofinanciado pelo COMPETE (2012-2015).

**Mário Moura
(Lisboa, 1972)**

Blogger, conferencista e crítico. Escreve no blogue ressabiator.wordpress.com. Parte dos seus textos foi recolhida no livro *Design em Tempos de Crise* (Braço de Ferro, 2009). A sua tese de Doutoramento trata da autoria no design. É professor na FBAUP (História e Crítica do Design, Tipografia, Edição).

**Pedro Cortesão Monteiro
(Lisboa, 1965)**

Licenciado em Arquitetura e mestre em Design pela Faculdade de Arquitetura da Universidade do Porto. Doutoramento em Design pela Faculdade de Arquitetura de Universidade de Lisboa, com uma tese sobre a perceção pública de Design e os equívocos que afetam. É docente nos cursos de Design da Universidade Lusíada de Lisboa e, desde 2009, é docente convidado na licenciatura em Design da Faculdade de Arquitectura da UL. É colaborador do Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design

da FA-UL, e do Centro de Investigação em Território, Arquitectura e Design da Universidade Lusíada. Trabalha, pontualmente, como designer e arquiteto.

Foi editor do *JA — Jornal dos Arquitectos* e da *Arlíquido — Revista de Design* da Universidade Lusíada de Lisboa. Foi membro de júri em diversos concursos de arquitetura e de design. Colabora, pontualmente, com jornais e revistas.

**Rui Afonso Santos
(Lisboa, 1963)**

Licenciado e mestre em História da Arte Contemporânea, é Curador do Museu Nacional de Arte Contemporânea/Museu do Chiado, Lisboa.

Especialista em Design português e internacional, é autor da primeira História do Design em Portugal (*Cadeiras Portuguesas Contemporâneas-Portuguese Contemporary Chairs*, editor: José Manuel das Neves, Edições ASA, 2003). Concebeu o programa museológico do *Museu do Design* (Lisboa, 1999), sendo autor do respetivo catálogo-guia.

Autor de uma centena de títulos em volumes, entre obras individuais e coletivas, e de dezenas de artigos em periódicos, portugueses e estrangeiros. Últimos comissariados: *O Modernismo Feliz: Art Déco em Portugal – Pintura, Desenho, Escultura, 1912-1960*, Lisboa, Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu Do Chiado, Junho-Outubro de 2012. *Interiores, 100 Anos de Arquitectura de Interiores em Portugal*, Lisboa, Câmara Municipal de Lisboa – MUDE, Museu do Design e da Moda, dezembro 2012-abril de 2013 (comissário da exposição, com Pedro Gadanh); *O Consumo Feliz, Publicidade e Sociedade no Século XX, Coleção Berardo de Arte Publicitária*, Lisboa, maio-outubro de 2013, Museu Coleção Berardo; *Lucien Donnat, Um Criador Rigoroso*, Lisboa, Teatro Nacional

D. Maria II (comissário da exposição, com Vítor Pavão dos Santos), 2014.

**Sam Baron
(França, 1976)**

Trabalha, atualmente, como designer para marcas como a Vista Alegre, a Hennessy ou a Dinh Van, sendo responsável pela direção criativa da secção de design da Fábrica.

As suas releituras e reinterpretações recorrentes do saber-fazer tradicional (artesanais ou industriais) questionam astuciosamente não só a utilidade da fabricação, hoje em dia, como também a existência de novos objetos. Acorando as suas criações em pesquisas funcionais e artísticas, sem omissão das narrações culturais e históricas, focaliza o seu olhar no nosso quotidiano e na sua contemporaneidade.

**Vera Sacchetti
(Lisboa, 1983)**

É licenciada em Design de Comunicação pela Faculdade de Belas-Artes da Universidade do Porto e tem um mestrado em Crítica do Design pela School of Visual Arts, Nova Iorque, que frequentou como bolseira Fulbright.

É crítica de design, editora-chefe na Barragan Foundation e cofundadora da consultoria editorial Superscript. Foi consultora curatorial e editora da BIO 50 – Bial de Design de Ljubljana, editora *web* da revista *Domus*, coeditora de *The Adhocracy Reader* para a 1.ª Bial de Design de Istambul e coordenadora de comunicação internacional para a EXD’11. Com os Superscript, foi responsável pela curadoria da série de eventos *Towards a New Avant-Garde* para a 14.ª Bial de Arquitetura de Veneza. Publicou artigos na *Domus*, na *Disegno* e na *Frame*, entre outras.

CAMÕES

REVISTA DE LETRAS
E CULTURAS LUSÓFONAS

DIRETORA

Ana Paula Laborinho

EDITORA

Alexandra Pinho

COORDENAÇÃO EDITORIAL

Eunice Santos
Maria da Conceição Delcourt
Maria João Pinto Correia

CONSELHO EDITORIAL

Fernando Brízio
Maria Helena Souto

TEXTOS

Bruno Carvalho
Cristina Reis
Eduardo Afonso Dias
Fernando Brízio
Frederico Duarte
Hans Maier-Aichen
Inês Simões
João Palla Martins
João Paulo Martins
José Bártolo
Maria Helena Souto
Mário Moura
Pedro Cortesão Monteiro
Rui Afonso Santos
Salomão Ribas
Sam Baron
Vera Sacchetti

DESIGN GRÁFICO

Vivóeusébio

REVISÃO

António José Massano

TRADUÇÃO

nota bene

PRÉ-IMPRESSÃO

Gráfica Maiadouro, S.A.

IMPRESSÃO

Gráfica Maiadouro, S.A.

TIRAGEM

1000 exemplares

DEPÓSITO LEGAL: 124734/99

ISSN: 0874-3029

AGRADECIMENTOS

Ana Barata
Ana Salazar
Artur Rebelo
Bruno Carvalho
Cristina Duarte
Cristina Reis
Eduardo Afonso Dias
Fernando Brízio
Filipe Alarcão
Gonçalo Campos
Gonçalo Moraes
Hans Maier-Aichen
Helena Souto
João Abreu Valente
João Palla
José Bártolo
Lizá Ramalho
Luís Silva Campos
Luiz Salomão Ribas
Marco Sousa Santos
Miguel Vieira Baptista
Patrícia Couto
Paulo Gama Gonçalves
Pedro Ferreira
Pedro Silva Dias
Rita Salazar
Sam Baron
Susana Soares
Tiago Manaia

Instituições

Artek
Biblioteca de Arte da Fundação
Calouste Gulbenkian
Biblioteca Nacional de Portugal
Cintra & Castro Caldas, Lda.
Experimentadesign
Lux Frágil
Marques dos Santos – Leilões de Arte e
Antiguidades
ModaLisboa
MUDE – Museu do Design e da Moda

Imagem da capa

© Camões – Instituto da Cooperação e
da Língua, I.P.
Direção de Serviços de Língua e Cultura
Divisão de Ação Cultural Externa

