

# O processo do design gráfico no Porto

## Retratos de gerações na primeira pessoa

**João Tiago Santos**

Tese de Doutoramento apresentada  
à Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Doutoramento em Arte e Design

Orientação

**Professor Doutor Diniz Cayolla Ribeiro, FBAUP**

Coorientação

**Professora Doutora Susana Barreto, FBAUP**



À Lígia pelo Amor,  
à Teresa pelo nosso Amor.



## **Agradecimentos**

Agradeço ao Prof. Doutor Diniz Cayolla Ribeiro, pela sua orientação, incentivo constante e ajuda, muito importantes para o desenvolvimento deste projeto e à Prof.<sup>a</sup> Doutora Susana Barreto o apoio e motivação demonstrados.

Ao Daniel, porque sem ele este projeto não era o mesmo e o apoio e a amizade só cabem na palavra dedicação.

À Isabel, pelas horas dedicadas, pela paciência, por ser a amiga de sempre e para sempre.

À Catarina, que mesmo sendo do sul, foi sempre norte.

Ao Ni, pela sua visão focada, pela orientação e amizade.

Um agradecimento especial à Susana Fernando e à Helena Sofia Silva, pelos sorrisos, disponibilidade e incentivo.

Aos apóstolos, os amigos que são a família que escolhemos, um obrigado: Marta, Tiago, Patrícia, Cristina e Silvana;

À Cláudia Gonçalves, Marta Moraes e Sandro Carvalho (Cromotema), muito obrigado;

À Raquel, Rute e Hugo, pela amizade e apoio, principalmente nesta reta final;

À Joana Pestana pela generosidade da partilha;

À minha família, por serem alicerce, pelo carinho e apoio incondicional;

A todos os entrevistados, pela disponibilidade, pela partilha e pelo enriquecimento. Por serem inspiração, pensamento e imagem. António Modesto, Mário Moura, João Faria, José Bártolo, Andrew Howard, José Albergaria, António Silveira Gomes, Jorge Silva, Susana Carvalho, Frederico Duarte, Paulo Condez, Arne Kaiser, Alejandra Jaña, João Martino, Hugo d'Alte, Vera Tavares, VivóEusébio, R2, Pedro Falcão, Nuno Coelho, João Machado, Jorge Afonso, Bolos Quentes, Eduardo Aires, Non-Verbal. Obrigado.

A todos aqueles que não estando enunciados aqui, foram essenciais e contribuíram para a realização deste projeto, o meu agradecimento.

## **Palavras chave**

Design gráfico

Processo

Porto

Gerações de 1970 a 2015

Documentário

## Resumo

O nosso estudo enquadra-se no intervalo temporal compreendido entre o período revolucionário português, após o 25 de abril de 1974, e 2015. O seu enfoque incide sobre os processos de criação no design gráfico. Sentimos que o estudo do processo, enquanto elemento estruturante desta disciplina, tem sido escasso no que toca ao design gráfico português. Embora exista já um conjunto de publicações especializadas sobre designers portugueses, e todos os anos surjam novos estudos que ajudam a compreender melhor o ofício, estes trabalhos parecem estar muito focados na perspetiva de portfólio ou de apresentação biográfica e menos numa perspetiva processual.

Portugal celebrou em 2014 os quarenta anos do fim da ditadura do Estado Novo. Com o término do regime e a abolição da censura, houve uma mudança radical no sistema político, permitindo a emergência de novos rumos e ideologias. É neste período que aparece pela primeira vez o ensino do design gráfico na escola superior pública, bem como a formação de profissionais licenciados. Antes da revolução de 1974, existiam já designers de comunicação em Portugal, um pequeno conjunto de artistas que iniciou de forma empírica um trabalho de fazer/pensar o design. Uma geração marcante que determinou as bases utilitárias e estéticas do ofício<sup>1</sup>.

No contexto deste doutoramento em Arte e Design, propomos um trabalho de carácter prático cuja pergunta de investigação é: Qual a história coletiva e subjetiva do design gráfico português no período que vai do Estado Novo até à contemporaneidade? Através de um conjunto de registos em vídeo, o designer, num discurso na primeira pessoa, terá o papel de principal protagonista e apresentará a sua abordagem processual. A partilha oral de conhecimento sempre fez parte dos ofícios, e neste caso pretendemos recuperar essa tradição oral, mas dar-lhe um carácter mais definitivo e potenciar a sua difusão. Estes registos em vídeo, com duração aproximada de dez minutos cada, não têm como objetivo serem representativos de uma classe profissional, mas sim contribuir para um conhecimento mais aprofundado e rico da disciplina do design gráfico, enquanto documentos situados num tempo e espaço particulares. Este trabalho tem uma intenção de continuidade, uma vez que não só o universo de agentes ativos não foi esgotado, como o modelo de documento aqui apresentado é passível de ser aplicado em muitos outros casos, tal como previsto nesta tese como proposta de trabalho futuro.

<sup>1</sup> Expressão baseada na exposição e catálogo comemorativos dos 50 anos da Sociedade Tipográfica, S.A., este último editado em 1989 pela mesma Sociedade.

## **Keywords**

Graphic Design

Process

Oporto

1970 — 2015 Generation

Documentary



## **Abstract**

The time range of our study is between the Portuguese revolutionary period, after the Revolution of 25 April 1974 and 2015. Its focus is on the graphic design creation processes. We feel that the study of the process, as a structuring element, has been scarce regarding the Portuguese graphic design. Although there is already a number of specialized publications about Portuguese designers, and every year new essays are published that help better understand the profession, this literature seems to be more focused on a portfolio perspective or on a biographical presentation and less on a procedural view.

In 2014, Portugal celebrated forty years of the end of the 'Estado Novo' dictatorship. With the end of the regime and the abolition of the censorship, there was a radical change on the political system, allowing the emergence of new paths and ideologies. It is on this period that graphic design appears for the first time in public higher education as well as the training of graduated professionals. Before the 1974 Revolution, there were already communication designers in Portugal, a small group of artists who have empirically started doing/thinking design. A remarkable generation that laid the utilitarian and aesthetic foundations of this profession<sup>2</sup>.

In the context of this PhD in Art and Design, we suggest a project with a practical basis whose research question is: What is the collective and subjective trajectory of the Portuguese graphic design from the 'Estado Novo' period till the present day? Through a set of video records, the designer, in a first person speech, will have a protagonist role and will describe his procedural approach. Oral knowledge sharing has always been part of professions, and in this case we intend to recover this oral tradition, to give it a more definitive dimension and also to increase its diffusion. These videos, each one ten minutes long, are not intended to be representative of a professional class, but to contribute to a deeper and richer knowledge of graphic design as documents situated on a particular time and place. With an intention of continuity, as the group of active agents has not been exhausted, the template here presented can be applied in many other cases, as foreseen in this thesis, as a proposal for future work.

<sup>2</sup> Expression based on the commemorative exhibition and catalog of the 50th anniversary of the 'Sociedade Tipográfica, S. A.', published in 1989.

## **Nota Prévia**

Este documento foi redigido segundo o novo acordo ortográfico. Todas as tabelas e esquemas foram desenhados pelo autor desta tese. Na preparação deste documento foi consultada bibliografia em vários idiomas. Para evitar incluir extratos de texto num idioma estrangeiro, optou-se por introduzir uma tradução livre dos mesmos para português, com a exceção de termos isolados ou expressões.

## Abrevisturas

**AGI** – Alliance Graphique Internationale

**APD** – Associação Portuguesa de Designers

**CPD** – Centro Português de Design

**DRNMC** – Delegação Regional do Norte do Ministério da Cultura

**DTP** – Desktop Publishing

**ESAD** – Escola Superior de Artes e Design

**ESAP** – Escola Superior Artística do Porto

**ESBAL** – Escola Superior de Belas Artes de Lisboa

**ESBAP** – Escola Superior de Belas Artes do Porto

**FAUP** – Faculdade de Arquitetura da Universidade do Porto

**FBAUL** – Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa

**FBAUP** – Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

**FIL** – Feira Internacional de Lisboa

**izADS** – Instituto de Investigação em Arte, Design e Sociedade da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

**IADE** – Instituto de Arte, Design e Empresa

**Icograda** – International Council of Graphic Design Associations

**ID+** – Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura

**INII** – Instituto Nacional de Investigação Industrial

**MFA** – Movimento das Forças Armadas

**MFA** – Movimento das Forças Armadas

**MNSR** – Museu Nacional de Soares do Reis

**NBC** – National Broadcasting Company

**RTP** – Rádio Televisão Portuguesa

**SNI** – Secretariado Nacional de Informação

**SPN** – Secretariado Propaganda Nacional



# Índice

<b>Introdução</b>	1
Contextualização e pertinência do tema	1
Pergunta e objetivos de investigação	5
Apresentação do trabalho prático	6
Apresentação da estrutura da tese	7
<b>1. Metodologias</b>	9
1.1. Teoria Fundamentada	9
1.2. Entrevistas	11
1.2.1. Entrevistas exploratórias	13
1.2.1.1. Grupo Focal	15
1.2.1.2. Exploração das entrevistas exploratórias	17
1.2.2. Entrevistas em Vídeo	18
1.2.2.1. Grupo focal	20
1.2.2.2. Análise de dados	21
1.3. Síntese conclusiva	23
<b>2. Enquadramento Teórico</b>	27
2.1. Design gráfico português	27
2.2. Breve história do design gráfico português: Do Estado Novo à contemporaneidade	35
2.3. Processo de design	52
2.3.1. Modelos de processos de design	55
2.3.2. O segredo mais bem guardado do designer	59
2.4. Entrevista-documental vídeo	61
2.4.1. Entrevista Documental	63
2.4.2. Memória-futura	64
2.4.3. Vídeos documentais referenciais	65
2.5. Síntese conclusiva	70

<b>3. Recolha de dados</b>	73
3.1. Entrevistas exploratórias	74
3.1.1. Entrevistados	75
3.1.1.1. Grupo A	79
3.1.1.2. Grupo B	81
3.1.2. Guião das entrevistas exploratórias	87
3.1.3. Sumários das entrevistas exploratórias	92
3.2. Entrevistas em vídeo	93
3.2.1. Entrevistados	94
3.2.2. Guião das entrevistas	102
3.2.2.1. 1º guião	102
3.2.2.2. 2º guião	106
3.2.3. Implementação das entrevistas	111
3.3. Síntese conclusiva	128
<b>4. Análise e interpretação de conteúdos</b>	131
4.1. Susana Fernando	137
4.1.1. Síntese	137
4.1.2. Episódio 1 - Piloto	140
4.2. João Faria	144
4.2.1. Síntese	144
4.2.2. Episódio 2	148
4.3. Jorge Afonso	149
4.3.1. Síntese	149
4.3.2. Episódio 3	152
4.4. Bolos Quentes	154
4.4.1. Síntese	154
4.4.2. Episódio 4	158
4.5. Eduardo Aires	159
4.5.1. Síntese	159
4.6. António Modesto	161
4.6.1. Síntese	161
4.7. Non-Verbal Club	164
4.7.1. Síntese	164
4.8. Síntese conclusiva	167
<b>5. Conclusões</b>	173
5.1. Síntese geral	173
5.2. Conclusões	175
5.3. Limitações da investigação	184
5.4. Perspetivas futuras	185
<b>Bibliografia</b>	189
<b>Anexos</b>	201







## **Introdução**

### **Contextualização e pertinência do tema**

A presente tese, de índole prática, tem como objetivo contribuir para a caracterização dos processos do design gráfico no Grande Porto, através de uma série de entrevistas a designers desta área geográfica. Um ponto de partida relevante para a constituição da proposta de tese foi o contacto que, ainda enquanto discente, o investigador teve com um programa da Rádio Televisão Portuguesa (RTP) onde o convidado era Sebastião Rodrigues (Rodrigues, 1966a, 1966b). O designer explicava então por palavras suas o trabalho que desenvolvia, podendo o espectador ter contacto com as suas decisões e indecisões, bem como gestos e formas de falar. À memória visual e conhecimento intelectual que já existia da sua obra, eram acrescentadas outras camadas de conhecimento, dava-se uma cara, uma voz ao trabalho. Não só travávamos conhecimento com o homem para além da sua obra, como também com a sua forma subjetiva de interpretar o design e de o executar, aquilo a que habitualmente designamos processo. Nesse programa, Rodrigues aborda os seus métodos e opções e isso conduz ao desenvolvimento de um espírito crítico e uma autoconsciência relativamente ao seu próprio processo enquanto designer.

A curiosidade originada por esta experiência criou no investigador a motivação de desenvolver um projeto onde se pudessem promover encontros sobre o design gráfico, e o processo se desse a conhecer através dos seus autores. Humanizar, dar um rosto, uma voz e conhecer quem e como se chegou ao trabalho final. Enquanto investigador, docente e designer gráfico, o autor desta tese sente que a história do design em Portugal, no caso particular do design gráfico, ainda não está completa e desta percepção surge a vontade de contribuir para ela. Quando iniciámos este estudo pretendíamos encontrar

no design gráfico português elementos que nos possibilitassem a definição de um padrão. Não procurávamos características formais que pudessem ser padronizadas, uma vez que esse estudo foi realizado, pretendíamos antes olhar para o estudo do design gráfico português e perceber se existia ou não uma forma de pensar/fazer design gráfico em Portugal. Acreditamos que não só a partilha do que se faz, mas de como se faz, e de quem faz, poderá ajudar a uma melhor compreensão da disciplina e é neste sentido que o nosso trabalho surge: numa perspetiva de registo e acréscimo de conhecimento para a comunidade académica e profissionais do design gráfico em Portugal.

O termo ‘design gráfico’ surge com William Addison Dwiggins, que em 1922 designa a disciplina que aqui abordamos. Este termo só será amplamente utilizado após a Segunda Guerra Mundial. Antes disso os designers gráficos eram chamados artistas (Meggs & Purvis, 2006, p. viii), fruto da origem artística desta disciplina. Segundo Dwiggins, quando se tratava de conceber um *layout*,

os designers deveriam esquecer a arte como ponto de partida, e em vez disso usar o bom senso. O objetivo último do designer é conseguir criar uma apresentação clara da mensagem – para conseguir dar destaque à parte mais importante da informação. A isto se chama um exercício de bom senso e a capacidade para analisar em vez de artística<sup>3</sup>. (Dwiggins, 1997, pp. 184-189)

Isto foi a definição que Dwiggins utilizou para definir uma nova disciplina. Nos nossos dias, design gráfico é uma disciplina mais abrangente que inclui a tipografia bem como outras áreas visuais, nunca deixando de se afirmar com uma linguagem gráfica. Hoje, é comum substituir-se esta designação pela de design de comunicação, sendo esta última vista como mais abrangente em termos do alcance da disciplina e da área de ação. Contudo, considerando os dados recolhidos na parte prática desta investigação, em que a maioria dos designers entrevistados se reviu como designer gráfico, entendemos ser este o termo a utilizar no decurso desta tese.

3 In the matter of layout forget art at the start and use horse-sense. The printing designer's whole duty is to make a clear presentation of the message — to get the important statements forward and the minor parts placed so that they will not be overlooked. This calls for an exercise of common sense and a faculty for analysis rather than for art.

Ian Noble e Russell Bestley (2004, p. 46) admitem que com a adoção de um processo rigoroso de trabalho, o designer poderá conseguir rodear-se de condições que lhe permitam compreender o enunciado, podendo assim conceber um programa de trabalho. Estes processos, que Noble e Bestley referem, podem ser mais ou menos complexos. Michael Bierut (2006), em *This is My Process*, refere, por exemplo, que durante toda a sua vida profissional escreveu propostas de projetos com a descrição do seu processo criativo. Um processo baseado nas versões mais simples e clássicas da metodologia processual do design.

No entanto, o processo, por mais rígido ou específico que seja, poderá sempre ter desvios, provenientes das características criativas da disciplina. Quem o afirma é Paula Scher (2010, p. 11): “o que produz um bom trabalho é precisamente esse desvio, a surpresa, a consistência inesperada do pensamento”. Bruno Munari (2008, pp. 21-22) é também da mesma opinião, concordando que o método projetual para o designer não é nada absoluto nem decisivo, uma vez que o designer poderá criar alterações a este para conseguir de forma cabal responder a um enunciado. Tendo presente esta dificuldade de tentar encontrar um processo que seja capaz de se manter inalterado até ao fim de um trabalho de design gráfico e após uma análise de diferentes propostas (cap. 2), escolhemos, como elemento de referência para a implementação do trabalho prático desta investigação, o modelo de Elisabete Rosado Rolo (2013) para uma possível proposta de processo de design. Este modelo congrega uma síntese de vários outros modelos de processo e está ainda vocacionado para a área do design gráfico.

A forma que entendemos ser mais eficaz como contribuição para o conhecimento do design gráfico português foi uma série de entrevistas em vídeo, com o objetivo de apresentar os processos adotados pelos designers gráficos, na primeira pessoa. Nas últimas décadas, Alan Rosenthal e John Corner (2005, p. 19) têm apresentado de forma regular um tipo de documentário que contém o discurso direto de determinados autores, onde estes falam diretamente para o espectador, acontecendo normalmente sob a forma de entrevista. Este formato de documentário proporciona assim, segundo Adriano Rangel (2009, p. 9), uma visão do mundo a partir de uma perspetiva do indivíduo, de onde pode nascer uma configuração de uma memória cultural futura. Assim, pensamos que a melhor forma de expor um pensamento consequente sobre

design gráfico nacional seria através de uma polifonia de opiniões. Para tal, havia que encontrar diferentes representantes de diferentes estilos, grupos de pensamento ou gerações. Efetivamente, o critério geracional pareceu-nos pertinente por compreender um conjunto de características que vão além dos anos de experiência, como a natureza da aprendizagem, o acesso e tipo de tecnologia usada, o contexto social, cultural e político e um posicionamento crítico próprio em relação a gerações anteriores ou posteriores. As gerações que apresentámos são o resultado do cruzamento entre as gerações definidas por Rui Mendonça (2007, p. 334) e o contexto tecnológico, que motiva a apresentação de processos distintos.

Inicialmente a nossa investigação tinha um foco nacional mas, no decorrer da mesma, sentimos necessidade de a circunscrever à cidade do Porto, uma vez que a informação recolhida através das entrevistas exigiria uma dimensão de recursos mais complexa para um trabalho desta natureza. Questões como o tempo, recursos humanos, tecnologia e acessibilidade geográfica tornariam a nossa proposta inexecutável se a escala não tivesse sido adaptada. Desta forma, acreditamos que este estudo é pertinente porque pretende ser um contributo de diferentes gerações, na primeira pessoa, sobre o design gráfico, que promoverá uma melhor compreensão sobre o processo do design gráfico no Porto.

## **Pergunta e objetivos de investigação**

A presente tese tem por base a seguinte pergunta de investigação:

**Que narrativas pessoais estão na base dos processos de design gráfico no Porto entre a década de 1970 e a atualidade?**

De modo a responder a esta pergunta, esta investigação teve como principais objetivos:

- Identificar o percurso e as influências na *praxis* do designer gráfico portuense enquanto agente criativo;
- Contribuir para uma melhor compreensão das estratégias de trabalho no design gráfico;
- Contribuir para uma reflexão crítica sobre o futuro do design gráfico, através da recolha de diferentes perspetivas;
- Criar um conjunto de documentos que permitam contribuir para uma melhor compreensão do design gráfico português.

Estes objetivos orientaram o desenvolvimento de um trabalho prático, como resultado final desta investigação.

## **Apresentação do trabalho prático**

A escassez de documentos sobre o processo de design gráfico nacional foi entendida por nós como uma oportunidade para o desenvolvimento de um conjunto de vídeos documentais que abordam esta temática. Foram feitas entrevistas exploratórias em áudio, e a sua análise ajudou-nos a definir aquilo que viria a ser o objeto final deste projeto de investigação. Permitiram-nos identificar os sujeitos que seriam posteriormente entrevistados em vídeo. Esta seleção surgiu do cruzamento dos dados obtidos nas entrevistas com a definição de grupos geracionais e a sua localização geográfica. As entrevistas exploratórias permitiram também identificar o principal tema que iria servir de orientação às entrevistas em vídeo – o processo do design gráfico no Porto.

Para a execução deste trabalho prático, e e na consciência das limitações técnicas do investigador, tornou-se importante reunir uma equipa que o pudessem auxiliar nos aspetos técnicos do trabalho, libertando-o para as questões de índole conceptual e de reflexão crítica, intimamente relacionadas com o trabalho de investigação. A realização e a supervisão da montagem dos vídeos seriam, contudo, da responsabilidade do investigador. Entendemos ainda que era importante efetuar um episódio-piloto, que nos permitisse testar e otimizar processos e técnicas, bem como testar e aperfeiçoar o guião da entrevista. Após a análise da experiência prática obtida neste episódio, partimos para o trabalho prático final. Demos então continuidade ao registo em vídeo das restantes entrevistas, procedemos a análises de conteúdos e, por fim, desenvolvemos as respetivas montagens em episódios de dez minutos de duração.

## **Apresentação da estrutura da tese**

A presente tese está organizada em duas partes: uma primeira (capítulos 1 e 2), onde se abordam as questões metodológicas, conceptuais e teóricas da investigação; e uma segunda parte (capítulos 3 e 4), onde se apresenta e analisa o trabalho desenvolvido.

No capítulo 1 abordamos as metodologias adotadas nesta investigação. Este capítulo está dividido essencialmente em duas partes, sendo a primeira focada na *teoria fundamentada* que nos permitiu orientar o início da investigação. Na segunda parte, justificamos a organização e implementação das entrevistas exploratórias em áudio e das entrevistas em vídeo, explicando os vetores que estão na base dos guiões utilizados. Ainda nesta segunda parte esclarecemos de que forma foram escolhidos os entrevistados, apresentamos as categorias em que estes se enquadram e explicamos a fase de exploração das entrevistas exploratórias e a de análise de conteúdos das entrevistas finais em vídeo.

No capítulo 2 analisamos as questões teóricas e conceptuais relacionadas com a investigação através de uma revisão da literatura. Começamos por apresentar o panorama geral sobre o estudo do design gráfico português. Segue-se uma breve história do design gráfico português desde o Estado Novo, passando pelo período revolucionário, até aos nossos dias. Ainda neste capítulo, definimos conceptualmente, de forma breve, os temas do processo do design gráfico e do vídeo documental.

No capítulo 3, apresentamos o trabalho prático dividido em duas partes. A primeira parte deste capítulo é dedicada à primeira fase das entrevistas exploratórias. Começamos por explicar como foi efetuada a seriação dos primeiros entrevistados e a sua caracterização. Depois, são apresentados e descritos, ponto a ponto, os guiões utilizados para cada um dos grupos. De seguida, expomos um breve sumário que sintetiza o conteúdo das vinte e duas entrevistas exploratórias efetuadas, que nos permitiu avançar para o segundo momento de entrevistas. A segunda parte do capítulo 3 é dedicada às entrevistas em vídeo. Começamos por explicar a seleção dos entrevistados e a sua respetiva caracterização, explicando depois o guião das entrevistas e descrevendo o seu processo de implementação.

No capítulo 4 apresentamos a análise de conteúdos das entrevistas em vídeo e expomos a montagem interpretativa dos resultados. No final do capítulo incluímos uma síntese relacional das análises apresentadas.

Das quatro entrevistas em vídeo montadas, uma foi a entrevista-piloto, realizada com Susana Fernando, e as restantes tiveram como protagonistas os designers Jorge Afonso, João Faria e Bolos Quentes. Os vídeos encontram-se no DVD anexo a este documento. As restantes três entrevistas (a Eduardo Aires, António Modesto e Non-Verbal Club) não foram editadas em tempo útil da entrega do documento da tese.



# 1. Metodologias

Neste capítulo justificam-se as decisões metodológicas que foram tomadas em todo o processo de investigação e apresenta-se o processo de trabalho executado. Este estudo teve dois momentos: um primeiro que foi desenvolvido com entrevistas exploratórias, que nos permitiram definir o objeto de estudo e orientar no caminho do trabalho prático sobre o design gráfico que desenvolvemos, também ele com entrevistas, mas em vídeo.

## 1.1. Teoria Fundamentada

(...) os investigadores que utilizam a *teoria fundamentada* seguidamente iniciam os seus estudos com determinados interesses de pesquisa e com um conjunto de conceitos gerais. Esses conceitos fornecem ideias a serem investigadas e sensibilizam o investigador no sentido de realizar determinados tipos de perguntas sobre o tópico em questão. (Charmaz, 2009, p. 34)

Para pôr em prática a nossa investigação, adotámos o que se entende por *teoria fundamentada*, que segundo Clara Pereira Coutinho (C. P. Coutinho, 2011, p. 303) pode ser compreendida como um processo de descoberta indutiva que permite ao investigador simultaneamente desenvolver a sua perspetiva teórica acerca de um determinado assunto e ir fundamentando esta descoberta na observação empírica dos dados que recolhe. Desta forma, o investigador deverá iniciar o seu projeto de investigação sem ideias preestabelecidas acerca do que será o problema de investigação. A teoria nascerá desta abordagem, será testada e refinada ao longo do percurso de investigação. Ou

seja, este método implica um processo interativo de análise de dados/análise teórica; o objectivo é procurar padrões que serão testados com nova recolha de dados, e assim sucessivamente até à emergência da teoria.

Kathy Charmaz enumera vários aspectos da análise qualitativa sistemática, que segundo a autora, “deveria ter uma lógica própria que pudesse gerar uma teoria” (2009, p. 19). Na sua perspectiva, os comportamentos da *teoria fundamentada* abrangem questões que se devem ter em consideração:

- o envolvimento simultâneo na coleta e na análise de dados;
- a utilização do método comparativo constante, que compreende a elaboração de comparações durante a análise;
- o avanço no desenvolvimento da teoria em cada passo da recolha e análise de dados;
- a redação de memorandos para elaborar categorias, especificar as suas propriedades, determinar relações entre categorias e identificar lacunas;
- a amostragem dirigida à construção da teoria, sem visar a representatividade populacional.

Sobre esta última questão, não é nosso objetivo que os dados da nossa amostra sejam extrapolados para uma caracterização da população em estudo. Tal como Charmaz afirma, na *teoria fundamentada* a amostragem “diz respeito apenas ao desenvolvimento concetual e teórico; ela não tem relação com a representação de uma população ou com a elevação da capacidade de generalização estatística dos seus resultados.” (Charmaz, 2009, p. 140). Assim, pretendíamos que ao olhar para o universo do design gráfico nacional surgisse dos dados recolhidos um caminho que nos levasse a encontrar uma nova teoria ou abordagem sobre a temática. No entanto, o caminho da *teoria fundamentada* tem recuos e avanços onde “algumas das nossas melhores ideias podem acontecer em fases posteriores ao processo e atrair-nos de volta ao campo, visando a obtenção de uma perspectiva mais aprofundada” (Charmaz, 2009, p. 25), sendo frequente o investigador descobrir que o trabalho sugere novas direções analíticas. É, no fundo, uma construção de teoria orgânica, sem que isso seja negativo no desenvolvimento da investigação, ou seja, podemos derivar inicialmente para determinadas concepções, para posteriormente voltarmos aos dados e às análises acabadas noutras áreas. Pretendeu-se que o início da investigação fosse guiado apenas pela

sua problemática e pelas entrevistas exploratórias efetuadas ao grupo focal. Auxiliamo-nos contudo da revisão de literatura para nos complementar ou mesmo permitir uma melhor análise do nosso problema. Segundo Coutinho, “só um tal uso da literatura faz sentido na lógica global de uma abordagem deste tipo.” (C. P. Coutinho, 2011, p. 303).

## 1.2. Entrevistas

A grande vantagem da entrevista é a sua adaptabilidade. Um entrevistador habilidoso consegue explorar determinadas ideias, (...) investigar motivos e sentimentos, coisa que um inquérito nunca poderá fazer. (Bell, 2008, p. 137)

Este projeto, apesar de ter dois conjuntos de entrevistas, dividido em duas fases, uma primeira exploratória e uma segunda mais objetiva e centrada no tema final do nosso trabalho, teve, em ambos os casos, como critério o tipo de entrevistas semiestruturadas. Como Judith Bell (2008, p. 140) refere, este tipo de entrevistas é de grande relevância para detetar os pontos de interesse e tópicos passíveis de serem incluídos na investigação e, assim, circunscrever melhor a nossa área de estudo. Também Raymond Quivy e Luc Van Campenhoudt (2008, pp. 77-79) referem a entrevista semiestruturada como um método de abordagem que permite ao investigador colocar questões de uma forma aberta, orientada por um guião prévio, cuja ordem não é vinculativa. Neste tipo de entrevistas há flexibilidade para introduzir novas questões que sejam suscitadas pelo decorrer da mesma. O entrevistador tem a função de conduzir o entrevistado pelos temas que lhe interessam esclarecer e discutir, mas sem uma formulação rígida de perguntas.

Sabíamos que tínhamos um determinado espectro da disciplina do design gráfico português para investigar e, por isso, utilizámos uma estrutura flexível que, como refere Bell (2008, p. 141), nos permitiu garantir que todos os tópicos considerados cruciais fossem abordados, eliminando assim alguns problemas das entrevistas sem estrutura. Esta fórmula permitiu-nos também decidir a ordem das perguntas, gerindo dessa forma os assuntos abordados até termos consciência do fim da entrevista (Bell, 2008, p. 138).

Foram tidas em consideração as questões da parcialidade, referidas por Bell que alerta para o facto de os entrevistadores poderem, por vezes, influenciar os entrevistados. Assim, tendo consciência que este é um fator difícil de evitar e sendo conhecedores do perigo que isso podia acarretar para a nossa investigação, encetamos todos os esforços para ter um controlo constante sobre a nossa possível parcialidade. Desta forma, em cada entrevista tentámos evitar a existência de ameaças à validade da observação que Coutinho (2011, p. 292) categoriza como desvios e efeitos do observador. A primeira surge quando o entrevistador se torna num foco de interferência no que vê e ouve durante a entrevista, a segunda tem que ver com a possibilidade de o entrevistador se sentir fora do seu ambiente natural e desta forma agir de acordo com o seu estado.

Após as entrevistas exploratórias, todas elas foram transcritas e posteriormente enviadas para os entrevistados, de forma a haver uma verificação e validação da transcrição da mesma, como menciona Bell. Segundo este autor “sempre que possível, a transcrições das entrevistas, particularmente as afirmações que serão usadas como citações diretas no trabalho, devem ser verificadas com o entrevistado.” (Bell, 2008, p. 143). Após a receção de resposta por parte dos entrevistados, foram efetuadas as alterações solicitadas pelo entrevistado, não sendo retirados conteúdos, nem ajustadas formas de os expor. Na sua maioria foram retiradas informações que nada tinham a ver com o estudo que estávamos a efetuar, e que não acrescentavam nenhum tipo de conhecimento a quem as consultasse.

Todas as entrevistas exploratórias foram previamente marcadas com os entrevistados e foram explicados os motivos das entrevistas que pretendíamos efetuar. Sempre que solicitado, os entrevistados tinham acesso ao guião das entrevistas para se prepararem, sem que isso tivesse retirado alguma autenticidade nas respostas dadas. A nossa preocupação era a de que os entrevistados se sentissem o mais confortáveis possível, e serem assim mais descontraídos e reflexivos em torno da temática abordada.

### 1.2.1. Entrevistas exploratórias

As entrevistas exploratórias foram úteis para ter uma consciência dos pontos de vista dos entrevistados, da forma como pensam, interpretam ou explicam a sua posição acerca do contexto deste estudo. Segundo Quivy e Campehnoudt

as entrevistas exploratórias não tem como função verificar hipóteses, nem recolher ou analisar dados específicos, mas sim abrir pistas de reflexão, alargar e precisar os horizontes de leitura, tomar consciência das dimensões e dos aspetos de um problema, na qual o investigador não teria decerto pensado espontaneamente. (2008, p. 81)

Para estruturarmos o guião de entrevistas iremos separar os assuntos abrangidos pelas entrevistas por categorias. Segundo Jorge Ávila de Lima e José Augusto Pacheco (2006, pp. 110-111), estas podem ser inspiradas pelos objetivos ou pelos tópicos de questionamento que foram estabelecidos no guião de preparação das mesmas e, dentro dos percursos abertos, consideram que o investigador pode seguir diversos percursos em função dos quais poderá definir categorias de diferentes tipos. Tendo isso em consideração, sugerimos algumas categorias, que nos permitiram, primeiramente, tentar mapear o universo do design gráfico português. Elas foram:

- Formação;
- Tecnologia;
- Estado do design gráfico em Portugal;
- Processo.

Assim, no vetor da formação pretendemos abordar todas as questões que estivessem relacionadas com o percurso académico e profissional do entrevistado e que caminho trilhou até à sua especialização em design gráfico.

O design por origem está ligado à tecnologia, na sua génese resulta da junção da arte com a engenharia. Desde sempre com forte relação com a industrialização, pretendíamos indagar os nossos entrevistados acerca do seu entendimento sobre o design e a tecnologia. Entendemos ser importante compreender o que pensam da relação do design gráfico com tecnologia e até

que ponto esta condiciona ou facilita o seu processo de trabalho. Demos particular ênfase às tecnologias de informação e comunicação e às ferramentas digitais que ao longo dos seus anos de carreira estes designers tiveram ao seu dispor. Neste vetor, ambicionávamos também perspetivar a relação entre o design gráfico e a tecnologia, mais especificamente do seu afastamento ou aproximação. No tópico tecnologia, inserimos também questões sobre *software*, com o intuito de aprofundar um pouco mais a questão das ferramentas digitais e em particular dos *softwares* utilizados. Procurámos ainda indagar sobre a possibilidade de haver um nivelamento estético dentro de uma mesma geração de designers, motivado pela utilização de ferramentas digitais comuns, ou seja, dos mesmos *softwares* e recursos de manipulação digital de imagem e composição gráfica.

O estado do design gráfico português foi outro vetor abordado neste conjunto de entrevistas exploratórias. Desejávamos conhecer o que os entrevistados entendem sobre o design gráfico português desde a sua caracterização enquanto disciplina até como entendem a sua evolução.

Por fim, abordámos o vetor do processo, onde pretendemos explorar a possível existência de uma forma de pensar e fazer design gráfico que seja nacional. Ou seja, através de uma análise dos testemunhos, procurar pontos comuns nos respectivos processos e metodologias de trabalho adotados e com isto caracterizar uma possível forma de trabalhar da comunidade de designers gráficos.

Assim, iniciámos as entrevistas exploratórias semiestruturadas que nos permitiram obter um conjunto de dados comparáveis. As entrevistas foram conduzidas individualmente e seguindo alguns princípios enunciados por Siedman (2006, pp. 78-94). São eles:

- Ouvir mais do que falar;
- Evitar perguntas fechadas;
- Interromper o mínimo possível, tentando esperar pelas respostas;
- Perguntar coisas concretas;
- Tolerar o silêncio (sinal de que o entrevistado está a pensar);
- Não julgar os pontos de vista do entrevistado. O entrevistador está ali para aprender as perspetivas do entrevistado, esteja ou não de acordo;

- Não discutir ou debater as respostas obtidas. O nosso papel enquanto entrevistadores, seria o de recolher o máximo de informação possível, naquele espaço de tempo.

As entrevistas foram efetuadas a vinte e dois entrevistados e decorreram entre outubro de 2012 e junho de 2015. O grupo de entrevistados estava caracterizado da seguinte forma: naturalidade, género, formação superior específica em design gráfico ou se desenvolvem atividade regular em torno do design gráfico, se lecionam, se exercem a profissão de forma regular e se fazem parte de alguma associação internacional. Esta caracterização poderá ser observada de forma mais sistematizada no capítulo 3.

Como referido anteriormente, as entrevistas exploratórias serviram para adquirir informações que não seriam possíveis de obter através de outra forma de recolha de dados. Serviram também como possibilidade de os entrevistados explicarem o seu ponto de vista e, por conseguinte, era fundamental que esse fosse suportado pelo discurso direto dos intervenientes do design gráfico nacional. Foi estruturado um guião de entrevista tendo em consideração os aspetos mais relevantes para a nossa investigação, tendo ainda em consideração Bell (2008, p. 138) ao não formular perguntas que pudessem vir a influenciar uma resposta (ver capítulo 3).

### 1.2.2. Grupo Focal

De forma a permitir uma comparação entre os resultados, reunimos os entrevistados por grupos, construindo um tipo de amostragem segundo a técnica de amostragem em estudos qualitativos, *Bola de Neve* (C. P. Coutinho, 2011, p. 290). Este tipo de amostragem tem como princípio recolher dados sobre determinada população-alvo, que o investigador pode localizar e, em seguida, pedir aos entrevistados que partilhem informações para localizar outros membros dessa população que eles reconhecem (Crossman, 2014). Seguindo este tipo de procedimento nas nossas entrevistas, foi possível obter um número relevante de referências. Este processo deve ser concluído assim que se esgotem todos os contactos (Crossman, 2014). Desta forma, os primeiros entrevistados sugeriam nomes de pares que, sem a sua referência, poderiam nunca ter sido identificados e considerados para o trabalho

de investigação que efetuámos. Ao fim das vinte e duas entrevistas exploratórias percebemos que já tínhamos o número suficiente de informação para passar para a fase seguinte, uma vez que havia vários nomes que se repetiam. A conveniência também ajudou a determinar os primeiros entrevistados, uma vez que o entrevistador leciona em faculdades de design no Grande Porto e possui canais abertos nessas escolas onde alguns dos entrevistados lecionam.

Segundo Quivy e Campenhoudt existem três categorias de pessoas que podem ser interlocutores válidos. “Primeiro, docentes, investigadores especializados e peritos no domínio da investigação implicado pela pergunta de partida” (Quivy & Campenhoudt, 2008, p. 71). Estes podem auxiliar-nos a obter maior conhecimento sobre a temática, expondo-nos não só os seus trabalhos, mas também a forma como o fizeram. A segunda categoria de interlocutores recomendados para as entrevistas exploratórias é a das testemunhas privilegiadas definidas por Quivy e Campenhoudt como sendo as pessoas com conhecimento da área, neste caso concreto serão os designers gráficos. Finalmente, a terceira categoria, não contemplada nesta fase que são os interlocutores úteis, os que constituem o público a que o estudo diz respeito (Quivy & Campenhoudt, 2008, p. 71).

Assim, a configuração dos grupos para as entrevistas exploratórias assumiu a seguinte configuração:

- Corpo teórico que tenha desenvolvido atividade em torno do estudo do design gráfico em Portugal; **(T)**
- Designers portugueses a exercer em Portugal, que não tiveram formação superior em design gráfico, mas que são reconhecidos pelos seus pares; **(PT1)**
- Designers portugueses que trabalham em Portugal que têm formação superior de design gráfico; **(PT2)**
- Designers gráficos portugueses que façam parte da AGI; **(PT AGI)**
- Designers gráficos portugueses com formação superior obtida em Portugal, que se encontram a trabalhar no estrangeiro; **(PT>EST)**
- Designers gráficos que têm origem estrangeira e que exercem design em Portugal; **(EST>PT)**



### 1.2.3. Exploração das entrevistas exploratórias

A análise de conteúdos, quer seja o único processo de tratamento dos dados numa determinada investigação, quer seja o processo adoptado apenas numa das etapas da pesquisa, fornece um exemplo concreto de algumas das questões a que acabámos de aludir, como esperamos mostrar adiante. (Lima & Pacheco, 2006, p. 106)

A exploração das entrevistas exploratórias iniciou-se com uma leitura fluente das transcrições das entrevistas. Bardin defende que esta leitura estabelece um contacto inicial com os documentos a analisar, uma reflexão contínua sobre os conteúdos, que é mais abrangente, considerando contextos, anotações de campo, observações informais, que finalmente dará origem a um conjunto de primeiras impressões sobre o problema abordado. A partir daí, começa a ser possível obter informações mais precisas: “Pouco a pouco, a leitura vai-se tornando mais precisa, em função de hipóteses emergentes, da projeção de teorias adaptadas sobre o material e da possível aplicação de técnicas utilizadas sobre materiais análogos” (Bardin, 2009, p. 122). Também Quivy e Campenhoudt defendem que “nem todas as entrevistas exploratórias necessitam de uma análise de conteúdo”, sendo “portanto vital para a investigação fecundar as entrevistas com leituras, e vice-versa, dado que é da sua interação que resultará a problemática de investigação.” (2008, p. 81). Esta visão mais geral sobre os documentos, em paralelo com a revisão de literatura, permitiu-nos circunscrever a temática do projeto prático ao *processo*. Uma temática que existia já nas entrevistas exploratórias por ser algo intrínseco à disciplina de design gráfico, por ser personalizado e por variar de designer para designer. A nossa escolha justifica-se também pela verificação empírica de que há uma falta de documentação e registo acerca do que é o processo de design gráfico em Portugal. Os vídeos documentais que pretendemos elaborar procuram preencher essa lacuna e aprofundar um tema que nos pareceu, pelos motivos que enunciamos, relevante.

#### 1.2.4. Entrevistas em Vídeo

Como anteriormente referimos, as entrevistas exploratórias conduziram-nos a uma nova fase do projeto de investigação – o trabalho prático – para isso, estabelecemos novos objetivos e definimos uma nova pergunta de investigação. A fase prática do nosso projeto, circunscrita ao Grande Porto, surge após a identificação da necessidade de reflexão sobre o design gráfico português e dos processos de trabalho através dos seus protagonistas, materializando-se assim num conjunto de entrevistas documentais em formato vídeo.

Para a conceção destas entrevistas sustentamo-nos uma vez mais em Lima e Pacheco (2006, pp. 110-111), pelo que criámos categorias para a criação das perguntas. Desta forma, e tendo como base os vetores utilizados nas perguntas exploratórias, não quisemos fugir à temática e sugerimos algumas categorias, que nos permitiram, primeiramente, tentar mapear o universo do design gráfico português.

Para iniciar as entrevistas vídeo tentámos adaptar o guião das entrevistas exploratórias, alterando-o em alguns aspetos. Desde logo com a exclusão de algumas perguntas que não fariam sentido colocar numa entrevista em vídeo e foi também acrescentada para a entrevista piloto efetuada a Susana Fernando um novo conjunto de perguntas, para reforçar a nova temática. Assim, estes são os vetores utilizados para o primeiro guião das entrevistas em vídeo:

- Formação;
- Tecnologia;
- Designer gráfico enquanto profissional;
- Processo.

No vetor da formação abordamos as questões acerca da formação do designer, desde a sua formação formal à informal. Contemplamos também todas as influências que o entrevistado entenda terem sido importantes para o seu percurso enquanto designer gráfico.

No vetor da tecnologia pretendíamos compreender de que forma esta tem um papel de destaque na forma de ver, pensar e fazer design gráfico. A profissão de designer tem tido evoluções e muitas vezes estas dão-se devido ao surgimento de novos paradigmas tecnológicos. Quisemos por isso conhecer a perspetiva de quem lida diariamente com elas.

Surge um novo vetor em detrimento do anterior Estado do design, o vetor Designer gráfico enquanto profissional. Através desta nova categoria, pretendíamos construir um grupo de perguntas que permitisse ao designer gráfico refletir em relação à sua profissão, sobre a atualidade, futuro e boas práticas do design gráfico.

Por fim, o vetor do processo, e onde introduzimos maiores alterações, uma vez que se tornou o centro do trabalho, pretendíamos de forma exaustiva entender quais as metodologias adotadas pelos designers e quais os pontos comuns com os seus pares.

Como referido anteriormente, o guião para a entrevista vídeo piloto foi adaptado do guião das entrevistas exploratórias para ir ao encontro dos novos objetivos propostos e reforçar a temática agora em estudo – o processo. Após reflexões efetuadas acerca da primeira entrevista em vídeo desenhamos um segundo guião de entrevistas, havendo um reforço do tema processo. Assim, os quatro vetores iniciais foram mantidos, mas alterada a ordem de entrada, sublinhando a importância que o vetor processo passa a ter na composição do novo guião. Os vetores utilizados para o segundo guião das entrevistas vídeo são os seguintes:

- Formação;
- Processo;
- Tecnologia;
- Designer gráfico enquanto profissional.

As entrevistas em vídeo foram, à semelhança das exploratórias, conduzidas individualmente e seguindo os princípios de Siedman (ver página 16).

### 1.2.5. Grupo focal

Para a realização das entrevistas vídeo, tivemos em consideração o universo de referências conseguido nas entrevistas exploratórias e iniciamos a circunscrição ao Grande Porto. Após definido o universo de entrevistados, entendemos que a melhor forma de apresentar uma reflexão sobre o design seria através da polifonia de opiniões. Concluimos então que poderíamos abordar a temática do processo por via geracional e na primeira pessoa, convidando os designers selecionados a explicar o seu processo de design gráfico e desta forma partilhar o seu conhecimento com as novas gerações e mesmo inter pares.

Assim utilizámos como base para a nossa divisão geracional, a divisão apresentada por Rui Mendonça (2007, p. 334) na sua tese de doutoramento que, apesar de se referir apenas aos criadores de cartazes, tinha uma perspetiva transversal à disciplina do design gráfico e ser aplicada ao nosso estudo. Contudo, a sua tese estava direcionada para a FBAUP, na nossa tese alargamos a divisão geracional a outras academias e acrescentamos ainda o impacto da tecnologia na profissão de designer gráfico. Este impacto originou mudanças de paradigmas no processo, e por esse motivo entendemos que não o podíamos ignorar. À divisão proposta por Mendonça foi ainda acrescentado um novo limite temporal, alargando o último intervalo de 2005 para 2015. Foram também considerados para a apresentação desta estrutura fatores de contexto local, como por exemplo as alterações do universo académico que proporcionou uma maior diversidade concetual e formal. Foram então consideradas quatro gerações:

- **Anterior a 1974** A primeira geração, constituída por todos os autores que exerciam design gráfico antes do surgimento do Curso Superior de Design – Artes Gráficas no Porto. Uma geração de artistas e curiosos que se dedicavam às artes gráficas. **(A)**;
- **1974 – 1989** A segunda geração, constituída por todos os designers que concluíram a sua formação superior em Design no intervalo apresentado. A Escola Superior de Belas-Artes do Porto (ESBAP) era a única opção de formação até 1989, ano em que foi fundada a Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos (ESAD). Este intervalo

- integra também a introdução do *Desktop Publishing*<sup>3</sup> (DTP), que surge em 1985 e o ano da Icograda de Israel que apresentou o computador pessoal como a grande revolução da profissão. **(B)**;
- **1990 – 2000** A terceira geração, constituída por todos os designer gráficos que concluíram a sua formação superior no período referido e que já foram educados por um corpo docente maioritariamente composto por designers gráficos. Esta geração já tinha contacto com o computador, apesar de ainda muito inicial, existindo por isso uma forte componente analógica nos seus trabalhos. **(C)**;
  - **2001 – 2015** A quarta geração contempla os designers que foram formados neste intervalo e que já dominam a ferramenta digital. Esta é já uma parte integrante do seu *modus operandis*. São também a geração da web 2.0 e da imagem digital democratizada. **(D)**;

Voltámos a redigir um novo guião<sup>4</sup>, novamente baseado nas indicações de Coutinho, desta feita mais direcionado para o tema do processo de design gráfico, e também para o formato que pretendíamos apresentar no fim desta investigação – a entrevista em vídeo documental.

#### 1.2.6. Análise de dados

Após efetuadas as entrevistas e após a sua transcrição, iniciamos a análise qualitativa das mesmas, começando pela codificação, que como refere Bardin, “corresponde a uma transformação – efetuada segundo regras precisas – dos dados em bruto do texto, transformação esta que, por recorte, agregação e enumeração, permite atingir uma representação do conteúdo, ou da sua expressão.” (Bardin, 2009, p. 129). A análise foi efetuada sob uma perspetiva qualitativa, permitindo, como afirma Bardin, elaborar deduções específicas sobre um acontecimento e a sua abordagem podendo “funcionar sobre *corpus* reduzido e estabelecer categorias mais discriminantes, visto não estar ligada, enquanto análise quantitativa, a categorias que deem lugar a

3 Paginação eletrónica

4 Ver anexo 3

frequências suficientemente elevadas para que os cálculos se tornem possíveis.” (Bardin, 2009, p. 141).

Segundo Bardin (2009, p. 145), a categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação. As categorias são rubricas ou classes, que agregam em si um conjunto de elementos sob um título genérico. Desta forma estruturamos as seguintes categorias temáticas: Formação, Processo, Tecnologia e Designer gráfico enquanto profissional. Criámos também um conjunto de subcategorias que nos permitissem tornar mais precisa a análise dos conteúdos das entrevistas. Ambas estão apresentadas na grelha de análise (ver capítulo 4).

Encetamos uma definição de categorias tendo em consideração as qualidades que Bardin (2009, pp. 147-148) define como sendo necessárias para uma boa categorização:

- A exclusão mútua, em que cada elemento não pode existir em mais do que uma divisão. Assim as categorias foram construídas de forma a que um elemento não seja capaz de gerar dúvidas em relação à sua categorização;
- A homogeneidade em que um único princípio de classificação deve governar a sua organização. “Num mesmo conjunto categorial só se pode funcionar com um registo e com uma dimensão da análise” (Charmaz, 2009, p. 148);
- A pertinência, que corresponde à conveniência da categoria perante o material onde esta está aplicada. As categorias deverão refletir as intenções da investigação;
- A objetividade e a fidelidade sobre as quais tem que existir uma consistente forma de analisar os conteúdos. Assim, a análise foi organizada com base na definição prévia de variáveis e na determinação de que elementos poderão fazer parte das categorias definidas; e finalmente a produtividade, uma vez que pretendemos resultados interessantes, concebemos a grelha de análise para que estas nos proporcionem hipóteses novas bem como dados exatos.

Tivemos em consideração que como refere Bardin, “a inferência – sempre que é realizada – ser fundada na presença do índice (tema, palavra, personagem, etc.), e não sobre a frequência da sua aparição, em cada comunicação individual.” (Bardin, 2009, p. 142). Os objetivos de cada categoria e subcategoria serão explicados na grelha de análise no capítulo 4.

Após a análise e discussão dos dados, demos início à interpretação dos mesmos. Através da edição das entrevistas efetuadas tivemos como resultado uma série de entrevistas, com um episódio por cada designer entrevistado, que apresenta o seu processo através de vídeos com tempo médio de duração de dez minutos.

### 1.3. Síntese conclusiva

Neste capítulo justificámos as decisões metodológicas que tomámos no processo de investigação que efetuámos. Este estudo tem duas fases. Uma composta pelas entrevistas exploratórias e uma outra pelas entrevistas em vídeo. Foram descritas as metodologias específicas ao desenvolvimento das entrevistas exploratórias que foram fundamentais para a definição do objeto de estudo, que se definiu por um trabalho prático sobre o design gráfico português. Foram também apresentadas as metodologias aplicadas às entrevistas em vídeo.

De forma a pormos em prática a investigação, adotámos a *teoria fundamentada*, através da qual a teoria surge ao longo do caminho de investigação (C. P. Coutinho, 2011, p. 303). Para dar início à investigação efetuamos um conjunto de entrevistas a um grupo focal, que se foi formando sob o efeito de *bola de neve*. Assim, os primeiros entrevistados foram sugerindo nomes de outros potenciais entrevistados que pudessem ser importantes para a investigação em curso (C. P. Coutinho, 2011, p. 290). Demos por encerrado este processo de entrevistas quando nos sentimos capazes de reformular a nossa nova pergunta de investigação e orientar o nosso trabalho para o que viria a ser o nosso projeto

prático e final. O grupo focal a que efetuámos as entrevistas exploratórias, foi separado por grupos, que permitiu uma maior confrontação entre os resultados. Assim, os grupos propostos foram: Corpo teórico que tenha desenvolvido atividade em torno do estudo do design gráfico em Portugal; Designers portugueses a exercer em Portugal, que não tiveram formação superior em design gráfico, mas que são reconhecidos pelos seus pares; Designers portugueses que trabalham em Portugal que têm formação superior de design gráfico; Designers gráficos portugueses que façam parte da AGI; Designers gráficos portugueses com formação superior obtida em Portugal, que se encontram a trabalhar no estrangeiro e, finalmente, Designers gráficos que têm origem estrangeira e que exercem design em Portugal.

Foram efetuadas entrevistas semiestruturadas para podermos colocar as perguntas de forma aberta, mas orientadas por um guião estabelecido previamente, cuja sequência da formulação das perguntas não é obrigatória (Quivy & Campenhoudt, 2008, pp. 77-79). Desta forma, foram introduzidas novas perguntas no decorrer das entrevistas, conseguindo assim esclarecer alguns pontos. Para o guião das entrevistas usámos quatro grandes temas para o qual elaborámos um conjunto de questões. Assim, os temas foram: Formação; Tecnologia; Estado do design gráfico em Portugal; Processo. Para a pré-análise das informações recolhidas nas entrevistas, tomámos em consideração as regras de Bardin (2009, pp. 122-124) efetuando leituras flutuantes das entrevistas, que nos indicaram o processo como sendo a temática mais relevante a desenvolver no nosso projeto.

As entrevistas exploratórias serviram também para nos indicar o *corpus* que faria parte do nosso projeto, uma vez que através da sistematização das referências encontradas nas primeiras entrevistas, conseguimos definir um conjunto de designers do Porto, que participou no nosso trabalho prático. Estes designers foram agrupados por gerações, baseadas na estrutura apresentada por Mendonça (2007, p. 334), que nos permitiu uma maior comparação entre os dados obtidos. São elas: Anterior a 1974 (A); 1974 – 1989 (B); 1990 – 2000 (C) e finalmente de 2001 – 2015 (D). Efetuámos um projeto piloto com um guião, que depois de analisados, nos levou à criação de um novo guião. Estes guiões tiveram sempre em consideração a categorização das perguntas para permitir uma maior eficácia na posterior análise das entrevistas. São elas: Formação; Processo; Tecnologia e Designer gráfico enquanto profissional.



Os guiões, foram baseados nas indicações de Siedman (2006, pp. 78-94) relativamente às boas práticas das entrevistas semiestruturadas, agora mais direcionados para o tema do processo no design gráfico portuense e também para o novo formato que pretendíamos – a entrevista em vídeo. Este projeto, uma série em vídeos documentais poderão permitir, através de um processo de análise interpretativa, produzir pensamento crítico e teórico sobre o design gráfico do Porto. Após realização das entrevistas em vídeo, dedicamo-nos à análise e relação dos dados obtidos, que por sua vez foram a base teórica e de conteúdos para a edição final das entrevistas em vídeo.



## 2. Enquadramento Teórico

### 2.1. Design gráfico português

O nosso estudo está enquadrado entre a Revolução de abril de 1974 e o ano de 2015. Foca-se na disciplina de design gráfico e no trabalho do designer, mais concretamente nos seus processos de design. Como afirma José Bártolo (2015b, p. 17), a História é uma construção interpretativa que decorre de uma determinada historiografia. Refere ainda que a historiografia sobre o design em Portugal é escassa e dispersa. Os textos sobre a história do design em Portugal apareceram de forma pontual e tardia, surgindo de forma mais sistemática e consistente na última década do séc. XX. Até ao final do século XX essa produção historiográfica cingia-se ao trabalho de um pequeno número de historiadores de arte, com destaque para José-Augusto França: *A arte em Portugal no séc. XIX*, vol. I e vol. II, de 1967, e *A arte em Portugal no séc. XX*, de 1974, dedicados às manifestações artísticas a nível nacional. Foram os primeiros contributos para a construção da história do design em Portugal, ainda que enquadrados no âmbito da história de arte, não se tratando por isso de um conhecimento específico sobre a metodologia e a prática da disciplina de design em Portugal. Segundo Helena Barbosa (2011, p. 46), este facto reflete provavelmente a (pouca) importância que foi atribuída a esta disciplina no contexto nacional nesse século.

Desta forma, entendemos que existe ainda um amplo espaço para investigação sobre a temática escolhida para este estudo: o processo do design, uma vez que é fundamental no exercício do design gráfico, e que é através dele e das suas metodologias que o designer aborda os problemas com que se depara. Existem publicações especializadas sobre designers portugueses, onde são exibidos trabalhos sob uma perspectiva de portefólio, onde o designer é

apresentado pelo seu trabalho final, sem a existência de uma reflexão procesual em torno do seu trabalho. Perante este quadro, entendemos que podíamos contribuir para uma melhor compreensão dos processos dos designers gráficos portugueses, mais concretamente no Grande Porto.

Vários são os autores que, de forma sistemática, têm referido a uma carência em termos do estudo de design gráfico. Barbosa (2011, p. 13), na sua investigação sobre cartazes desde o séc. XVII ao séc. XX, refere-se a uma lacuna na área da história do design gráfico português. Ainda que, segundo Barbosa, tenham sido já encetados alguns estudos e artigos sobre o tema, que configuraram um esforço para organizar, em termos cronológicos, esta temática, mas também permitiram iniciar uma sistematização dos momentos, trabalhos e autores. Exemplos disso são “o artigo de Rui Afonso Santos de 1995, *O design e a decoração em Portugal: 1900-1994*; a coletânea *100 anos de design português*, conjunto de artigos redigidos por vários autores e presente no *Anuário 2000: Tempo do design* do Centro Português do Design de 2000; a tese de doutoramento de Vítor Manaças de 2005, *Percursos do design em Portugal*; a tese de doutoramento de Margarida Fragoso de 2008, *Formas e expressões da comunicação visual em Portugal: contributo para o estudo da cultura visual do século XX, através das publicações periódicas*, e a mais recente publicação de Helena Souto de 2009, *História do design em Portugal I: Reflexões*.” (Barbosa, 2011, p. 46).

Vários são os estudos realizados no século XXI e que deram um contributo para que o design gráfico nacional fosse reconhecido na sociedade portuguesa. Um desses exemplos é o trabalho de investigação de Robin Fior, na Universidade de Reading, com o tema *Sebastião Rodrigues and the development of modern graphic design in Portugal*. Fior (2005) apresenta a obra de Sebastião Rodrigues, passando por toda a sua carreira em paralelo com o panorama nacional. Para isso, Fior vai utilizar os trabalhos mais marcantes de Rodrigues e, através deles, vai analisar o seu domínio da iconografia e as técnicas da sua reprodução. Um outro estudo que auxilia no reconhecimento do design gráfico português é o de Maria João Bom de 2012, *A práxis no design gráfico de Robin Fior e contextos*, contribuindo para uma tentativa de pôr a descoberto as questões estéticas, sociais e políticas que constituíam a base da forma de pensar de Sebastião Rodrigues, de modo a perceber como as utilizava para construir o seu trabalho (Bom, 2015, p. 29).

Helena Barbosa, Rui Mendonça e Joana Alves Santos contribuíram também para o estudo da história do design gráfico nacional e regional, ao apresentarem estudos sobre o cartaz. A primeira apresenta *Uma história do design do cartaz português do século XVII ao século XX*, onde pretende analisar e compreender as linhas de força da evolução da comunicação visual em Portugal nesse período. Já o segundo, *O cartaz e a Escola: Um estudo centrado nos autores e no curso de design das Belas Artes do Porto*, aborda o tema numa visão centrada na Escola de Belas Artes do Porto. Também Santos, na sua dissertação *O design de cartaz político no Porto (de 1974 a 1986): Um estudo*, efetua uma análise, tendo como objeto de estudo o cartaz político portuense no período referido.

*O Design de embalagem em Portugal no século XX: Do funcional ao simbólico – O estudo de caso da Saboaria e Perfumaria Confiança*, é um estudo de Nuno Coelho que acompanha todo o século XX que, segundo o autor (Coelho, 2013, p. 9), consolidou o design gráfico como disciplina autónoma e conheceu o aumento exponencial e global do consumo privado. É neste contexto que Coelho estuda a *Saboaria Confiança* e a atual revalorização do universo gráfico industrial. Pedro Almeida, em *Brand Archives: The rescuing of locally specific brand imagery as a graphic design response to the globalization of visual identity*, aborda uma outra marca, a *Sanjo*, onde apresenta exemplos paralelos de marcas que foram fortemente influenciadas ou até mesmo controladas pelo governo no passado e agora operam de forma independente. Tal como acontece com o caso da *Sanjo*, o estudo comparativo investiga e chama a atenção para a relação entre a perda de memória histórica e a globalização da identidade visual. Apesar de serem exemplos que têm o seu foco de investigação do design numa perspetiva industrial, contribuem para uma compreensão do estudo do design gráfico no nosso país. Outros ainda, como Victor M. Almeida com a tese *Design em Portugal, um Tempo e um Modo: A institucionalização do Design Português entre 1959 e 1974*, trazem à luz algumas perspetivas sobre o design gráfico, não numa vertente de portefólio, mas numa vertente de perceção da forma como se institucionalizou esta disciplina no nosso país.

Numa abordagem não académica, podemos acrescentar o livro coordenado por Emílio Távora Vilar, *Design et al*, que compila dez perspetivas de diferentes autores “sobre a realidade do design, enquanto disciplina e enquanto atividade, enquadrada criticamente a partir das suas principais vertentes” (Vilar, 2014, p. 10). Este livro não tem uma vertente historicista,

como os anteriormente apresentados, mas sim o objetivo de suscitar alguma reflexão sobre o design. E ainda a revista *Pli – Arte e Design*, editada pela ESAD IDEA – Investigação em Design e Arte, que pretende contribuir para a produção de conhecimento novo ou para o alargamento das perspetivas críticas de abordagem ao design português, no âmbito da teoria, da história, da ética e da política.

Numa perspetiva de sistematizar a História do Design em Portugal, surge em 2009, através das Edições do Instituto de Arte, Design e Empresa (IADE), uma publicação da autoria de Maria Helena Souto, onde esta procura refletir sobre o desenvolvimento do design em Portugal, tendo como ponto de partida as experiências pioneiras do Século XIX. (Souto, 2009). Também a coleção *Design Português*, coordenada por Bárto, “surge para dar resposta a um vasto universo de interessados pelo design nacional e com o objetivo de colmatar a quase ausência de obras de referência sobre a história do design contemporâneo em Portugal” (Bárto, 2015b, p. 96). Esta publicação pretende oferecer ao leitor uma perspetiva, através do design, da história sócio cultural de Portugal contemporâneo narrada pelos objetos do dia-a-dia. Passa em revista um intervalo que está compreendido entre os anos de 1900 e 2015 e está dividida em 8 volumes – 6 volumes em intervalos temporais de 20 anos e 2 volumes de cronologias. É uma história do design português, não sendo por isso específica do design gráfico nacional, abordando inclusivamente outras áreas da disciplina do design, como interior, produto, moda, entre outros.

A coleção *D*, desenvolvida através do conceito de Jorge Silva, pretende ser uma coleção dedicada ao portefólio de designers nacionais. É, na sua essência composta por “monografias visuais, que pretendem ser um primeiro encontro com a rica mas ainda mal estudada história do design português, sublinhando a sua excelência e importância no presente e no futuro do ensino e prática do design” (Silvadesigners, 2011). Nesta coleção foram já apresentados o atelier R2, Victor Palla, Pedro Falcão, Paulo-Guilherme, Marco Sousa Santos, Fred Kradofer, Fernando Brízio, Luís Miguel Castro, João da Câmara Leme, Roberto Nobre e Carlos Guerreiro. Uma vez mais, não se trata de uma coleção que verse apenas o design gráfico, mas sim todas as áreas disciplinares do design, nomeadamente gráfico, produto, moda, publicidade, ilustração, entre outras.

Durante o ano de 2016 foi lançada a *Coleção de Designers Portugueses*, coordenada por Bárto. Segundo o coordenador do projeto, a coleção foi “desenvolvida com o objetivo principal de divulgar, junto de um público alargado, o trabalho de designers relevantes para a compreensão da evolução histórica do design português, desde o início do século XX aos nossos dias” (Bárto, 2016a, p. Prefácio). Uma investigação crítica e documental que pretende criar diálogos entre o trabalho efetuado pelo designer e a sua contextualização. Nesta coleção os designers João Machado, Daciano da Costa, Sebastião Rodrigues, João Abel Manta, José Brandão, Pedro Silva Dias, Jorge Silva, José Albergaria, João Nunes, Francisco Providência, Ana Salazar, Toni Grilo e Bernardo Marques são apresentados. Bárto refere que não pretende “que da coleção resulte uma compreensão exclusiva da história do design português como uma história heroica” (Bárto, 2016a, p. Prefácio) mas que se destaque a dimensão autoral onde se dá a conhecer a obra e as suas circunstâncias. Esta coleção versa principalmente sobre o design gráfico, não sendo ainda assim exclusiva desta disciplina do design.

Algumas obras monográficas editadas pela Fundação Calouste Gulbenkian contribuíram também para um maior conhecimento do design gráfico nacional. São apresentadas obras biográficas, onde se expõe o trabalho do designer. Nestas edições foram já apresentados Sebastião Rodrigues, Sena da Silva e também José Brandão (Daciano da Costa faz também parte deste conjunto, mas por ser mais direcionado para a arquitetura e design de interiores e produto, não iremos discorrer sobre o mesmo). Manuel da Costa Cabral, no seu texto introdutório ao catálogo de Sena da Silva, refere que “estas edições tornaram-se indispensáveis para o conhecimento da história do design em Portugal e constituem já leitura obrigatória para as novas gerações” (B. Coutinho, 2009, p. 7). No primeiro caso, o de Sebastião Rodrigues, apresenta-se o catálogo de uma exposição que teve como comissário José Brandão, e que esteve patente na Fundação Calouste Gulbenkian em 1995. A exposição da qual resultou este catálogo, relacionada com a *Icograda’95* em Lisboa, “pretendeu ser uma homenagem e uma ocasião de reflexão sobre a obra imensa e radicalmente inovadora de um grande Artista, a quem devemos muito do trabalho e da educação do nosso olhar” (Tamen, 1995, p. 7). O trabalho de Sena da Silva é também celebrado com um catálogo sobre a sua vida e obra. Este catálogo expõe todo o trabalho de Sena da Silva, não só o arquitetónico, mas também o seu trabalho gráfico. Segundo Bárbara

Coutinho, coordenadora deste projeto editorial, Silva era “um criador universal, segundo a tradição renascentista” (B. Coutinho, 2009, p. 11). Já o projeto editorial coordenado por Aurelindo Jaime Ceia “aborda a vida e obra de José Brandão, pela importância do seu trabalho em Portugal – em si mesmo e como plataforma significativa para o entendimento dos caminhos do nosso design, particularmente no pós-25 de abril” (Ceia, 2014, p. 9). Ainda sobre as monografias, de referir a publicada pela Editora Campo da Letras sobre o designer português João Machado. Uma publicação que enquadra o trabalho do autor através de um texto introdutório da autoria de Bernardo Pinto de Almeida, que faz uma apresentação do trabalho desenvolvido por este autor.

Como demonstração da importância do design na sociedade contemporânea portuguesa, a Secretaria de Estado da Cultura e o Ministério da Economia decidiram declarar o ano 2015 como *Ano do Design Português*. Este ano serviria, segundo a comissária deste evento, Guta Moura Guedes (2014), para efetuar um levantamento e uma sistematização do design nacional, dos seus protagonistas e, a partir daí, proceder à partilha desses dados e à sua comunicação à escala nacional e global. Segundo Barreto Xavier, Secretário de Estado da Cultura à época, “O design é, hoje, uma disciplina transversal, com influência determinante em múltiplas áreas da sociedade. Nunca houve tanta procura por design, por parte do sector público, das empresas e da sociedade civil, como motor de inovação e catalisador de soluções para problemas económicos e sociais.” (Xavier, 2014). Também António Pires de Lima, Ministro da Economia, afirmava que o *Ano do Design Português* era uma iniciativa com o “objetivo central de afirmar o design nacional como uma área-chave para o desenvolvimento de Portugal enquanto país inovador e contemporâneo” (Lima, 2014). Assim, de entre todos os eventos efetuados nesta celebração, podemos destacar o site do *Ano do Design Português*, que serve também para integrar a Programação Oficial mas também como uma plataforma participativa que vai possibilitar um mapeamento do design português, dentro e fora do território nacional. Um arquivo que se constitui como a primeira base de dados e montra do design nacional. Ainda dentro da programação oficial, serão lançadas *Portugal by Design* – livro e aplicação. Jorge Silva será o responsável por este livro, selecionando os autores, fazendo o design da publicação e criando, segundo o autor, “um dos retratos possíveis do design nacional através de uma abordagem com um registo fotográfico de informalidade e ritmo que relaciona as obras com o contexto onde são consumidas e produzidas” (D/Pt, 2015).



Dentro do registo audiovisual, Isabel Lopes Gomes, jornalista e apresentadora do magazine cultural *Estação das Artes*, apresenta em 2016 um projeto televisivo, o magazine de design *Design PT*. Segundo a autora este é um magazine cultural que tinha como objetivo “privilegiar a informação visual e direta do design português, bem como difundir notícias sobre o design feito em Portugal, seja no domínio de marcas, produtos, da comunicação e das pessoas, nomeadamente os seus principais criadores e agentes, seja no campo da reflexão e do ensino da disciplina” (Gomes, 2016). Neste programa que contou com treze episódios, Gomes efetuou um registo transversal sobre todas as áreas do design. Contou ainda, dentro do magazine, com a rubrica *no estúdio*, onde entrevistou designers gráficos portugueses e os convidou a apresentar o seu atelier. Foram entrevistados neste programa designers como Eduardo Aires, R2, João Faria, Andrew Howard, João Machado, Pedro Falcão, Barbara Says..., Jorge Silva, entre outros.

De referir ainda dois vídeos de *O atelier*<sup>8</sup>, um projeto do designer de comunicação Leonel Brites que apresenta duas entrevistas efetuadas a dois ateliers portugueses. Brites pretende, através destes registos, retratar “o quotidiano vivido no atelier de design gráfico” (Brites, 2013b). Este trabalho possibilita uma reflexão sobre a temática da autoria e da forma como ela é vivida no dia a dia de um gabinete de comunicação. Assim, o primeiro vídeo, *O quotidiano do atelier de Silva! Designers*, de 2013, foca o trabalho desenvolvido e, através de Jorge Silva, apresenta um conjunto de reflexões sobre a importância da autoria do trabalho do seu estúdio e de que forma este se relaciona com ela. O segundo, *A autoria no atelier FBA*, de 2013, apresenta o quotidiano do atelier de João Bicker e de Alexandre Matos (FBA), e versa sobre a questão da autoria dos trabalhos do seu estúdio. (Brites, 2013a). Segundo o autor, estes vídeos estão “organizados sem uma sequência ou estrutura fixa, os episódios servem sobretudo para deter um olhar sobre o que se passa do lado de lá do atelier, num enfoque mais completo sobre o processo e a prática do design gráfico contemporâneo” (Brites, 2013b). Este projeto de 2013 parece ter sido descontinuado, uma vez que não foi acrescentado nenhum novo material audiovisual desde novembro desse mesmo ano.

8 Os vídeos podem ser visualizados em: <https://vimeo.com/oatelier>

Um outro exemplo audiovisual surge pelas mãos de Paulo Seabra, responsável pela realização de dois documentários sobre a temática *Estética, Propaganda e Utopia no Portugal*. Os documentários registam dois períodos distintos da História de Portugal. O primeiro representa o período do Estado Novo (Seabra, 2012a, 2012b), na pessoa de António Ferro, o diretor da propaganda de António de Oliveira Salazar. Seabra distancia-se das posições políticas do Regime e procura apresentar uma visão com isenção e rigor sobre a vida deste homem, inserido no seu tempo. Já o segundo documentário aborda a questão do pós 25 de Abril de 1974 (Seabra, 2014), onde a estética e propaganda estão ligadas mais significativamente aos suportes políticos de produção rápida e, muitas vezes, com orçamentos muito reduzidos, como é o caso dos murais políticos desse período.

No ano de 2015, associado à exposição *Analógico Humano Digital*<sup>9</sup> que juntou dez estúdios de design de Portugal e do Brasil, surgiu um conjunto de vídeos do *Canal 180* em parceria com a *Shutterstock*. Neles, designers portugueses e brasileiros apresentam as suas visões e ideias sobre o tema: transformar o mundo analógico em digital. Como será o futuro? Estes vídeos de cinco minutos olham para o trabalho desenvolvido pelos designers de um ponto de vista de portefólio e com a perspetiva da exposição *Analógico Humano Digital*. Foram convidados de Portugal os R2, Epiforma, DStype, Atelier D'alves, This is Pacifica, Non-Verbal, Bolos Quentes e Silvadesigners. Do Brasil foram convidados o Estúdio Pum e DMTR.org.

Mais recentemente, em fevereiro de 2016, os editores da revista alemã *Slanted* fizeram uma revista dedicada exclusivamente a Portugal, para analisar o trabalho de design da atualidade. Viajaram de Lisboa até ao Porto, passando por Coimbra, conversando com vinte e sete estúdios de design, retratando um conjunto de estúdio abrangentes, “que fornecem uma imagem vívida e *up-to-the-minute* da cena do design nacional<sup>10</sup>” (Harmsen & Kahl, 2016). Algumas entrevistas foram registadas em formato vídeo, que podem ser

9 Os vídeos podem ser visualizados em: <http://www.shutterstock.com/features/analogicohumanodigital/>

10 The Slanted team met 27 design studios and produced comprehensive studio portraits, which provide a vivid and up-to-the-minute picture of the scene.

vistas online<sup>11</sup>. A presença de uma revista internacional em Portugal, a dedicar-lhe um número exclusivo a, poderá demonstrar que o design português começa a ter mais reconhecimento a nível internacional.

## **2.2. Breve história do design gráfico português: Do Estado Novo à contemporaneidade**

Tendo como ponto de partida o que já foi escrito e estudado sobre o design gráfico em Portugal, contando com os contributos das obras atrás mencionadas e de outras que adiante se referem, consideramos pertinente apresentar um breve resumo da história do design gráfico português, estabelecendo, sempre que possível, uma perspetiva sobre o Grande Porto. Este breve resumo está compreendido entre o período do Estado Novo – que apesar de não fazer parte do nosso período de estudo, permitiu a formação de uma consciência do design gráfico –, até à atualidade.

O trajeto histórico que ocorreu no século XX em Portugal foi revelador de um sistema social que estava em grande transformação.

*No domínio visual, as manifestações da evolução de um complexo cultural em permanente mutação divulgaram uma época de acontecimentos extremos que se exprimiu desde as formas estabilizadas do início do século às múltiplas e efémeras formas da comunicação visual da atualidade. (Barbosa, 2011, p. 13).*

Portugal celebrou em 2014 os quarenta anos do fim da ditadura do Estado Novo (1933-1974), um regime opressivo e autoritário que tomou conta dos destinos da nação e que, chefiado por António de Oliveira Salazar, aplicou um sistema fascista. A implementação deste estado nacionalista teve como consequência a pouca abertura do país a novas ideias e influências vindas do estrangeiro, que se faz notar, entre outros sectores, no das artes e do design.

11 Os vídeos podem ser visualizados em: <http://videos.slanted.de/portugal/>

Assim, o “Estado Novo não se limitaria a ser mais um regime político, mas a tradução institucional e ontológica do verdadeiro destino da Nação. Atacá-la era pô-la em causa: ‘tudo pela Nação, nada contra a Nação!’” (Mattoso, 1998, p. 259). O Estado aspirava a “regenerar e formar espíritos de acordo com as suas certezas indiscutíveis, a pedagogia de inculcação ideológica simultaneamente impositiva, formativa e repressiva” (Mattoso, 1994a, p. 292).

O regime estava de tal forma empenhado em construir uma imagem padrão do *viver português* que, em 1934, surge pelas mãos de António Ferro<sup>12</sup> o decálogo do Estado Novo, bem como um conjunto de cartazes que se intitulavam *A Lição de Salazar*, onde eram apresentados um conjunto de princípios que tinham como finalidade educar a população portuguesa. Um dos momentos construídos pelo Estado foi a Exposição do Mundo Português de 1940, que celebrava o duplo centenário da Fundação e Restauração de Portugal. Esteve patente durante o período da Segunda Grande Guerra e funcionava como “símbolo emblemático do período áureo do regime e da sua propaganda” (Mattoso, 1994a, p. 294). Para esta exposição, o Secretariado da Propaganda Nacional (SPN) contou com a participação de vários autores que se tornariam referências no design português. São eles Thomaz de Mello (Tom), Emmerico Nunes, Bernardo Marques, José Rocha, Fred Krafolfer e Carlos Botelho, entre outros. Segundo Tom, numa intervenção no ciclo de conferências *Falando do Ofício*, realizado em 1986 pela Sociedade Tipográfica, este projeto conseguiu em alguns meses formar “mais profissionais que qualquer escola em anos de teoria” (Tipográfica, 1989, p. 30), referindo ainda que até esse ano de 1986, a Exposição do Mundo Português tinha sido a mais espetacular exposição alguma vez realizada em Portugal.

Antes da revolução de 1974, que depôs o regime até então instituído, existiam já designers de comunicação em Portugal, uma geração marcante que determinou as bases conceptuais e estéticas do ofício<sup>13</sup>. O design gráfico, que

12 Jornalista e político, que seria uma das personagens centrais da propaganda do novo regime, nomeadamente durante o período (1933-1950) em que assumiu a chefia do Secretariado Propaganda Nacional (SPN).

13 Expressão baseada na exposição / catálogo comemorativa dos 50 anos da Sociedade Tipográfica, S.A. editado em 1989 pela mesma Sociedade. (Tipográfica, 1989)

neste período era ainda influenciado pelas gerações anteriores de artistas-decoradores portugueses, seguia de perto os programas dos movimentos artísticos quer nacionais, nas suas diferentes manifestações, quer ainda dos que vinham do estrangeiro.

Apesar de existirem nomes importantes do panorama do design gráfico nacional com ligações ao Estado Novo por via do SPN/SNI, será, também, na vertente contra cultural que se movimentarão aqueles que, tal como Victor Palla e Sebastião Rodrigues, sob uma atmosfera de modernidade legitimada pela premência de mudança da sociedade portuguesa, darão, nos anos 60, fortes contributos para a alteração do programa modernista português. (V. M Almeida, 2009, p. 20)

A prática dos designers nacionais confundia-se com a dos arquitetos e a dos artistas plásticos, um cenário de indefinição que designers portugueses encontram, numa altura em que já se vislumbra a autonomia da profissão. Assim, empenharam-se na “conquista de um espaço autónomo, bem como, no contexto das profissões cujas disciplinas tinham no projeto a sua expressão natural, no reconhecimento social do designer.” (Bártolo, 2015c, p. 21).

Na cidade do Porto, antes da revolução de 1974, e segundo Rui Mendonça

As artes gráficas tinham uma tradição visível através de autores de nome reconhecido, que desenvolveram trabalho sob encomenda de instituições como o Secretariado Nacional de Informação (SNI), a Agência Geral do Ultramar ou a Fundação Calouste Gulbenkian. Relativamente ao norte (Porto), o sul (Lisboa) levava vantagem, então, no que respeita às Artes Gráficas, mas também ao ensino do Design. Exemplo disso foi a criação do IADE em 1969. (Mendonça, 2007, p. 54)

Segundo Dario Alves, na entrevista a Joana Alves Santos, o design gráfico na cidade do Porto, seguindo o padrão nacional, “era indiscriminadamente feito por pintores, escultores e outros. Nestes outros podiam ser incluídos alguns autores com ou sem formação superior em pintura ou escultura mas

cuja forma de expressão estava muito mais próxima das chamadas artes gráficas” (J. A. Santos, 2013, p. 260). Armando Alves, também entrevistado por Santos, refere no mesmo sentido que neste período “as coisas estavam muito no começo do desenvolvimento que as artes gráficas vieram a ter posteriormente. Havia pouca gente a trabalhar nesta área” (J. A. Santos, 2013, p. 248), referindo também que os que o faziam eram artistas que trabalhavam nas tipografias e nas litografias. Neste período, a presença de arquitetos e artistas plásticos era transversal a todas as áreas do design gráfico. No Porto destacavam-se como artistas gráficos “José Rodrigues, Ângelo de Sousa, Domingos Pinho, Manuela Bacelar, Jorge Pinheiro, João Machado, Dario Alves e porventura alguns outros que acompanhavam a produção contemporânea nessa matéria.” (J. A. Santos, 2013, p. 260). De realçar ainda Armando Alves, também ele artista plástico, que desde cedo se dedicou à prática (colaborando em diversos projetos gráficos) e também ao ensino das artes gráficas na Escola Superior de Belas Artes do Porto (ESBAP). Nesta última, Alves foi um grande impulsionador do design gráfico, quando, em 1962, assumiu a cadeira de Pintura Decorativa e a transforma numa introdução às Artes Gráficas, onde vai desafiando os seus alunos com diversas propostas de trabalho, como capas de livros, capas de discos ou cartazes” (Mendonça, 2007, p. 56). A exposição de Armando Alves, em 1964, na ESBAP, “tornou-se um marco na cidade visto que, não estando ainda implementado este curso de design na escola, os trabalhos gráficos selecionados para a exposição tornaram-na pioneira da disciplina nesta cidade.” (J. A. Santos, 2013, p. 49).

Apesar de o design gráfico começar a ter algum reconhecimento, só em 1971 estão criadas as condições para se apresentar a 1ª *exposição de Design Português*, organizada pelo Instituto Nacional de Investigação Industrial (INII), que se realizou em Lisboa na antiga Feira Internacional de Lisboa (FIL), e no Porto, no Palácio da Bolsa, no mesmo ano. “Esta mostra permitiu relançar a atividade e os objetivos do Núcleo sintetizados na ‘divulgação dessa nova técnica industrial’ e no ‘design industrial honesto’ ambos considerados como fatores importantes da economia nacional.” (V. M Almeida, 2015, p. 88). É também no ano de 1971 que o design obtém em Portugal, segundo Sena da Silva, “a sua certidão de registo civil” (2001, cit. by Fragoso, 2012, p. 66). Segundo Fragoso (2012, p. 66) ser designer “é agora a identidade profissional cuja atividade compreende o projeto, a intenção do encontro de respostas para problemas concretos. Artistas gráficos, desenhadores, decoradores, ilustradores,

paginadores, criativos e outros profissionais de diferentes ofícios que trabalharam empenhados no encontro de respostas adequadas aos desafios que tiveram que enfrentar”, um contributo para a consolidação da profissão, atendendo à utilização rigorosa e metodológica do design que é dado para o estabelecimento das bases de legitimação e de hegemonia profissionais. A 2ª *exposição de Design Português*, que ocorre no ano de 1973 e desta vez patente apenas em Lisboa, correspondeu a uma repetição melhorada da exposição anterior. Segundo Bártolo (2016b, p. 60), “os organizadores do espaço expositivo pensavam que era importante que a exposição pudesse atuar como um testemunho sobre o design feito em Portugal<sup>14</sup>”.

A partir de abril de 1974, e com a implementação da democracia, assistiu-se ao surgimento de uma grande diversidade e quantidade de objetos gráficos, sem paralelo na sociedade portuguesa. Podemos tomar por exemplos disso os “jornais e revistas, capas de discos e de livros, os inúmeros murais espalhados pelo país, os cartazes de divulgação cultural e de propaganda partidária ou ainda os do Movimento das Forças Armadas (MFA) e da Comissão de Eleições.” (V. M Almeida, 2015, p. 35). Podemos assim dizer que a análise do design gráfico em Portugal, na última metade do século XX, integra dois estádios na comunicação gráfica: o primeiro que percorrerá grande parte do Estado Novo e um outro, que será posterior à Revolução de abril de 1974, já com o país em democracia, sobre o qual nos debruçaremos em seguida.

## **25 Abril 1974**

Com o término do regime do Estado Novo e a abolição da censura, houve uma mudança radical no sistema político, permitindo a emergência de novos rumos e ideologias. Portugal é marcado por um complexo processo político: a evolução de abril de 1974. Segundo Boaventura Sousa Santos, deu-se uma rutura que “consistiu na criação, ou melhor, na explosão do movimento social popular” (B. S. Santos, 1990, cit. by Mattoso, 1994b, p. 9), que segundo

14 The organizers of the exhibitiv space thought it was important that the show could act as a statement about the design made in Portugal.

o mesmo autor, seria o mais amplo e profundo da história europeia do pós-guerra. Um processo revolucionário que decorreu durante um período longo, 1974 e 1976, onde existiram revoltas, contrarrevoltas até à estabilização política social no ano de 1976. Após a revolução de abril, já no período do Processo Revolucionário em Curso (PREC), a produção gráfica mais significativa surge associada à exploração de suportes de divulgação democráticos, de produção rápida e de baixo orçamento.

Foi um período socialmente conturbado, mas também o momento que veio permitir às Escolas Superiores de Belas Artes de Lisboa (ESBAL) e do Porto (ESBAP) a abertura de um novo curso. Mendonça (2007, p. 69) refere-se àquele período, na cidade do Porto, como o momento mais oportuno para o surgimento do curso de Design (Arte Gráfica). Neste contexto, os primeiros passos, ainda que incertos ou sujeitos a contradições, eram de grande significado. Uma nova geração de designers iria surgir com a revolução de abril, uma geração com uma formação mais relacionada com o exercício da profissão e com a atividade do Design em Portugal. Em 1976, com o principal objetivo de representar os designers seus associados, e promovendo níveis de competência e integridade profissional, é fundada a Associação Portuguesa de Designers (APD), de âmbito nacional e sem fins lucrativos.

No fim desta década, em 1978, é inaugurada a exposição *Artes Gráficas e Design na República Federal da Alemanha*, no Museu Nacional de Soares do Reis (MNSR), no Porto. Uma “oportunidade de ver artefactos vindos de uma realidade diferente: enquanto localmente se davam os primeiros passos, compreensivelmente tímidos, irregulares, a origem da exposição era já organizada e madura.” (Mendonça, 2007, p. 91). No ano letivo de 1978/79 a ESBAP terá o seu primeiro docente já com formação superior em design gráfico. Jorge Afonso, que segundo Mendonça, veio a tornar-se uma referência coletiva pelas características particulares referidas pelos seus pares e também “pelo contraste que a sua formação em design desencadeava relativamente aos seus colegas artistas no contexto da docência” (Mendonça, 2007, p. 95) nomeadamente, como refere Helena Sofia Silva (2015, p. 21), pela forma como construíra um discurso sobre a importância da tipografia. Jorge Afonso refere este período pós-revolucionário no Porto como um momento em que “toda a gente queria ter empresas, queriam ter a sua identidade. Havia muito trabalho, era uma altura de grande expansão” e, segundo ele, “começaram a



surgir jovens com uma atividade muito interessante e que foram revolucionar e que foram renovar totalmente o panorama, digamos da comunicação gráfica em Portugal” (Comunicação pessoal, 18 jun, 2015).

### **Anos 1980**

No final da década de setenta, ainda no rescaldo dos tempos revolucionários do PREC, o contexto cultural nacional reconfigura-se, permitindo que progressivamente surjam novos protagonistas e novos contextos que caracterizarão a década de 1980. Em Portugal, esta década, segundo João Fernandes, representa o final de um isolamento a que a ditadura e os anos pós-revolução pareciam ter confinado o país. (Fernandes, 2006, p. 8) No campo do design, por exemplo, este será o período em que é criado, em 1985, o Centro Português de Design (CPD).

É ainda nesta década de 1980 que Portugal conhece uma nova fase impulsionadora de industrialização com a adesão à Comunidade Económica Europeia (CEE) em 1986, que será um momento de grande importância quer na nossa história social e política contemporânea, mas também, e por consequência, na história do design. Será um período de grandes crescimentos em que, quer económica quer socialmente, o país irá convergir para os padrões dos seus parceiros europeus. Exemplos disso são o aumento do poder de compra, a liberalização dos *media* e o acesso à cultura (H. S. Silva, 2015, p. 27). Esse aumento exponencial e global do consumo privado, vai permitir que o design gráfico se consolide enquanto disciplina autónoma (Coelho, 2013, p. 9).

Após os anos dos murais anónimos, das intervenções urbanas de coletivos artísticos entre outras manifestações artísticas, o design começa por assumir uma nova gramática através de uma continuidade das vanguardas dos anos setenta (Bártolo, 2015d, p. 5). Assim, como refere Fragoso (2012, p. 134), se até aos anos oitenta, as formas, apesar de não serem estanques, eram estáveis, e por essa razão podíamos atribuir-lhes um determinado estilo ou situá-las em determinado espaço temporal, a partir do pós-modernismo passaram a coexistir várias tendências estéticas e movimentos de vida efémera que se traduziram num panorama de ecletismo muito grande.

No Porto, o design gráfico conhecia uma fase de interessante renovação, com designers ligados às Belas-Artes, como Armando Alves e João Machado, ambos com formação artística, a envolverem-se ativamente na promoção da disciplina. No contexto académico estes últimos serão uma referência para as gerações seguintes que estudaram na ESBAP, mas também que exerceram design gráfico no Porto. Existia alguma contaminação entre as belas-artes e o design, que se apresentou de forma “particularmente expressiva durante toda a década de oitenta.” (H. S. Silva, 2015, p. 21). É ainda, em 1983, no MNSR, que se realiza a *Grafisporto 83: Mostra de Artes Gráficas*. Esta exposição, concebida pela Delegação Regional do Norte do Ministério da Cultura (DRNMC) pretendia “contribuir para um maior conhecimento público do excelente trabalho do domínio das Artes Gráficas que é tradição honrosa da cidade do Porto” (Feijó, 1983, p. 1). Esta mostra apresentou-se nas seguintes categorias: o cartaz, o livro ilustrado (sendo que neste último só era contemplada a ilustração) e o concurso.

Na segunda metade desta década, no ano de 1986, a Sociedade Tipográfica, na celebração dos seus 50 anos, realiza a exposição *Ver as Artes Gráficas* que pretendia mostrar trabalhos gráficos de artistas convidados, de forma a que estes conseguissem apresentar o seu percurso. Foi também apresentado um ciclo de conferências intitulado *Falando do Ofício*, onde os designers presentes na exposição – Thomaz de Mello, Fernando de Azevedo, Victor Palla, Lima de Freitas, Octávio Clérigo e Sebastião Rodrigues – tomavam a palavra e abordavam o seu percurso individual, “as facilidades e dificuldades encontradas, a maneira que cada um encarava o ofício gráfico e o seu futuro, os sucessos e as experiências, as suas ‘especializações’ respetivas. (...) Tudo aquilo que tem sido a atividade dos artistas gráficos nos últimos decénios.” (Tipográfica, 1989, pp. 8-9). Já o livro com o mesmo nome do ciclo de conferências e publicado no fecho do ciclo, foi considerado à época o “primeiro livro publicado em Portugal sobre a obra e experiência de artistas gráficos.” (Ferreira, 1989, p. 5).

No mesmo ano, no Porto, regressa a exposição de Artes Gráficas, *Grafisporto 86: 1ª Bienal Gráfica do Porto*. Nesta nova mostra alargou-se o âmbito das participações, uma vez que na primeira edição apenas o cartaz e o livro ilustrado tinham sido contemplados. “Apesar do alegado saldo positivo, o certame não passou desta edição.” (Mendonça, 2007, p. 131). Já em 1988 a *VI Bienal de*

*Vila Nova de Cerveira* é dedicada ao design gráfico, “fruto da vontade expressa pela organização de ‘acertar o passo pela Europa’, proporcionando aos ‘desenhadores’ o contacto com trabalhos de ‘artistas’ que nada deviam ao que de melhor se faz no estrangeiro.” (H. S. Silva, 2015, p. 28) Seriam selecionados para esta mostra, trabalhos de Armando Alves, Sebastião Rodrigues, José Brandão, João Machado, João Nunes e Henrique Cayatte.

Em 1985 a *Apple* lança a *LaserWriter* e a *Aldus* o *PageMaker*, dando início à revolução do *Desktop Publishing*. Contudo, na cidade do Porto, esta revolução só teria maior impacto no fim desta década, aquando da ida de alguns designers portugueses em visita de estudo da FBAUP a Israel, em 1989, para a apresentação no *International Council of Graphic Design Associations (Icograda)*, dedicado às novas tecnologias do revolucionário computador pessoal. António Modesto (Comunicação pessoal, 17 fev, 2016) relembra esse momento como a introdução das novas tecnologias no panorama gráfico mundial. Refere que “foi lá que foi apresentado o problema da tecnologia, dos computadores e a *Apple* tinha lá uma demonstração em que nós podíamos tocar e ver como é que abríamos letras e fechávamos. Aquilo assustou-me muito, parecia assim uma coisa muito bárbara e eu não gostei nada” e refere ainda que o impacto inicial foi muito negativo para quem era mais purista. Mas este sentimento não era transversal. Também no Porto, “João Machado e João Nunes usavam computador há quase dois anos. Machado refere que ambos tinham adquirido o equipamento em simultâneo.” (Mendonça, 2007, p. 143). Segundo Modesto, o computador originará assim uma grande revolução no design gráfico e levará de forma célere ao abandono de técnicas manuais, nomeadamente a composição manual de letras transferíveis que “depois ampliávamos fotograficamente e quando era o texto, era o texto foto composto.” (Comunicação pessoal, 17 fev, 2016). Robin Fior também se refere a este período como revolucionário, explicando que

o design gráfico português passou, ao longo dos últimos vinte e cinco anos, por duas revoluções. A primeira, política, correspondeu à explosão popular e espontânea do pós 25 de Abril. Do ponto de vista técnico, continuava uma tradição anterior e não fez propriamente escola. Sobrevive na nossa memória através dos cartazes de João Abel Manta, Manuel Paula e Sebastião Rodrigues. A segunda, tecnológica, que começou há cerca de dez anos, está a transformar ateliers em

oficinas ou gabinetes, por força da evolução extremamente rápida das técnicas, tanto no domínio do design, como na produção e difusão da imagem. (Fior, 1999)

O final da década de 1980 foi uma época de transição, “imaginava-se o computador como um instrumento de trabalho vocacionado para a fotocomposição e, por isso, destinado às mãos do técnico. Ficava-se pelo menos com a consciência de que assim não era, estando o trabalho criativo prestes a sofrer uma das maiores revoluções.” (Mendonça, 2007, p. 143). A aquisição do primeiro computador na ESBAP, nesse tempo, pode atestar estas afirmações. Foi adquirido “porque, na sua performance substituí-a, com vantagens significativas, a máquina de escrever, a máquina fotocopadora. (...) Naturalmente havia mais expectativas sobre a sua aplicação – tanto mais que a opção tinha recaído sobre a *Macintosh*, por indicação de Jorge Afonso – mas, como ninguém sabia ainda operar, o equipamento acabava por não ser, a outro nível, solicitado.” (Mendonça, 2007, p. 143).

Ainda a fechar a década, em 1989, em Matosinhos, surge uma nova instituição de ensino superior: a Escola Superior de Artes e Design (ESAD). Uma escola moderna capaz de responder às ansiedades do seu tempo, apresentava-se com programas atuais e com meios informáticos para assegurar a sua prática.

Num ato inaugural particularmente significativo, iniciou uma prática (mantida até à atualidade) de organização de palestras. Num contexto inaugural, a ESAD realizava um Encontro Nacional de Design, o primeiro dos eventos com este carácter que esta escola veio a organizar regularmente, na consciência da necessidade de trazer para o quotidiano da formação ideias, debates e pontos de situação sobre a realidade do Design (Mendonça, 2007, p. 146).

### **Anos 1990**

Tudo aquilo que se ensaia nos anos oitenta vai assumir, na década seguinte, uma outra velocidade e complexidade. Segundo Helena Sofia Silva, essas

alterações surgiriam “desde logo por razões de ordem tecnológica e proces-  
sual: tanto os instrumentos de projeto como as ferramentas de produção  
serão progressivamente atualizados, alterados pela digitalização, questiona-  
dos pelo computador.” (H. S. Silva, 2015, p. 35). Esta década ficou também  
marcada pela emergência de uma geração de designers que vai relacionar-se  
de maneira renovada com a prática profissional, ao contrário das gerações  
anteriores de licenciados em design que eram absorvidas pela docência no  
ensino básico e secundário (H. S. Silva, 2015, p. 36).

É também nesta década que é apresentado o primeiro diretório de design  
português. *Design & Designers, Portugal* seria lançado em 1994 pela APD.  
Segundo Bártolo (2015d, p. 9), nesta publicação, apresentava-se um portefó-  
lio bastante equilibrado entre design feito por arquitetos e design feito por  
designers das mais diversas áreas: gráfico, industrial, joalheria, moda, de-  
sign de palco para além de figuras históricas como Sena da Silva, Sebastião  
Rodrigues e Alberto Cardoso.

Os anos noventa são um período de grande efervescência editorial, desde logo  
com o jornal *Público* desenhado por Henrique Cayatte, passando pela revista  
*K* criada por Miguel Esteves Cardoso e com projeto de João Botelho e direção  
artística de Luís Miguel Castro. Já a chegar ao fim da década, Jorge Silva vai  
desenhar os suplementos *Y* e *Mil Folhas* do jornal *Público*. Jorge Silva, que tam-  
bém redesenharia em 1993 o jornal *Independente* – com projeto inicial de Jorge  
Colombo – irá posteriormente partilhar a direção de arte com Pedro Ruivo.

A tecnologia também passou por um período de intensa evo-  
lução com um profundo impacto na sociedade e, consequen-  
tamente, na produção gráfica. A revolução digital veio mas-  
sificar o uso de computadores, numa primeira instância, e  
permitir o crescimento exponencial da *internet* verificado a  
partir de 1993. A introdução de *software* digital de composi-  
ção gráfica veio desmaterializar os suportes de conceção e,  
consequentemente, possibilitar novos *layouts*, nunca antes  
possíveis devido a limitações técnicas. Com a desmateria-  
lização da tipografia e a passagem de caracteres de chum-  
bo para pequenos programas digitais, as composições pas-  
saram a permitir a justaposição e a sobreposição de fontes

tipográficas de diferentes estilos, formas, cores e tamanhos. O valor funcional das composições foi muitas vezes desvalorizado relativamente à sua estética e ao seu aspeto formal. Foram disso exemplo as imagens saturadas e *over-layered* de Neville Brody e de David Carson (destacando-se, deste último, o projeto gráfico da revista *Ray Gun*, editada entre 1992 e 1999) que influenciaram a criação em Portugal. O discurso gráfico passou a ser caracterizado pelo seu ecletismo e pluralismo. (Coelho, 2013, p. 56)

Só no final desta década é que se poderão começar a assistir a projetos mais consistentes dedicados à *internet*. Este advento permitiu também um fluxo de influências tornadas acessíveis a todos. “O conhecimento através do contágio por proximidade modificou-se porque o mundo ‘encolheu.’” (Fragoso, 2012, p. 96).

Em 1994, em plena *Lisboa – Capital Europeia da Cultura*, na exposição *Design Lisboa 94* (patente no recém construído Centro Cultural de Belém), Tomás Taveira, comissário, defende o design como “a primeira arte que tem uma relação direta com o consumo, que é em parte por ele determinada e que pode ao mesmo tempo influenciar a cultura de dito superior” (1994, cit. by H. S. Silva, 2015, p. 47).

Em 1995, ocorre um evento especialmente marcante para a comunidade de designers gráficos. O país acolhe o congresso do *Icograda*. Este acontecimento, dividido entre Lisboa e Porto tem como tema *Shifting Frontiers*. Assim, foram abordados assuntos como o papel da tecnologia no desenho de tipos ou na edição digital, a sustentabilidade e também aspetos da história, da pedagogia e dos aspetos corporativos da profissão. Coincidentemente com o congresso, foi apresentada a exposição *Sebastião Rodrigues Designer*, sob a curadoria de José Brandão, dedicada ao designer gráfico português. Esta seria a primeira apresentação de forma sistematizada e exaustiva do trabalho de um designer gráfico nacional, que tinha sido em 1991 agraciado com o prémio excelência do *Icograda*.

É no final desta década, em 1998, que Portugal acolhe a última grande exposição mundial do século XX, a *Expo'98*. Sob o tema *Os Oceanos – Um património para o Futuro*, conseguiu agregar em si mesma “um conjunto amplo de projetos em diversas áreas, da identidade ao mobiliário urbano, interiores, multimédia,

sinalética, edições, decoração de fachadas, marketing e publicidade, realizados por um grupo eclético de profissionais, entre designers e arquitetos, portugueses e estrangeiros” (H. S. Silva, 2015, p. 51). Mas esta década não acabaria ainda sem ver o nascimento, em 1999, da associação *Experimentadesign*, que pretendia ser uma nova plataforma de reflexão crítica em torno do design e das disciplinas do projeto. Seria desenhada com intenções teóricas e experimentalistas, mas também para poder criar sinergias entre o design português e o design estrangeiro ao qual os portugueses não tinham acesso. Pretendia ainda ser um motor de incentivo criativo para os designers portugueses.

## **Anos 2000**

No início do milénio verificamos a confirmação de uma nova era digital. Desde o *Desktop Publishing* que estava já generalizado e integrado nos processos de trabalho do designer até à *internet* que, apesar de ser vulgarizada desde o início da década anterior, estava só agora a tornar-se parte integrante da sociedade. Exemplo disso é o nascimento de um novo paradigma da *Internet*, nomeado *web 2.0* por Tim O’Reilly (O’Reilly, 2005), na qual a comunicação passou de um modelo unidirecional para multidirecional, em que o utilizador passou a ter a possibilidade de intervir nos conteúdos que consome. Neste contexto, surgem plataformas *online* de redes sociais como o *Facebook* em 2004, *websites* de portfólio como o *Behance* em 2006, de *visual bookmarking* como o *Pinterest* em 2010, ou de partilha de vídeos como o *Vimeo* em 2004 ou o *Youtube* em 2005 e de imagens, como o *Instagram* em 2010. Estas novas plataformas vão permitir uma maior circulação de informação e estabelecer uma nova forma de comunicação. Também no início deste século vemos uma outra tecnologia, a fotografia digital, a ganhar grande popularidade. Apesar de ter surgido nos anos noventa, esta vai ser massivamente difundida a partir dos anos 2000, sendo depois familiarizada nos dispositivos móveis que incluem agora, na sua maioria, uma câmara fotográfica digital. Esta inovação tecnológica vai mudar o paradigma da imagem, colocando a fotografia mais próxima do cidadão comum, ao alcance de todos.

Após a sua constituição na década de 1990, é na primeira década do século XXI que a *Experimentadesign* cria um novo discurso de curadoria para o

design em Portugal. “As exposições não tinham o carácter comercial de outras exposições e mostras de design, sendo reflexões e confrontos sobre o próprio design, o seu território, o seu impacto e as suas ligações disciplinares.” (Bártolo, 2015b, p. 33).

Se o final do século XX foi marcado por sucessivos grandes eventos centrados em Lisboa, como por exemplo a *Europália'91*, a *Lisboa'94: Capital Europeia da Cultura* em 1994, e no fim desta década a *Expo'98*, o início do século XXI apresentava uma aparente descentralização e o Porto começa a apresentar-se com uma certa centralidade europeia. Desde logo com a *Capital Europeia da Cultura* em 2001, com imagem gráfica de Pedro Albuquerque. Um evento que mudaria de forma indelével a imagem da cidade do Porto. Foi, como refere Mário Moura, um dos momentos em que o design produzido no Porto alcançou alguma visibilidade.

*A Porto 2001: Capital Europeia da Cultura* revelou, de modo indireto, uma geração de designers formada durante os anos 90 nas escolas do Porto que podemos caracterizar sumariamente como tendo sido a primeira a aproveitar realmente as vantagens do computador pessoal (Moura, 2010). Estes aprenderam a usá-lo de uma forma geral por vontade própria, sem grandes apoios ou mesmo formação dedicada ao ensino do *software*. Drop, R2 e Martino & Jaña, são alguns dos exemplos desta geração da segunda metade de noventa que viu o computador como uma peça central do seu trabalho. “Enquanto na escola lhes diziam que era apenas uma ferramenta, evidentemente já não o era: permitia aos designers um controlo total e sem precedentes sobre o trabalho final, e esta seria a grande vantagem da geração de noventa.” (Moura, 2010). *A Porto 2001* serviu assim como uma rampa de lançamento para esta geração de designers que, para se imporem, só precisavam de uma oportunidade. A *Capital Europeia da Cultura* foi essa oportunidade. Os eventos precisavam de uma quantidade substancial de materiais de divulgação, como cartazes, desdobráveis, catálogos ou brochuras, cuja distribuição animou graficamente durante mais de um ano as ruas do Porto. “Depois da *Porto 2001*, muitos destes designers continuariam a ter alguma visibilidade trabalhando para instituições culturais, mas o clima económico e cultural otimista esgotar-se-ia abruptamente com o fim do governo Guterres.” (Moura, 2010).

Em 2005 Andrew Howard é convidado pela Fundação Serralves para ser curador e projetar uma série de exposições de design de comunicação para o *Silo*,



*Espaço Cultural*, NorteShopping, Matosinhos. A série de exposições *Idioms* explora o mundo do dia-a-dia do design gráfico, olhando para as linguagens visuais e formas que os designers usam, e o impacto que estas têm nas mensagens que eles criam. A primeira exposição *175X120* teve lugar em 2006 e apresenta um conjunto de cartazes das ruas portuguesas. No mesmo ano, *Read Before Using / Ler Antes de Usar*, em colaboração com Piet Westendorp, explora o mundo de instruções visuais. Em 2007, *Alphabet / Alfabeto*, celebra o código gráfico que conhecemos como letras. *Photographic Calls / Chamadas Fotograficas* explora as imagens do telefone móvel, e *Graphic Forest / Floresta Gráfica* em 2008 olha para a omnipresença do design gráfico no quotidiano. Ainda no mesmo ano, *Gateways* uma exposição internacional de design de capas de livros, contou com mais de 400 capas por 53 designers de 14 países.

É ainda nesta primeira década do ano 2000 que é realizada a exposição *Revolution 99-09*, uma exposição de arquivo que surge como ponto de reflexão sobre o design português. Segundo Bártolo (2015b, p. 83), esta exposição inscreve-se numa mesma linhagem da *1ª Exposição de Design Português* (1971), *Design & Circunstância* (1982) e a *Portuguese Design 2000* (2000), que celebra retrospectivamente o trabalho de uma ou duas gerações que se impôs no design gráfico, e que ficaria desta forma inscrito na história do design. A *Revolution 99-09* foi produzida pela *Experimentadesign* por altura da celebração do seu décimo aniversário. Esta exposição apresentava peças de design gráfico e de produto, reunindo quase duas centenas de trabalhos de mais de setenta designers e estúdios. Um acervo que ultrapassa as quatrocentas peças, apresentando um olhar sobre a produção nacional na década anterior. No âmbito do design gráfico, o cenário é heterogéneo, o aumento do fluxo e intensidade da comunicação visual da década anterior tinha levado a uma consciencialização por parte de empresas, organismos oficiais e pequenos agentes independentes, com destaque para a indústria cultural, da necessidade do design gráfico. Nesta exposição, a perspetiva da curadoria não incluía o trabalho realizado por agências de publicidade, centrando-se em designers mais experimentalistas, que assumiam uma postura marcadamente autoral (*Experimentadesign*, 2009, p. 2). Juntamente com peças de grande distribuição como cartazes, convites ou brochuras e exemplos de design editorial, a exposição integrou ainda *packaging* e design de fontes, áreas em que os designers portugueses se tinham destacado nos anos anteriores.

A meio desta primeira década do século XXI, uma nova geração de designers portuenses assume algum destaque que, segundo Mário Moura (2010), seria protagonizado pelos seguintes designers: João Marrucho, Pedro Nora, Bolos Quentes e Alfaiataria Visual. Dentro desta geração podemos ainda referir estúdios que foram conseguindo um trabalho diversificado, (...) e qualitativamente muito significativo como os “Pacífica, (...) Atelier D’Alves e Estúdio Dobra, entre inúmeros outros.” (Bártolo, 2015b, p. 76). Uma geração que foi transversal em termos técnicos, podendo relacionar tecnologias como a serigrafia, gravura, escultura e disciplinas de programação, como a música, instalação, escrita, edição. Segundo Moura, esta geração já tinha uma relação totalmente descomprometida com o computador, alternando a frequência do seu uso com produções inteiramente manuais.

Ainda no Porto é, no início da década de 2010, que Artur Rebelo e Lizá Ramalho (R2), organizam a conferência anual da *Alliance Graphique Internationale*, a *AGI Open* – um dos mais conceituados acontecimentos mundiais de design gráfico. O tema escolhido para esse ano foi *Process is the Project*<sup>15</sup> que contempla experiências em áreas como o design gráfico, a direção artística, as novas tecnologias, a animação, a ilustração e a fotografia. Pelas conferências, que tiveram lugar na Casa da Música, passaram vários designers gráficos que apresentaram os seus processos de design. Entre eles encontramos Stephan Sagmeister, Abbot Miller, Paula Scher, Peter Knapp e Michael Bierut. Ainda paralelamente a este evento, Rebelo e Ramalho organizaram a exposição *Mapping the Process*<sup>16</sup> que partilhava a temática com as conferências. A exposição consistia na resposta a um pedido feito pelos curadores para que cada convidado pudesse apresentar um mapa do seu processo de trabalho. A ideia era ver como diferentes designers explicavam e organizavam o seu próprio processo.

Ainda nesta década de 2010, a *galeria Quadra* em Matosinhos reforça a tendência de descentralização das exposições de design em Portugal. Com uma programação a cargo da ESAD de Matosinhos, este espaço teve uma

15 O Processo é o projeto

16 Cartografias do processo

programação intensa e regular entre 2011 e 2015, conciliou exposições de âmbito internacional: *Carteles: Isidro Ferrer; David Carson: Design USA e ulm: método e design 1953*, com outras de âmbito nacional: 1+1 Design Gráfico João Machado + José Brandão e *Almanaque – Uma História do Design Português em Revista*. O sucesso da programação deste espaço permitiu à ESAD ser convidada a programar outros grandes eventos. Um deles, as comemorações dos 40 anos do 25 de abril de 1974, em 2014, que contou com uma exposição no Porto – *A Liberdade da Imagem: Design e Cultura Visual em Portugal 1974-1982*, apresentada em diversos espaços museológicos da cidade, que construía de certa forma um diálogo entre coleções existentes nos espaços expositivos, com materiais gráficos do período em questão.

Em 2015, *Colófon – 500 Capas de Livros Portugueses*, patente na Quinta de Santiago em Matosinhos, com a curadoria de José Bártolo e Jorge Silva, apresentou uma seleção de 500 capas de livros, entre 1900 e 1999, provenientes de coleções particulares, procurando introduzir “a história do design gráfico e da ilustração em Portugal.” (J. B. e. J. Silva, 2015, p. 2). Também em Matosinhos, no mesmo ano, por ocasião da *Experimentadesign* (que pela primeira vez descentraliza a sua programação), *Desejo Tensão, Transcrição – Percursos do Design Português* foi a exposição que a Galeria Municipal daquela cidade acolheu. Organizada pela Câmara Municipal de Matosinhos, EXD’15 e ESAD IDEA — Investigação em Design e Arte, e com a curadoria geral de José Bártolo, a exposição pretendia pensar “o design português enquanto território, amplo e heterogéneo, configurando uma geografia particular que se oferece a ser percorrida através de 16 módulos expositivos, com curadorias próprias, autónomos e heterónimos entre si.” (Bártolo, 2015a). De referir ainda a importância das escolas, com cursos superiores de design gráfico, do Grande Porto, que neste últimos anos se esforçaram por fazer uma abertura à comunidade estudantil e profissional oferecendo um conjunto de conferências gratuitas de design gráfico com convidados nacionais e internacionais. Referimo-nos às *Personal Views*, que ocorreram entre 2003 e 2008, organizadas por Andrew Howard para a ESAD, ao *World Graphic’s Day* celebrado todos os anos pela ESAD no dia 27 de abril – Dia Internacional do Design Gráfico, e às conferências de design *Plug & Play*, que se iniciaram em 2010 e são organizadas pelo curso de Design e Comunicação Multimédia da Escola Superior Artística do Porto (ESAP).

Com a nova estratégia cultural do executivo da Câmara Municipal do Porto, houve um reinvestimento na cultura e por consequência a cidade tornou-se num polo efervescente de design gráfico. Desde logo pela aposta numa nova identidade para a cidade do Porto, desenhada pelo atelier portuense White Studio em 2015, que vem sublinhar este novo posicionamento. A exposição de design gráfico *Um Ano a Desenhar com a Cidade* é também exemplo disso. Esta mostra incluía trabalhos de designers, ateliers e artistas como Bolos Quentes, Carla Almeida, Inês Nepomuceno & Joana Pestana, João Faria, João Torres, Luís Neves, Maria João Macedo e Carlos Mesquita, Manuel Granja, Márcia Novais, Martino & Jaña, Nave, Paulo Patrício, Pedro Cabrita Reis, R2 e White Studio, para projetos como a *Feira do Livro*, *Um Objeto e Seus Discursos*, *Fórum do Futuro* ou *O Rivoli Já Dança!*. Ainda nesse mesmo ano, um outro edifício da Câmara Municipal do Porto acolheu a exposição da *Experimentadesign*. A exposição teve duas apresentações geograficamente separadas, no Porto *As far as the mind can see* e outra em Lisboa *As far as the eye can't see*. Os conteúdos eram distintos e complementares, “permitindo reflexões e investigações que o tema subscreve e direciona” (*Experimentadesign*, 2015). Esta exposição reuniu mais de 60 trabalhos de 29 designers de comunicação de todo o mundo.

Desta forma, o Grande Porto transformou-se neste início do século XXI, num polo dinamizador do design gráfico nacional, tornando-se um centro de convergência de exposições, conferências e de estúdios de design com reconhecimento internacional.

### 2.3. Processo de design

Projetar é fácil quando se sabe o que fazer. Tudo se torna fácil quando se conhece o modo de proceder para alcançar a solução de algum problema, e os problemas que se nos deparam na vida são infinitos (...). Se se aprender a enfrentar pequenos problemas pode-se pensar também em resolver problemas maiores. O método projetual não muda muito, apenas mudam as áreas (...). (Munari, 2008, p. 12)

O designer portuense João Nunes, em entrevista à revista *Page*, declarava poderemos afirmar que, de certa forma, em Portugal “não existe design porque

tudo é feito sem projeto.” (Nunes, 2000, p. 26) Segundo Nunes, enquanto não se desse a emancipação dos designers de comunicação em relação aos publicitários, estes não chegariam a “lado nenhum.” (Nunes, 2000, p. 26). Explicava ainda as diversas carências estruturais e apontava para a inexistência de uma verdadeira cultura do design, num período de alguma euforia que marcou a viragem do século XX para o XXI.

O processo é por isso uma ferramenta fundamental e diferenciadora da disciplina do design, “quer na geração dos artefactos, quer na geração da comunicação (...), o design dispõe de importantes ferramentas: o trabalho de projeto, a disciplina do desenho, a metodologia de resolução de problemas a capacidade crítica e a criatividade” (Brandão, 2000, p. 7). No seu trabalho diário, os designers estão constantemente envolvidos em processos de síntese de uma série complexa de fatores que variam desde: processos técnicos de produção, orçamentos e prazos, compreensão dos significados das mensagens e ainda a atenção ao público-alvo. Esta série de fatores do processo de trabalho em design é feita de valores objetivos que se tornam instrumentos de trabalho nas mãos do designer. Bruno Munari, em 1981, no seu ensaio *Das coisas nascem coisas*, reflete sobre o reconhecimento desses valores objetivos, referindo que deveriam ser reconhecidos por todos como tal. Assim, explana Munari,

se eu afirmar que, misturando amarelo-limão com o azul-turquesa, se obtém um verde, quer se use têmpera, óleo, acrílicos, ou pastéis, estou a afirmar um valor objetivo. Não se pode dizer: para mim o verde obtém-se misturando o vermelho com o castanho. Num caso destes consegue-se um vermelho sujo, em certos casos um teimoso dirá que para ele isso é um verde, mas será apenas para ele e para mais ninguém. (Munari, 2008, p. 21)

Portanto, as regras do processo não bloqueiam a personalidade do designer, pelo contrário, estimulam-no a descobrir coisas que eventualmente poderão ser úteis também aos outros. Também Bruce Mau, no seu *Um Manifesto incompleto para o Crescimento*<sup>17</sup>, refere no seu ponto três que “o Processo é mais

17 An Incomplete Manifesto for Growth

importante do que o resultado. Quando o resultado conduz o processo só iremos ter onde já estivemos. Se o processo conduz o resultado, podemos não saber para onde vamos, mas sabemos que queremos estar lá.”<sup>18</sup> (Mau, 1998). Esta forma de processo de trabalho poderá muitas vezes legitimar o trabalho criativo de um designer gráfico. Michael Bierut, designer gráfico, refere que:

um cliente inteligente poderá fazer algumas perguntas razoáveis: Como poderá uma série de conversas aleatórias produzir a informação de que se necessita para fazer o trabalho? A justificação estratégica não deve estar definida antes de ter início o trabalho de design? Se me mostrar uma solução, como saberei que é a única que irá funcionar? Por outro lado, se me mostrar uma série de soluções, como saberei qual delas é a melhor? (Bierut, 2006)

Segundo Ian Noble & Russell Bestley (2004, p. 46), em *Visual Research*, a adoção de um processo rigoroso de trabalho, poderá possibilitar ao designer um conjunto de ferramentas que lhe permitam compreender o enunciado, podendo assim ser criado um programa de trabalho. Assim, concluem que um processo de trabalho rigoroso ajuda os designers a focarem-se no projeto e a definirem exatamente o problema, ou a série de problemas, que terão que resolver. Declaram ainda que, se o projeto for dividido num conjunto de objetivos, cada um com parâmetros específicos, estes tornam a tarefa mais conseguível e os propósitos para cada etapa mais claros.

Munari (2008, p. 22) descreve então a necessidade de se efetuar uma distinção bem marcada entre o que ele chama de designer profissional, aquele que tem um método projetual, graças ao qual o seu trabalho é realizado com precisão e segurança, sem perda de tempo; e o designer romântico que tem uma ideia *genial* e que procura forçar a técnica a realizar algo de extremamente difícil, dispendioso e pouco prático, mas belo. O processo é, pois, o que distingue um designer profissional de outros quando se pretende resolver um problema que se é chamado a solucionar.

18 Process is more important than outcome. When the outcome drives the process we will only ever go to where we've already been. If process drives outcome we may not know where we're going, but we will know we want to be there.

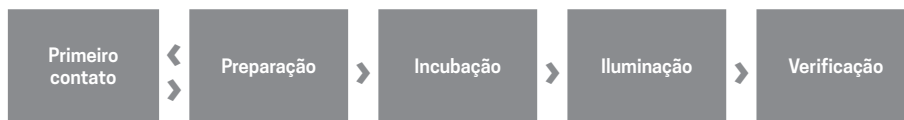
### 2.3.1. Modelos de processos de design

O processo tem várias fases e vários momentos de ação/reflexão. Nem sempre ele é seguido de forma rigorosa pelos designers, mas existe quase sempre um fio condutor que os faz seguir num determinado caminho desde o momento em que o trabalho é solicitado pelo cliente, até ao momento em que o trabalho final é entregue.

Segundo Katja Tschimmel, investigadora que se dedicou ao estudo do pensamento criativo do designer e dos aspetos que lhe são adjacentes, na tentativa de encontrar um modo universal de operar no design, surgiram vários modelos teóricos e práticos do processo de design enquanto sistema planificado de processamento da informação. Tentaram encontrar

uma atitude analítica, oferecer uma sistematização ‘ideal’ e ‘universal’, aplicável a qualquer problema de design. A metodologia clássica do design baseia-se na hipótese de que, apesar da grande variedade de situações a resolver ou às quais responder, existe uma estrutura comum no processo projetual (Tschimmel, 2010, p. 261).

Vários são os autores que ensaiaram propostas para tentar sistematizar processos de design. Bryan Lawson em 1979 efetua uma comparação entre o processo criativo de Kneller de 1965 e o processo de design. Dessa sua reflexão surge como resposta o seguinte esquema:



**Figura 1.** O processo de design Bryan Lawson

O *primeiro contacto* diz respeito à formulação do problema, a *preparação* diz respeito à tentativa consciente de resolver esse problema, a *incubação* diz respeito a um esforço inconsciente para essa resolução, a *iluminação* corresponde ao aparecimento repentino de uma ideia, e a *verificação* diz respeito a um desenvolvimento consciente da mesma.

Em *This is my process*, Michael Bierut (2006) refere que, durante vinte anos, escrevera propostas de projetos em que descrevia as suas fases de trabalho. Inicialmente, refere que estas seriam quatro. Diz ainda que, o que denomina de processo, nem sempre é claro, nem materializável para conseguir explicar aos clientes de forma a que estes compreendam a necessidade da sua ajuda enquanto designer gráfico. Bierut apresenta o seu processo em quatro fases, através de uma formulação que se baseia nas versões mais básicas e clássicas da metodologia processual do design. Ressalva porém que este poderá ser alterado ou as fases que o compõem poderão apresentar-se com diferentes terminologias.

**Figura 2.** O processo de design Michael Bierut

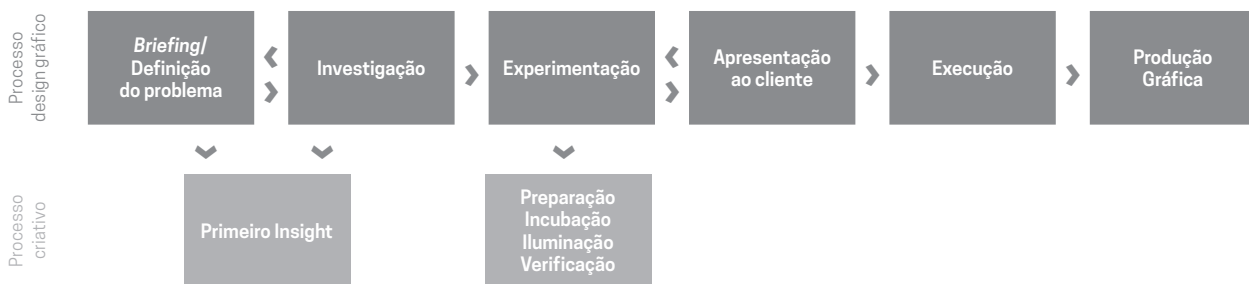


A *Orientação e análise* enquadra a formulação do problema. Nesta fase, consoante o tipo de trabalho, o designer pode ter já uma ideia, ainda que pouco clara, do que poderá vir a ser o trabalho final. A *Conceptualização* é o momento de exploração de respostas quer conceptuais quer formais por parte do designer, tendo em perspetiva conseguir responder à problemática definida no ponto anterior. O *Desenvolvimento do projeto* é o momento em que é estabelecida a proposta e se desenvolve formalmente o trabalho conceptual. Finalmente a *Implementação*, que é o momento em que o trabalho é produzido

Tschimmel (2010, pp. 261-265) expõe na sua dissertação “alguns dos modelos mais conhecidos, (...) que permitem compreender a evolução cronológica da perceção paradigmática do processo da ‘Resolução Racional de Problemas’ no design”. Assim, apresenta os modelos de Hans Gugelot de 1962, Christopher Jones de 1963, Bruce Archer de 1965, Bernhard E. Bürdek de 1971, Gui Bonsiepe de 1975, e o de Bryan Lawson de 1979, que apresentámos anteriormente uma vez que está na base do modelo que Elisabete Rosado Rolo (2013) adaptou no seu ensaio sobre *um modelo possível para o processo de design gráfico*. Rolo adota este sistema, empregando algumas alterações que o tornariam, segundo a



autora, numa proposta de modelo de processo de conceção interativo, “em que o diálogo e a troca entre as diversas fases da sua progressão são fundamentais para se conseguir a evolução do trabalho e a obtenção de um resultado final de qualidade.” (Rolo, 2013). Esta proposta de modelo é, segundo a autora, apresentada “com base na bibliografia consultada, na experiência profissional da autora e na observação informal do método de trabalho de alguns designers” (Rolo, 2013).



Este será a base do modelo que iremos utilizar como padrão para o nosso guião das entrevistas (ver capítulo 3 ), uma vez que congrega uma síntese de vários modelos de processos e, segundo a autora, está direcionado para a área de design que estamos a abordar no nosso estudo – o design gráfico.

**Figura 3.** Os processos de design e criativo em interação: um modelo possível Elisabete Rolo

No entanto, pontualmente este processo torna-se uma versão idealizada, como refere Bierut (2006), não se podendo prever a forma como irá decorrer e, conseqüentemente, o sucesso do resultado final. Bierut afirmava que, em algumas ocasiões, tinha ideias que lhe pareciam muito interessantes, mas não conseguia persuadir o cliente. Tinha assim que encontrar outro caminho para o seu projeto. Esse caminho, por vezes conduzia o seu trabalho a uma ideia ainda mais interessante; mas outras vezes conduzia-o a ideias menos interessantes e podia até fazê-lo voltar à ideia inicial. Se é esse processo que lhe permite, de uma forma ou de outra, acabar sempre por fazer o trabalho, poderá não ser como originalmente prometido. Ou seja, por vezes o trabalho final pode não seguir na íntegra os passos do processo que apresentou inicialmente na proposta ao cliente. Paula Scher (2010, p. 11) declara que qualquer um que tentasse delinear uma fórmula iria descobrir que existem sempre desvios. Segundo Scher, o que produz um bom trabalho é precisamente esse desvio, a surpresa, a consistência inesperada do pensamento, bem como Bruce Mau que afirma que “a resposta errada é a resposta certa na busca de

uma pergunta diferente. Recolha respostas erradas como parte do processo. Faça perguntas diferentes.<sup>19</sup>” (Mau, 1998).

Munari (2008, pp. 21-22) assegura também que o método projetual para o designer não deverá ser nada de absoluto nem decisivo; “é algo que se pode modificar se forem encontrados outros valores objetivos que melhorem o processo. E isto liga-se à criatividade do projetista que, ao aplicar o método, pode descobrir algo para o melhorar”. Scher (2010, p. 11), ainda a propósito do processo e da forma como conceptualiza um trabalho, afirma que não existem fórmulas para um processo de trabalho. Existe apenas ficção, e que até as mentes mais pragmáticas reconhecem “o mistério e a intuição envolvidos na descoberta de ideias”. E é muitas vezes a inter-relação desses fatores que vai influenciar o resultado de um projeto além da intenção original do designer. Isto não é sugerir que o processo de trabalho está fora do controle do designer – “na verdade, uma habilidade fundamental como designer reside na sua capacidade de priorizar e responder aos vários fatores emergentes no decorrer do projeto.”<sup>20</sup> (Noble & Bestley, 2004, p. 167).

É portanto faseando o processo de trabalho de design gráfico que os designers conseguem chegar a uma resposta capaz ao problema apresentado. Este processo contém uma grande quantidade de repetição, de improvisação, de ajustes que são feitos em função do público. Bierut (2006) conclui que são todos estes elementos que compõem qualquer processo de design

Chamam a isto um saber astuto: resumindo, ‘qualquer atividade que envolva criar algo completamente novo.’ Isto não inclui apenas as coisas ‘artísticas’ mais óbvias, mas por exemplo, dar ‘uma resposta bem-sucedida a uma jogada inesperada de um concorrente’ ou ‘resolver um problema circunstancial causado por um fornecedor’. (Bierut, 2006)

19 Capture accidents. The wrong answer is the right answer in search of a different question. Collect wrong answers as part of the process. Ask different questions.

20 (...) indeed, a key skill as a designer resides in their ability to prioritise and respond to the various factors emerging in the course of a project.

### 2.3.2. O segredo mais bem guardado do designer

Posso exemplificar com alguns cartazes a minha maneira de trabalhar. (...) Para conceber um cartaz tento integrar-me dentro do espírito das obras. Depois escolho uns motivos (...) e sobre esses motivos trabalho sucessivamente até encontrar, quanto a mim, a melhor maneira de o resolver. Estes estudos que aqui estão exemplificam, creio eu, razoavelmente bem toda a rotina que é necessária para chegar à conclusão final. Estão aqui duas tentativas que não resultaram... até que cheguei a um princípio que me pareceu possível, até que surgiu a maquete – muito embora tivesse feito duas anteriores, exatamente sobre as outras duas tentativas. E finalmente depois de trabalhado, e extraído da peça, esse motivo (fica) finalmente pronto (...) para ir para a arte final, digamos, para ir para o fabrico. (Rodrigues, 1966b)

Este excerto do processo de trabalho que o designer gráfico português Sebastião Rodrigues partilhou numa entrevista à RTP<sup>21</sup> ajudou-nos a compreender melhor o seu trabalho e a sua forma de encarar o mesmo. Consideramos por isso o formato audiovisual duplamente rico: pelo facto de nos dar a conhecer o processo do designer gráfico, e porque nos deixa ver para além de um nome. Vemos a pessoa... vemos na primeira pessoa.

Pergunto-me o que ocorreria se eu eventualmente contasse a verdade sobre o que se passa num trabalho de design. (Bierut, 2006)

A partilha do processo de design pelos designers é, segundo Lizá Ramalho, Artur Rebelo e André Tavares, uma “generosidade” (Ramalho, Rebelo, & Tavares, 2010, p. 28). Essa bondade de partilhar algo que tende a ser pouco partilhado entre os pares. Conhecer o processo é conhecer coisas que

21 Os vídeos podem ser visualizados em: <https://www.youtube.com/watch?v=8sIAJKlQRio> e em [https://www.youtube.com/watch?v=7SzVT\\_EohV4](https://www.youtube.com/watch?v=7SzVT_EohV4)

“habitualmente não são visíveis”. É certo que conhecê-lo “não nos vai permitir resolver o problema vago e irresolúvel do processo criativo. Mas permitirá (...) encontrarmos afinidades e valores comuns.” (Ramalho et al., 2010, p. 28).

Também acerca desta partilha do processo de design, Bierut (2006) refere que a sua “honesta” descrição é uma idealização do mesmo, e que ainda hoje os designers vêem o seu processo como “o seu pequeno segredo”. O processo é então, como referem as autoras de *Design Diaries: Creative process in graphic design*, Lucienne Roberts e Rebecca Wright, algo que permite a um designer aplicar determinadas metodologias de uma forma pessoal, flexível e envolvente (Roberts & Wright, 2010, p. 6). Se o trabalho de design passa, tantas vezes, por pegar num volume gigantesco de informação variada e dar-lhe um sentido visual coerente, conhecer “esse processo pode tornar-se num revelador original dos mecanismos operativos desse trabalho.” (Ramalho et al., 2010, p. 28). Conhecer o processo de design de um designer, é então, segundo Ramalho, Rebelo e Tavares (2010, p. 28), poder ter a oportunidade de comparar esses processos e abrir pistas para poder pensar-se sobre esta temática. Referem ainda que este conhecimento sobre o processo revelará “seguramente pistas inconclusivas, mas também seguramente estimulantes para dominarmos melhor o aspeto essencial do trabalho de design.”.

Scher (2010, p. 12) refere que é isto que é inerentemente misterioso no processo criativo. Não há resposta corretas. Existe uma prática do dia-a-dia dos designers que consiste na reflexão sobre os processos de trabalho. Esta é uma disciplina em que “a avaliação dos resultados tende a ser subjetiva e onde os modos de funcionamento nem sempre coincidem com uma abordagem linear aos processos mecânicos de produção, sendo necessária alguma coragem para abrir as portas desses processos e representar os fatores menos evidentes que os alimentam.” (Ramalho et al., 2010, p. 29). Cada designer tem o seu processo de desenvolvimento de um projeto de design gráfico. Apesar de poderem convergir para um modelo, este será sempre um exemplo a levar em consideração, mas não para ser cumprido zelosamente. É o processo que permite que o designer consiga legitimar o seu trabalho, mas acima de tudo, é esse processo de trabalho que permite ao designer ser único, pois é através dele que faz as suas escolhas, e constrói o seu próprio reportório conceptual, mas também formal.

## 2.4. Entrevista-documental vídeo

Para dizer a verdade, eu nunca quis ser um realizador de filmes. Na realidade eu só queria assistir a um documentário sobre as fontes, mas em 2005 quando procurei à minha volta não consegui encontrar nenhum. (...) Se tivesse existido um bom documentário sobre fontes naquela altura, (...) eu provavelmente não teria iniciado a criação de documentários. E então, eu nunca teria tido o privilégio de conversar com tantas pessoas incríveis que fizeram parte dos meus filmes. (Hustwit, 2013, p. 6)<sup>22</sup>

Uma vez definido o universo temático a estudar, iremos partir para um trabalho de campo prático, de acordo com as metodologias adotadas. Será uma investigação com um contacto direto com sujeitos pré-determinados, optando-se por utilizar a ferramenta vídeo como meio de registo. Mas sendo o objetivo do trabalho a produção de material documental para memória futura, a ferramenta, passou a ser o pretexto para a criação de objetos audiovisuais autónomos, ou seja, documentários. Deste modo, apresentamos um enquadramento da técnica de registo documental em vídeo, bem como alguns exemplos que nos foram encaminhando ao longo do trabalho como uma referência conceptual e formal.

Os documentários, segundo Betsy McLane (2012, p. 1), têm quase sempre, por tradição, alguns pontos em comum. Estes pontos poderão dar o indício de que se trata de um documentário e é com base neles que os vídeos realizados na componente prática desta investigação foram desenvolvidos. McLane refere como sendo cinco os pontos comuns. São eles:

22 I actually never wanted to be a filmmaker. I really just wanted to watch a documentary about fonts, but in 2005 I looked around and couldn't find one. (...) I'm struck by the thought that if a good font documentary had existed back, (...) I probably never would've started making films. And then I never would've had the privilege of talking with so many incredible people for those films.

1. Sujeitos e/ou ideologias;
2. Propósitos, pontos de vista ou abordagens;
3. Perspetivas;
4. Forma e técnica de produção;
5. A experiência que apresentam à audiência.

McLane descreve estes pontos de forma um pouco mais aprofundada. O termo de Sujeito relaciona-se com o assunto, o tema que se trata no documentário. “Normalmente, os documentários são acerca de qualquer coisa específica e factual. É muito comum estarem relacionados com questões de interesse público, em vez de questões privadas”<sup>23</sup> (McLane, 2012, pp. 2-4). O segundo ponto, Propósito, pontos de vista ou abordagens, é o que os criadores querem dizer com os seus filmes documentais. Através do documentário, os autores pretendem aumentar o nosso entendimento sobre o nosso interesse ou aumentar a nossa empatia por determinados assuntos abordados. O terceiro ponto que McLane refere são as Perspetivas, que estão incluídas na forma criativa de conceber o documentário, os sons selecionados para a inclusão no filme, e a estrutura em que tudo isto se conjuga. “Os documentários, ora escritos ora mais espontâneos, deverão ser sempre restritos a factos reais”<sup>24</sup> (McLane, 2012, p. 3). A perspetiva que se quer dar ao documentário, está estritamente relacionada com a questão do assunto, propósito e abordagem. A Forma e Técnica de produção, refere-se à forma como as imagens e os sons são registados e editados em conjunto. É também importante o uso de pessoas reais a representarem-se a elas próprias em vez do uso de atores que representem um papel. E finalmente, a Resposta da audiência, em que os realizadores procuram, através da estética implementada no documentário, uma reação por parte da audiência.

23 Generally documentaries are about something specific and factual; traditionally they concerned public matters rather than private ones.

24 Documentaries, whether scripted in advance or confined to recorded spontaneous action, are derived from and limited to actuality.

### 2.4.1. Entrevista Documental

Quando rejeitamos a história única, quando nos apercebemos que nunca há uma história única sobre nenhum lugar, reconquistamos uma espécie de paraíso. (Adichie, 2009)

Segundo Alan Rosenthal e John Corner (2005, p. 19), nas últimas décadas tem surgido uma forma de documentário que incorpora o discurso direto, onde os documentados falam diretamente para o espectador, normalmente sob a forma de entrevista. Neste tipo de documentário, o entrevistado está em frente das câmaras a contar a sua história. Histórias que são por vezes reveladoras, por vezes fragmentadas ou incompletas. Este tipo de filmes serviram frequentemente de modelo para os documentários contemporâneos. Rosenthal e Corner (2005, p. 25) apresentam o caso de Emile de Antonio, um dos pioneiros no uso de entrevistas que organizou factos históricos complexos sem o uso de narrador. Antonio alertou também para os perigos que essas entrevistas poderiam ter na leitura desses factos complexos. Ele afirmava que uma testemunha não contava toda a verdade, havendo a necessidade de cruzar informações para chegar à verdade. Uma entrevista apenas dá uma perspetiva sobre determinado tema. É o que Chimamanda Ngozi Adichie descreve como a construção da história única. E a “história única cria estereótipos. E o problema com os estereótipos não é eles serem mentira, é serem incompletos. Fazem com que uma história se torne na única história” (Adichie, 2009). Essa é uma das motivações para fazermos uma série de vídeos documentais: procurar uma polifonia de perspetivas sobre os processos de design e com isso acentuar a não existência de uma história única sobre essa temática.

Para ganharem um carácter mais verosímil, as entrevistas devem ser efetuadas aos verdadeiros protagonistas, como refere Nichols (2010, p. 9). Mesmo que o ator seja bem caracterizado e desempenhe o papel do protagonista, este não vai ter a mesma carga de veracidade, pois o ato de filmar tem uma influência definitiva sobre a forma como eles se apresentam. É por isso importante registar os discursos na primeira pessoa, deixando os protagonistas explicarem os seus pontos de vista. “As pessoas não têm sempre a mesma forma de se apresentar durante o desenvolvimento da interação; elas modificam o seu comportamento durante a evolução da situação” (Nichols, 2010, p. 9). Esta interação acerca do processo de design gráfico será uma espécie

de relação do autor com o seu trabalho, e por isso a necessidade de que seja o próprio a falar dos seus projetos. Aplicando a técnica que Lucienne Roberts e Rebecca Wright (2010, p. 6) usaram em *Design Diaries: Creative process in graphic design*, procurámos, através de trabalhos concretos, a explicação de cada autor sobre o seu processo de design.

#### 2.4.2. Memória-futura

Nos últimos decénios do século XX, os acontecimentos sucederam-se a um ritmo cada vez mais veloz, e hoje a velocidade e a imprevisibilidade com que ocorre a mudança de paradigmas, a difusão de ideias ou o entendimento do mundo geram um sentimento geral de instabilidade e desassossego. (Fragoso, 2012, p. 96)

A questão documental prende-se também com o que Adriano Rangel assume, na sua tese *Imagem Documental na Construção de uma Memória Cultural Futura*, como uma necessidade de atualização e de requalificação da dimensão tradicional do Design de Comunicação, de onde emerge “a possibilidade do documental proporcionar uma visão do mundo, a partir de um panorama individual, local, regional e global, de onde pode nascer uma configuração de uma memória cultural futura” (Rangel, 2009, p. 9). Assim, esta construção da memória futura deverá ser uma “composição/narrativa documental de palavras e imagens, que não sejam apenas testemunho inevitável da herança histórica, mas uma narrativa que possa servir para o entendimento criativo dessa herança histórica: permitindo compreender o passado para ter uma leitura do presente e ser capaz de fundamentar uma perspetiva para o futuro.” (Rangel, 2009, p. 37). Apesar de Rangel conduzir a sua tese para a questão da fotografia documental, entendemos que a urgência de documentar para memória futura poderá ser efetuada em vídeo e que tal não desvirtua conceptualmente o que anteriormente foi referido.



### 2.4.3. Vídeos documentais referenciais

Apresentamos de seguida um conjunto de vídeos documentais que tomámos como referência para uma melhor compreensão do objeto que nos propomos a realizar. Estes exemplos permitem-nos analisar a construção da narrativa proposta pelos autores, bem como compreender o caminho que gostávamos de seguir em termos formais e conceptuais.

#### **Um dia com... Sebastião Rodrigues (gráfico)**

Como referimos inicialmente, os vídeos que nos influenciaram a seguir este caminho de entrevista vídeo documental foram os de Sebastião Rodrigues, sem os quais não teríamos tomado conhecimento da sua pessoa (Rodrigues, 1966a, 1966b). Nestes dois excertos de 1966 realizados pela RTP, Rodrigues explica como chegou a designer, a sua profissão e a sua metodologia. O vídeo *Sebastião Rodrigues - Designer português*, com a duração de 4'14", é realizado alegadamente no seu atelier. A cena é feita num plano médio enquadrando o designer que está sentado de forma confortável numa cadeira de braços, proporcionando uma atmosfera intimista. Esta está enquadrada por objetos editoriais e de arte popular, artefactos que definem Rodrigues enquanto designer. A imagem é captada por uma câmara fixa, posicionada frontalmente, para a qual o designer olha, criando assim uma relação de maior proximidade com o espectador. O discurso do entrevistado é feito na primeira pessoa, sem intromissões do entrevistador, proporcionando uma comunicação espontânea e sem pausas, reforçando a relação que existe entre o espectador e o entrevistado. O vídeo é iniciado por uma apresentação biográfica onde é explicada a sua origem, e vai-se desenvolvendo com a descrição da sua formação, passando pela reflexão sobre a sua vocação e sobre o seu futuro enquanto designer.

Em *Brincadeira com uma função*, com a duração de 1'43", Rodrigues encontra-se no seu local de trabalho, no seu estirador, onde apresenta o seu trabalho, descrevendo-o e comentando-o com detalhe, rigor e com entusiasmo. Todo o vídeo é editado, usando para o efeito as imagens captadas em planos próximos e grandes planos. O áudio é usado sem que esteja sincronizado com as imagens, servindo de narração, acompanhando todos os momentos

apresentados no vídeo. Uma vez mais o entrevistador não está presente, sublinhando o que anteriormente foi referido sobre a proximidade com o espectador. São também registadas várias imagens de corte que são utilizadas pelo realizador para apresentar a profissão, mas também para fazer as transições de planos. Neste vídeo, Rodrigues apresenta a sua metodologia. Através das imagens, que descrevem o seu processo, o designer vai narrando o seu posicionamento perante o design gráfico e refletindo sobre o papel na comunicação.

### **Helvetica**

O filme independente de longa-metragem sobre tipografia, design gráfico e cultura visual global *Helvetica* de Gary Hustwit é realizado como uma celebração ao tipo de letra *Helvetica*, como parte de uma conversa mais ampla de como o tipo de letra afeta as nossas vidas. Através da edição do filme, Hustwit conduz uma reflexão usando para isso designers gráficos internacionalmente reconhecidos que falam sobre o seu trabalho, o seu processo, e as suas escolhas formais por trás do uso do tipo de letra. As filmagens dos entrevistados são efetuadas nos seus respetivos estúdios, recorrendo a planos médios e próximos, com câmara fixa, a resultar em entrevistas em que os designers têm uma relação visual com a câmara. Existem outras situações, quando apresentam o trabalho realizado, em que se recorre a planos gerais, com câmara dinâmica, tendo uma perspetiva do estúdio e do designer a manusear os trabalhos. São também criadas imagens de corte para o vídeo, onde Hustwit apresenta os contextos onde se pode encontrar a fonte, na cidade. As filmagens sugerem-nos a utilização de poucos recursos, nomeadamente um microfone direcional, uma vez que muitas das filmagens têm eco do espaço onde são captadas. As entrevistas são efetuadas sem que o entrevistador interfira no discurso dos entrevistados, conferindo ao vídeo uma atmosfera informal e sugerindo uma maior aproximação do espectador aos conteúdos apresentados.

A narrativa construída é obtida através da edição dos discursos de cada designer. O vídeo é iniciado pela contextualização histórica da fonte tipográfica, passando depois para questões funcionais e conceptuais da mesma, sempre pelo discurso dos designers. Foram entrevistados para este filme Erik

Spiekermann, Mathew Carter, Massimo Vigneli, Wim Crouwel, Hermann Zapf, Neville Brody, Stefan Sagmeister, Michael Bierut, David Carson, Paula Scher, Jonathan Hoefler, Tobias Frere-Jones, Experimental Jetset, Michael C. Place, Norm, Alfred Hoffmann, Mike Parker, Bruno Steinert, Otmar Hoefler, Leslie Savan, Rick Poynor e Lars Müller. Hustwit vai apresentando diferentes pontos de vista, através dos discursos dos designers que gostam e dos designers que não gostam da fonte. Através destes discursos, o realizador vai permitindo ao espectador mergulhar no mundo do tipo de letra *Helvetica*, e assim compreendê-lo melhor e retirar as suas conclusões sobre o tema. (Hustwit, 2007a, 2007b, 2013).

### **Artists Series**<sup>25</sup>

*Artists Series*, é uma série de curtos vídeos documentais, realizados pelo designer Hillman Curtis, onde diferentes autores refletem sobre os seus trabalhos. Neles o narrador é o designer e é através dele que se constrói toda a narrativa documental. Os seus vídeos têm uma duração que varia entre os 3'33" e os 9'47". Segundo Curtis, ele pretendia “uma série de vídeos *online* que fossem a celebração do design gráfico dos seus pares” (Curtis, 2006, p. 92)<sup>26</sup>, e que desta forma pudessem ser vistos com maior facilidade na *internet*. Refere ainda que, sendo as narrativas de curta duração, obrigam a que o realizador tenha a capacidade de sintetizar informação, privilegiando a que tem mais importância para cumprir com o resultado pretendido. Formalmente Curtis aborda cada vídeo de forma diferente, não existindo portanto uma série em termos formais, mas em termos conceptuais. Na sua maioria Curtis filma, produz e edita os vídeos, havendo outros em que recorre a uma pequena equipa para captar as imagens, mas mantém-se como produtor e editor dos vídeos. Segundo Curtis, e revendo a lista de material que publicou no seu livro *Hillman Curtis on Creating Short Films for the Web*, é necessário para as suas filmagens: “uma câmara de filmar, um tripé, e um computador que possa correr uma aplicação de edição. Um microfone decente e uns auscultadores

25 Os vídeos podem ser visualizados em: <http://hillmancurtis.com/artist-series/>

26 (...) an online video series that would celebrate the design work of my peers

são também úteis.<sup>27</sup>” (Curtis, 2006, p. 15). Os vídeos focam-se no trabalho do designer, no seu processo e nas suas inspirações para ser um designer gráfico, permitindo ao espectador conhecer o que está por trás do trabalho com que tem contacto na rua. Participaram nesta série um conjunto variado de designers como Milton Glaser, Paula Scher e David Carson, mas também o cineasta Mark Romanek, o artista Lawrence Weiner e o arquiteto Daniel Libeskind, entre outros.

### **Revista Slanted: Entrevistas Vídeo<sup>28</sup>**

As entrevistas em vídeo, que variam entre 5’ e 17’, são resultado da visita a Portugal dos editores da revista *Slanted* e da vontade de realizar uma edição dedicada a Portugal. Todos os vídeos apresentados começam da mesma forma, com imagens das cidades do Porto e de Lisboa, e com referência à publicação que deu origem aos vídeos e ao nome do entrevistado. Desta forma, mantendo sempre o mesmo grafismo, os autores reforçam a ideia de série. Na mesma linha, as mudanças de tema surgem através de separadores de cor com auxílio tipográfico onde aparecem as perguntas que vão contextualizando o discurso. O entrevistador torna-se desta forma mudo e sem interferência no decorrer das entrevistas, apesar de existir um ou outro momento pontual em que se ouve a sua voz.

As entrevistas, na sua vasta maioria, foram efetuadas nos locais de trabalho dos entrevistados e para a sua realização foram utilizadas duas câmaras. Uma frontal, com planos mais abertos, e outra com uma perspetiva um pouco lateral com planos mais apertados, permitindo na edição dos vídeos uma mudança de plano sem que se perca a sincronia da voz do entrevistado com a imagem captada. As imagens de corte são de trabalhos e de detalhes do estúdio do entrevistado. O som captado das entrevistas tem algum ruído exterior, e uma vez que não utilizaram microfone de lapela, supomos que foi usado um microfone direcional. Dos vinte e sete entrevistados no em

27 (...) a camera, a tripod, and a computer which runs an editing application. A decent microphone and headphones are also helpful.

28 Os vídeos podem ser visualizados em: <http://videos.slanted.de/portugal/>

Portugal foram escolhidos para serem entrevistados em vídeo os seguintes: Aka Corleone, Andrew Howard, Bürocratik, Duarte Garcia (Fábrica Viúva Lamego), Eduardo Aires (White Studio), Inês Nepomuceno, Joana Monteiro, João Castro e Ana Areias (The Royal Studio), João Faria (Drop), João Machado, Jorge Silva (silvadesigners), José Bártolo, Júlio Dolbeth e Rui Vitorino Santos (Galeria Dama Aflita), Márcia Novais, Non-Verbal Club, Oupas!, Paulo Lima e Ricardo Alexandre (Musa), R2, Rita João e Pedro Ferreira (Pedrita), Rui Abreu (R-Typography) e Sérgio Alves (Atelier d'Alves). O discurso é informal, muito em parte pela forma como a estrutura das entrevistas está montada. A visualização das diversas entrevistas sugere-nos a não existência de um guião rígido, mas a criação de uma conversa sem perguntas pré-estabelecidas.

## 2.5. Síntese conclusiva

O nosso estudo enquadra-se entre 1974, ano da Revolução de abril e o ano de 2015. Tem como tema a disciplina de design gráfico e o trabalho do designer, mais concretamente os seus processos de design. A história do design gráfico tem vindo a ser escrita de forma mais sistemática nos últimos tempos. Contudo a relação que existe entre a História que vai sendo abordada e a apresentação factual de trabalhos, correntes, tecnologias e designers, tende a não valorizar o que está intrínseco ao design gráfico: o processo. Sendo uma ferramenta fundamental e diferenciadora da disciplina do design na criação dos objetos de comunicação, entendemos que seria estimulante trabalhar sobre esta temática e assim tentar contribuir para uma melhor compreensão dos processos dos designers gráficos portuenses.

Conhecer o processo é ver para lá do que está tangível, ver o que habitualmente não é visível. Através do seu conhecimento, não obteremos soluções gráficas para dar respostas a problemas de design gráfico, mas poderemos encontrar afinidades e formas de agir comuns. A partilha do processo de design pelos designers é uma “generosidade” (Ramalho et al., 2010, p. 28), algo que tende a ser pouco partilhado entre os pares.

Considerando esta última premissa, iremos partir para um trabalho de campo prático, de acordo com as metodologias adotadas, utilizando a ferramenta vídeo como meio de registo e privilegiando assim um contacto direto com sujeitos pré-determinados. Confrontámo-nos com vários modelos teóricos e práticos do processo de design enquanto sistema planificado de processamento da informação, dos quais seleccionámos o modelo ensaiado por Elisabete Rolo como exemplo para o trabalho prático. Este sustentará o guião das entrevistas em vídeo efetuadas (ver capítulo 3), pois reúne nele uma sistematização de outros modelos de processos e, segundo a autora, está direcionado para a área de design gráfico.

Uma vez definido o universo temático a estudar, iremos partir para um trabalho de campo prático, de acordo com as metodologias adotadas. Será uma investigação com um contacto direto com sujeitos pré-determinados,

optando-se por utilizar a ferramenta vídeo como meio de registo. Deste modo, enquadramos tecnicamente o registo documental em vídeo bem como analisamos alguns exemplos que tomámos como referência conceptual e formal. Propomos uma série de olhares sobre o processo de design gráfico, onde cada designer revela a sua metodologia de trabalho através do qual chega às soluções gráficas que compõem todo o seu reportório. Pretendemos assim afastar-nos da história única, e propomos uma polifonia de perspetivas sobre o mesmo assunto, tornando-o o mais diversificado possível, e por isso mesmo mais completo e enriquecedor. Os vídeos permitem assim de um modo pleno, compreender a existência de formas de resposta a determinado problema.





### 3. Recolha de dados

No início desta investigação, o interesse esteve focado no conhecimento do fazer e pensar o design gráfico português. Conforme referido no capítulo 2, existe bibliografia dedicada ao design gráfico português, mas mais centrada na apresentação de portefólios de designers nacionais. Assim, seguindo a pergunta definida inicialmente, pretendíamos auscultar designers gráficos portugueses e teóricos do design para percebermos se existe uma identidade nacional no design gráfico português, não numa perspetiva formal, mas numa perspetiva metodológica ou processual. Entendemos que os intervenientes desta área estariam em condições privilegiadas para nos ajudar a compreender este problema.

Utilizámos a *teoria fundamentada*, e demos início às entrevistas exploratórias com os interesses de pesquisa já determinados e com um conjunto de conceitos gerais. Os objetivos inicialmente propostos permitiram ser um ponto de partida para conceber “as questões das entrevistas, observar os dados, ouvir os entrevistados e pensar analiticamente sobre os dados” (Charmaz, 2009, p. 34). Desta forma, as entrevistas surgiram para que os interlocutores entrevistados explicassem o seu ponto de vista através de um discurso na primeira pessoa, e para que pudéssemos desenvolver uma teoria através da análise dos dados recolhidos.

Após as entrevistas exploratórias e as suas respetivas transcrições, procedeu-se a uma leitura flutuante, que segundo Bardin (2009, p. 122) consiste num contacto inicial com os documentos a analisar. As leituras permitiram-nos reflectir sobre os conteúdos considerando contextos, anotações de campo, observações informais, e a partir delas dar origem a um conjunto de primeiras impressões sobre o problema abordado. “Pouco a pouco, a leitura vai-se

tornando mais precisa, em função de hipóteses emergentes, da projeção de teorias adaptadas sobre o material e da possível aplicação de técnicas utilizadas sobre materiais análogos” (Charmaz, 2009, p. 122).

Esta fase preliminar de análise resultou em algumas considerações que foram apresentadas em forma de resumos<sup>17</sup>. Após esta etapa, pudemos concluir que a informação recolhida não conseguia esclarecer os objetivos definidos no início desta investigação e particularmente a questão da identificação de traços de identidade/elementos identificativos do design português. E sugeria ainda um novo caminho para este trabalho de investigação.

Passámos então à elaboração de um projeto prático, em formato vídeo, iniciando-o com a conceção de um novo guião de entrevistas, uma vez que o utilizado para as entrevistas exploratórias se tinha demonstrado extenso e disperso, não conseguindo tratar de forma aprofundada a questão, agora central, da investigação: o *processo de design*.

### 3.1. Entrevistas exploratórias

Foram realizadas vinte e duas entrevistas exploratórias, registadas em áudio, que nos ajudaram a estruturar o novo caminho que a nossa investigação seguiu, tornando-se numa ferramenta fundamental para recolha de informação e para redirecionar o nosso projeto de investigação.

Foram solicitadas por email trinta e cinco entrevistas, das quais treze obtiveram resposta – doze positivamente, e uma de forma negativa. Esta recusa deve-se ao facto de o interlocutor não achar pertinente a sua entrevista no enquadramento da nossa investigação. Foram ainda solicitadas pessoalmente dez entrevistas que tiveram posterior agendamento por telefone ou email.

As entrevistas decorreram na sua maioria presencialmente em espaços sugeridos pelos entrevistados, que variaram entre o estúdio onde trabalham, a escola onde lecionam, a casa ou o estúdio do entrevistador; cinco entrevistas

17 Anexos 4 – 25

foram efetuadas via Skype, com recurso a gravador para registar o áudio, e quatro foram em formato de resposta escrita, enviada por email. Em relação a estas últimas, apesar de reconhecermos que foram realizadas em condições que não correspondem ao padrão utilizado, decidimos incorporá-las no estudo uma vez que nos permitiram obter informações relevantes para o projeto.

Através destas entrevistas pretendíamos responder aos objetivos inicialmente propostos, tencionávamos conhecer e circunscrever o design gráfico português contemporâneo, e saber se existe ou não uma forma de design que se possa intitular de design gráfico português e qual a sua capacidade de internacionalização. Pretendíamos compreender as experiências vividas e formulações acerca do tema – design gráfico nacional –, nomeadamente a forma como os designers gráficos pensam e aplicam as competências adquiridas e a forma como as obtiveram – se por formação profissional, se por influência de outros profissionais. Mas a investigação tomou outro rumo, e os objetivos foram alterados após a leitura flutuante e análise destas entrevistas exploratórias.

### 3.1.1. Entrevistados

As entrevistas foram efetuadas a um conjunto heterogéneo de designers e teóricos do design. Das sete efetuadas em Lisboa, seis foram a designers gráficos e uma a um teórico de design; das dez efetuadas no Porto, sete foram a designers gráficos e três a teóricos. Foram ainda efetuadas três entrevistas a designers gráficos portugueses estabelecidos fora de Portugal, em França, Holanda e Finlândia e também três entrevistas a designers gráficos estrangeiros que trabalham em Portugal, dois residentes no Porto e um em Lisboa.

Como referido anteriormente (capítulo 1), utilizámos a técnica de amostras em estudo qualitativo que Coutinho (2011, p. 290), apresenta como de *Bola de Neve*. Ashley Crossman (Crossman, 2014) explica que este tipo de amostragem tem como princípio recolher dados sobre determinada população-alvo, que o investigador pode localizar, e em seguida é pedido aos entrevistados que partilhem informações para localizar outros membros dessa população que possamos desconhecer e que eles entendam como relevante. Com este

sistema pretendemos ter um grupo de entrevistados heterogéneo, na sua idade, género, formação, proveniência, associação ou profissão. Iniciámos este processo de entrevistas exploratórias com um grupo de pessoas que vamos identificar como **Grupo A**. Os restantes entrevistados a que chamaremos de **Grupo B**, foram sugeridos no decorrer das entrevistas efetuadas ao *Grupo A*, e foram sendo acrescentados ao corpo total das entrevistas exploratórias à medida que o trabalho ia avançando.

Conforme referido no capítulo das metodologias gerais, podemos identificar os entrevistados nos seguintes grupos:

- Corpo teórico que tenha desenvolvido atividade em torno do estudo do design gráfico em Portugal; **(T)**
- Designers portugueses a exercer em Portugal, que não tiveram formação superior em design gráfico, mas que são reconhecidos pelos seus pares; **(PT1)**
- Designers portugueses que trabalham em Portugal que têm formação superior de design gráfico; **(PT2)**
- Designers gráficos portugueses que façam parte da AGI; **(PT AGI)**
- Designers gráficos portugueses com formação superior obtida em Portugal, que se encontram a trabalhar no estrangeiro; **(PT>EST)**
- Designers gráficos que têm origem estrangeira e que exercem design no nosso país; **(EST>PT)**

Assim, entrevistámos em Lisboa sete pessoas, das quais seis são designers e um teórico de design gráfico; dez no Porto, das quais sete eram designers e três teóricos; três designers portugueses estabelecidos fora de Portugal, em França, Holanda e Finlândia; e finalmente três designers estrangeiros que trabalhavam em Portugal, dois no Porto e um em Lisboa.

No primeiro grupo **T**, pretendíamos compreender de forma mais analítica o design gráfico português, as suas origens, os seus discursos e qual a perspectiva sobre o estado desta disciplina em Portugal. Para isso iniciámos entrevistas com José Bártolo e Mário Moura, seguindo-se a estes Frederico Duarte e Helena Sofia Silva.

No grupo **PT1**, pretendia-se compreender qual o entendimento dos designers gráficos sobre disciplina a nível nacional e se o seu processo poderá ser diferente dos seus pares com formação académica na área em questão. Ou seja, será que os designers sem formação superior em design gráfico poderão construir um processo de forma empírica? Será que o processo que estes designers usam se assemelha aos processos ensinados num curso de ensino superior específico da disciplina do design gráfico? Iniciámos entrevistas com António Modesto, Paulo Condez (Nada), Vera Tavares (Editora Tinta da China), Pedro Falcão e mais tarde entrevistamos João Machado.

Através das entrevistas ao grupo **PT2**, desejávamos compreender qual o entendimento dos designers gráficos sobre a sua área profissional, as suas influências e as suas formas de trabalhar. Neste grupo iniciamos as entrevistas com os designers João Faria (drop), João Martino (Martino e Jaña), Vivóeusébio e Nuno Coelho.

Com o grupo **PT AGI**, pretendíamos compreender se existiam características processuais, metodológicas e formais no trabalho destes designers portugueses comparáveis com aqueles que conhecemos internacionalmente. E, havendo diferenças, será que podiam ser assinaladas? Para o efeito, foram convidados todos os membros portugueses que fazem parte desta associação. Entrevistámos todos os membros, com a exceção de Mário Feliciano que recusou ser entrevistado, pois alegou que o seu trabalho atual não era de design gráfico, e por isso não achava pertinente ser entrevistado para este estudo. Os restantes, Jorge Silva (Silvadesigners), António Silveira Gomes (Barbara Says...), Artur Rebelo (R2) e Lizá Ramalho (R2) foram entrevistados.

A AGI, que atualmente conta com cinco membros nacionais, foi a associação internacional que apresentou maior representatividade de membros portugueses. Constatámos que também existem membros portugueses em outras associações estrangeiras nomeadamente no *International Council of Design*<sup>18</sup> (Ico-D) (Ico-D, 2015) onde somente o Instituto de Arte, Design e Empresa (IADE) marca a presença nacional, e na *Professional Organization for Design*

18 Anteriormente designada por Icograda – International Council of Graphic Design Associations

(AIGA) com apenas três membros portugueses (AIGA, 2015). Para além da AGI ter um maior número de membros portugueses, um outro fator que nos direcionou para a escolha desta associação foi o facto de o fator de entrada não estar somente dependente do pagamento de cotas, mas estar sujeito a uma avaliação do trabalho por um júri composto pelos seus pares.

No grupo **PT>EST**, Hugo d'Alte na Finlândia, José Albergaria (AGI) em França e mais tarde Susana Carvalho que atualmente está a trabalhar em Haia, na Holanda, foram os entrevistados que surgiram no decorrer da nossa investigação. Neste grupo entendíamos que seria interessante ter uma perspetiva do exterior, de fora do país, sobre o design gráfico que se faz em Portugal. Tentámos também compreender as influências que estes tiveram, e também compreender como é ser designer gráfico português e com formação portuguesa, num país estrangeiro.

Finalmente, no grupo **EST>PT**, foram assinalados Andrew Howard (Reino Unido), Alejandra Jaña (Chilena – Martino e Jaña) e mais tarde, juntou-se a este grupo o designer gráfico Arne Kaiser (Alemanha), através das entrevistas efetuadas a este grupo, pretendíamos entender qual a percepção que tinham e têm sobre o design gráfico português e de que forma o seu processo de trabalho poderá, eventualmente, ter sido adaptado pelo facto de estarem a exercer design gráfico em Portugal. O designer gráfico Robin Fior estava para ser entrevistado, mas faleceu em 2012.

Iniciámos o nosso projeto com uma entrevista piloto, onde ensaiamos o guião e tentamos compreender se este poderia auxiliar na recolha de informação e na resposta aos objetivos inicialmente propostos. Por uma questão de confiança e conveniência pela localização, elegemos António Modesto como nosso primeiro entrevistado. Após a entrevista, a avaliação que fizemos foi positiva, as perguntas testadas surtiram conteúdo de interesse para a investigação, estando adequadas ao pretendido. Como o guião da entrevista exploratória não foi alterado posteriormente, decidimos integrar essa primeira entrevista a Modesto no nosso *Grupo A*, fazendo assim parte do corpo de estudo.

### 3.1.1.1. Grupo A

Definido o guião e o *Grupo A*, achámos que estaríamos em condições para iniciar as primeiras entrevistas. Iremos de seguida apresentar uma curta biografia dos primeiros entrevistados consoante a categoria em que se inserem.

## T

**Mário Moura** leciona na FBAUP – História e Crítica do Design, Tipografia, Edição – e pertence ao Instituto de Investigação em Arte, Design e Sociedade da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto (izADS). É *blogger*, conferencista e crítico. É o autor do blogue *The Ressabiator*<sup>19</sup> onde é escritor ativo desde março de 2004. Parte dos seus textos foram recolhidos no livro *Design em Tempos de Crise* da editora Braço de Ferro em 2009. A sua tese de doutoramento trata da autoria no design. (Moura, 2004)

**José Bártolo** leciona na ESAD e tem tido um papel relevante no estudo do design nacional, desde logo por ter sido o coordenador da mais recente obra de História intitulada *Design Português*. Tem sido curador de variadas exposições relacionadas com o design gráfico e a sua memória, nomeadamente as que tem sido realizadas no Espaço Quadra, em Matosinhos. Faz parte da coordenação de diversas atividades relacionadas com o *Ano do Design Português*. É também coordenador e escritor de diversas publicações, artigos, comunicações, conferências sobre design português e os seus autores. (ESAD, 2015a)

## PT1

**António Modesto** leciona na FBAUP. É detentor de um relevante trabalho na área do design gráfico e fundador do *Atelier António Modesto Design, Lda* que criou, desenvolveu e colaborou em projetos de design e comunicação visual desde 1990 – manuais escolares, revistas, catálogos, cartazes, logótipos, mascotes, *websites*, apresentações, rótulos, embalagens, móveis, tipografia e ilustrações. (Modesto, 2015; Sigarra FBAUP, 2015)

19 [ressabiator.wordpress.com](http://ressabiator.wordpress.com)

## PT AGI

**António Silveira Gomes** desde 2001, lecionou em quatro universidades públicas e tem feito diversas comunicações em escolas internacionais, simpósios e *workshops*. Atualmente, leciona no Curso de Mestrado de Design e Multimédia na Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra. Em 1997, cofundou o estúdio de design *Barbara says...* onde atualmente, com uma nova parceria, continua na gestão. Tem trabalhado maioritariamente em projetos culturais, onde colabora com museus, galerias e artistas. O estúdio também se dedica a projetos editoriais próprios e tem-se associado a projetos sociais e artísticos através da relação estabelecida com artistas e investigadores. É membro da AGI desde 2010. (AGI, 2010a)

**Jorge Silva**, designer editorial especializado na direção de arte de publicações periódicas. Foi diretor de arte do *Combate*, jornal político trotsquista, entre 1978 e 2003. Neste jornal iniciou uma estimulante e duradoura ligação à ilustração editorial que dura até aos dias de hoje. Tem, regularmente, assumido funções docentes em *workshops* e cursos de pós-graduação, em escolas de Lisboa e do Porto, nas áreas de direção de arte e especificamente na direção de arte de ilustração. Leciona a disciplina de Design no Mestrado de Edição Infantil na Universidade Católica de Lisboa e a de Direção de Arte no Mestrado de Design Editorial da FBAUP. É responsável pela *Coleção D*, livros dedicados à história do design e aos designers portugueses. É membro da AGI desde 2011. Recentemente foi o responsável pela publicação *Portugal by Design*, lançado no âmbito do Ano Português do Design (AGI, 2010b; Bolos Quentes, 2008; D/Pt, 2015)

**R2** fundado em 1995 por Lizá Ramalho e Artur Rebelo tem realizado projetos na área do design de comunicação visual nas áreas do design editorial, identidade visual, sistemas de sinalização, cartazes, exposições, bem como projetos de *web design*. Explora diferentes meios – estáticos, sequenciais ou interativos – assim como diferentes materiais, papel, ecrã ou até mesmo betão. Ambos têm experiência de docência em Design Gráfico desde 1999 e têm coordenado diversos *workshops*, participaram como conferencistas e membros do júri em vários eventos nacionais e internacionais. Atualmente, Artur Rebelo leciona na Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra no Curso de Mestrado de Design e Multimédia. Em 2010,



organizaram a primeira edição da AGI Open, que teve lugar no Porto e reuniu cerca de mil participantes. São membros da AGI desde 2007, sendo Lizá Ramalho a atual presidente da AGI Portugal. (AGI, 2007a, 2007b; R2, 2015)

## EST > PT

**Andrew Howard** nasceu no Reino Unido e está em Portugal desde 1993. Howard é um designer gráfico, educador, escritor de design e curador. Leciona no Mestrado de Comunicação na ESAD. Tem um estúdio pessoal de design gráfico – *Studio Andrew Howard* – que se especializou em trabalhos para instituições culturais e educacionais. Em 2000, foi um dos signatários do manifesto *First Things First*, que apela a uma maior consciência da responsabilidade do design. Foi o responsável pelas *Personal Views*, uma série de conferências que tiveram lugar na ESAD, para discutir a prática do design contemporâneo. (ESAD, 2015b; Howard, 2015)

**Alejandra Jaña** é natural do Chile e está em Portugal desde 1995. Em 2000, cofundou o atelier *Martino & Jaña*. Nele trabalhou com clientes internacionais como a Nike, National Broadcasting Company (NBC) e nacionais como o Museu de Serralves, Porto 2001 e Guimarães 2012 - Capitais Europeias da Cultura, Vila Flor - Centro Cultural ou a Câmara Municipal do Porto. O atelier é, segundo os fundadores, o produto de uma equipa plural e eclética, que partilha motivações e ideais, muito experiente na prossecução e consultoria de projetos de design multidisciplinar. (Jaña, 2015; Martino&Jaña, 2015)

### 3.1.1.2. Grupo B

## T

**Helena Sofia Silva**, atualmente leciona História dos Media, História da Moda e da Joalheria, Análise e Crítica dos Media Contemporâneos e Correntes da Moda Contemporânea na ESAD de Matosinhos. Em 2011 foi coautora de duas breves monografias sobre os arquitetos Álvaro Siza Vieira e Souto de Moura. Entre a revista *Pli - Arte & Design*, o comissariado de exposições, a

apresentação de comunicações e a participação em eventos, tem colaborado em diferentes iniciativas da ESAD. Recentemente, foi autora de um dos volumes da coleção *Design Português*. (ESAD, 2015a)

**Frederico Duarte** lecionou em programas de design na *Parsons New School of Design*, ESAD Caldas da Rainha e na FBAUL. Trabalhou como designer em Kuala Lumpur, na Malásia, e em Treviso, Itália. De 2003 a 2006, foi responsável pela programação e comunicação na *Experimentaldesign*, Bienal de Lisboa. Tem trabalhado como escritor independente, crítico e curador em publicações, exposições e outros projetos em Portugal e no estrangeiro. (SVA, 2014)

## PT1

**Paulo Condez** fundou o estúdio *-nada-* em 2006. O estúdio tem várias valências das quais se destacam os cartazes para exposições e peças de teatro, identidades corporativas, design de livros, revistas e *web design*. Foi designer da *TBWA* entre 2006 e 2004, bem como da revista *Colours* entre 2001 e 2003. No início da sua carreira, em 2001, foi designer gráfico na *Metalli Lindberg*. (*-nada-*, 2015; Condez, 2015)

**Vera Tavares** é, desde a criação, a responsável pela direção de arte da editora *Tinta da China*. É também ilustradora, com publicações em periódicos. (Tavares, 2015)

**Pedro Falcão** leciona Projeto Editorial no curso de Multimédia e Design Gráfico na escola *Restart* em Lisboa. Em 2006, criou o seu próprio estúdio, *Atelier Pedro Falcão*, trabalhando para instituições culturais, artistas e arquitetos. Na área de design gráfico, realizou projetos corporativos, *branding*, design editorial, cartazes, sinalética e exposições. É ainda um especialista em design de livros. (Falcão, 2015)

**João Machado** formou-se em escultura em 1968 na ESBAP, e lecionou nesta mesma escola entre 1975 e 1981. Em 1982 abre o atelier de design gráfico *João Machado Design*. Tem desenvolvido uma extensa obra de cartazes e design editorial, e é também ilustrador. João Machado tem exibido a sua obra em algumas das mais importantes galerias e museus do mundo e o seu trabalho como ilustrador e designer tem sido objecto dos mais diversos prémios e distinções nacionais e internacionais – dos quais se destaca o *Prémio de Excelência Icograda 1999*. (Machado, 2010; Wikipedia, 2014)

## PT2

**João Faria** leciona design gráfico na ESAD de Matosinhos desde 1996. É diretor criativo da DROP, gabinete que fundou em 1996, especializando-se no desenvolvimento de identidades visuais e edição gráfica na área de produção cultural, em particular para eventos ou publicações relacionadas com teatro, música, cinema ou arquitetura. Desde 2006, é responsável pelo design gráfico do Curtas Vila do Conde - Festival Internacional de Cinema. O seu trabalho tem sido selecionado para várias exposições internacionais. (ESAD, 2015a)

**João Martino** leciona design gráfico na ESAD de Matosinhos desde 1999. Em 2000, cofunda o atelier *Martino & Jaña* com Alejandra Jaña. Nele, trabalhou com clientes internacionais como a Nike, National Broadcasting Company (NBC) e nacionais como o Museu de Serralves, Porto 2001 e Guimarães 2012 - Capitais Europeias da Cultura, Vila Flor - Centro Cultural ou a Câmara Municipal do Porto. O atelier é, segundo os fundadores, o produto de uma equipa plural e eclética, que partilha motivações e ideais, é multidisciplinar e experiente na prossecução e consultoria de projetos de design. Recentemente cofundou um novo atelier sem Alejandra Jaña sob o nome non-nerbal Club. (ESAD, 2015a; Martino&Jaña, 2015)

**Vivóeusébio** é um colectivo de design fundado em 2006, sediado em Lisboa e Londres. Tem desenvolvido projetos nas mais diversas áreas do design de comunicação, com especial incidência na área editorial e *print design* - livros, revistas, cartazes, *flyers*, entre outros. (Vivóeusébio, 2015)

**Nuno Coelho** é designer de comunicação e leciona nos cursos de Licenciatura e Mestrado em Design e Multimédia da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra. É designer gráfico, e desenvolve trabalhos para diversas entidades, na sua maioria agentes artísticos e instituições culturais. Participa também em conferências, enquanto orador, tanto em contexto público como académico. (Coelho, 2014)

## PT > EST

**José Albergaria** estudou em Portugal na Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, cidade onde cofundou e trabalhou no estúdio Barbara says. Leciona design gráfico na *ésad - école supérieure d'art et design d'Amiens*. É convidado a ser membro de júri em diversas escolas e festivais de design gráfico. Regularmente, dá conferências em diversas escolas francesas, e portuguesas. Em 2000, conheceu Rik Bas Backer, com quem cofunda o atelier parisiense *Change is good* em 2003. É membro da AGI desde 2010 e é o atual presidente da AGI França. (O'Reilly, 2005)

**Susana Carvalho** leciona design gráfico no curso de Licenciatura em Design Gráfico na *Royal Academy of Arts*, em Haia. Foi também professora de tipografia no programa de Licenciatura de Design Gráfico na *ARTEZ Academy*, Arnhem. Regularmente, dá seminários e *workshops* quer em Portugal como no estrangeiro. É cofundadora em parceria com Kai Bernau do *Atelier Carvalho Bernau*, um estúdio de design com sede em Haia, fundado em 2005. O estúdio trabalha principalmente nas áreas da cultura e publicação. (Bernau, 2015)

**Hugo d'Alte** concluiu na ESAD em Matosinhos o curso de Design de Comunicação em 1999. Viajou para a Holanda para continuar os estudos onde, entre 2000 e 2002, frequentou a pós-graduação *Type & Media* na Academia Real de Belas Artes em Haia. Durante esses anos colaborou também com o estúdio tipográfico *Underware*, com sede em Haia. Desde 2004 que se encontra a viver e a trabalhar em Helsínquia, na Finlândia. Em 2005, foi convidado a intervir na *Atypi-Helsínquia*, a conferência da Associação Internacional de Tipografia, e, nesse mesmo ano, publicou um tipo de letra – Kaas –, na editora *Village* de Nova Iorque. (Heitlinger, 2014)

## EST > PT

**Arne Kaiser** trabalha como designer gráfico independente desde 1999. Oriundo da Alemanha, tem formação em artes plásticas na *Hochschule der Berlim de Künste* - pintura, desenho e fotografia - e, em seguida, formação em design gráfico na *Academia Gerrit Rietveld* em Amesterdão e *Escola de Artes Visuais de Nova Iorque*. Desde 1999, trabalha em Portugal para clientes nacionais e internacionais, na sua maioria artistas, instituições culturais, curadores ou editores. (Kaiser, 2015)

O nosso grupo de entrevistados fica assim concluído, sendo apresentado de seguida um quadro que nos ajuda a sistematizar os mesmos pelas suas características:

		António Modesto	Mário Moura	João Faria	José Bártolo	Andrew Howard	José Albergara	António Silveira Gomes	Jorge Silva	Susana Carvalho	Helena Sofia Silva	Frederico Duarte	Paulo Condez	Arne Kaiser	Alejandra Jaña	João Martino	Hugo d'Alte	Vera Tavares	Vivóusebio*	R2*	Pedro Falcão	Nuno Coelho	João Machado	Totais
Naturalidade	Portugal	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	-	-	▪	▪	▪	16
	Estrangeiro					▪	▪							▪	▪				-	-	▪	▪	▪	4
Género	Masculino	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪			▪	▪	▪		▪	▪		-	-	▪	▪	▪	16
	Feminino									▪	▪				▪			▪	-	-				4
Formação superior específica em design gráfico	Sim		▪	▪			▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪		▪	▪	14
	Ano da formação em design gráfico		1998	1998			1996	1996		2008	1999	2002		1999	1999	1996	1999		-	-		2002		-
	Não	▪			▪	▪			▪				▪					▪				▪	▪	8
Docente	Sim	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪				▪		-	-	▪	▪	▪	14	
	Não												▪	▪	▪			▪	▪	-	-		▪	6
Exerce Design	Sim	▪		▪		▪	▪	▪	▪	▪			▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	18
	Não		▪		▪																			4
Tem atelier	Sim	Em Portugal	▪		▪		▪	▪	▪				▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	15
		Fora de Portugal						▪		▪									▪					3
	Não		▪		▪																			4
Associações de design internacionais	AGI	Sim					▪	▪	▪													▪		4
		Não	▪	▪	▪	▪	▪				▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	18
	Ico-ID	Sim																						0
		Não	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	22
	AIGA	Sim																						0
		Não	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	▪	22
Categoria em que se inserem	T		▪		▪				▪	▪														4
	PT1	▪											▪					▪				▪	▪	5
	PT2			▪												▪			▪				▪	4
	PT AGI							▪	▪													▪		3
	PT > EST						▪			▪							▪							3
	EST > PT					▪								▪	▪									3

**Quadro 1** Caracterização dos entrevistados. Os entrevistados assinalados com (\*) estão a ser entendidos como um conjunto. Não foram parametrizados os dados individuais.

### 3.1.2. Guião das entrevistas exploratórias

No guião das entrevistas exploratórias<sup>20</sup>, apresentamos perguntas que abrangem os quatro vetores de análise anteriormente referidos. São eles:

- Formação,
- Tecnologia,
- Estado do design gráfico em Portugal,
- Processo

Em cada área foram colocadas questões para as quais foi pedida uma resposta sistematizada. Iremos, de seguida, efetuar uma descrição dos objetivos de cada pergunta e apresentar um esquema em forma de tabela para melhor compreensão da aplicação do guião aos diferentes entrevistados.

#### **Formação**

No primeiro vetor, pretendíamos abordar temas relacionados com o percurso académico e profissional que trilharam para a especialização nesta área. O objetivo deste vetor era identificar e caracterizar os entrevistados.

#### **Perguntas:**

1. Qual o seu percurso académico?
  - a) Esse percurso moldou-o enquanto designer?
2. Que outras influências teve?
17. Há quantos anos está em Portugal?
21. Há quantos anos está fora de Portugal?

**Objetivo (1, 1a, 2, 17 e 21):** Identificar o percurso de cada designer gráfico e a relação com Portugal, de forma a conseguir uma caracterização do grupo.

<sup>20</sup> pode ser consultado no anexo 1

### Tecnologia

Neste vetor, introduzimos questões sobre a utilização de *software* aos profissionais de design gráfico. O objetivo geral deste vetor era compreender de que forma o *software* influencia ou condiciona a prática do design gráfico.

#### Pergunta:

3. Considera que a tecnologia / software estão a influenciar a forma de fazer/ pensar o design gráfico em Portugal?

**Objectivo:** uma pergunta de opinião que pretende identificar a posição do interlocutor quanto à atual relação do designer com o software e as possíveis consequências criativas que daí advêm.

### Estado do design gráfico em Portugal

Neste vetor pretendíamos estabelecer relações entre o design gráfico feito em Portugal e o que é realizado no estrangeiro, e saber a opinião dos entrevistados acerca da situação do design gráfico nacional. Tínhamos como objetivo geral deste vetor, caracterizar o estado do design gráfico nacional, mapeando-o através da reflexão dos entrevistados sobre o seu trabalho, o dos seus pares, da sua relação com associações de design e da possível influência da localização geográfica.

#### Perguntas:

4. Acha que o design gráfico português está a tornar-se mais globalizado/global fazendo perder potenciais características ou essa globalização está a conduzir os designers para uma busca de maior individualidade formal/conceitual e ao mesmo tempo de demarcação internacional do design português?

**Objectivo:** Pergunta de opinião que pretende identificar a posição do entrevistado relativa ao confronto “globalização vs design gráfico português”.



5. Acha que se pode afirmar que existe design português?
- a) Como o entende?
- b) Que elementos formais/conceptuais/metodológicos encontra que o ajudem a suportar essa resposta?
10. Quais os designers portugueses que considera mais marcantes e porquê?
11. Como define a evolução do design gráfico em Portugal?

**Objetivo (5, 5a, 5b, 10, 11):** mapear a existência ou não de uma forma de fazer design gráfico português que se possa afirmar como tal, quais os seus principais interlocutores e de que forma se pode expressar.

12. Da perspetiva de um designer português, o que é para si fazer parte da AGI?
13. Acha que ao ser membro da AGI está a tornar o design português mais global, ou está a demarcar-se da globalização, marcando a diferença com o design português?

**Objetivo (12 e 13):** Compreender a importância da AGI no panorama do design gráfico português.

14. Como olha para o design gráfico português em comparação com o do seu país de origem?
16. Acha que já “aportuguesou” o seu design?
- a) De que forma?
19. Como olha para o design gráfico português, comparando com o do país onde trabalha?
20. Como acha que o seu país de acolhimento vê o design gráfico português?

**Objetivo (14, 16, 16a, 19 e 20):** Solicitar uma avaliação crítica do entrevistado quanto ao design gráfico português através da sua relação com o design de outro país.

18. Está atento ao design gráfico que se faz em Portugal?
- a) Por alguma razão especial?

**Objetivo (18 e 18a):** Averiguar a atenção que o designer gráfico tem em relação ao design gráfico que se pratica em Portugal.

### Processo

No vetor do processo, pretendíamos perceber se podem existir relações metodológicas ou processuais que criam a ideia de grupo ou, neste caso, de design gráfico português. Neste vetor, o nosso principal enfoque foi a forma de *fazer e pensar*, tentando fugir das questões formais que poderiam remeter para o portefólio. Assim, tínhamos como objetivos gerais, conhecer os processos criativos dos designers gráficos.

### Perguntas:

6. Acha que a sua forma de fazer/conceber design está enquadrada no que entende por design português?
7. De forma sucinta, pode descrever a forma como aborda um projeto de design gráfico, em termos de definição de programa, método ou forma de trabalhar?
15. Acha que existem elementos formais ou características metodológicas que lhe permitam identificar o design gráfico feito em Portugal com o rótulo de design português?

**Objetivo (6, 7 e 15):** Conhecer o processo do designer gráfico em contraponto com o que entende por *design português*.

8. Alguma vez citou algum designer num dos seus trabalhos, no que diz respeito à forma, pensamento, metodologia,... ?
  - a) Se sim: De que forma o citou?
  - b) (para o caso de não referir nenhum português) E português?

**Objetivo:** Averiguar se os designers gráficos tem uma consciência relacional do seu trabalho com os seus pares.

9. Quais os seus trabalhos mais representativos? (forma como pensar/cria).

**Objetivo:** Identificar os trabalhos gráficos mais significativos de cada designer entrevistado.

No quadro que se segue, estão apresentados os vetores, mas também os atores escolhidos para fazerem parte deste *corpus* inicial.

		T	PT1	PT2	PT AGI	PT > EST	EST > PT
<b>Entrevistados</b>		José Bartolo, Mário Moura, Helena Sofia Silva, Frederico Duarte	António Modesto, Paulo Condez, Vera Tavares, Pedro Falcão, João Machado,	João Faria, João Martino, VivóEusébio, Nuno Coelho	António Silveira Gomes, Artur Rebelo e Lizá Ramalho (R2), Jorge Silva,	Hugo d'Alte, José Albergaria, Susana Carvalho	Andrew Howard, Alejandra Jana, Arne Kaiser
<b>Formação</b>	Percorso Académico/ Influências	1	1/1a/2	1/1a/2	1/1a/2	1/1a/2	1/1a/2
	Anos que está fora ou dentro de Portugal					21	17
<b>Tecnologia</b>	Software	3	3	3	3	3	3
<b>Estado do Design</b>	Globalização vs Nacional		4	4	4	4	4
	Design gráfico português	5/5b/10/11	5/5a/10	5/5a/10	5/5a/10	5/5a/10	5/5a/10
	Atenção ao design gráfico nacional					18/18a	
	Design português vs estrangeiro					19/20	14/16
	AGI				12/13		
<b>Processo Criativo</b>	Processo		6/7	6/7	6/7	6/7	7/15
	Designer vs pares		8/8a/8b	8/8a/8b	8/8a/8b	8/8a/8b	8/8a/8b
	Trabalhos mais representativos		9	9	9	9	9

**Quadro 2** Guião das entrevistas por categoria/entrevistados

### 3.1.3. Sumários das entrevistas exploratórias

A análise de conteúdo das entrevistas exploratórias procedeu-se primeiro através de uma leitura flutuante das transcrições das entrevistas<sup>21</sup>. Segundo Bardin a leitura flutuante consiste num contacto inicial com os documentos a analisar, uma reflexão contínua sobre os conteúdos, que é mais abrangente, considerando contextos, anotações de campo, observações informais, que finalmente darão origem a um conjunto de primeiras impressões sobre o problema abordado. A partir daí, começa a ser possível obter algumas informações mais precisas: “Pouco a pouco, a leitura vai-se tornando mais precisa, em função de hipóteses emergentes, da projeção de teorias adaptadas sobre o material e da possível aplicação de técnicas utilizadas sobre materiais análogos” (Bardin, 2009, p. 122).

Esta fase preliminar de análise resultou em algumas considerações que apresentamos de seguida em forma de resumos. Os designers que foram entrevistados têm **Formação** informal muito heterogénea, em termos da formação académica, as escolas de ensino superior que se destacam são a FBAUP, ESAD e FBAUL. Sobre a **Tecnologia**, os entrevistados entendem que esta tem um papel fundamental sobre o processo do design gráfico e que é ela que tem ditado a evolução da profissão de designer e da sua relação com o trabalho gráfico. Sobre o **Estado do design**, os entrevistados referem a importância do cliente para a obtenção de um bom resultado, sugerindo que este condiciona o processo e consequentemente o resultado do trabalho do designer. Sobre o **Processo**, esta temática foi entendida pelos designers como uma questão pessoal sendo visíveis as diferentes perspetivas sobre ela. Existindo uma quantidade considerável de designers que se tornou vaga na resposta.

Após esta primeira análise, pudemos concluir que a informação recolhida não esclarecia os objetivos definidos no início desta investigação e particularmente a questão da identificação de traços de identidade/elementos identificativos do design português.

Assim, considerando a flexibilidade da metodologia aplicada e a informação recolhida nas primeiras entrevistas, decidimos redefinir os objetivos e a pergunta desta investigação, regressando ao campo para, com uma nova estratégia, recolher dados para posterior análise.

21 A transcrição integral das entrevistas e as respetivas leituras podem ser consultadas nos anexos 4-28

### 3.2. Entrevistas em vídeo

Como referimos anteriormente, as entrevistas exploratórias conduziram-nos a uma nova fase do projeto de investigação – trabalho prático –, com a definição de uma nova pergunta de investigação e novos objetivos. A fase prática do nosso projeto surge após a identificação da necessidade de reflexão sobre o design gráfico português e dos processos de trabalho através dos seus protagonistas. O trabalho materializou-se num conjunto de entrevistas documentais em formato vídeo que se circunscreveram a uma região particular, o Grande Porto.

Assim, o nosso trabalho prático foi desenhado para permitir ouvir na primeira pessoa, sem narração ou intervenção de terceiras pessoas, as reflexões dos designers sobre o seu trabalho e sobre a condição do design gráfico. O tema central destas entrevistas é o *processo*, apesar de serem também abordadas outras temáticas relacionadas, no decorrer das entrevistas. A curiosidade acerca deste tema surgiu durante as entrevistas exploratórias e ainda, com a revisão de literatura. Através delas, entendemos que era uma temática que os designers consideram como sua, existindo dificuldade na comparação devido à subjetividade com que todas as fases se processam. O processo é mais do que um mero conjunto de passos, é uma forma de pensar e fazer que é muito particular e variável de designer para designer. Apesar disso, existem potenciais pontos de contacto, seguindo as metodologias clássicas processuais do trabalho do designer. Mesmo baseados na mesma fórmula de trabalho, cada designer, pela sua vivência e contexto onde se insere, interpreta o seu papel de forma pessoal e daí os vários pontos de vista sobre o mesmo problema. Procuramos que estes vídeos fossem a apresentação da forma como consequência de um pensamento crítico e criativo.

O vídeo foi o meio escolhido para registar um conjunto de entrevistas que pudessem contribuir para um esclarecimento acerca da temática do design gráfico – o *processo*. O principal propósito desta investigação prende-se com a identificação de casos de estudo e a sua análise com vista à produção de objetos audiovisuais que promovam a divulgação da disciplina, dos seus atores e processos. Desta forma, pretendemos contribuir para uma reflexão alargada dentro da comunidade de designers, assim como participar na construção de memória futura. Privilegiámos a conceptualização e implementação das

entrevistas, em relação ao caráter mais técnico da disciplina de vídeo documental. Contudo, apesar das nossas limitações técnicas, tentámos sempre que as entrevistas em vídeo dignificassem o conteúdo e também os designers que tão disponíveis e dedicados foram a este projeto.

### 3.2.1. Entrevistados

O efeito *Bola de neve* (Coutinho, 2011, p. 290) proporcionou-nos, através das entrevistas exploratórias, o acesso a um vasto conjunto de nomes de designers gráficos, como se pode observar no quadro 3. Das sessenta e quatro referências recolhidas, dezasseis tinham já falecido, excluámos trinta e três que não têm ou não tiveram atelier de design na cidade do grande Porto, e retiramos da amostragem dois elementos que se dedicam à teoria do design e não à sua execução. Isolámos então quinze designers gráficos (incluindo a entrevista piloto) para efetuar as entrevistas vídeo.

Por se tratar de um trabalho direcionado para o *processo*, entendemos que seria relevante obter uma amostragem por **diferentes gerações**, para apresentar a forma de pensar e fazer dos designers que, pela sua idade e contextos distintos, poderiam ter diferentes abordagens de trabalho. Como explicado anteriormente no capítulo 1, adaptámos a divisão geracional apresentada por Mendonça (2007, p. 334), introduzindo alterações que entendemos necessárias para uma melhor caracterização dos processos de trabalho.

Após esta amostragem decidimos que para o desenvolvimento desta nova etapa do trabalho prático – as entrevistas em vídeo –, seria relevante entrevistar o maior número de designers possível. Até ao término desta apresentação efetuámos entrevistas a sete designers (incorporando a entrevista piloto).

	Formação superior em design gráfico no Porto / Geração				Exerce/exerceu design gráfico de forma regular		Tem/teve atelier de design gráfico no Porto		Referido pelos pares	
	Anterior a 1974 (A)	1974 – 1989 (B)	1990 – 2000 (C)	2001 – 2015 (D)	Não	Sim	Não	Sim	Sim / Número de vezes	Não
<b>Susana Fernando (Piloto)</b>			▪			▪		▪		
Almada Negreiros (1893-1970) †									1	
alva	-	-	-	-	-	▪		▪	1	
Andrew Howard					▪	▪		▪	1	
Antero Ferreira		▪				▪		▪	1	
António Garcia (1925 – 2015) †									2	
António Modesto		▪*			▪	▪		▪	1	
António Silveira Gomes / Barbara says...					▪	▪		▪	6	
António Soares (1894-1978) †									1	
Armando Alves					▪	▪		▪	1	
Arne Kaiser					▪	▪		▪	1	
Bernardo Marques (1898-1962) †									2	
Bolos Quentes				▪		▪		▪	1	
Carlos Guerreiro (Maga)					▪	▪		▪	4	
Carlos Rocha					▪	▪		▪	2	
Cristina Couceiro					▪	▪		▪	1	
Cristina Reis					▪	▪		▪	1	

**Quadro 3** Caracterização do grupo geral para as entrevistas em vídeo

Daciano da Costa (1930-2005) †										1	
Dino dos Santos			▪				▪	▪		2	
Eduardo Aires		▪					▪	▪		1	
FlatLand										1	
Flúor	-	-	-	-	-	▪			▪	1	
Francisco Providência		▪				▪			▪	2	
Fred Kradolfer (1903-1968) †										4	
Frederico Duarte			▪				▪		▪	1	
Helena Sofia Silva			▪				▪		▪	1	
Henrique Cayatte					▪	▪			▪	4	
Hugo d'Alte			▪			▪			▪	1	
João Botelho					▪	▪			▪	1	
João Faria			▪			▪		▪		8	
João Machado					▪	▪		▪		7	
João Nunes			▪			▪		▪		1	
Jorge Afonso (1940-2015) †	▪					▪		▪		1	
Jorge Barradas (1894-1971) †										1	
Jorge Silva					▪	▪			▪	5	
José Albergaria					▪	▪			▪	1	
José Bártolo					▪		▪		▪	-	-
José Brandão					▪	▪			▪	2	
José Rocha (etp)					▪					1	
Leal da Câmara (1876-1948) †										1	
Lúis Miguel Castro					▪	▪			▪	3	
Manuel Rodrigues (1924-1965) †										1	
Marco Balesteros					▪	▪			▪	3	
Mário Feliciano					▪	▪			▪	5	



Mário Moura			▪				▪		▪	-	-
Martino & Jaña (non-nerbal Club)			▪							3	
Musa	-	-	-	-	-					1	
Nada Design / Paulo Condez	-	-	-	-	-					2	
Né Santelmo			▪				▪		▪	1	
Nuno Coelho			▪				▪		▪	1	
Paulo de Cantos (1892-1979) †										5	
Paulo Guilherme (1932-2010) †										1	
Pedro Falcão					▪	▪			▪	4	
R2			▪			▪			▪	13	
Ricardo Mealha (1968-2015) †					▪	▪			▪	3	
Robin Fior (1935-2012) †										2	
Santa Bárbara					▪	▪			▪	1	
Sebastião Rodrigues (1929-1997) †										13	
Stuart de Carvalhais (1887-1961) †										1	
Susana Carvalho					▪	▪			▪	1	
Thomaz de Melo (1906-1990) †										1	
Vera Tavares					▪	▪			▪	1	
Victor Palla (1922-2006) †										7	
Vitor Almeida					▪		▪		▪	1	
Vivó Eusébio					▪	▪			▪	3	

- dado desconhecido

† falecido

\* não se licenciou em Design de comunicação, mas frequentou disciplinas de design até ao 3º ano da faculdade, escolhendo só nesse ano o curso de pintura para finalizar a licenciatura.

Assim sendo, os designers entrevistados pela ordem das gerações foram:

- Para **geração anterior a 1974 (A)**, tínhamos a possibilidade de entrevistar três designers, Armando Alves, João Machado e Jorge Afonso. Apesar de João Machado ser a escolha mais indicada para esta geração, pois foi referenciado por sete entrevistados, não foi possível avançar com a entrevista em vídeo, uma vez que não consente o registo em vídeo da sua entrevista. Assim, ficámos com Armando Alves e Jorge Afonso que, toca à referência pelos pares, estão em pé de igualdade. Afonso era uma presença assídua da ESAD, onde possuímos canais facilitados, e por isso a marcação de entrevista foi rápida e simples. Em relação a Alves, o contacto já foi feito mas ainda não foi possível agendar a entrevista.
- Na **geração 1974-1989 (B)**, surgiram os nomes de António Modesto, Antero Ferreira, Eduardo Aires, João Nunes e Né Santelmo. Como todos tinham sido referidos pelos seus pares uma única vez, o fator de decisão pendeu para a facilidade de agendamento de entrevistas. Deste grupo foram já entrevistados dois designers, António Modesto e Eduardo Aires.
- Da **geração de 1990-2000 (C)**, os nomes mais referenciados nas entrevistas exploratórias foram o atelier R2, João Faria, o atelier Martino & Jaña (atual non-verbal Club) e Nuno Coelho. A escolha aqui foi definida pelo número de referências que cada um tinha. Neste grupo foram já efetuadas duas entrevistas, faltando ainda efetuar as duas restantes.
- Na **geração de 2001-2015 (D)**, o estúdio Bolos Quentes foi o único referenciado pelas entrevistas exploratórias que encaixa nesta geração e a quem já efetuamos a entrevista.

Iremos de seguida apresentar uma curta biografia dos entrevistados de acordo com as suas gerações:

**Jorge Afonso** (A) foi um dos primeiros designers licenciados em Portugal, pela FBAUP. Foi docente na escola que o formou durante 20 anos e cofundou a ESAD de Matosinhos em 1989. Exerceu design gráfico, redesenhando o *Jornal de Notícias* e concebendo o jornal *O Jogo* e o *Notícias da Tarde*. Trabalhou com a Cerâmica do Fojo, a Fundação Eng. António de Almeida e com companhias de teatro nacionais. (Neto, 2015) Era ainda um entusiasta da fotografia, arte que sempre o acompanhou na sua criação gráfica. Afonso faleceu em novembro de 2015, sem nunca ter visto a edição final da sua entrevista.

**António Modesto** (B), apresentado nas biografias anteriores na pág. 79.

**Eduardo Aires** (B), iniciou a sua formação académica na Alemanha Federal, passando por Coimbra e depois pelo Porto, cidade onde, em 1987, termina o curso de Design de Comunicação da FBAUP. Nesse mesmo ano foi admitido como docente no Departamento de Design da escola que o formou, onde leciona até à atualidade. Do seu trabalho gráfico podem ser destacados os que efetuou para a Fundação Calouste Gulbenkian, Casa da Moeda e Herdade do Esporão, bem como a colaboração que mantém com os CTT – Correios de Portugal. (ID+, 2013) Ainda de destacar o redesenho das identidades visuais da cidade do Porto e do Teatro Municipal do Porto.

**João Faria** (C), apresentado nas biografias anteriores na pág. 83.

**João Martino** (C), apresentado nas biografias anteriores na pág. 83. Martino, apesar de nas entrevistas exploratórias nos ter dado uma entrevista individual, na entrevista em vídeo, pediu que fosse contemplado o coletivo com quem trabalha.

**Bolos Quentes** (D), O estúdio de design foi fundado por quatro criativos, sendo composto atualmente por são Duarte Amorim e Sérgio Couto, formados em Design de Comunicação pela FBAUP. Desde a sua fundação em 2003 desenvolveram vários projetos em áreas culturais, artísticas, institucionais ou para organizações não lucrativas. (Bolos Quentes, 2008)

	Formação superior em design gráfico no Porto / Geração				Exerce/exerceu design gráfico de forma regular		Tem/Teve atelier de design gráfico no Porto		Referido pelos pares	
	Anterior a 1974 (A)	1974 – 1989 (B)	1990 – 2000 (C)	2001 – 2015 (D)	Não	Sim	Não	Sim	Sim / Número de vezes	Não
<b>Susana Fernando (Piloto)</b>			▪			▪		▪		
Andrew Howard					▪	▪		▪	1	
Antero Ferreira		▪				▪		▪	1	
António Modesto		▪*			▪	▪		▪	1	
Armando Alves					▪	▪		▪	1	
Bolos Quentes				▪		▪		▪	1	
Eduardo Aires		▪				▪		▪	1	
João Faria			▪			▪		▪	8	
João Machado					▪	▪		▪	7	
João Nunes			▪			▪		▪	1	
Jorge Afonso (1940-2015) †	▪					▪		▪	1	
Martino & Jaña (non-verbal Club)			▪						3	
Né Santelmo		▪				▪		▪	1	
Nuno Coelho			▪			▪		▪	1	
R2			▪			▪		▪	13	

**Quadro 4** Caracterização dos entrevistados para a entrevista em vídeo.

† falecido

\* não se licenciou em Design de comunicação, mas frequentou disciplinas de design até ao 3º ano da faculdade, escolhendo só nesse ano o curso de pintura para finalizar a licenciatura.

Podemos observar, no quadro 4, uma caracterização dos designers selecionados para as entrevistas em vídeo. De forma a facilitar a visualização da tabela, destacámos com barras cinzentas horizontais as entrevistas já efetuadas.

Após determinarmos o grupo de designers a entrevistar, demos início ao trabalho prático de entrevistas em vídeo. Esta seleção, mais focada na temática do que as entrevistas exploratórias, permitirá recolher mais dados que se centrem no tema e nas suas propriedades. O seu objetivo é proporcionar a recolha de perspetivas de indivíduos das gerações apresentadas. Assim, esta escolha estratégica pretende encontrar e reunir dados pertinentes para o nosso estudo. Não tem que ser representativa de uma população ou os seus resultados serem generalizados estatisticamente (Charmaz, 2009, pp. 135, 140).

Não seguimos nenhuma ordem específica para a execução das entrevistas, uma vez que os nomes estavam seriados, fazendo depender a entrevista da disponibilidade do entrevistado. Iniciámos o nosso projeto com uma entrevista piloto. Para este episódio piloto, escolhemos **Susana Fernando**. É formada na Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto e leciona na Escola Superior de Artes e Design, em Matosinhos. Tem escritório no Porto e trabalhou em projetos para Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Cineclube da Feira, Museu dos Transportes e Comunicações, Instituto Politécnico do Porto, Museu da Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, FNAC Portugal, Universal Music, entre outros (ESAD, 2015a). É designer regular do Instituto de Engenharia de Sistemas e Computadores - Porto e é ilustradora, participando com ocasionalmente em exposições de ilustração. Para além do seu trabalho, temos com Fernando uma relação de amizade, o que nos permitiu experimentar o modelo de abordagem com maior liberdade e à vontade. O facto de Fernando se disponibilizar para esta filmagem permitiu ensaiarmos um guião já direcionado para a questão do processo, baseando-nos no guião que foi utilizado anteriormente nas entrevistas em áudio. Este foi um guião de transição<sup>22</sup> para aquele que, após alguns ajustes, seria colocado em prática já na entrevista seguinte, a um dos entrevistados que seleccionámos.

### 3.2.2. Guião das entrevistas

#### 3.2.2.1. 1º guião

O guião das entrevistas exploratórias serviu de base para a entrevista piloto efetuada a Susana Fernando. Mantivemos os mesmos quatro vetores de análise anteriormente referidos com a exceção do vetor *Estado do design gráfico*, que foi alterado por um novo tópico: *o Designer enquanto profissional*. Pretendíamos com esta alteração tornar o grupo de perguntas mais circunspeto em termos da profissão, permitindo ao designer refletir sobre a atualidade, o futuro e as boas práticas do design gráfico. Assim, os vetores considerados para o primeiro guião das entrevistas em vídeo foram os seguintes:

- Formação
- Tecnologia
- Processo
- Designer gráfico enquanto profissional

Contudo este guião foi adaptado para ir de encontro aos novos objetivos propostos. Alteramos a ordem para:

- Formação
- Processo
- Tecnologia
- Designer gráfico enquanto profissional

A maior incidência das perguntas foi para o tópico do *processo*, onde tentámos de forma empírica obter respostas reveladoras dos processos do designer. Sobre o estado do design gráfico, tentámos circunscreve-lo geograficamente ao Porto.

Em cada área colocámos questões para as quais foram pedidas respostas sistematizadas, que permitiram a posterior análise dos depoimentos. Iremos, de seguida, efetuar uma descrição dos objetivos de cada pergunta:

## Formação

Assim, no primeiro vetor, pretendíamos conhecer o percurso académico e profissional do designer, bem como as suas influências externas à profissão, que tenham sido relevantes à sua formação. Neste grupo de perguntas, o objetivo geral era identificar e caracterizar os entrevistados.

### Perguntas:

1. Qual o seu percurso académico?
  - a) Esse percurso moldou-o enquanto designer?
2. Que outras influências teve?

**Objetivo (1, 1a, 2):** Identificar e percurso do designer gráfico de forma a conseguir uma caracterização.

## Tecnologia

Este vector tinha como objetivo geral compreender de que forma a tecnologia é entendida pelo designer, e qual a *relação e influência* da tecnologia e do processo.

### Pergunta:

3. Considera que a tecnologia / *software* estão a influenciar a forma de fazer / pensar o design gráfico em Portugal?

Objectivo: uma pergunta de opinião que pretende identificar a posição do designer quanto à sua atual relação com o *software* e as possíveis consequências criativas que daí advêm.

### Processo

No vetor do processo, pretendíamos perceber se existem relações metodológicas ou processuais no Porto. O nosso principal enfoque foi a forma de fazer e pensar, tentando fugir às questões formais que remetem para o portefólio. Assim, tínhamos como objetivos gerais, conhecer os processos criativos dos designers gráficos. No conjunto de perguntas efetuadas, tentámos que o designer fosse o mais claro possível nas suas respostas, sugerindo pontos de discussão, como por exemplo a referência, durante as perguntas deste vetor, à produção, ao cliente, e a outros aspetos que entendemos carecerem de maior explicação por parte do designer, aquando a entrevista.

### Perguntas:

6. Descreva a forma como aborda um projeto de design gráfico, em termos de definição de programa, método, forma de trabalhar?

**Objetivo:** Conhecer o processo do designer gráfico, desde o momento da encomenda até ao momento da entrega ao cliente.

7. Alguma vez citou algum designer num dos seus trabalhos, no que diz respeito à forma, pensamento, metodologia,... ?

a) Se sim: De que forma o citou?

b) (para o caso de não referir nenhum português) E português?

**Objetivo (7, 7a e 7b):** Apurar se os designers gráficos têm uma consciência relacional do seu trabalho com os seus pares.

8. Quais os seus trabalhos mais representativos? (forma como pensar/cria).

**Objetivo:** Identificar os trabalhos gráficos mais significativos e tentar compreender se existe relação entre a teoria metodológica e a prática.



## Designer gráfico enquanto profissional

Neste vector, tínhamos como objetivo caracterizar o estado do design gráfico do grande Porto, através da reflexão dos entrevistados sobre a disciplina e o seu trabalho enquanto designer.

### Perguntas:

4. Acha que o design gráfico português está a tornar-se mais globalizado/global fazendo perder potenciais características ou essa globalização está a conduzir os designers para uma busca de maior individualidade formal/conceitual e ao mesmo tempo de demarcação internacional do design português?

**Objectivo:** Pergunta de opinião que pretende compreender a posição do designer sobre a globalização vs design gráfico português.

5. Acha que se pode afirmar que existe design português?

a) Como o entende?

b) Que elementos formais/conceituais/metodológicos encontra que o ajudem a suportar essa resposta?

9. Quais os designers portugueses que considera mais marcantes e porquê?

10. Como define a evolução do design gráfico em Portugal?

**Objectivo (5, 5a, 5b, 10, 11):** Mapear a possível existência de um modo de pensar e fazer design gráfico português, bem como entender de que forma os designers gráficos não se isolam na sua profissão e compreendem as diferentes abordagens conceituais e formais que vão surgindo.

11. Está atento ao design gráfico que se faz no Porto?

a) Por alguma razão especial?

**Objectivo (12 e 12a):** Averiguar a atenção que o designer gráfico tem em relação ao design que se pratica no Porto.

12. Como olha para o futuro do design gráfico?

**Objectivo:** Pergunta de opinião que pretende que o designer gráfico reflita sobre a sua condição enquanto profissional e que perspetive um futuro à sua profissão.

No quadro que se segue, estão apresentadas as perguntas por vetor:

Entrevistados		Susana Fernando
<b>Formação</b>	Percurso Académico	1
	Influências	2
<b>Tecnologia</b>	Software e suas influências	3
<b>Processo</b>	Abordagem ao projeto gráfico (pergunta de desenvolvimento)	6
	Citação de pares	7 / 7a / 7b
	Trabalhos mais representativos	8
<b>Designer gráfico enquanto profissional</b>	Globalização vs Nacional	4
	Design gráfico português e portuense	5 / 5b
	Designers mais marcantes	9
	Atenção ao design gráfico português e portuense	10, 11
	Futuro do design gráfico	12

**Quadro 5** Guião das entrevistas por categoria / pergunta

### 3.2.2.2. 2º guião

Após a reflexão sobre a primeira entrevista em vídeo efetuada a Susana Fernando, alteramos o guião da entrevista, uma vez que esta se revelou demasiado extensa e reestruturamos as questões direcionando-as ao objectivo que traçámos. Desenhámos um novo guião<sup>23</sup>, baseado no anteriormente aplicado, mantendo os quatro vetores iniciais mas ajustando as perguntas ao nosso principal objeto de estudo, o vetor *processo*. Apresentamo-lo de seguida:

## Formação

Neste vetor, pretendemos compreender a formação do designer e o seu percurso. Utilizamos este vetor também para apresentar o designer.

### Perguntas:

1. Qual o seu percurso académico?
2. Que outras influências teve?

**Objetivo:** Identificar e percurso do designer gráfico de forma a conseguir uma caracterização.

## Processo

Como referido anteriormente, houve a necessidade de ajustar este guião no processo criativo. Assim, introduzimos um esquema de processo, que nos permitiu objectivar as respostas e também compará-las na posterior análise e edição dos episódios. Usámos, para esse efeito, uma adaptação do esquema de processo de Rolo (2013) apresentado na Figura 4. Nas perguntas direcionadas para o *processo*, sugerimos ao entrevistado que ilustrasse a sua resposta com a descrição de exemplos de trabalhos seus.

**Figura 4** Adaptação de esquema que do processo criativo de Elisabete Rolo



### Perguntas:

3. Descreva a forma como aborda um projeto de design gráfico, em termos de definição de programa, método, forma de trabalhar?

**Objetivo:** Conhecer o processo do designer gráfico, desde o momento da encomenda até ao momento da entrega ao cliente.

4. Alguma vez citou algum designer num dos seus trabalhos, conceptualmente, formalmente, metodologicamente,... ?

a) Se sim: De que forma o citou?

b) (para o caso de não referir nenhum português) E português?

**Objetivo:** Apurar se os designers gráficos tem uma consciência relacional do seu trabalho com os seus pares.

5. Quais os seus trabalhos mais representativos? (exemplificativos do processo).

**Objetivo:** Identificar os seus trabalhos gráficos mais significativos e tentar compreender se existe relação entre a teoria metodológica e a prática.

### **Tecnologia**

Neste vetor pretendemos apurar de que forma o designer se relaciona com a tecnologia e de que forma condiciona o seu trabalho profissional.

#### **Perguntas:**

6. Quais as tecnologias que utiliza no seu processo, desde a conceção, até ao desenvolvimento formal da ideia?

**Objetivo:** Apurar como é que o designer utiliza a tecnologia, e que tipos de tecnologia domina.

7. Como se relaciona com a tecnologia?

**Objetivo:** Compreender como o designer se relaciona com a tecnologia e saber qual a sua opinião sobre as vantagens e os constrangimentos da sua utilização no design gráfico.

### **Designer gráfico enquanto profissional**

Neste último vetor, pretendíamos que os designers fizessem uma reflexão sobre o estado atual do design gráfico portuense. Pedimos que referissem quais os designers que consideram marcantes no Porto, qual a sua atenção e interesse face ao design gráfico atual e também quais as perspetivas da sua profissão. Desta forma, tornámos este vetor num ponto onde os designers entrevistados expunham a sua opinião sobre o design gráfico.

#### **Perguntas:**

**8.** Quais os designers que considera mais marcantes no Porto? Porquê?

**Objetivo:** Apurar quais as referências de design dos entrevistados, circunscrevendo-as ao Grande Porto

**9.** Está atento ao design gráfico que se faz no Porto?

a) Como define a evolução do design gráfico nacional?

**Objectivo (7 e 7a):** Entender de que forma os designers gráficos não se isolam na sua profissão e compreendem as diferentes abordagens conceptuais e formais.

**10.** Como olha para o futuro do design gráfico?

**Objetivo:** Pergunta de opinião que pretende que o designer gráfico reflita sobre a sua condição enquanto profissional e que perspetive a sua profissão.

No quadro que se segue, estão apresentados os vetores em relação às perguntas:

Entrevistados		João Faria, Jorge Afonso, Bolos Quentes, Eduardo Aires, António Modesto, non-nerbal Club.
<b>Formação</b>	Percurso Académico	1
	Influências	2
<b>Processo</b>	Abordagem ao projeto gráfico (pergunta de desenvolvimento suportada pelo <a href="#">ESQUEMA X</a> )	3
	Citação de pares	4
	Trabalhos mais representativos	5
<b>Tecnologia</b>	Que tecnologias usa	6
	Como se relaciona com a tecnologia	7
<b>Designer gráfico enquanto profissional</b>	Design gráfico portuense	8,9
	Futuro do design gráfico	10

**Quadro 6** Guião das entrevistas por categoria / perguntas

Este último guião demonstrou-se eficaz ao longo das entrevistas na tipologia de trabalho prático proposto e, como tal, mantivemo-lo em todas as entrevistas.

### 3.2.3. Implementação das entrevistas

Para desenvolvermos as entrevistas vídeo, desde logo sentimos, por questões logísticas, que devíamos constituir uma equipa que nos auxiliasse nas partes mais técnicas do trabalho. Desta forma, contámos com a colaboração de uma pessoa, que nos apoiou nas filmagens e na edição dos vídeos e tivemos também a colaboração de mais uma pessoa na filmagem das entrevistas de Jorge Afonso e Bolos Quentes. Ambos têm formação na área da comunicação, sendo um deles docente em audiovisual e outro docente nas áreas das tecnologias da comunicação. Esta ajuda foi fundamental na materialização dos vídeos, permitiu-nos focar nas questões conceptuais e processuais do trabalho, nomeadamente na construção do guião e estruturação da sequência das perguntas, na direção da entrevista e na relação com o entrevistado antes, durante e depois da entrevista. Foi fulcral o seu supervisionamento ao longo processo de edição, montagem e realização dos vídeos. Descreveremos de seguida os passos que entendemos necessários para a realização das entrevistas.

#### **Susana Fernando, 30 mar, 2015**

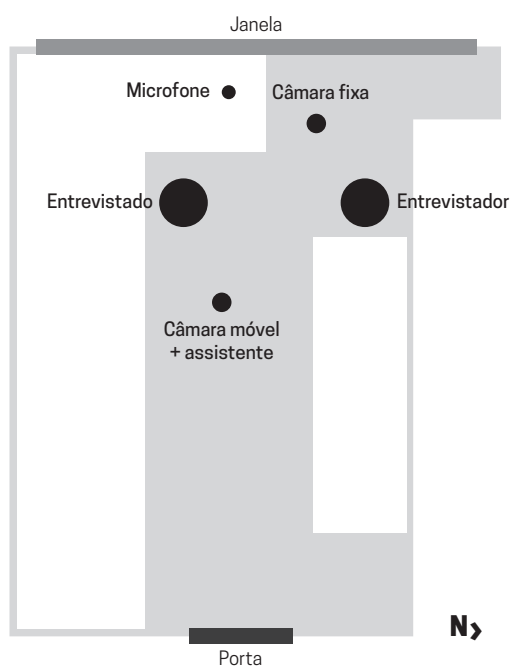
Na entrevista piloto efetuada, foi necessário dividir as filmagens em duas sessões, ou seja duas visitas ao estúdio da designer, com o intuito de não cansar a entrevistada e permitir que preparasse a segunda sessão de filmagens. A primeira sessão foi dedicada à entrevista, filmada e gravada em áudio, onde pudemos ainda captar planos de corte<sup>24</sup>. Neste primeiro dia foi também agendada com a designer uma segunda visita ao estúdio para que pudéssemos registar em vídeo os seus trabalhos. Nesta segunda sessão, registámos trabalhos que Fernando tinha selecionado, e recolhemos um conjunto de depoimentos sobre eles juntamente com mais um conjunto de planos de

24 Planos de corte são todas as imagens que são utilizadas para ilustrar assuntos, ou para preencher espaços que não tenham imagens relevantes, funcionando, na montagem, como transições de cariz natural na narrativa.

corde. Os depoimentos do segundo dia de filmagens, pelo seu interesse, apesar de não terem a mesma qualidade sonora da primeira entrevista, foram inseridos no vídeo final. No segundo dia de filmagens recolhemos também material em formato digital, como artes finais de documentos da designer a serem inseridos no vídeo.

Para as filmagens deste episódio piloto levámos dispositivos de registo muito diferentes, todos eles de qualidade não profissional, tendo em conta aquilo que nos foi possível reunir. O nosso interesse residia no teste dos equipamentos, na qualidade das imagens produzida, bem como na qualidade de captação sonora. Os equipamentos levados para a entrevista, poderão ser consultados no anexo 26.

Posicionámo-nos junto ao entrevistado conforme podemos ver na figura abaixo, fora do enquadramento da imagem, pois como referimos anteriormente, entendemos que estes episódios não deveriam ter a presença do entrevistador. Estes registos retratam o entrevistado e optamos que só ele fosse o centro da narrativa. Desta forma, a voz do entrevistador, nomeadamente durante a condução da entrevista, não deve ser audível, sendo as formulações das questões eliminadas na edição final.



**Figura 5** Esquema da entrevista de Susana Fernando



A sala tem orientação a poente (ver figura 5), e, no dia da primeira sessão de filmagens, o tempo estava nublado. Não achamos necessários ajustes na sala para controlar a luz solar que entrava pela janela do estúdio, pois dissipava-se de forma suave. Na segunda sessão, as filmagens decorreram numa sala contígua a esta, também sem problemas de luz.

No primeiro dia, (consultar lista de material no anexo 26) utilizámos a câmara 1 com microfone como plano fixo no local, segundo um enquadramento do designer em plano médio<sup>25</sup>, enquanto a câmara 2 foi utilizada de forma móvel para o registo dos grandes planos e de pormenor, que iriam servir como planos de corte, para intercalar a narrativa e dar ênfase a determinados pormenores que surgiam no decorrer da entrevista. No segundo dia de filmagens usámos a câmara 3 para o registo dos trabalhos juntamente com a câmara 1. Aqui, a utilização da câmara 3 foi feita pelo investigador, que, como estava em simultâneo a desempenhar o papel de interlocutor, necessitava de uma câmara de cariz automático de fácil manuseamento.

### **Considerações sobre projeto piloto**

Este episódio piloto foi relevante para a compreensão e objetivação do nosso trabalho. Recolhemos de forma informal um conjunto de opiniões de pessoas de diferentes áreas que nos ajudou a pensar na forma de melhorar o episódio seguinte.

Em termos de objetivos, de uma forma geral, conseguimos responder ao que pretendíamos com este trabalho. A divisão em duas sessões de filmagens pareceu-nos a mais correta, não correndo o risco de saturar o entrevistado e respeitar a generosidade que tivessem connosco. No entanto, identificámos um conjunto de detalhes a melhorar nas entrevistas seguintes, nomeadamente, o guião e a sequência das perguntas. O conjunto de perguntas, como referimos anteriormente, verificou-se demasiado extenso e tivemos necessidade de encurtar o guião. Esta decisão prendeu-se também com o facto de entrevistarmos em vídeo designers que já tínhamos entrevistado em áudio, não se justificando a repetição de determinadas perguntas.

25 Plano onde se mostra uma parte do ambiente com pelo menos uma personagem no enquadramento, de forma a focar a nossa atenção no entrevistado.

Numa perspectiva técnica, sobre o equipamento, constatámos a necessidade de utilização de câmaras com características técnicas semelhantes. A diferença de pixéis no registo de vídeo gerou uma diminuição da qualidade no vídeo final. Empreendemos também na busca de um sistema de captação de áudio que fosse de cariz profissional e independente do registo de imagem. Concluimos que devíamos manter uma câmara fixa exclusivamente para o registo da entrevista integral em vídeo, e outra para o registo de planos de corte. Para o vídeo seguinte, tivemos em consideração as indicações informais das várias pessoas a quem pedimos opinião referentes ao enquadramento, focagem e som.

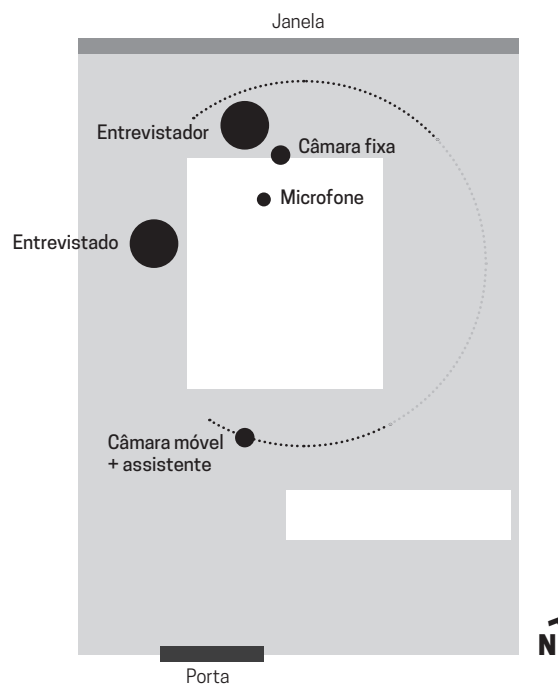
#### **João Faria, 26 mai, 2015**

Para a realização desta nova entrevista em vídeo foi necessário um conjunto de equipamento adicional (consultar lista de material no anexo 26), adquirido por empréstimo e requisição à Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto. Detetamos a necessidade de equipamento áudio profissional já que consideramos um elemento essencial para o trabalho, e porque obtivemos observações nesse sentido por parte do grupo de pessoas que visionou o vídeo piloto. Quanto ao equipamento de vídeo, foi melhorado e ajustado para que houvesse máquinas com características técnicas mais semelhantes entre si, para atenuar as diferenças entre as imagens registadas. Para além do gravador e microfone áudio, decidimos não utilizar mais nenhum dispositivo de gama profissional, para que o aparato tecnológico não fosse intimidatório para o entrevistado, deixando-o pouco à vontade no momento da entrevista, e mantermos assim o aspecto informal e intimista da entrevista.

O agendamento das filmagens foi semelhante ao anteriormente implementado com Susana Fernando. Dividimos as filmagens em duas sessões, para não cansar o entrevistado e permitir-lhe a seleção de trabalhos para a segunda sessão de filmagens. No primeiro dia de filmagens, filmámos a entrevista e planos de corte. Ainda nesse dia agendámos as filmagens dos trabalhos para a mesma semana. Os trabalhos de Faria encontravam-se no seu antigo escritório, o que implicou que a segunda sessão fosse realizada neste espaço. Pedimos que também nos facultasse um conjunto exemplos de trabalhos em formato digital para usarmos aquando a montagem final. Devido a limitações da disponibilidade do entrevistado, a duração da segunda sessão de filmagens foi

mais reduzida, o que fez com que usássemos menos equipamento do que na primeira. Registámos a descrição de Faria sobre vários trabalhos que entretanto tirou do arquivo para nos mostrar. Também registámos mais um conjunto de depoimentos que, apesar da fraca qualidade sonora, pela sua riqueza de conteúdo, acabaram por ser incluídos na montagem final do vídeo. O material digital foi-nos enviado posteriormente por email.

Com orientação nordeste (ver figura 6), a sala onde decorreram as filmagens da primeira sessão encontrava-se bem iluminada. O dia novamente nublado fazia com que a luz natural que entrava pela janela funcionasse de uma forma homogénea, sendo desnecessária a utilização de equipamento para controlo



**Figura 6** Esquema da entrevista de João Faria

da iluminação. Utilizámos novamente a câmara 1 com microfone para o plano fixo, em plano médio do designer, enquanto que as câmaras 2 e 3, foram utilizadas alternadamente, dependendo da disponibilidade de bateria da cada uma das máquinas, para o registo de planos dinâmicos e de pormenor. Nestas filmagens tivemos ainda o cuidado de corrigir o posicionamento do

entrevistador perante o entrevistado e em relação ao plano principal fixo, isto para evitar a sensação de direcionamento do olhar do entrevistado para fora do enquadramento. No segundo dia de filmagens usámos as câmaras 1 e 2 de forma livre e intuitiva tendo em conta as movimentações imprevistas do designer enquanto apresentava os seus trabalhos.

De uma forma muito genérica, podemos afirmar que a entrevista de João Faria correu de acordo com o planeado. Obtivemos uma grande quantidade de planos de corte e de imagens digitais de trabalhos do designer que foram úteis na edição do vídeo, criando momentos de pausa, e transição entre planos. Em termos da captação do áudio, conseguimos um ganho considerável na qualidade do som. O novo equipamento permitiu que o som resultasse mais limpo e cristalino quando comparado com o do episódio piloto, apesar do ligeiro eco durante a faixa de áudio.

#### **Considerações sobre entrevista**

Em relação à entrevista, verificámos que foi demasiado longa, com cerca de duas horas, apesar de o próprio guião ter sido encurtado. O discurso de Faria perdeu por vezes a objetividade, principalmente porque, perante as críticas apresentadas no vídeo anterior, procurámos eliminar o mais possível a presença da voz do entrevistador que acabou por deixar o entrevistado expressar-se à vontade, perdendo-se o controlo da condução da própria entrevista. Posteriormente, notámos que, em determinados momentos, teria sido importante a intervenção do entrevistador para focar o discurso do entrevistado nas perguntas lançadas, algo que foi melhorado nas entrevistas posteriores. Ainda na orientação do discurso do entrevistado, principalmente quando aborda a questão do *processo*, sentimos que teria sido importante a sua concentração sobre dois ou três projetos seus, ao invés do discurso subjetivo. Esta medida de restringir o número de trabalhos apresentados pelos designers, foi implementada nas entrevistas em vídeo que se seguiram permitindo a redução dos dias de filmagens de dois, para um.

**Jorge Afonso, 18 jun, 2015**

Para a terceira entrevista em vídeo, com Jorge Afonso, tomámos em consideração as reflexões efetuadas nas entrevistas anteriores, e fizemos ajustes para uma maior eficácia na condução da entrevista. Nesta entrevista, mudámos o papel do entrevistador, que deixou de ser completamente passivo, para assumir um papel, ainda que discreto, mais ativo. Ou seja, deixámos que o entrevistado desenvolvesse as suas respostas à vontade, mas conduzindo a entrevista de forma a evitar assuntos não enquadrados nos temas das perguntas. Uma outra forma que entendemos ser útil para a não dispersão do discurso do entrevistado e para a otimização do número de horas de gravação da entrevista, foi pedir a Afonso que escolhesse e levasse para a entrevista dois ou três trabalhos que entendesse serem os mais exemplificativos do seu processo criativo. Este pedido, ajudou a que não fosse necessário voltar ao local, reduzindo as filmagens para uma única sessão.

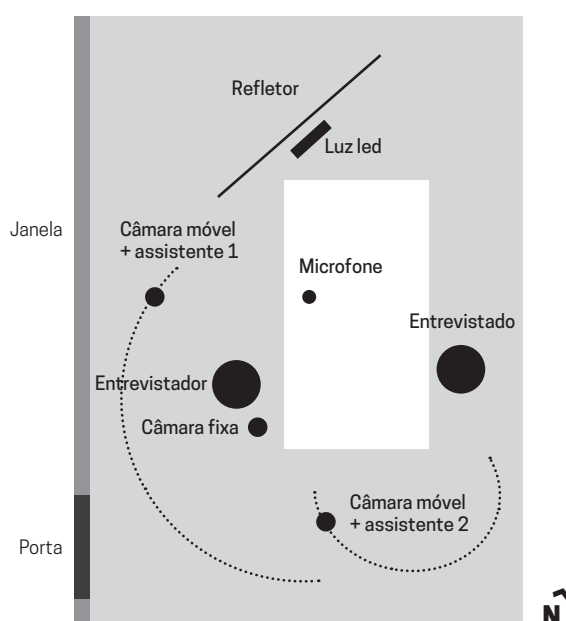
As filmagens decorreram na ESAD, uma vez que Jorge Afonso já não exercia enquanto designer gráfico, ou seja, não fazia uso regular de um atelier de trabalho, e também porque passava grande parte do seu tempo nesta escola. Jorge Afonso tinha uma relação especial com a ESAD, uma vez que foi um dos seus fundadores em 1989 e ainda se mantinha ativo na administração. O cenário escolhido foi a sala de reuniões, uma sala interior com um grande janelão virado para um corredor através do qual capta a luz vinda deste, já filtrada do exterior.

O guião manteve-se idêntico ao utilizado para conduzir a entrevista de João Faria, uma vez que se tinha demonstrado eficaz na obtenção da informação que pretendíamos. O facto de as perguntas estarem separadas por grupos permitiu-nos gerir melhor a informação e compreender, durante a entrevista, quais as questões que já tinham sido respondidas, ou a necessidade de voltarmos a conversar sobre alguma resposta menos clara.

Levámos para a entrevista de Jorge Afonso o mesmo material que levámos para a entrevista de João Faria (consultar lista de material no anexo 26). E tivemos o auxílio de mais uma pessoa durante as filmagens. Sentimos na entrevista anterior que esta pessoa seria útil na operação de uma das máquinas e contribuição técnica acerca da calibração da imagem, luz e som,

permitindo que nos focássemos exclusivamente na condução da entrevista. Revimos e ajustámos apenas o plano fixo antes de iniciar e depois disso delegámos todas as filmagens aos nossos assistentes.

O calendário de filmagens para a entrevista foi diferente dos anteriores. Como tivemos de imediato acesso aos trabalhos do autor, só necessitámos de um dia para realizar as filmagens.



**Figura 7** Esquema da entrevista de Jorge Afonso

A sala onde decorreu a entrevista tem orientação a nordeste (ver figura 7), e a luz que entrava na sala vinha filtrada a partir de um corredor, tivemos então a necessidade de compensar a luz de orientação excessivamente vertical, produzida pelo sistema de iluminação de teto da sala, usando o projetor LED apontado para um refletor, conseguindo assim iluminar o rosto do nosso entrevistado. A luz ficou espalhada por toda a sala, criando um ambiente uniforme.

Novamente, usámos a câmara 1 com microfone como plano fixo, em enquadramento de plano médio do designer e usámos a câmara 2 para os grandes planos e de pormenor.

A entrevista, apesar da nossa tentativa de otimização, foi longa, demorando cerca de duas horas. Mas desta vez sabíamos de antemão que parte dela não seria utilizada, pois na parte final o assunto fugiu ao guião, dando lugar a uma conversa de cariz informal. O gravador manteve-se ligado durante esses 20 minutos mas o material não foi incluído no trabalho final. Os materiais gráficos em formato digitais foram recolhidos junto da ESAD que os disponibilizou em alta resolução.

### **Considerações sobre a entrevista**

Em termos do *footage* produzido, consideramos o aumento da equipa positivo, pois a maior mobilidade por parte dos assistentes permitiu mais variedade de planos para a montagem final. Ao assumirmos uma atitude mais ativa na condução das entrevistas, conseguimos um ganho quanto à assertividade das respostas por parte do entrevistado. Contudo, esta nova postura não tinha como objetivo interromper com frequência os entrevistados e a duração da entrevista acabou por ser muito semelhante à de João Faria. Um outro aspeto positivo, foi o facto de conseguirmos que o designer escolhesse e levasse para a entrevista os trabalhos sobre os quais iria residir o seu discurso. Em termos de logística, a eliminação de um dia de filmagens revelou-se importante, pois o agendamento da segunda sessão era complicado face à agenda dos entrevistados. Quanto ao som, como referimos anteriormente, este revelou ser o nosso maior problema, pois apesar de o material utilizado ser de boa qualidade, não conseguimos controlar o eco captado.

### **Bolos Quentes , 10 jul, 2015**

Para a quarta entrevista foi escolhido o estúdio de design Bolos Quentes. Este estúdio é composto por dois designers gráficos, Sérgio Couto e Duarte Amorim, mas nesta entrevista contamos apenas com a presença de Couto. Amorim estava, nessa semana, a representar o estúdio no evento *Creative Camp*, do Canal 180, em Abrantes. Por motivos de agenda, não era simples conseguir a entrevista com os dois elementos e mesmo tendo consciência de que a entrevista teria sido mais rica se a equipa estivesse completa não

quisemos colocar em risco a sua realização e decidimos avançar com a presença de apenas um dos elementos do estúdio. A entrevista decorreu de forma semelhante à anterior, efetuada a Jorge Afonso.

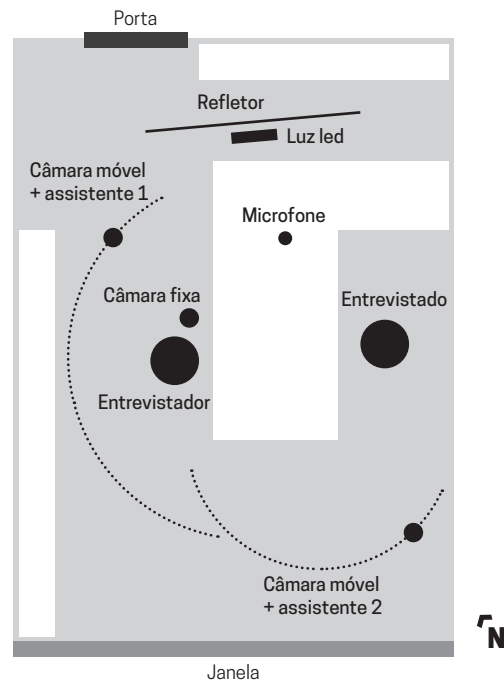
Foi necessária apenas uma manhã para a realização da entrevista, uma vez que o entrevistado se tinha previamente comprometido levar dois ou três trabalhos que achasse relevantes, sendo que os restantes trabalhos, utilizados para ilustrar partes do vídeo, foram recolhidos por indicação do designer, em plataformas online onde o estúdio os expõe.

O guião manteve-se. Com a experiência adquirida nas entrevistas efetuadas a João Faria e a Jorge Afonso decidimos que o melhor era manter a mesma estrutura com os mesmos grupos de perguntas. Assim, tomámos consciência de que o guião estava de acordo com o pretendido e, portanto, fechado.

Todas as perguntas foram efetuadas segundo o guião estabelecido, ocorrendo contudo, em certos momentos da entrevista, um desvio ao guião, para efetuar perguntas que achamos pertinentes para a compreensão dos temas abordados. Estas novas perguntas foram ocasionais e intuitivas e não achamos que fosse pertinente inclui-las num novo guião nas entrevistas subsequentes.

O processo de filmagem foi semelhante ao implementado na entrevista a Jorge Afonso (consultar lista de material no anexo 26). Solicitámos igualmente que preparassem antecipadamente um breve conjunto de trabalhos como referência, e que nos cedessem um conjunto mais alargado de trabalhos em formato digital para poderemos utilizar na montagem da entrevista. Uma vez mais, a perspetiva de otimização das filmagens estava subjacente a estas solicitações.





**Figura 8.** Esquema da entrevista de Bolos Quentes

A sala tinha orientação a noroeste (ver figura 8), e como a luz que entrava criava sombras muito fortes, tivemos de as compensar usando o projetor de led apontado para o refletor, obtendo assim uniformidade de luz/sombra na face de Couto. Usámos uma vez mais a câmara 1 com microfone como plano fixo. O enquadramento do entrevistado foi novamente em plano médio e a câmara 2 foi usada para efetuar os grandes planos e os de pormenor. Um aspeto que foi verificado após as filmagens e que teremos em conta nas futuras entrevistas em vídeo, foi o da composição do plano, o entrevistado foi posicionado de forma quase centrada no plano, e distante em relação à câmara. Esta situação foi detetada já no decorrer da entrevista a qual tentamos corrigir até ao final da mesma.

A entrevista correu dentro do tempo previsto, conseguimos abordar todas as questões importantes, e desenvolver alguns aspetos que nos pareceram pertinentes, que ajudaram à compreensão dos aspetos processuais deste estúdio.

**Considerações sobre a entrevista**

A entrevista ao estúdio Bolos Quentes correu dentro do planeado e de acordo com o objetivo proposto. Todas as alterações que tentámos implementar ajudaram-nos a ser eficazes na forma como conduzimos a entrevista e captámos o som, apesar deste último ser ainda um aspeto a melhorar. A duração da entrevista, foi também importante, uma vez que só foi necessário um dia de filmagens para obtermos o material em vídeo e som necessário para editar a entrevista, conseguindo não sobrecarregar o entrevistado.

Quanto ao som, como anteriormente referimos, continua a ser o nosso maior desafio, mesmo usando material de boa qualidade, e mesmo depois de termos consultado uma técnica especialista de som na FBAUP, continuámos a não controlar o eco captado, surgindo agora uma nova questão: o ruído do exterior. O som, tem boa qualidade, mas após reflexão, decidimos usar um novo sistema de captação de som na entrevista que seguiu. Esta solução passou pela utilização de um microfone de lapela (algo que no início evitámos utilizar para que não aparecesse qualquer dispositivo tecnológico no vídeo final).

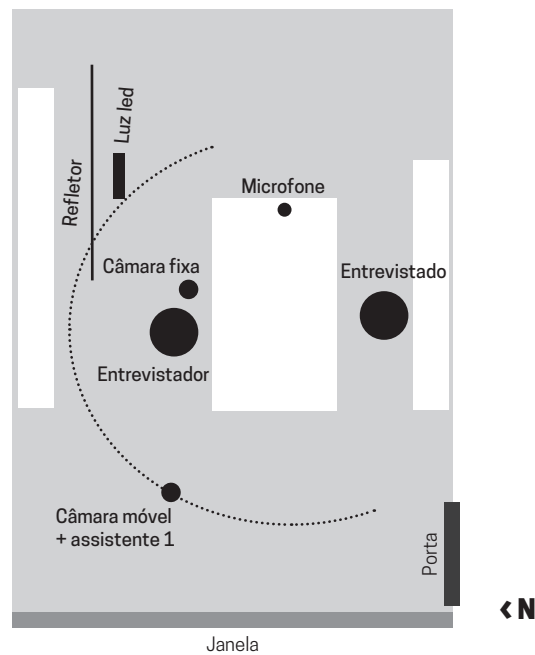
**Eduardo Aires, 12 out, 2015**

A entrevista a Eduardo Aires decorreu de forma semelhante à anterior, efetuada a Bolos Quentes, mantendo, o entrevistador, uma postura ativa na condução da entrevista, sem quebrar o raciocínio do designer, e com apenas um assistente a filmar. As filmagens decorreram numa manhã, uma vez que o entrevistado se tinha comprometido a escolher e disponibilizar dois ou três trabalhos de referência durante a entrevista.

O guião manteve-se, atestando a sua funcionalidade. As perguntas foram efetuadas segundo o guião estabelecido, ocorrendo à semelhança de entrevistas anteriores ocasionais desvios ao guião, que nos ajudaram ao esclarecimento dos temas. Uma vez mais não sentimos a necessidade de introduzir estes desvios ocasionais no guião.

O processo das filmagens foi semelhante ao implementado nas entrevistas anteriores (consultar lista de material no anexo 26). Solicitámos novamente que o designer preparasse um breve conjunto de trabalhos a apresentar

durante a entrevista, e um conjunto em formato digital para utilizarmos na edição final. Uma vez mais a perspetiva de otimizar as filmagens estava subjacente a estas solicitações.



**Figura 9** Esquema da entrevista de Eduardo Aires

A sala tinha orientação a noroeste (ver figura 9), e foi necessário compensar a luz exterior na face do entrevistado. Para tal, o projetor LED apontado para o refletor, foi a forma que entendemos ser mais eficiente na obtenção de uniformidade de luz/sombra. As câmaras 1 e 2 foram usadas da mesma forma das entrevistas anteriores. Para não repetirmos o erro da anterior entrevista, corrigimos o posicionamento do designer. A entrevista decorreu dentro do tempo previsto, abordamos todas as questões planeadas, e desenvolvemos alguns aspetos que nos pareceram pertinentes para a melhor compreensão dos aspetos processuais deste estúdio.

**Considerações sobre a entrevista**

A entrevista a Eduardo Aires correu de acordo com o objetivo traçado. As alterações implementadas ajudaram-nos na condução das entrevistas e na captação do som. A captação de imagem foi efetuada num dia, não sobrecarregando o nosso entrevistado.

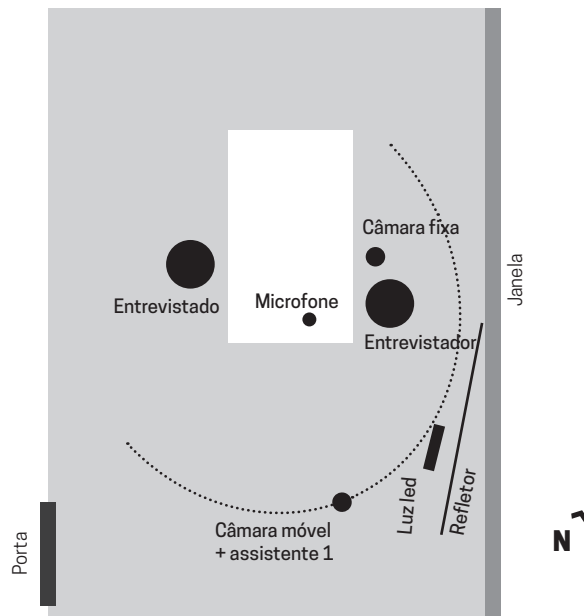
O som, melhorou substancialmente com a utilização do microfone de lapela, mas este aspecto pode ser ainda aperfeiçoado. A luz foi, nesta entrevista, mais difícil de trabalhar, uma vez que a sala era pouco iluminada e nos obrigou a iluminar artificialmente o espaço e o resultado final não foi tão satisfatório quanto esperávamos.

**António Modesto, 17 fev, 2016**

A entrevista a António Modesto decorreu no seu atelier, apesar deste já não exercer design gráfico. O entrevistador manteve a postura das anteriores entrevistas e contou com a colaboração de um assistente para filmar. As filmagens decorreram numa tarde. Modesto, à semelhança dos anteriores entrevistados, fez uma pequena seleção de trabalhos para falar durante a entrevista, otimizando assim o tempo da entrevista.

As perguntas foram efetuadas segundo o guião estabelecido. À semelhança das outras entrevistas foram ainda efetuadas perguntas externas ao guião para aprofundar as temáticas abordadas. O material utilizado manteve-se inalterado em relação à entrevista anterior (consultar lista de material no anexo 26).

A sala tinha orientação poente (ver figura 10), utilizámos o projetor LED apontado para o refletor, para obtermos uniformidade de luz/sombra no espaço e na face do entrevistado. Usámos a câmara 1 com microfone para o plano fixo em plano médio, enquanto a câmara 2 foi usada para os grandes planos e planos de pormenor. Uma vez mais socorremo-nos da experiência que as filmagens anteriores nos deram para enquadrar a cena. O tempo



**Figura 10** Esquema da entrevista de António Modesto

previsto para a entrevista foi cumprido e foram abordados todos os vetores. Em alguns casos foram acrescentadas questões ocasionais para enriquecimento do tema.

### **Considerações sobre a entrevista**

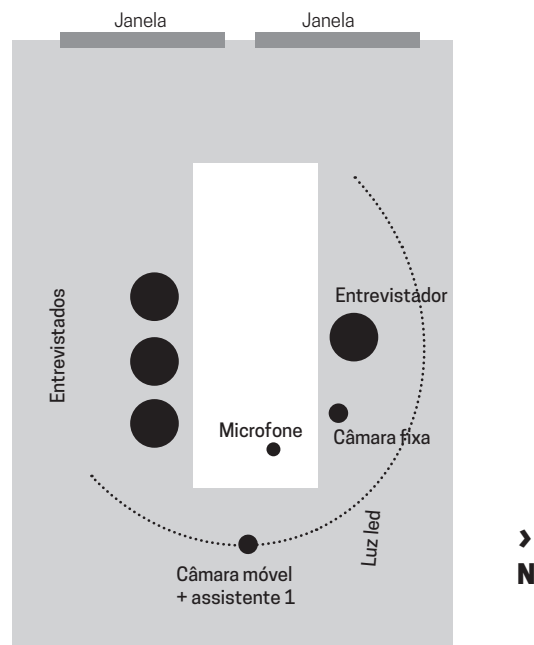
A entrevista a Modesto correu de acordo com o objetivo. As alterações implementadas ajudaram-nos a estabilizar a condução da entrevista, existindo apenas um recuo na captação do som, uma vez que não foi utilizado o microfone de lapela. Em termos de duração, a entrevista conseguiu um tempo razoável para a sua execução, não sendo exageradamente longa nem saturando o entrevistado.

O pé direito do espaço foi um problema, uma vez que sem microfone de lapela, o som ecoava pela sala. Tivemos de dar especial atenção à luz do espaço uma vez que estava a entardecer, e era orientado a poente. Outro imprevisto a referir é a mudança repentina da luz no início da entrevista, que nos obrigou a parar e recolocar o refletor.

**non-nerbal Club, 19 fev, 2016**

A entrevista aos non-nerbal Club decorreu no seu atelier. Apesar do nosso plano visar uma entrevista individual a João Martino, este pediu para que fosse ao coletivo. Foram entrevistados três designers gráficos, Martino, Joana Sobral e Miguel Almeida. O entrevistador manteve a mesma postura das entrevistas anteriores e contou com um assistente para filmar. As filmagens decorreram durante uma manhã. Os non-nerbal Club selecionaram um conjunto de trabalhos, que foram utilizados como exemplo durante a entrevista.

Como o guião estava fechado, este foi seguido de uma forma livre, tendo sempre a preocupação que todas as perguntas fossem respondidas. Como sucedido nas entrevistas anteriores, houve a necessidade se acrescentarem perguntas para aprofundar a temática que estava a ser exposta. O material utilizado para as filmagens foi semelhante ao utilizado nas entrevistas anteriores (consultar lista de material no anexo 26).



**Figura 11** Esquema da entrevista aos non-nerbal Club.

A sala tinha luz de topo (ver figura 11), não havendo a necessidade de controlo de luz. Uma vez mais usámos a câmara 1 com microfone para o plano fixo em plano médio e a câmara 2 para os grandes planos e de pormenor. Apesar de terem sido levados 2 microfones de lapela, uma vez que eram três entrevistados, não foram utilizados. Apesar da experiência adquirida nas entrevistas anteriores, esta entrevista demonstrou-se um desafio uma vez que se tratavam de três elementos e implicava uma abordagem de cena diferente das anteriores. Apesar do número de intervenientes ser maior, o tempo previsto para a entrevista foi cumprido, e atingimos os objetivos definidos.

### **Considerações sobre a entrevista**

A entrevista aos non-nerbal Club correu de forma regular e apesar de não ter sido apenas feita a Martino, não foram desvirtuados os objetivos do trabalho e as alterações implementadas ajudaram-nos na condução da entrevista. Existiram ainda assim alguns constrangimentos que se demonstraram verdadeiros desafios no decorrer da captação da entrevista. O facto de serem três elementos, forçou à mudança do registo de som que, pela nossa experiência, seria melhor com microfones de lapela mas que por questões de logística foram substituídos por um microfone direcional.

A dimensão do espaço foi também um desafio, uma vez que se tratava de um espaço grande com constante circulação de pessoas e ruído externo. A luz, apesar de ser de topo, vinda das claraboias, não criou qualquer constrangimento às filmagens.

Foram assim efetuadas sete entrevistas em vídeo posteriormente (capítulo 4) analisadas - segundo uma grelha de análise - e editadas em vídeo como uma forma de expor os resultados dessa análise.

### 3.3. Síntese conclusiva

Juntamente com a revisão da literatura, as entrevistas exploratórias permitiram-nos chegar a deduções que consideramos relevantes para estrutura do nosso trabalho prático. Desde logo, o contacto direto com os entrevistados que nos possibilitou, pela sua partilha, a construção de uma nova perspetiva do trabalho de cada um. Conseguimos também compreender a importância desta partilha e refletir sobre a forma de divulgar esta informação.

De todas as categorias que abordámos nas entrevistas exploratórias, o *processo* foi a que nos suscitou maior curiosidade e a que elegemos para aprofundar o nosso estudo. Scher (2010, p. 12) refere o *processo* como sendo inerentemente misterioso, não existindo respostas corretas, apenas uma prática do dia-a-dia que consiste na reflexão sobre os processos de trabalho. As entrevistas exploratórias mostraram-nos que o interesse sobre o *processo* está relacionado pela forma como determina o tipo de designer que cada um é. O *processo* é mais do que um mero conjunto de passos, é uma forma de pensar muito particular em cada designer. Apesar dos potenciais pontos de contacto que existem, como verificámos nas nossas entrevistas, cada um, pela sua vivência e contexto interpreta o seu papel de designer de forma diferente, e daí a riqueza e diversidade dos pontos de vista acerca do mesmo problema.

As entrevistas exploratórias conduziram-nos a um reenquadramento da temática central do nosso trabalho. Orientaram o nosso projeto para um trabalho prático e foi também na sua análise que abandonámos a perspetiva nacional em detrimento de uma perspetiva regional. Circunscrevemos então o nosso trabalho ao Grande Porto, uma vez esta região tem já um complexo conjunto de designers. A redução de escala permitiu-nos uma abordagem mais cuidada e próxima com os sujeitos entrevistados. Contudo entendemos que este modelo encontrado, poderá servir para outros enquadramentos, nomeadamente o nacional, em fases posteriores desta investigação.



Após definirmos as entrevistas em vídeo como sendo o nosso trabalho prático, encetámos um conjunto de diligências para desenhar o objeto mais adequado para responder às necessidades específicas desta investigação. Entre elas, a definição dos sujeitos que definimos, através de uma seriação dos intervenientes apresentados nas entrevistas exploratórias. Definimos também as perspetivas que pretendíamos registar, a forma como queríamos executar, bem como o ambiente que pretendíamos imprimir no vídeo - neste último ponto vejam-se os exemplos de vídeos referidos no capítulo 2. Criámos um guião que foi testado e melhorado durante o processo, para além de ter sido aplicado um conjunto de técnicas, de som e imagem, que foram melhoradas à medida que o trabalho ia decorrendo.

Foi efetuado um episódio piloto que nos permitiu analisar as nossas carências e afirmar determinadas opções que tomámos. Seguiram-se seis entrevistas a representantes de gerações distintas. À geração A (anterior a 1974) a Jorge Afonso, à geração B (entre 1974 e 1990) a António Modesto e Eduardo Aires, à terceira geração C (1991-2000) a João Faria e non-nerbal Club Club e finalmente à geração D (2001-2015), com a entrevista ao estúdio Bolos Quentes. Após efetuado este conjunto de entrevistas, a metodologia e a técnica estão definidas e ajustadas. Desde a forma como utilizamos os recursos técnicos e os adaptamos ao local, ou a forma como é feito o agendamento, expomos as perguntas e conduzimos a entrevista.



## 4. Análise e interpretação de conteúdos

Apresentaremos de seguida a análise do segundo momento de entrevistas, registadas em vídeo, bem como a nossa síntese e interpretação dos resultados obtidos, desenvolvida através da edição de pequenos vídeos com a duração média de dez minutos, em torno do tema processo. Começaremos então por apresentar a grelha de análise, com a sua categorização, seguida de uma explicação sobre a pertinência e o método adoptado para a montagem final dos episódios em vídeo.

Posteriormente, para cada designer, serão apresentados em tabela os recortes da entrevista e respectivas análises. A seguir a cada tabela é apresentada uma síntese da análise, que é uma leitura conclusiva sobre os resultados obtidos a partir da tabela. A análise de cada uma das entrevistas é posteriormente interpretada através de um processo de montagem em vídeo, tendo como resultado episódios sobre processos de design de cada entrevistado. No final deste capítulo, apresentamos uma síntese relacional de todas as análises apresentadas. No que concerne à montagem dos episódios relativos às entrevistas a Eduardo Aires, António Modesto e non-nerbal Club, apesar de as termos registado em vídeo e procedido às respectivas análises, não foi possível concluí-la em tempo útil para a entrega deste documento tese.

### **Análise de dados**

Após efetuadas as entrevistas e a sua transcrição, iniciámos a análise qualitativa (ver capítulo 1), que respeitou as seguintes categorias temáticas: a) Formação, b) Processo, c) Tecnologia e d) Designer gráfico enquanto profissional. Criámos também um conjunto de subcategorias que nos

permitissem tornar mais precisa a análise dos conteúdos das entrevistas. Os objetivos de cada categoria e subcategoria estão explicados na grelha de análise para uma mais fácil compreensão. Ambas estão apresentadas na grelha de análise em baixo.

A análise às entrevistas foi efetuada segundo a grelha apresentada e foram formuladas conclusões, a partir dos recortes efetuados, no fim de cada análise de entrevista. Uma vez terminada esta análise individual, foi efetuada uma análise relacional que teve em consideração todas as entrevistas realizadas.

<b>Categorias</b>	<b>Subcategorias</b>	
<b>A. Formação</b>	A1. Académica (grau académico/ instituição)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conhecer a formação académica de cada designer e a natureza dessa formação</li> </ul>
	A2. Informal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Todo o tipo de influências que o designer tenha tido e que entende terem sido importantes para a forma de fazer / ver o design gráfico. Ex. Fotografia, desporto</li> </ul>
<b>B. Processo</b>	B1. Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Como o designer formula o programa de design</li> <li>- Como o designer faz a investigação que o leva à formulação de um trabalho gráfico novo</li> <li>- O processo de concepção do projeto gráfico, e a forma como se chega à solução que o designer entende ser a forma pronta para ser apresentada ao cliente</li> <li>- Como é que o designer se relaciona com o cliente</li> <li>- Como reage o designer se existirem alterações ao seu trabalho, e como funcionam os avanços e recuos do projeto gráfico</li> <li>- Como o designer acompanha o trabalho na produção</li> <li>- Como o designer acompanha o seu trabalho na "rua"</li> </ul>
	B2. Avaliação crítica da metodologia aplicada	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Como relaciona o seu processo de design com resultado final do trabalho</li> <li>- Compreender a consciência do designer acerca da sua metodologia</li> <li>- Como o designer entende o resultado final do seu trabalho. Qual a perspectiva de autor do trabalho de design</li> </ul>

**Quadro 7** Grelha de análise das entrevistas

<b>C. Tecnologia</b>	C1. Tipologia de tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conhecer o tipo de tecnologia utilizada pelo designer</li> </ul>
	C2. Relação com tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compreender como o designer utiliza e se relaciona com a tecnologia</li> <li>- Compreender se o designer acompanha a evolução tecnológica constante</li> <li>- Conhecer as diligências que o designer toma para se manter atualizado tecnologicamente</li> <li>- Compreender as vantagens e os constrangimentos da utilização da tecnologia no design</li> </ul>
<b>D. Designer gráfico enquanto profissional</b>	D1. Conhecimento da profissão	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apurar se o designer é conhecedor do trabalho que atualmente é realizado pelos seus pares nacionais e internacionais</li> <li>- Compreender a importância do conhecimento do trabalho dos pares</li> <li>- Averiguar quais os conhecimentos históricos que o designer tem da sua profissão</li> </ul>
	D2. Avaliação crítica da profissão na atualidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Como é que o designer entende a sua produção</li> <li>- Qual o retorno dos clientes sobre o seu trabalho</li> <li>- Compreender as relações existentes entre designer/ cliente e designer/público</li> <li>- Como é que o designer entende o <i>fazer</i> design gráfico</li> <li>- Qual a qualidade que mais valoriza na profissão de designer</li> <li>- Como é que o designer qualifica o design gráfico nacional da atualidade</li> <li>- Perspetivas do designer sobre o futuro do design gráfico nacional / local</li> </ul>

Todas as entrevistas, à exceção da entrevista de Susana Fernando, foram efetuadas segundo o mesmo guião e por isso foram todas analisadas segundo a mesma grelha. Esta exceção deve-se ao facto de ter sido utilizado um guião de transição (como explicamos anteriormente), mas que tinha já em consideração as categorias que foram usadas no guião de entrevista final. Assim, concluímos que, quer a análise da entrevista de Fernando segundo a grelha apresentada, quer a sua inclusão na série de vídeos, seria pertinente uma vez que iria compensar a falta de variedade de género no grupo e iria torná-lo também mais eclético.

### Interpretação dos dados

Para mim, este é o momento onde o projeto realmente ganha forma. Certamente, no meu trabalho documental, a edição é onde eu encontro a história.<sup>40</sup> (Curtis, 2006, p. 22)

Após a análise de conteúdos, das entrevistas em vídeo, entendemos que os resultados obtidos, através das análises, seriam merecedores de uma interpretação e edição com posterior disponibilização do resultado final. Assim, encetamos essa tarefa, uma vez que dispúnhamos de conteúdos em vídeo suficientes para proceder de forma consistente. Os vídeos são assim uma interpretação do resultado da análise de conteúdo, que, por sua vez, teve como base os recortes selecionados. As entrevistas em vídeo apresentam-se como a forma privilegiada de apresentar os autores, uma vez que, após a edição, mostram uma síntese de um conteúdo extenso. Tivemos o cuidado de definir uma duração padrão para os vídeos, procurando que esta não ultrapassasse os dez minutos, pois não queríamos que estes fossem demasiado longos e pudessem desse modo cansar o espectador. Também era nossa intenção que estes vídeos pudessem ser visionados online mais facilmente. A possibilidade de criar documentos acessíveis a todos, de forma gratuita e rápida, foi também um aspecto que influenciou a escolha do vídeo. Só assim poderíamos cumprir a intenção de criar objetos que pudessem contribuir para um conhecimento mais atualizado dentro da comunidade de designers portugueses. Pensámos assim que a entrevista em vídeo seria a forma mais eficaz de expor o conhecimento que os designers portuenses partilharam connosco.

Os vídeos montados por nós, refletem algumas considerações de McLane sobre o vídeo documental. Desde logo pela necessidade da existência de um propósito, pontos de vista ou abordagens, e pelas diferentes perspetivas de cada designer ou seja, a informação editada e apresentada é sempre descrita na primeira pessoa, e nunca através de narrações. Sobre a forma e técnica de produção, ou a forma como as imagens e os sons são registados e montados, tivemos sempre a preocupação de o fazer da maneira mais fiel possível em relação ao registo, procurando nunca desvirtuar o que foi referido

<sup>40</sup> To me this is where the project really takes shape. Certainly in my documentary work, the edit is where I find the story.

pelo designer. E finalmente, a resposta da audiência, uma vez que sempre que concluímos um episódio, este foi mostrado e sujeito informalmente a comentários e críticas de um pequeno grupo de pessoas, que foram tidos em consideração na edição das subseqüentes entrevistas (McLane, 2012, pp. 2-4).

As entrevistas editadas são interpretações das análises dos dados, e assim ilustrativas das considerações que retiramos de cada entrevista. A análise de conteúdos proporcionou-nos um conjunto conciso de informação, que facilitou a edição dos vídeos. No entanto, gostaríamos de ressaltar que face ao cariz interpretativo destes vídeos, e ao constrangimento de tempo de duração de cada episódio, não foram utilizados todos os recortes que foram selecionados para análise. Os vídeos são assim compostos pelos recortes que entendemos ser mais relevantes e indispensáveis para a melhor compreensão das formulações dos designers. Contudo, foi por vezes necessário encontrar novas frases, que não estavam nos recortes selecionados, mas que serviram, na altura da edição, para unificar e reforçar as ideias expressas pelos entrevistados.

Tendo em consideração os vídeos de referência (ver capítulo 2), iniciámos a edição do episódio piloto que nos serviu de referência para a edição dos restantes episódios. Pretendíamos que a série tivesse um carácter despretensioso, como acontece por exemplo no filme *Helvetica* ou nos vídeos da revista *Slanted*, que permitem ao espectador focar-se na ideia passada pelo entrevistado, através do seu discurso pessoal. Inserimos também um conjunto de imagens de trabalhos do autor, que nos permitiu contextualizar melhor o seu discurso e incutir ritmo na narrativa do vídeo. Na abertura do episódio apresentamos uma introdução espacial do local da entrevista através de planos gerais com movimentos muito suaves, que contextualizam o espectador. As imagens do espaço são acompanhadas por um excerto sonoro da entrevista que contenha uma ideia forte ou caracterizante do discurso do entrevistado. Não introduzimos separadores de texto com as perguntas apresentadas, como acontece nos vídeos da revista *Slanted*, uma vez que achámos que esse efeito gráfico iria interromper o ritmo da narrativa, acordando o espectador do seu estado de imersão no discurso na primeira pessoa do entrevistado, criando um afastamento entre os dois. Este aspeto obrigou por vezes a fazer cedências na duração do discurso proferido pelo designer, no entanto sem nunca ter posto em causa o sentido das suas ideias.

A construção narrativa dos episódios, foi portanto fundamental para nós. A escolha dos temas musicais pediram também uma especial atenção, pelo papel importante que têm no ritmo do vídeo. Tivemos, para isso, em consideração um conjunto de critérios que passamos a explicar. Uma vez que queremos que estes episódios possam ser difundidos publicamente, não devíamos ficar reféns de custos relacionados com direitos de autor, pois poderíamos não conseguir suportá-los. Assim, a escolha recaiu essencialmente sobre temas musicais pesquisados e acedidos através do *website Free Music Archive*<sup>41</sup>, uma biblioteca interativa *online*, onde se pode encontrar uma vasta quantidade de repertórios musicais de variados géneros, disponibilizados por diversos autores, segundo as licenças de utilização *Creative Commons License*<sup>42</sup>. Esta plataforma *online* oferece a possibilidade de novos músicos partilharem as suas criações, permitindo assim o livre acesso a uma produção musical atual e com considerável qualidade sonora. Nisto, tivemos o cuidado de escolher músicas em que os seus autores autorizam a sua cópia e permitem a sua distribuição em qualquer meio ou formato, bem como a sua transformação ou adaptação a novas necessidades, sempre na condição da creditação da autoria do original no final dos vídeos e da não utilização para efeitos comerciais. Tivemos a mesma preocupação com a escolha da tipografia utilizada na abertura e nos créditos dos vídeos. O tipo de letra usado foi a *Cooper Hewitt* de Chester Jenkins, que também tem a particularidade de ser de uso gratuito. Esta fonte é não serifada e pertence à classe linear grotesca. Foi utilizada a caixa mista para enfatizar a característica humana do projeto.

De seguida passamos à apresentação das sínteses das análises dos conteúdos das entrevistas e da edição das suas interpretações que resultaram nos episódios em vídeo. As grelhas de análises das entrevistas, que deram origem às sínteses, podem ser consultadas nos anexos deste documento.

41 Os conteúdos podem ser visualizados em: <http://freemusicarchive.org/>

42 O sistema de licenças legais *Creative Commons License*, criado em 2001 por Lawrence Lessig, possibilitou a definição de proteção de direitos de cópia por parte de cada autor, de forma gratuita, através do URL: <http://creativecommons.org>.



## 4.1. Susana Fernando

### 4.1.1. Síntese<sup>43,44</sup>

Sobre a sua **Formação**, Susana Fernando teve desde o secundário, um percurso direcionado para as Artes, frequentando posteriormente a FBAUP onde se licenciou em Design de Comunicação. Sobre as suas influências identifica como uma das suas maiores a cidade onde trabalha e que recebe o trabalho de design. Vê também no cinema e na fotografia referências importantes para a sua formação informal. Entendendo que não se consegue separar a profissão do indivíduo, sublinha que todas as suas influências e formações serviram para a sua construção enquanto pessoa e conseqüentemente enquanto designer.

Na categoria **Processo**, sempre que inicia um projeto de design gráfico, Fernando tenta ter a certeza de que compreendeu o enunciado do problema, por um lado, e se a sua percepção é a mesma do cliente, por outro. Por vezes, contribui enquanto designer, para uma redefinição do problema, ajudando o cliente a reposicionar a sua encomenda. O desenho do programa de trabalho é conseguido após um diálogo franco e pragmático com o cliente. Este é fundamental para as restantes fases do seu trabalho e para assegurar que há um cumprimento dos objetivos traçados. Esta é a altura em que o designer deve ser capaz de apresentar a sua visão do problema e a sua proposta de solução de forma criativa, considerando fundamental que no início do trabalho o designer disponha de toda a informação para desenvolver o seu trabalho de forma mais competente possível. Só assim poderá ter uma visão mais holística do problema. Após total compreensão do mesmo inicia a recolha de informação, fazendo-a de forma sistemática. Esta é feita de forma alargada, recorrendo à procura de imagens, objetos reais, não esquecendo a pesquisa *online*. Adverte porém que a pesquisa *online*, se feita de forma pouco criativa,

43 A transcrição integral da entrevista pode ser consultada no anexo 27.

44 A grelha de análise da entrevista pode ser consultada no anexo 34.

poderá ter como consequência a obtenção de resultados pouco diferenciados, concluindo que é na pesquisa que o designer começa já a encontrar caminhos para solucionar o problema.

Quando entende que a informação recolhida é suficiente, Fernando organiza a informação como forma de estabelecer reflexões que levarão à sustentação concetual e formal da experimentação. Esta última é iniciada quase de imediato à definição do problema, normalmente a fase da experimentação assume a forma de um exercício conceptual livre e tem a duração necessária para que sinta que o trabalho tem condições para ser apresentado. Esta etapa é fundamental para que o trabalho evolua, estando baseada na experimentação e na consequente reflexão. No decorrer desta fase, a relação com o resultado impresso e/ou com o acaso podem potenciar novas soluções que até então estavam por explorar. São estes avanços e recuos que na opinião da designer farão o trabalho desenvolver-se de forma consistente e capaz.

A apresentação do seu trabalho é feita preferencialmente na presença do cliente, evitando apresentar propostas que não considera solucionadas para si. A discussão do trabalho realiza-se aquando da apresentação do mesmo e tenta sempre compreender quaisquer que sejam as críticas do cliente, mesmo aquelas que possam ser resultantes do facto de o cliente poder ser menos informado sobre a área do design. Fernando tenta sempre entender o ponto de vista do cliente nos comentários que este faz ao seu trabalho. Considera que essas observações são, na maior parte dos casos, sintoma de alguma insatisfação por parte do cliente e tem que ser tomadas em consideração com o maior profissionalismo possível. Considera contudo que as correções solicitadas pelo cliente tem que ser mediadas entre os interesses deste, mas não menos importante os interesses do trabalho do designer. Fernando está confortável na forma como lida com o seu processo de design, entende que muitas vezes a sua poderia ser outro, provavelmente mais eficiente, mas ao utilizar outro tipo de metodologia, mais otimizada, sente que lhe poderiam escapar elementos na fase de experimentação que considera fundamentais para o resultado final.

Usa as **Tecnologias** digitais como ferramenta de trabalho, considerando-as tão válidas como outras demais, considerando que tem um conjunto de potencialidades, nomeadamente permitir potencializar o resultado final. Utiliza muitas vezes essa tecnologia para conseguir representar o que pretende, e que de

outra forma não conseguiria. Sobre o acesso à informação, considera fundamental o uso das tecnologias digitais, através das quais permitem uma grande facilidade no acesso ao conhecimento, para além de potenciarem a criatividade do designer quando bem utilizadas. Contudo, alerta para que o designer não se restrinja a essas ferramentas, sob pena de obter resultados pouco originais e previsíveis comprometendo também a sua criatividade.

Fernando, na categoria **Designer gráfico enquanto profissional**, demonstra ter conhecimento sobre a história do design gráfico português, demonstrando preocupação de referir que o design gráfico não se circunscreve àquele que tem visibilidade na rua, como os que estão mais ligados à cultura, mas também ao que ao trabalho do sector empresarial e institucional, muitas vezes pouco visível.

Afirma que o trabalho de design gráfico é cada vez mais compreendido uma vez que os clientes vão tendo a consciência da necessidade de apresentar o seu produto e de requerer serviços profissionais e competentes para a sua apresentação. Este fator tem provocado, segundo Fernando, um aumento do grau de exigência por parte de todos os intervenientes do processo de design: o cliente, o designer e o público. No caso particular do Porto atesta que a cidade, bem como o design gráfico não estão a olhar para si da melhor forma, e a potenciar as mais valias que podem oferecer. Em vez disso estão a seguir um caminho de internacionalização de tudo o que é identitário, correndo assim o risco de eliminar tudo aquilo que a cidade tem de identitário e que a distingue das restantes cidades do mundo.

Fernando refere ainda que parte significativa dos designers que têm destaque na cena portuense lecionam em escolas de ensino superior e afirma que enquanto docente, tem observado que as novas gerações de estudantes não tem apostado na rutura concetual ou formal do design, optando por um certo seguidismo formal que empobrece os resultados obtidos e em limite a profissão. Aponta para uma continuidade do designer gráfico apesar de este vir a ser confrontado com novos desafios que exigirão grande capacidade de adaptação por parte dos designers.

Sobre o seu trabalho, considera que ele se pauta pela procura da metáfora, pela construção de uma lógica que possa criar novos níveis de leitura, vendo nela uma mais valia para a comunicação que ajuda a olhar o problema de

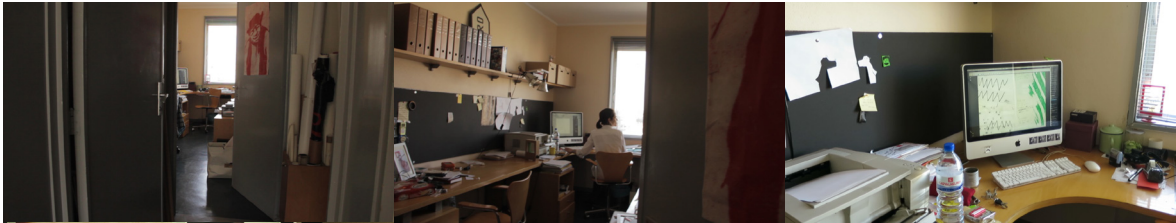
outra perspetiva. É desta forma que Fernando vê o papel do designer gráfico – solucionar formas de apresentar o conteúdo e ao mesmo tempo conseguir seduzir pela imagem.

#### 4.1.2. Episódio 1 - Piloto

Para a montagem deste vídeo, pretendíamos reforçar o facto de Fernando recorrer frequentemente a processos e técnicas manuais no seu trabalho de design. A designer refere diversas vezes a importância da experiência manual no seu trabalho, nunca abdicando das tecnologias digitais, que entende serem fundamentais para o desenvolvimento de qualquer trabalho de design gráfico na atualidade. Ao sentirmos a relevância disso, na entrevista, dedicámos a esse aspecto uma quantidade considerável de tempo para que a designer se pudesse expressar. Uma outra forma de sublinhar este ponto foi, no momento da montagem, recorrermos a imagens das mãos de Fernando, procurando ilustrar esta característica da designer. O primeiro terço da entrevista, foca a apresentação da entrevistada que refere as suas influências e apresenta o contexto da cidade como importante elemento de influência no seu trabalho. O segundo terço do episódio é dedicado ao tema do processo, no qual a entrevistada apresenta os seus trabalhos mas, progressivamente, aprofunda o seu discurso numa perspetiva reflexiva em torno do seu processo. Estes momentos são ilustrados na montagem com trabalhos da designer que entendemos serem pertinentes para sublinhar o seu discurso. No último terço da entrevista e do próprio episódio pretendíamos focar no tema do futuro para concluir a narrativa, contudo, a entrevistada voltou várias vezes a abordar questões relacionadas com o processo.

Assim que observámos a grelha de análise da entrevista de Fernando, iniciámos a pesquisa dos recortes no material em vídeo que obtivemos das filmagens. Efetuámos o visionamento total do *footage*<sup>45</sup>, e analisámos o áudio de

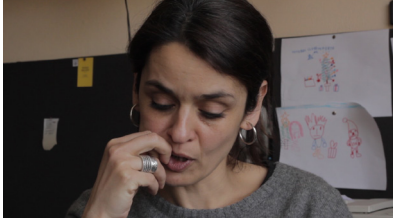
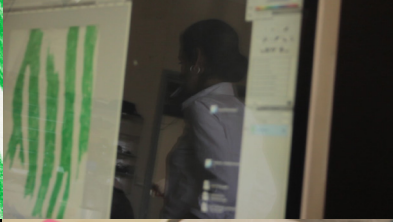
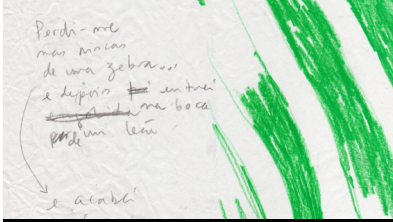
45 No cinema e produção de vídeo, *footage* é a matéria-prima não editada conforme originalmente filmada pela câmara de vídeo que normalmente deve ser editada para criar uma imagem em



Retratos de gerações na primeira pessoa

# Susana Fernando

Retratos de gerações na primeira pessoa



Retratos de gerações na primeira pessoa

Conceção e realização  
**João Tiago Santos**  
Colaboração  
**Daniel Brandão**

Agradecimentos  
Susana Fernando, Isabel Branco,  
Patrícia Ramos, Faculdade de Belas Artes  
da Universidade do Porto, GSA Design

Retratos de gerações na primeira pessoa

Música  
"Summer Solids"  
por Broke For Free

Fotografia  
Cooper Hewitt  
por Chester Jenkins

toda a entrevista, registando o tempo (horas, minutos e segundos) no qual os diferentes recortes da grelha de análise iam surgindo. Terminado este registo, iniciámos o desenho daquilo que viria a ser então a linha narrativa para estes episódios. Sabíamos à partida, que, pelo guião de perguntas, teríamos quatro grupos gerais de respostas, com informação sobre:

- **Formação:** que englobava uma breve apresentação biográfica da designer, assim como a identificação das suas principais influências;
- **Processo:** onde descreviam todo o seu processo criativo de trabalho. Este era o principal grupo de respostas, uma vez que se trata do tema central, e, nos episódios quisemos que este grupo tivesse uma presença maior;
- **Tecnologia:** que tratava a abordagem tecnológica aos desafios de design. Este grupo poderia eventualmente estar inserido no do processo;
- **Designer gráfico enquanto profissional:** onde refletiam sobre questões relacionadas com a atualidade e futuro do design gráfico.

Estes grupos de respostas converteram-se nas partes constituintes do alinhamento que pretendíamos para a construção da narrativa do vídeo. Apesar da existência dos recortes efetuados que guiaram toda a edição, a narrativa acabou por se construir essencialmente na linha de montagem uma vez que não havia um guião técnico detalhado, nem um *story board*<sup>46</sup> preparado antecipadamente. Ou seja, a montagem apoiou-se nas análises de conteúdos e no principal objetivo deste trabalho – o foco no tema do *processo* –, mas também surgiu, em grande parte, a partir daquilo que as imagens nos poderiam dar. Tendo em consideração a análise da entrevista de Fernando, apresentamos, no quadro 8, a proposta de narrativa para o episódio piloto, que se manteve

**Quadro 8** Esquema de narrativa para episódio piloto

Formação			Processo e Tecnologia				Designer gráfico enquanto profissional		
<b>Frase introdutória</b> com uma visão global	<b>Pessoal</b> Nome, idade, naturalidade,...	<b>Académicas</b> Onde se formou, e outras que sejam relevantes para a sua formação	<b>Informal</b>	<b>Receção</b> da proposta de trabalho	<b>Conceção</b> e propostas	<b>Tecnologias</b> aplicadas	<b>Produção</b>	<b>Reflexão</b> acerca do design gráfico contemporâneo	<b>Futuro</b> do design gráfico nacional

movimento, vídeo, programa de televisão ou trabalho similar. (Wikipedia, 2015)

46 Desenho prévio das cenas que se vão filmar.

para os restantes episódios, uma vez que pretendíamos desenvolver uma série e por isso seria importante conseguirmos uma coerência de narrativa entre todos os episódios, respeitando todas as considerações que foram feitas na análise de cada entrevista.

O desenho desta narrativa tinha por objectivo ser passível de se poder aplicar nas restantes entrevistas. Após o seu desenho, começámos por sequenciar os *clips* de vídeo na linha de montagem segundo esta estrutura, e seleccionámos as imagens de trabalhos que entendemos serem as mais eficazes para a ilustração do discurso da designer. Como as opções foram sendo tomadas durante o processo de montagem do episódio, necessitámos de mais tempo do que tínhamos previsto inicialmente para editar as imagens e encadear todo o material audiovisual que tínhamos recolhido.

A escolha da música foi também um momento importante no processo de montagem, dada a sua importância na marcação do ritmo da narrativa e na pontuação de determinados momentos-chave. Mais ainda, fomos também confrontados com o ambiente sonoro do vídeo que poderia ficar muito marcado pela música. Interessava-nos obter um ambiente relativamente informal, salvaguardando a seriedade do conteúdo difundido.

Como tínhamos referido anteriormente, o episódio piloto foi sujeito ao visionamento informal e individual por um conjunto de quinze pessoas, de áreas de formação distintas. Sete designers, duas pessoas ligadas ao audiovisual, três ligadas à área da comunicação social e ainda três ligadas à história e teoria do design. Apesar das opiniões positivas, foram apontados uma série de aspetos menos conseguidos, que elencamos de seguida e que tivemos em consideração para a montagem do episódio seguinte:

- Deveriam existir mais planos de corte para tornar a narrativa mais variada;
- Deveria existir som ambiente para acompanhar as imagens dos trabalhos;
- Deficiências no som em determinados momentos do vídeo, nos quais o volume do som poderia ser mais elevado, tornando-o mais próximo e inclusivo em relação ao espectador;

- Os tempos para contemplar os exemplos das imagens dos trabalhos são na generalidade curtos;
- Criar um critério mais claro para marcar mudança de temas;
- Sugestão de colocar um título por cada tema;
- A edição não conseguiu eliminar completamente a intervenção do entrevistador, sendo este um aspecto a corrigir durante as entrevistas seguintes, uma vez que era intenção concentrar os episódios exclusivamente no discurso do entrevistado.

Após reflexão sobre estas apreciações iniciámos a montagem dos restantes episódios, procurando colmatar aqueles que considerámos serem os maiores problemas elencados.

## 4.2. João Faria

### 4.2.1. Síntese<sup>47, 48</sup>

Sobre a sua **Formação**, João Faria refere a licenciatura na ESAD, em Matosinhos, reconhecendo que a música, o cinema e a literatura são as influências que identifica como sendo as que mais o aproximam da sua forma de fazer design gráfico. O desporto de alta competição tem também grande impacto na sua abordagem gráfica, não só pelas questões visuais, mas também porque entende que o desporto o formou enquanto indivíduo. Faz ainda referência à sua profissão de docente do ensino superior (ESAD), que partilha com a de designer gráfico, entendendo-a como um centro de aprendizagem uma vez que esta tem a capacidade de o desafiar e onde lhe é exigida constante atualização sobre design gráfico.

47 A transcrição integral da entrevista pode ser consultada no anexo 28.

48 A grelha de análise da entrevista pode ser consultada no anexo 35.



Faria considera que no seu **Processo**, que para a definição do problema tem a necessidade de criar critérios para a seleção de informação, e ter, sempre que possível, um pleno conhecimento de todo o material com que irá trabalhar. Considera ainda que para circunscrever o problema é fundamental existir diálogo franco com o cliente, através do qual são concertados os objetivos do trabalho. Faria refere ainda que só após esta concertação é que dá início ao seu trabalho.

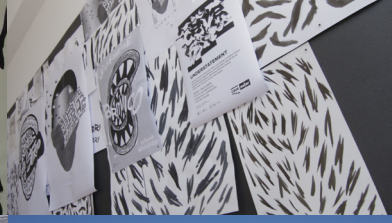
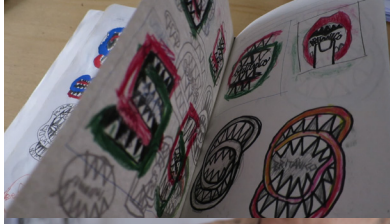
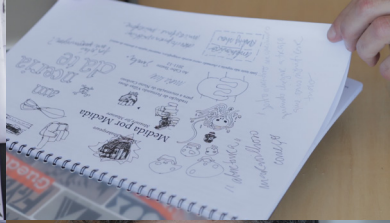
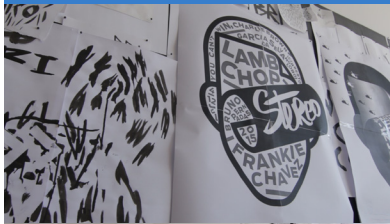
Inicia a sua investigação de forma alargada tendo a preocupação de observar formas como a mesma temática terá sido resolvida pelos seus pares. Faria frisa que esta investigação nunca é feita numa perspetiva de mimetização, mas de se informar e de conhecer que outras abordagens foram realizadas em torno do mesmo tema. Esta investigação é suportada pela utilização das redes sociais que lhe permitem efetuar as suas pesquisas contextuais. Após esta fase, dá início à fase do projeto onde procura a ideia. Faria considera várias formas válidas para o fazer, através do desenho, da escrita ou mesmo através da palavra procura a forma que pode surgir em qualquer momento, sugerindo que esta poderá vir muitas vezes durante o contacto com o cliente e do modo como ele comunica o problema. Faria afirma que é durante a fase de experimentação que se dão confrontos entre vários fatores – as memórias, as ideias, os conceitos e aquilo que o objeto tem para dizer – estando assim a solução final dependente da argumentação e contra argumentação dos resultados e dos seus vários avanços e recuos. Considera ainda que o percurso não é linear e reconhece que o tempo de maturação de um trabalho é útil para existir algum afastamento e poder compreender se poderão existir outras soluções que sejam mais interessantes do que a que originalmente se pensa ser a final. Após a estabilização da forma, a apresentação do trabalho é feita ao cliente de forma presencial e é discutida entre ambos. A recusa ou a necessidade de reformular um trabalho são entendidas por Faria como uma oportunidade de poder rever o seu trabalho. Considera que o trabalho do designer muitas vezes é comprometido na fase de produção porque o tempo gasto nas outras etapas do processo empurram esta última para tempos muito curtos e por conseguinte por cedências que, apesar da exigência que tem perante o seu trabalho, se tornam necessárias para a viabilidade do seu trabalho.



# João Faria

Retratos de gerações na primeira pessoa

Retratos de gerações na primeira pessoa



Retratos de gerações na primeira pessoa

Conceção e realização  
João Tiago Santos

Colaboração  
Daniel Brandão

Agradecimentos  
João Faria, Cristina Pereira, Isabel Arouco, Patrícia Nave, Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Retratos de gerações na primeira pessoa

Música  
"Bring It On"  
por Latché Swing

"Meeting in Plovet"  
por Esperry Quinto

Tipografia  
Cooper Hewitt  
por Chester Jenkins

"Bleeding Plus in Stress"  
por Humming Point

Faria considera que a sua metodologia lhe permite obter uma boa relação entre o resultado final e a satisfação do cliente, ainda que a considere conservadora e linear. Sobre ela Faria tem uma noção muito assertiva, referindo que é essa constância metodológica que lhe permite ter sempre uma boa base de sustentação dos seus projetos e uma constante novidade nas soluções gráficas apresentadas. Uma das particularidades do seu processo que entende como vitais para o sucesso dos seus projetos é o diálogo com o cliente, que vai fazendo de forma permanente clarificando o projeto e obrigando o designer a tomar decisões sobre a forma final do seu trabalho.

Faria não a valoriza a **Tecnologia** como elemento distintivo do seu trabalho, utilizando-a como uma ferramenta de trabalho, e adverte que como qualquer ferramenta, não deve ser o elemento predominante no trabalho de um designer. Considera que se tal acontecer, o designer poderá correr o risco de ver a sua criatividade limitada.

Na categoria **Designer gráfico enquanto profissional**, Faria demonstra-se atento ao design gráfico que se produz e que está na rua. Na sua reflexão afirma que existe uma constante necessidade para design gráfico e que os desafios que existiam em épocas passadas são ainda os mesmos, se bem que poderão mudar a forma como se responde a esses desafios, que Faria intui que passará mais pelo digital do que pelo impresso.

Entende que qualquer trabalho de design gráfico tem a ver com as expectativas que o cliente tem sobre o trabalho. Por essa razão, quando inicia um trabalho, tem de ter a certeza de que o cliente já compreendeu bem a sua forma de trabalhar e estão coordenados no que concerne aos objetivos propostos para o trabalho. Se estas premissas estiverem salvaguardadas Faria entende que o trabalho será mais honesto e justo para todos os intervenientes. Considera ainda que através da sua experiência e visão estratégica que a prática do design lhe conferiram ao longo dos anos, tem competências para poder prestar outros serviços relacionados com o design gráfico, mas não circunscritos a ele, nomeadamente a edição de conteúdos, valência que foi desenvolvendo ao longo dos anos de experiência. Refere ainda que a experiência que foi adquirindo ao longo dos anos lhe permitiu ser um melhor mediador entre o trabalho criativo que quer o mais fiel aos seus conceitos e a satisfação do cliente, que poderá implicar um decréscimo de qualidade mas, que terá que ser negociado até ambas as partes fiquem satisfeitas

com o resultado final. Para Faria qualquer projeto de design gráfico se resume a um projeto de identidade. Por entender que cada projeto tem características únicas Faria entende que deve trabalhar sem fórmulas criativas afirmando que só assim poderá olhar para cada projeto com uma nova perspectiva, sem uma visão toldada por tiques gráficos e modas. Só quando todo este ciclo se fecha com sucesso é que sente que o trabalho está concluído.

#### 4.2.2. Episódio 2

Para a edição do episódio de Faria tivemos, uma vez mais, em consideração a análise dos dados à sua entrevista e constatámos que existia uma reflexão muito relevante em torno do processo. Desta forma, e com os constrangimentos de tempo previamente definido para a duração de cada episódio, já referido anteriormente, encurtámos a fase introdutória para podermos ter mais tempo do vídeo dedicado à temática principal da entrevista. Faria aborda de forma eloquente todo o seu processo, socorrendo-se dos seus cadernos de esboços para apresentar as suas ideias. Na montagem tivemos então a preocupação de dar relevância aos seus cadernos que ajudam a apresentar a metodologia e também a construção conceptual no seu processo de trabalho. Desta forma pretendemos que se percebesse que Faria utiliza muito o desenho para pensar e que os seus resultados são fruto de um trabalho exaustivo à procura da melhor forma para representar o conceito definido. Todos os trabalhos incluídos neste episódio, tiveram como intenção ilustrar determinada metodologia utilizada pelo designer e demonstrar o seu comprometimento com o design gráfico. Assim, na montagem do episódio, recorremos a processos semelhantes aos adotados no episódio piloto. Respeitando as análises das entrevistas e, com o auxílio do novo guião que dividia a narrativa agora em quatro partes distintas, chegámos à estrutura da narrativa final de uma forma relativamente intuitiva.

Escolhemos os planos de pormenor e as imagens de trabalhos do designer mais relevantes e introduzimos na *timeline* de forma a conseguirmos reforçar visualmente o seu discurso. A montagem seguiu então a estrutura de narrativa que preparámos no episódio piloto (ver pág. 142). A escolha musical foi novamente um momento importante na montagem, uma vez que queríamos manter o ambiente do anterior episódio, mas também respeitar as singularidades do trabalho de Faria. Isso implicou a escolha de uma banda sonora

muito diferente da anterior, que junta elementos suaves, durante o discurso do designer, a apontamentos disruptivos.

Este vídeo, assim como o primeiro, foi sujeito a uma primeira análise do autor, que comentou de forma positiva o resultado final. Também foi visionado pelo mesmo grupo de pessoas que foram consultadas informalmente aquando do episódio piloto. Assim, este grupo poderia comparar os dois episódios e fazer-nos perceber se tínhamos conseguido melhorar os aspetos menos positivos referidos em relação ao primeiro. De uma forma geral o grupo considerou que existiram melhorias em relação ao anterior, nomeadamente, no que diz respeito ao posicionamento do entrevistado, à presença de mais planos de corte e ao som, que acharam ter uma melhor qualidade do que no episódio piloto de Susana Fernando. Consideraram ainda que a narrativa era clara e que existia uma sequência fluida entre os temas, sem que estes necessitassem de um separador tipográfico a marcar a mudança. Referiram também que para que o episódio fosse mais coerente com o primeiro, o som que faz de separador de tema deveria ser mais presente. Este aspeto, por ser de grande pertinência, foi prontamente retificado. Todos os outros aspetos, impossíveis de resolver através da montagem, foram tidos em consideração para as filmagens dos episódios seguintes.

### 4.3. Jorge Afonso

#### 4.3.1. Síntese<sup>49,50</sup>

Jorge Afonso refere que efetuou a sua **Formação** na ESBAP, no início da década de 1960, em pintura, demonstrando já no decorrer desse percurso uma curiosidade pelas artes gráficas. Não finaliza esse curso, partindo para Angola onde foi fazendo trabalhos de design gráfico. Durante essa sua estada ia informando-se sobre design, através de leitura de livros do tema. De

49 A transcrição integral da entrevista pode ser consultada no anexo 29.

50 A grelha de análise da entrevista pode ser consultada no anexo 36.

regresso a Portugal, em 1975, inscreve-se novamente na ESBAP, mas agora para frequentar o recém aberto curso de Design de Comunicação / Arte Gráfica, fazendo parte da primeira turma desse curso na escola. Afonso faz também uma referência muito grande ao contacto que foi tendo com diversas pessoas e diversas áreas profissionais ao longo da sua vida profissional, que lhe permitiram uma aprendizagem sobre a área do design.

Afonso refere que os designers do seu tempo tinham uma grande autonomia na gestão do seu trabalho. Sobre o seu **Processo**, admite que a fotografia está na base de todo o seu trabalho gráfico. Segundo ele é esta que o ensina a ver e a compreender melhor os elementos constituintes da imagem e da comunicação. A fotografia é também determinante no trabalho de Afonso, por ser ele a controla-la, desde a ideia à execução final, refletindo-se essa tendência no projeto de design, que gostava de ter sobre controlo total. Na fase de experimentação, Afonso fazia-o através do desenho ou da pintura, utilizando os melhores materiais que conhecia, não querendo fazer pender sobre a qualidade dos materiais o sucesso do resultado final. Estes seria efetuadas de forma exploratória até à concretização da sua ideia em maquete final para apresentação ao cliente. Esta era elaborada de forma manual, com o texto feito em decalque. Já as imagens eram frequentemente simuladas, a título exemplificativo. Após esta aprovação, os trabalhos seriam entregues na gráfica para se dar início à produção.

Afonso refere que o designer era um profissional respeitado e que havia na altura uma interdependência entre o designer e a gráfica uma vez que os trabalhos eram na sua maioria finalizados em gráfica. Sobre a sua metodologia, Afonso afirma que ela lhe permitia ter uma boa relação com o cliente e também com os impressores / gráficas, relações fundamentais para a obtenção de um bom resultado final.

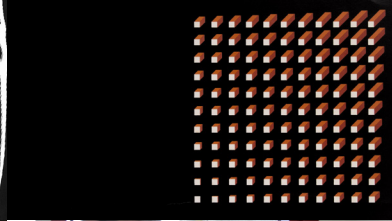
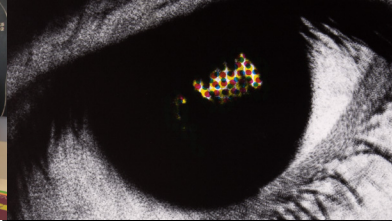
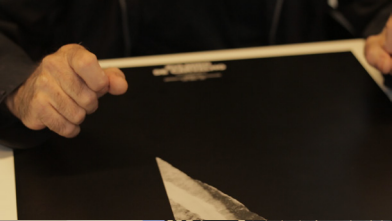
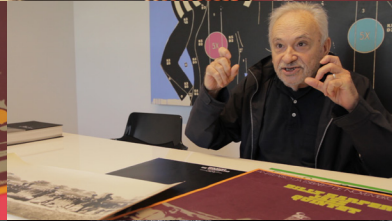
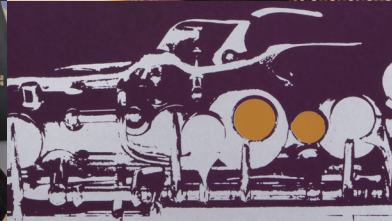
Sobre a **Tecnologia**, Jorge Afonso apresenta-se como uma geração que não usava as tecnologias digitais e onde os procedimentos eram manuais, baseando o seu trabalho na pintura, no desenho e fotografia. Como os processos gráficos eram muito dependentes da fotografia, esta adquiriu um papel central na sua forma de ver / entender o design. Apesar de não ser da geração digital, Afonso sempre sentiu uma grande necessidade de se atualizar tecnologicamente, prova disso é o facto de desde cedo ter adquirido computador e



Retratos de gerações na primeira pessoa

# Jorge Afonso

Retratos de gerações na primeira pessoa



Retratos de gerações na primeira pessoa

Conceção e realização  
João Tiago Santos

Colaboração  
Daniel Brandão  
Pedro Amado

Agradecimentos  
Jorge Afonso, Cristina Pereira,  
Isabel Antunes, João Castro, Patrícia Viana,  
Rita Carvalho, Faculdade de Belas Artes  
da Universidade do Porto

Música  
"Ruggeri" por Blanket Music  
"Backdrop" por Blanket Music  
"W" por Ilya Belonokov

Tipografia  
Concept Werkstatt  
por Chester Jenkins

ir-se atualizando com tecnologias melhores e mais modernas. Tentou sempre estar a par dos *softwares* mais adequados ao exercício da sua profissão e quando não conseguia dominar determinado *software*, procurava alguém que o pudesse socorrer para realizar melhor determinado trabalho. Sendo designer num período quando não existiam computadores, vê as tecnologias digitais como uma ferramenta que permitem ao designer ter uma grande versatilidade, mas também adverte para um potencial desrespeito, por exemplo, pela tipografia onde poderá não ser respeitada a sua composição.

Entende ainda que a tecnologia alterou a forma de apresentação das propostas aos clientes, com melhores e mais sofisticadas impressões, que teve como uma potencial consequência o aumento do nível de exigência que o cliente tem perante o designer.

Na categoria **Designer gráfico enquanto profissional**, Jorge Afonso apresenta-se informado e consciente do design gráfico que se produz atualmente. Conclui que os designers gráficos do seu tempo (aquando da sua formação), não tinham grande concorrência e existia grande oferta de trabalho e também, segundo ele, um outro tipo de respeito por parte dos clientes. Refere ainda que o cliente está mais informado e por isso mais exigente, apresentando-se este novo contexto como um novo desafio para os designers gráficos. Para o futuro, Jorge Afonso diz que o design gráfico português precisa de mais investimento em design e que este poderá existir se existirem mais clientes, concluindo que sem um bom cliente poderá não existir um bom trabalho.

#### 4.3.2. Episódio 3

A entrevista de Jorge Afonso foi montada seguindo os procedimentos estabelecidos nas anteriores entrevistas. Após refletirmos sobre as análises, compreendemos que a entrevista a Afonso, para além de nos ter apresentado o seu processo, tinha também abordado de forma relevante a importância da tecnologia no seu trabalho, descrevendo tecnologias anteriores ao *Desktop publishing*. O entrevistado fez também uma completa contextualização dos tempos em que exercia design. Face ao exposto, não quisemos deixar de dar enfoque a tão interessante conteúdo, dedicando o primeiro terço do episódio



à sua apresentação e contextualização, dividindo os restantes dois terços entre explicações processuais e tecnológicas do seu trabalho. No final do episódio foram inseridas considerações sobre a profissão, respeitando o desenho da narrativa já definido (ver pág. 142), que demonstrou ser suficientemente flexível para se adaptar a diferentes especificidades e ritmos de entrevistas, sem pôr em causa a coerência entre episódios.

A escolha musical voltou a ser um aspeto importante, pelos motivos elencados nos dois episódios anteriores. No caso do episódio dedicado a Afonso, optámos por uma banda sonora tranquila, que pudesse incutir um ritmo relaxado à conversa. Esta escolha foi contudo quebrada quando o designer inicia a descrição do cartaz *Billy Harper Jazz Quintet*. Esse momento surge acompanhado pelo som de um solo em saxofone que reforça a explicação do cartaz e faz assim referência aos gostos musicais do autor.

No momento da montagem, constatámos que o som, pelas características da sala onde realizámos a entrevista, se apresentava com demasiado eco e com variações muito grandes de volume. Este problema surge também pelo facto de o entrevistado se aproximar ou afastar do microfone ou por vezes levantar um pouco o tom de voz, fruto do entusiasmo com que se expressava. Neste episódio, este foi aliás o nosso principal problema, que apesar das nossas diligências para tentar melhorar a faixa sonora, ainda não chegámos ao ponto que entendemos como satisfatório. Colocámos o vídeo novamente à consideração informal do mesmo grupo de pessoas, que tinham visionado os anteriores episódios, sendo a sua opinião unânime. Todos concordaram com a existência de uma linha identitária entre os episódios, que reforçam assim o conceito de série de entrevistas. O som continua a ser um dos aspetos referidos a melhorar. Foi mencionado ainda que, pelo facto de Jorge Afonso não ter sido filmado no seu estúdio, perdeu-se um pouco da relação da imagem com o discurso. Este constrangimento será tido em consideração na realização das próximas entrevistas em vídeo.

## 4.4. Bolos Quentes

### 4.4.1. Síntese<sup>51, 52</sup>

Os quatro elementos fundadores do estúdio de design Bolos Quentes tiveram **Formação** formal na FBAUP em design de comunicação. É só nos primeiros anos de faculdade que começaram a compreender melhor o que é design gráfico, até lá tinham tido contacto com a disciplina, mas de forma muito pouco consciente, nomeadamente nas capas de discos, nos cartazes de cinema que iam consumindo desde a sua juventude. É também durante este tempo de formação superior que vão construindo o seu vocabulário gráfico, através da influência de trabalhos de designers gráficos que gostavam. Viam na linguagem desses modelos, a linguagem “pop”, uma possibilidade de conseguir conjugar diversos elementos na composição do cartaz, acrescentando a esta, outras abordagens gráficas, como por exemplo as “camadas” de informação que começa a ser uma marca do seu trabalho. Sérgio Couto refere que informalmente, a sua formação surge pela mão dos professores que tiveram, da convivência com o trabalho de outros colegas, mas também pela atenção que foram depositando nos materiais gráficos da cidade do Porto. Foi através desse contacto que foram conhecendo ateliers e designers gráficos.

Couto descreve o **Processo** dos Bolos Quentes, iniciando essa descrição pelo *briefing* considerando que este é por vezes construído e desenhado pelos designers com a pouca informação que o cliente disponibiliza, e posteriormente terminado em conversas com cliente. Esta fase pode não ser imediata e pode demorar algumas semanas até se conseguir estabelecer o programa final. É neste diálogo que vão conseguindo construir algumas linhas de raciocínio, que poderão ou não aprofundar. Imediatamente após a definição do *briefing*, cada elemento do grupo tem uma ideia para o projeto que partilha com o outro elemento do grupo a fim de definirem um caminho para a resolução do problema. Passam, durante esta fase de definição da forma, pela

51 A transcrição integral da entrevista pode ser consultada no anexo 30.

52 A grelha de análise da entrevista pode ser consultada no anexo 37.

investigação recorrendo a exemplos, trabalhos de autores que entendem ser importantes e que de alguma forma possam ser referências para a resolução do problema. Após a explanação das ideias de cada um, inicia-se o processo de seleção e decisão para chegarem a uma resposta cabal.

Na sua relação com o cliente, assumem uma perspetiva dialogante e inclusiva com ele, de forma a que este esteja em completa sintonia com o trabalho que está a ser desenvolvido e assim poder validar de forma mais célere a proposta de trabalho. Por hábito, para a apresentação da proposta, efetuam uma maquete, tendo consciência de que por vezes esta não consegue representar fielmente o que pretendem no trabalho final. No entanto, Couto considera que esta será sempre a forma mais eficaz de apresentar o trabalho a um cliente.

Por sistema, o trabalho realizado pelos Bolos Quentes é acompanhado na produção, como forma de assegurarem a qualidade do trabalho, mas também de uma forma de conter custos desnecessários com erros que possam surgir na produção do trabalho. Nesta fase o cliente é afastado um pouco uma vez que se trata de uma questão mais técnica em que o cliente poderá não compreender muito bem o processo, e por conseguinte não ser a mais valia que se demonstrou até ao momento ser.

Couto afirma que com a experiência vão conseguindo otimizar processos e tornar a sua atividade mais rentável, refere que não têm uma metodologia fixa para os trabalhos que efetuam, algo motivado pela natureza diferente dos trabalhos recebidos. No entanto, dentro da mesma tipologia de projeto, tendem a aplicar as mesmas metodologias, um exemplo disso é o trabalho de editorial que desenvolvem. Um fator que consideram importante para a definição da metodologia projetual aplicada, é o tempo disponível para a execução do projeto, algo que consideram determinante para o próprio resultado final. Contudo Couto diz que os seus projetos tem uma coisa em comum, serem sempre um novo desafio, desde a forma de os conceber até à forma de os produzir.

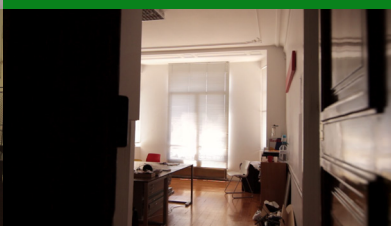
Sobre a **Tecnologia**, Couto considera que a digital é a mais utilizada nos trabalhos dos Bolos Quentes e na atualidade e que independentemente do tipo de tecnologia que utilizam, como por exemplo a manual, o resultado final irá sempre passar pela utilização do computador. Couto diz ainda que as novas tecnologias e o acesso generalizado à Internet, tornam as imagens menos



Retratos de gerações na primeira pessoa

# Bolos Quentes

Retratos de gerações na primeira pessoa



Retratos de gerações na primeira pessoa

Conceção e realização  
João Tiago Santos  
Colaboração  
Daniel Brandão  
Pedro Amado

Agradecimentos  
Sérgio Couto (Bolos Quentes),  
Inês Ávila, Patrícia Maria,  
Faculdade de Belas Artes  
da Universidade do Porto

Retratos de gerações na primeira pessoa

Música  
"Medina Medica 2"  
by Burning Point  
"Jug" by Earthless  
"Medina Medica 1"  
by Burning Point

Tipografia  
Cooper Hewitt  
por Chester Jenkins

importantes, perdendo a força que outrora tinham, uma vez que estas estão sempre disponíveis *online*. Vaticina ainda que a supremacia dos objetos digitais faz com a vontade de ter um objeto físico se perca, e é por esse motivo que os Bolos Quentes valorizam o objeto físico, ficando sempre entusiasmados quando um cliente os contrata para realizarem um objeto físico.

Na categoria **Designer gráfico enquanto profissional**, Couto considera que se tem atualmente um conhecimento mais vasto sobre o design gráfico, particularmente o nacional, sobre o qual existe também um maior sentido crítico, que poderá ter surgido pela existência de um olhar sobre os designers nacionais que até agora não existia. Considera que tem existido um esforço nacional para a valorização do design gráfico português e que este tem tido resultados a nível internacional, pois alguns dos designers gráficos portugueses começam a ser reconhecidos nos órgãos mais prestigiados de design gráfico mundial.

Sobre o futuro do design gráfico, os Bolos Quentes entendem que será cada vez mais digital. A crise económica poderá conduzir a uma desaceleração do consumo de design gráfico, mas essa desaceleração nunca poderá ser entendida como um retrocesso, uma vez que o que já está adquirido não poderá ser perdido.

Definem-se como um atelier pequeno, com projetos de dimensão ajustada às suas capacidades de resposta de modo a controlar integralmente cada projeto e obter os melhores resultados. Consideram que um trabalho bem executado será sempre resultado de três vontades: do designer, do cliente e do consumidor/espectador/utilizador. O designer é, portanto, o elo de ligação numa determinada cadeia de comunicação. Ao designer cabe ainda a responsabilidade final de dar forma aos conteúdos respeitando todos os intervenientes. Assumem ter uma relação estreita e de confiança com o cliente, algo que os leva a ter uma visão do problema que vai para além da simples resposta ao pedido efetuado. O serviço prestado passa, por vezes, por aconselhar o cliente a procurar outro tipo de respostas que não a deles. Concluem dizendo que o design ajuda a gerar mudança, mas esta tem que ser consequente.

#### 4.4.2. Episódio 4

A montagem da entrevista ao estúdio Bolos Quentes seguiu os procedimentos que estabelecemos para os episódios anteriores, tendo as análises das entrevistas como base para a montagem. Ao observarmos as análises de conteúdos, compreendemos que a especificidade deste estúdio estava relacionada com a sua relação com as tecnologias digitais e analógicas. Pretendemos por isso, para além de apresentar o processo de design deste estúdio, sublinhar essa particularidade. A introdução de *clips* de vídeo durante o episódio, como o da evolução da criação do cartaz *um objecto e seus discursos*, registado a partir do ecrã do computador, foi uma das formas de o fazer. Outros trabalhos dos artistas, que usámos para ilustrar a entrevista, foram obtidos a partir da plataforma online de partilha de vídeos Vimeo, que o estúdio usa com frequência para a divulgação dos seus trabalhos. A introdução destes vídeos permitiu-nos impor neste episódio um ritmo diferente dos episódios anteriores, com o cuidado de salvaguardar a identidade da série. Uma vez mais, o desenho da narrativa (ver pág. 142), demonstrou ser capaz de acolher diferentes tipos de registos de imagem e manter ainda assim a coerência da série. A banda musical continuou a ser cuidada, iniciando o episódio com uma música calma, mas enigmática, que suporta o discurso de abertura. Durante o vídeo dos *milhões de festa*, utilizamos a banda sonora original que apresenta-se como uma rutura em relação à banda sonora do episódio.

A partir deste episódio, o trabalho de montagem tornou-se também substancialmente mais fácil, fruto da descoberta de um *software* que permitia a sincronização da imagem com o som de uma forma mais rápida e eficiente. Assim, ao sequenciar todo o material recolhido em bruto na linha de montagem, já sincronizado, conseguimos ter uma perspetiva geral sobre o que tínhamos à nossa disposição, e começar já, no momento da montagem da faixa de som, a encontrar no material em vídeo, as partes correspondentes aos recortes da análise de conteúdo. Esta optimização do trabalho de montagem, permitiu uma rápida percepção geral da forma que a entrevista iria tomar. A experiência que tínhamos já acumulando, permitia-nos também perceber que tipo de planos de corte seriam úteis para a montagem.

O som foi novamente o que nos colocou maiores dificuldades na edição. Uma vez mais não conseguimos adequar a captação do som às características da sala, e por isso o som apresentou-se com demasiado eco. Devido ao parco isolamento sonoro que a sala tinha, muitas vezes durante a entrevista ouviam-se ruídos interferentes do exterior que não conseguimos eliminar. Este aspeto da captação de som manteve-se como a nossa maior dificuldade nas filmagens e na edição que, apesar das precauções e tentativas de melhoria, ainda não estava no ponto que entendemos como satisfatório.

O vídeo final, foi uma vez mais sujeito a uma análise informal do mesmo grupo de pessoas que tinham visionado os restantes episódios. A qualidade do som foi um dos pontos mais negativos referidos. Já a inserção de vídeos a ilustrar os trabalhos do estúdio foram considerados interessantes, pois ofereciam uma boa dinâmica à narrativa.

## 4.5. Eduardo Aires

### 4.5.1. Síntese<sup>53, 54</sup>

Eduardo Aires vê na sua **Formação** na ESBAP uma grande mais valia, uma vez que existiam várias confluências de cursos que partilhavam os espaço físico da escola. Esta relação de cursos permitiu-lhe ter uma visão mais holística sobre o design e poderá ter marcado a sua forma de abordar um projeto de design. A constante formação de equipas multidisciplinares poderá ser um exemplo dessa perspetiva sobre o design. Pautou a sua vida académica e profissional pela curiosidade técnica. Durante a formação passava grandes períodos em gráficas para aprender mais sobre a sua profissão. Comprava também várias revistas sobre design e ia ao maior número de conferências possível para estar mais informado. Ainda hoje se desloca a feiras industriais para conhecer as últimas inovações da produção gráfica.

53 A transcrição integral da entrevista pode ser consultada no anexo 31.

54 A grelha de análise da entrevista pode ser consultada no anexo 38.

Sobre o seu **Processo**, sempre que inicia um trabalho, pensa sempre numa forma de criar uma equipa multidisciplinar que possa aportar diferentes perspetivas sobre a mesma questão, incluindo nesse grupo profissionais com diferentes valências e incluindo o cliente. Aires entende que este último deve sempre fazer parte da solução, só assim ele se vê integrado no seu projeto. Sobre a apresentação do trabalho ao cliente, Aires declara que a utilização do desenho como abordagem primordial da comunicação é uma forma de reduzir o efeito surpresa da solução e do cliente ter uma melhor compreensão sobre o projeto. Refere que esta abordagem previne o desenvolvimento de propostas que não vão ao encontro das necessidades e do que o cliente espera. Quanto às equipas multidisciplinares formadas, Aires afirma que estas aceleram a chegada à solução, e como estão todos a par do trabalho desenvolvido não existe o momento da apresentação da ideia. Existe sim o momento da apresentação do projeto, onde é elaborado um trabalho rigoroso de aproximação à realidade, onde é realizada uma maquete o mais fiel possível ao produto final. Assim, o cliente não terá quaisquer surpresas quando vir o resultado final. Existe portanto uma grande necessidade de controlar o trabalho desde a encomenda até ao cliente final. Aires entende que esta metodologia é muito eficaz, uma vez que todas as partes do problema estão envolvidas, e isso diminui o risco de insucesso do seu trabalho. Este último é resultado do esforço de um conjunto diversificado de atores e por conseguinte fruto de uma “ideia colaborativa”. É por este motivo que se foca no problema e no cliente, e não no exercício estético ou conceptual que denomina de “trabalho para designers”. Segundo Aires, o trabalho de um designer só se considera concluído após a sua entrega ao cliente, e por isso a produção final deve também estar acautelada para que o resultado funcione como um todo, é por esse motivo que acompanha todos os seus trabalhos na produção final.

Sobre a **Tecnologia**, Aires desde sempre compreendeu a necessidade de se manter sempre atualizado em relação às tecnologias de produção e impressão, e fá-lo regularmente. Entende que um conhecimento sólido a este nível permite ao designer uma melhor exploração e otimização de resultados. Aires considera-se de uma geração que passou por diferentes paradigmas de produção gráfica, e de todos eles, considera que a fotocomposição o ensinou a desconstruir códigos, e a ter a capacidade de ver para além do que estava no seu caderno de desenho. Para Aires, o domínio da técnica permite-lhe ser mais estimulado criativamente, uma vez que as possibilidades criativas são ampliadas e não há tanta tentação de mimetizar soluções já conhecidas ou tendências



Na categoria **Designer gráfico enquanto profissional**, Eduardo Aires está atento ao que se passa no design gráfico português, segundo ele, sem grandes obsessões. Considera que o design gráfico português atual tem conseguido encurtar o atraso que tinha e que a sua qualidade atual é boa. Contudo, entende que as novas gerações de designers seguem muito as tendências gráficas atuais, que se explica pela necessidade de reconhecimento rápido que os leva à adoção de “atalhos”. Ainda sobre o design gráfico atual, vê o design como mais uma peça chave para a superação da crise atual e entende que a sua forma de ver o design está distante da forma como as novas gerações o veem uma vez que entende o design como sinónimo de boa forma.

Reconhece que já é reconhecido pelos seus clientes e potenciais clientes. Tendo consciência que a sua visibilidade advém também dos prémios que tem recebido. Aires vê no cliente uma alavanca para o sucesso do trabalho desenvolvido, e julga que a capacidade de adaptação do designer a determinada proposta / cliente é fundamental para o sucesso no trabalho de design. Entende que o design gráfico deve acrescentar valor ao produto, não sendo portanto uma mera prestação de serviços. Considera que o design é uma disciplina que integra uma estratégia, justificando uma vez mais o seu *modus operandi* — a criação de equipas multidisciplinares para elaboração de uma resposta cabal a um determinado problema. O cliente, para Aires, tem de estar sempre no centro do problema, pois é ele que irá usufruir do trabalho realizado pelo designer.

## 4.6. António Modesto

### 4.6.1. Síntese<sup>55,56</sup>

Sobre a sua **Formação** académica, António Modesto refere que se inscreveu no curso de Pintura da ESBAP, e ao mesmo tempo frequentava algumas disciplinas do curso de design de comunicação na mesma escola. Sobre as aulas que frequentava de design gráfico, explica que estas eram dadas quase em exclusivo por artistas plásticos, uma vez que ainda não existiam designers

55 A transcrição integral da entrevista pode ser consultada no anexo 32.

56 A grelha de análise da entrevista pode ser consultada no anexo 39.

licenciados, e isso era explícito na forma como os conteúdos eram apresentados. Antes da sua formação académica trabalhava já como designer anónimo em projetos políticos, que lhe moldaram a forma como se posicionou no design gráfico. O seu contacto com o design, de forma mais informal, era efetuado pelo consumo de revistas de design que, à época, eram poucas, mas também pela consulta obsessiva dos colofons dos livros que lia. Apesar de não haver muito acesso à informação sobre design gráfico na década de 1970, Modesto deixou-se influenciar pelos designers mais contemporâneos da sua época, como Lubalin por exemplo.

Sobre o seu **Processo** de trabalho, Modesto refere que assim que acaba uma reunião com o cliente, começa de imediato a pensar como poderá resolver o problema. A experimentação até chegar à solução é feita em vários suportes, mas sempre sob a forma do desenho. É através do desenho e do diálogo constante com este que pensa e que faz os ensaios para chegar à forma final. Não considera o seu trabalho fechado e inalterável, deixando sempre a possibilidade de que este seja criticado e revisto. As alterações pedidas serão sempre fruto de um compromisso entre o trabalho desenvolvido pelo designer e a vontade do cliente. Estas alterações, refere ainda, são sempre bem vindas desde que melhorem o seu trabalho. Ainda sobre o cliente, acha que quanto melhor for a comunicação entre os dois – designer e cliente – melhor poderá ser o resultado obtido pelos designers, sendo por isso a confiança, fundamental para que exista uma boa plataforma de entendimento entre os dois. Quanto mais liberdade o cliente der ao designer, maiores serão as inquietações que o designer terá e novas perspetivas, novas leituras e novas abordagens poderão surgir. Modesto refere que o designer pode e deve ter um papel pedagógico para com o cliente e que quanto mais informado este estiver, mais confiança e liberdade este poderá dar ao designer.

Tem consciência que a sua metodologia lhe permite obter bons resultados e que essa mesma lhe dá uma boa capacidade de aprendizagem. No entanto refere que o não cumprimento da sua metodologia pode por vezes oferecer-lhe uma nova solução, como se fosse uma nova perspetiva sobre determinado problema. Modesto gosta de poder controlar todo o seu trabalho, acompanhando de forma mais próxima todo os intervenientes no processo, garantindo assim a qualidade que deseja, mas admite que o trabalho em conjunto também tem muitas mais valias.

Sobre a **Tecnologia**, Modesto relembra que fez a transição da fotocomposição para a era dos digital. É talvez por isso que entende que o papel do digital não será o de mimetizar a linguagem manual, mas oferecer alternativas plásticas e técnicas. Sobre os trabalhos efetuados de forma manual e pelas suas característica de irreversibilidade, Modesto afirma que estes obrigavam o designer a estar mais atento e a antecipar melhor o resultado final, comenta ainda que esta irreversibilidade tendeu a perder-se com a inovação tecnológica pois esta facilita a experimentação e a finalização do trabalho.

Sobre a categoria **Designer gráfico enquanto profissional**, António Modesto apresenta-se com conhecedor do passado e do presente no design gráfico nacional, referindo que Portugal teve um grande atraso em função do que se faz lá fora, mas que tem superado essa lacuna de forma muito dinâmica. Todavia acha que no design gráfico nacional contemporâneo existe uma ausência de alma e que se está a perder o sentimento, concluindo que este perdeu a beleza e tem vindo a tornar-se desumanizado. Ensaia algumas justificações para isso, sendo uma delas a crise económica que o país passa. Segundo Modesto, essa desumanização consegue perceber-se pela ausência de preocupação pela legibilidade de determinados trabalhos que advém do pouco cuidado que os designers tem com o texto ou de uma atitude quase nihilista perante a comunicação gráfica. Quanto ao futuro do design gráfico português, afirma que a evolução da profissão de designer permitiu que este se desprendesse de determinadas funções mais técnicas para começar a assumir uma atitude mais autoral. Conclui afirmado que o sentido estético é o que o mantém ligado ao design, que o leva a criticar duramente o estilo do design gráfico contemporâneo.

Considera-se um designer dialogante, tornando essa qualidade um fator relevante para o posicionar no lado oposto do designer de autor, em que o trabalho não consegue sobreviver sem o autor. É por isso que defende o diálogo e que o design é resultado de um conjunto de relações que são estabelecidas, quer entre designer e cliente, entre forma e função ou entre o trabalho e o público. Não tem ambições artísticas para o design, uma vez que entende que este deve ter um papel de resolver problemas nunca descartando o sentido estético do resultado final.

## 4.7. non-nerbal Club

### 4.7.1. Síntese<sup>57,58</sup>

Os non-nerbal Club são compostos por quatro elementos: Joana Sobral, Miguel Almeida, João Martino e Susana Almeida tendo todos a **Formação** superior em design nas Escolas Superiores da zona do Grande Porto. A primeira na FBAUP e os restantes na ESAD em Matosinhos. As suas influências são diversas, existindo um terreno comum: a música (com as capas dos álbuns), o cinema com os cartazes) e a relação que tem com os livros que é também transversal a todos os elementos constituintes do estúdio.

Na sua descrição do **Processo**, os non-nerbal Club afirmam que sempre que o projeto permite, convidam equipas externas para os auxiliar na resolução do problema. Afirmam que através da constituição de equipas multidisciplinares obtém diversos pontos de vista obtendo uma resposta mais enriquecedora do que se estivessem sós. Após a reunião com o cliente iniciam um processo de experimentação, que é suportado pela pesquisa que os auxilia a clarificar o caminho que pretendem trilhar. A maior parte da experimentação é feita no computador e posteriormente impressa para que o grupo tenha uma percepção maior das possibilidades que tem para oferecer. As escolhas são feitas através de uma seleção em equipa, mas se ainda se sentirem inseguros com a escolha podem recorrer a uma nova reunião com o cliente para poderem recenterar o problema e fazerem a escolha mais segura.

Trabalham sempre numa perspetiva de confiança com o cliente, afirmando que tem que sentir da parte dele uma confiança no seu trabalho e consequentemente no resultado final. Esta confiança passa também pelo momento da apresentação do trabalho, momento em que o cliente toma contacto com o trabalho desenvolvido sem que este tenha conhecimento prévio do que tinha sido realizado. A apresentação é feita sobre a forma de uma maquete muito

57 A transcrição integral da entrevista pode ser consultada no anexo 33.

58 A grelha de análise da entrevista pode ser consultada no anexo 40.

aproximada do resultado final, para evitar equívocos e assim informar o mais possível o cliente. Entendem que o designer pode assumir um papel de mediador entre o trabalho e o cliente, e não têm qualquer intenção de educar o cliente, referindo uma vez mais a questão da confiança sobre o seu trabalho para poder existir uma boa relação entre o estúdio e o cliente. O diálogo entre o trabalho e a expectativa do cliente torna-se assim um desafio, pois tem que existir uma mediação para encontrar territórios comuns aos dois lados que permita a existência de um diálogo franco.

Dão muita importância ao controlo da produção e são rigorosos no que respeita à qualidade do objecto final. Para tal, acompanham muitas vezes a produção em gráfica e contam com um produtor em quem depositam grande confiança. Reconhecem o sucesso dos seus métodos de trabalho, pelo facto de terem as suas propostas normalmente aceites. Sobre isso referem que existe já um amadurecimento do trabalho que lhes permite algumas soluções aquando das primeiras reuniões com o cliente. Os non-verbal Club estão interessados numa perspectiva estrutural dos problemas, querendo desenvolver sistemas e não pequenas soluções parciais. Para tal, têm uma abordagem mais experimental e menos contida. Adaptam as suas metodologias consoante o cliente mas têm, no entanto, algumas formas recorrentes de abordar o problema – a existência de uma predominância de trabalhos que são multidisciplinares, e por conseguinte a não existência de autoria associada ao projeto ou seja, a autoria é partilhada.

Sobre a **Tecnologia**, os non-verbal Club afirmam que utilizam a tecnologia em várias fases do trabalho: o uso das redes sociais na fase de discussão e estudos de conceitos e *softwares* desenhados à medida para o desenvolvimento da parte prática. A sua vontade de explorar tecnologias ainda muito recentes, mas que acreditam ter grande potencial, tem sido um desafio que têm abraçado nestes últimos tempos. Vêem na tecnologia uma solução para a resolução de problemas e para a otimização de processos de trabalho que de outra forma seriam mais morosos e onerosos. Desta forma recorrem à tecnologia criando novas ferramentas que serão úteis ao designer mas também ao cliente, demonstrando assim a sua crença de que sem a tecnologia muito do trabalho efetuado pelo designer seria muito mais difícil.

Na categoria de **Designer gráfico enquanto profissional**, demonstram ter conhecimento histórico e atualizado do design gráfico português e afirmam que este tem um bom nível de qualidade, apesar de, na sua opinião, necessitar de mais visibilidade e de se manter ainda um pouco atrasado comparado com o que é praticado internacionalmente. Consideram que o design ainda continua a ser hermético e sem a aproximação necessária à sociedade, incorrendo no risco de poder ser mal entendido e por isso menos considerado e menos investido. Esperam que no futuro se continue a investir na publicação em papel e não só em digital, considerando como uma necessidade a maior visibilidade internacional do design gráfico português.

Os non-verbal Club consideram-se bastante idealistas achando que o design é um meio para responder a determinados problemas. Entendem que essa característica poderá condicionar a viabilidade do seu projeto, estando por isso num processo de se centrarem num trabalho mais pragmático. O trabalho de editorial é um reflexo do seu idealismo, uma vez que estes vêm no editorial uma forma de deixar uma marca nas gerações vindouras.

#### 4.8. Síntese conclusiva

Após a realização das entrevistas, iniciámos a respectiva análise de conteúdos. Assim, seguindo as diretrizes de Bardin foram definidas as seguintes: Formação, Processo, Tecnologia e Designer gráfico enquanto profissional. Utilizámos, como referido no capítulo 1, as letras do alfabeto, de A a D para representar as gerações de designers gráficos entrevistados. Assim, para a geração anterior a 1974 atribuímos a letra A, à geração de 1974-1989 a letra B, à geração 1990-2005 a letra C e finalmente à geração de 2006-2015 atribuímos a letra D. Após os recortes efetuados, construímos pequenas sínteses sobre o que aferimos das grelhas de análise de cada entrevista. A análise das entrevistas permitiu-nos normalizar os resultados obtidos, facilitando o confronto dos discursos de cada um dos designers entrevistados. Desta forma apresentamos de seguida uma análise relacional de todas as entrevistas organizadas por categoria.

Acerca da **Formação** académica no ensino superior, a importância que os designers lhe atribuem é diferente conforme a sua geração. Os representantes das gerações mais antigas (A e B) tendem a valorizar mais a experiência académica e científica que a escola lhes proporcionou, em relação aos designers mais novos que a mencionam, mas sem tanto destaque. Podemos inferir que o facto das gerações mais recentes terem um acesso mais facilitado e diversificado à informação faz com que a escola não tenha um papel tão preponderante na sua construção enquanto designers.

Já no que concerne às referências, ou formação informal, todos atribuem importância ao contexto geográfico, cultural ou social na sua construção enquanto designers. Os designers das primeiras gerações (A e B), referem fontes de informação mais relacionadas com aspetos técnicos e específicos do design gráfico, como as revistas ou conferências da especialidade. As gerações mais recentes (C e D), mencionam referências da cultura popular como a música, o cinema e outras fontes mais informais como a própria cidade. As transformações sociais, culturais e económicas dos últimos trinta anos em Portugal, facilitaram o acesso à cultura o que pode, em parte, justificar a importância que este novo contexto teve nas gerações após 1987.

Sobre o **Processo**, os designers entrevistados foram categóricos em afirmar que o diálogo com cliente é fundamental para ser alcançado um bom resultado final, sendo integrado em todas as fases do processo, desde a definição do problema até à aprovação do trabalho final. À exceção da geração mais velha (A), todas as outras entendem ser fundamental que o designer consiga mediar o trabalho final apresentado e a vontade do cliente. Só assim é que se estabelece o equilíbrio necessário para o trabalho ser finalizado. Uma outra característica citada pelos entrevistados é a de que o papel do designer passa também por esclarecer os objetivos e o contexto do trabalho e ajudar o cliente a definir o problema. Também porque a capacidade relacional que o designer tem, permite-lhe ter uma abordagem mais holística sobre os problemas apresentados não se limitando a resolver os problemas de forma parcial e isolada, e ainda porque conforme referem a segunda e a terceira geração (B e C), a importância de definir equipas multidisciplinares permite-lhes ter várias perspetivas sobre o problema e assim conseguirem alcançar respostas mais criativas, interessantes e eficazes.

As gerações mais novas (C e D) referem que a pesquisa em plataformas e redes sociais *online* são uma forma privilegiada pela maioria na obtenção da informação. Contudo, as geração C advertem que esta pesquisa deve ser criteriosa e deverá ser o mais diversificada possível, devendo recorrer a outros meios que não exclusivamente plataformas digitais, como os catálogos, as revistas, as conversas com os clientes como forma de obtenção de informações.

Os entrevistados afirmam unanimemente que começam a trabalhar assim que têm a primeira conversa com o cliente. Entendem que o momento criativo surge assim que se iniciam as primeiras conversas e que se começam a delinear os objetivos do trabalho. Esta primeira fase do trabalho é, na maioria dos casos, suportada por uma investigação efetuada em paralelo que vai sustentar a experimentação até à solução final.

Na fase da experimentação, o desenho é considerado pelos entrevistados como uma ferramenta de pensamento para o design. Nas três gerações mais velhas (A, B, C) o desenho é abordado de forma manual e é interpretado como uma reflexão da forma sobre o conceito. Entendem que é através deste diálogo que conseguem chegar à solução final e que só quando se sentem confortáveis com o esboço é que se lançam para a transposição da forma para o



formato digital. Já na geração E repara-se que a procura da forma é já feita através da utilização de ferramentas digitais, que são posteriormente impressos para análise e para evoluírem novamente dentro da mesma lógica digital. Quando se sentem na presença da forma final, efetuam a apresentação do resultado obtido ao cliente. Esta é a fase que muitos dos designers sugerem não existir, uma vez que o projeto é partilhado regularmente entre o designer e cliente durante todo o processo de trabalho. Assim, os entrevistados afirmam que não existe o fator surpresa e o trabalho é conduzido de forma mais segura até à solução final. Quando apresentada a proposta de trabalho ao cliente, os entrevistados referem de forma unânime que procuram fazê-lo da melhor forma possível, existindo um grande investimento por parte dos designers para que a maquete esteja o mais próxima possível da realidade pretendida. Após as aprovações finais, é consensual os designers efetuarem o acompanhamento dos trabalhos em gráfica sempre que lhes é possível, como forma de garantir que todo o seu esforço é executado de maneira competente, mas também como forma de aprendizagem e de assim potenciarem os seus conhecimentos sobre a sua profissão.

Quanto à categoria **Tecnologia**, os entrevistados da geração A e B afirmaram que quando surgiram os primeiros computadores, estes não foram aceites de forma consensual. Relembra que alguns designers exerceram alguma resistência à mudança de paradigma, considerando que o computador viria a criar mais problemas do que soluções, enquanto outros abraçavam esta mudança com grande fervor. Independentemente das opiniões que imitiam, a mudança tecnológica foi rápida e o designer rapidamente absorveu a tecnologia como uma ferramenta indispensável para a sua profissão. Asseveram também que a tecnologia mudou a exigência do cliente, e que dantes os clientes teriam que confiar mais nos designers, uma vez que as maquetes apresentadas à época eram demonstrativas da vontade do designer, existindo sempre uma separação entre a proposta apresentada pelo designer, que era feita em recorte e desenho, e o produto final. Com as novas tecnologias que permitiram melhores e mais fiéis impressões, melhores acabamentos, assim como mais fiéis visualizações, os designers e os clientes tenderam a perder a capacidade de ver para além do que é apresentado. O cliente passou então a ter uma perspetiva muito mais realista e concreta do que lhe é apresentado e desta forma, tornou-se mais exigente com o resultado final do trabalho contratado. Ainda sobre a tecnologia, a totalidade dos entrevistados

afirma que esta é uma ferramenta de trabalho indispensável nos dias de hoje, apresentando-se como um facilitador de tarefas que outrora seriam muito mais morosas e complicadas. Veja-se por exemplo as maquetizações efetuadas com o auxílio da tecnologia ou a comunicação com os clientes hoje mais célere, conduzida *online*.

Sobre a categoria **Profissão enquanto designer**, pudemos aferir que todas as gerações demonstraram ter conhecimento do trabalho executado pelos seus pares. Constatámos contudo que esse conhecimento é mais atento para com o trabalho desenvolvido pelos designers da sua geração. Não obstante, devido ao facto de a maioria dos designers entrevistados serem docentes do ensino superior, vão-se atualizando para estar ao corrente das novidades do design gráfico. Sobre a avaliação que fazem da profissão de designer gráfico na atualidade, as gerações mais velhas (A, B e C) entendem que a geração mais nova (E) tem propensão para seguir demasiado as tendências da moda sem qualquer questionamento, não rompendo com o preestabelecido. Entendem que esta nova geração tem perdido a noção de beleza escolhendo um caminho mais desumano em termos visuais. Para o futuro, os entrevistados foram peremptórios em afirmar que a profissão de designer gráfico está a mudar e a acolher novos desafios. Segundo eles, o designer gráfico atual, pelas idiossincrasias da sua profissão tem vindo a incorporar no seu domínio profissional outras valências que não as outrora estabelecidas. A sua visão holística permite-lhe auxiliar o cliente nos projetos que executa, desde logo podendo assumir o papel de editor, curador ou outra valência que lhe seja reconhecida enquanto profissional. Estes desafios poderão em alguns casos potenciar a concretização da ideia, uma vez que o designer, ao controlar os conteúdos, poderá também controlar o resultado final do trabalho. Estes novos tempos, conduziram também a uma consciencialização do cliente para a necessidade de procurar o design. Ao deparar-se com a crescente disputa visual entre empresas, os clientes entenderam que precisam de ter uma imagem forte e competente para poderem afirmar-se perante a concorrência.

A partir da análise das entrevistas pudemos concluir que nestas entrevistas em vídeo estamos apenas a apresentar a ponta do *iceberg* do que é o processo. Contudo pensamos que de uma forma sintética são apresentadas diferentes perspetivas, muito distintas e pessoais, sobre o que é o processo de design e de que forma tem influenciado o trabalho de cada um. A partir da totalidade

de visões e opiniões registadas e editadas, esperamos poder ter contribuído para a obtenção de uma visão mais clara e simplificada sobre a temática em questão. No que respeita às entrevistas, o processo de execução e tratamento foi permanentemente sujeito a uma autoavaliação, por parte do investigador, mas também por parte de um conjunto de pessoas que contribuíram, de modo informal, com as suas perspetivas críticas sobre o trabalho em desenvolvimento. Isto permitiu que, progressivamente, as estratégias fossem melhoradas e que no final conseguíssemos obter um resultado, que respondesse à questão de investigação inicial.



# Conclusões

## Síntese geral

Esta tese resulta de um trabalho de investigação de índole prática, enquadrado na área científica do Design Gráfico, tendo como motivação a curiosidade pessoal do investigador pelo trabalho de um conjunto de designers do Porto e a verificação empírica de que há espaço para desenvolver investigação no campo da documentação da sua obra, com o enfoque particular nos seus processos de trabalho.

Para tal procurámos responder à pergunta: **Que narrativas pessoais estão na base dos processos de design gráfico no Porto entre a década de 1970 e a atualidade?** Foi definido um conjunto de objetivos de investigação orientado para a identificação do percurso e influências do designer gráfico português. Adotaram-se estratégias metodológicas qualitativas, que privilegiaram a revisão de literatura e a condução de um conjunto de entrevistas a agentes identificados como relevantes no contexto deste trabalho, para sua posterior análise e interpretação.

As entrevistas foram divididas em duas fases. Num primeiro momento foram conduzidas vinte e duas entrevistas exploratórias, dezoito das quais registadas em áudio, que tiveram como objetivo conseguir um efeito metodológico de *bola de neve* (Coutinho, 2011, p. 290). Este método permitiu identificar uma amostragem através da recolha de dados de uma determinada população-alvo, obtendo assim um número relevante de referências (Crossman, 2014).

Perante a análise da informação recolhida, direccionámos um novo conjunto de entrevistas para os designers que foram mais vezes referenciados pelos entrevistados (nas entrevistas exploratórias) como relevantes no contexto do design gráfico do Porto. Também nas entrevistas exploratórias, dos vários temas abordados escolhemos o do processo como ponto de partida para o segundo momento de entrevistas, principalmente pela ajuda que poderia dar na análise do saber fazer, das estratégias e metodologias adotadas pelos designers gráficos que passariam a ser estudados. Foi então necessário definir um novo guião de perguntas, agora direccionadas para o tema do processo.

Após a circunscrição do grupo de análise do território geográfico e do tema, aproveitámos a oportunidade deste segundo momento de entrevistas para mudar o registo de áudio para vídeo. O vídeo foi o meio de registo escolhido pela sua componente visual, que nos permitiu reforçar a dimensão emocional do discurso do entrevistado com a imagem da sua expressão corporal, uma vez que o objetivo destas entrevistas era focar o tema do processo através da perspectiva individual e subjetiva do designer. Mais do que pelas suas características enquanto ferramenta de registo audiovisual, o vídeo foi escolhido pelas suas vantagens enquanto ferramenta de comunicação e divulgação dos resultados, algo que é facilitado, hoje em dia, pelas populares e gratuitas plataformas para partilha de vídeo online, como o YouTube e o Vimeo. Outro dos motivos que levou à escolha do vídeo foi o seu aparente uso comum como ferramenta pedagógica. Estes registos assumem ainda um importante valor documental, como acontece no caso da entrevista ao entretanto falecido designer Jorge Afonso.

Posteriormente à recolha dos dados através deste novo momento de entrevistas, procedemos à sua interpretação através de uma grelha de análise. Esta análise dos dados recolhidos levou à montagem de curtas peças de vídeo que sintetizam o trabalho prático e permitirão a divulgação dos resultados desta investigação.

Após este breve resumo do trabalho de investigação apresentado nesta tese, iremos expor um conjunto de conclusões.

## Conclusões

Um dos objetivos desta investigação é a **identificação da influência que o percurso profissional, académico e pessoal**, teve e tem no trabalho e nos processos adotados por cada designer estudado. A formação académica foi um dos parâmetros observados e pudemos verificar que a sua importância é referida pelos diferentes designers de um modo distinto, dependendo da geração de cada um. Os designers que tiveram formação superior (gerações A e B, conforme capítulo 3) tendem a valorizar a experiência académica e científica que a escola lhes proporcionou. Aparentemente, parece-nos que isto se poderá dever ao facto de, na área do design gráfico, a informação disponível no Porto, nas décadas de 1970 e 1980, ser escassa. Como referem Eduardo Aires e António Modesto (geração B), a academia era o ponto de contacto por excelência com o universo do design gráfico, naquela altura relativamente recente em Portugal. Já os designers gráficos das gerações seguintes, parecem não dar o mesmo destaque à influência da formação académica universitária nos seus percursos. Eventualmente, podemos inferir que estas gerações, por terem um acesso à informação mais facilitado e diversificado, nomeadamente as mais recentes através da Internet, já não olham para a escola como um dos meios privilegiados para acederem a informação especializada sobre design gráfico.

No que diz respeito à aprendizagem informal, os entrevistados referem a importância do contexto geográfico ou social na sua construção enquanto designers. Os designers entrevistados das gerações A e B, mencionam a importância de fontes de informação relacionadas com aspetos técnicos e específicos do design gráfico, como as revistas ou conferências da especialidade, particularmente as internacionais. Vemos isto como uma possível consequência do reduzido acesso a informação atualizada, nomeadamente sobre as novas tendências e novidades tecnológicas no cenário internacional. Já os entrevistados das gerações C e D mencionam referências que foram preponderantes na sua formação, como a cultura popular (música, cinema, entre outros) e outras fontes de inspiração, como a sua própria cidade. Julgamos que esta diferença poderá dever-se às transformações ocorridas nos últimos quarenta anos em Portugal, que trouxeram um acesso facilitado à cultura, nas suas mais variadas manifestações.

Com esta investigação propomo-nos também **contribuir para uma melhor compreensão das estratégias de trabalho adotadas no design gráfico**. Segundo Ramalho, Rebelo e Tavares (2010, p. 28), conhecer o processo de trabalho de um designer é poder ter a oportunidade de comparar esse processo com o próprio, abrindo pistas para se poder pensar sobre esta temática. A abordagem a este problema foi feita, num primeiro momento, com o recurso a bibliografia específica. Nesta destacamos o estudo de Tschimmel (2010, pp. 261-265), onde se expõem “alguns dos modelos mais conhecidos, (...) que permitem compreender a evolução cronológica da percepção paradigmática do processo da ‘Resolução Racional de Problemas’ no design” e Elisabete Rolo (2013) que apresenta um modelo de processo de design que se baseia em consulta de bibliografia, na sua própria experiência profissional e na sua observação sobre o método de trabalho de designers.

Contudo, considerámos que uma perspetiva teórica sobre metodologias de trabalho em design gráfico não seria suficiente para responder à questão colocada. Desta forma, optou-se por uma aproximação aos discursos dos designers, com todas as suas diferenças. Como afirmam Ramalho, Rebelo e Tavares (2010, p. 28) ao conhecermos vários processos individuais de cada designer, poderemos encontrar afinidades e valores comuns que nos ajudem a compreender melhor os métodos de trabalho desta disciplina.

Segundo Bierut (CreativeMornings, 2010)<sup>51</sup>, um dos primeiros vetores fundamentais para a definição de uma estratégia de trabalho é o cliente. Para este autor, a encomenda ou a existência de um cliente, é que define se estamos perante um trabalho artístico ou um trabalho de design gráfico. Todos os entrevistados reconhecem a importância do cliente, mas apresentam diferentes perspetivas sobre o contacto com o mesmo e a sua participação no processo de trabalho. A maioria refere que é um dos principais agentes do processo de design, desde logo porque ele “representa” o problema, isto é, ele nem sempre “apresenta” o problema porque muitas vezes não sabe sequer como apresentá-lo. É nesta fase inicial do processo que podem surgir várias interrogações, como refere Bierut (2006). Estas podem levar o designer a

51 Clients are the difference between design and art.



formular e justificar um argumento para que o seu trabalho se torne consequente. Segundo Fernando (Comunicação pessoal, 30 mar, 2015). Este torna-se num processo exigente para o designer, que tem de demonstrar criatividade já na fase da definição do problema. O cliente faz parte integrante do processo desde logo quando, juntamente com o designer, na maior parte das vezes, desenha a problemática do projeto. Como afirma Modesto (Comunicação pessoal, 17 fev, 2016), “são os clientes que têm feito a história do design”. Assim, a maioria dos entrevistados afirma que sem um bom cliente não existe um bom projeto de design gráfico.

Concluímos também que o contexto analógico ou digital tem influência numa variação do modelo processual, até porque este deve ser ajustado à natureza do objeto final. Desde logo denotamos que os designers da geração D utilizam já as tecnologias digitais de uma forma determinante para a solução gráfica do problema. Já as gerações A, B e C, que adotaram estas tecnologias mais tardiamente no seu percurso, usam-nas como uma ferramenta e não como um meio em si mesmo. Um exemplo disto é o facto de os designers destas gerações usarem o desenho em papel como uma ferramenta de expressão do pensamento e só posteriormente o transformaram em objeto digital, ao contrário dos da geração D, que desenhavam diretamente no computador. Aliás, as gerações A, B e C têm a preocupação de referir que quer a pesquisa quer a utilização deste tipo de ferramentas pode ser uma armadilha criativa se não for usada com inteligência, como refere Fernando (Comunicação pessoal, 30 mar, 2015) “Porque essa, eu acho que é uma armadilha grande (...) É usarmos as ferramentas da maneira mais óbvia, não é?”.

Contudo, todos os designers entrevistados são unânimes em afirmar as vantagens da tecnologia digital como uma excelente ferramenta de trabalho para o designer gráfico. Eles entendem que a tecnologia facilita o trabalho que o designer tem que efetuar. Na fase de pesquisa, por exemplo, é notória a rapidez com que o designer atualmente acede às mais diversas informações. Um outro aspeto também sublinhado nas entrevistas é a possibilidade que as novas tecnologias oferecem de partilha do trabalho com os pares, com o cliente e posteriormente com o mundo, através de plataformas *online* como o Behance, o Instagram, o Pinterest, o Facebook, o Vimeo e o YouTube.

Uma das consequências negativas do impacto do uso de tecnologias digitais no processo de trabalho enunciada por quatro dos sete designers entrevistados foi o espartilhar do tempo para a execução do trabalho de design gráfico. Todas as fases do trabalho passaram a ser facilitadas e, conseqüentemente, aceleradas, com a utilização de ferramentas digitais. Desde o já referido momento da pesquisa até ao da maquetização e produção. Assim, o designer vê-se condicionado nas suas tomadas de decisão pela redução de tempo de amadurecimento dos seus projetos, algo que o atual contexto da evolução tecnológica tem vindo a suscitar. Os entrevistados referiram que a rapidez tecnológica limita muitas vezes a possibilidade de o designer poder gerir o seu processo, com consequências para a maturação das ideias, influenciando a resposta final.

De modo a compreender se os designer entrevistados aplicavam algum processo específico de design, pedimos-lhes que o descrevessem (caso existisse) e avaliassem a sua eficácia para a execução do trabalho. Segundo Munari (2008, p. 12), quando se aplica uma metodologia na nossa área de trabalho, torna-se mais fácil responder a uma maior amplitude de problemas que possam surgir. De igual forma, Noble e Bestley (2004, p. 46) referem que a adoção de um processo poderá possibilitar um conjunto de ferramentas que permitem ao designer compreender e resolver o problema de design. Assim, estes autores concluem que um processo de trabalho sistemático ajuda os designers a focarem-se no projeto e a definir com exatidão o problema ou a série de problemas que terão que enfrentar. Exemplo disso são João Faria e Susana Fernando, da geração C, que corroborando esta visão, consideram que um processo de trabalho sistemático não coloca em questão a criatividade, pelo contrário, poderá auxiliar na resolução da problemática existente. Faria (Comunicação pessoal, 26 mai, 2015) refere que é esse mesmo processo que acaba por salvaguardá-lo do bloqueio, de não saber o que fazer. Esta é uma ideia que está alinhada com Munari (2008, p. 12), que defende que o método projetual não muda, mudando apenas as áreas onde as metodologias se aplicam, e com Tschimmel (2010, p. 261), que enfatiza a importância da metodologia clássica na sua pluralidade de respostas através de uma estrutura processual comum.

Outros designers, como Eduardo Aires (Comunicação pessoal, 12 out, 2015) e os Non-Verbal Club (Comunicação pessoal, 19 fev, 2016), afirmam que não seguem um modelo rígido, mas que identificam determinados tipos de

princípios que vão cumprindo. Estes designers conotam a metodologia com uma questão criativa e autoral, como se através de uma determinada metodologia estivessem também a deixar a sua marca autoral. E é também dentro desta perspetiva autoral que os Bolos Quentes (Comunicação pessoal, 10 jul, 2015) referem a ausência de qualquer processo-base, como se um processo criativo pudesse despoletar um trabalho mais criativo.

A maioria dos entrevistados alude ainda à sua experiência profissional como forma de guiar o processo de trabalho em todas as suas valências, existindo uma aprendizagem e um depuramento dos processos ao longo da sua carreira profissional. Estaremos portanto perante uma aparente confirmação do que Ramalho, Rebelo e Tavares (2010, p. 29) afirmam: o design pressupõe uma prática diária e também uma reflexão constante sobre os processos de trabalho. Trata-se pois de uma disciplina em que os modos de avaliação dos resultados e os modos de funcionamento nem sempre coincidem com uma abordagem linear dos processos de trabalho. Em suma, existe no design gráfico uma reflexão pessoal sobre o trabalho elaborado e um sentido crítico apurado que impõem uma espécie de autoavaliação constante por parte do próprio designer. Três dos designers entrevistados referem ainda que muitos acasos ou desvios aos processos inicialmente delineados podem dar origem a resultados interessantes, tão interessantes que podem tornar-se no que entendem por resultado final. É esta descoberta que os entrevistados acham ser reveladora do seu processo, ou do desvio dele, estando alinhados com o que Paula Scher (2010, p. 11) refere como elementos necessários para a produção de um bom trabalho: o desvio, a surpresa, a consistência inesperada do pensamento.

Outro objetivo desta investigação é o de contribuir para uma **reflexão crítica sobre o futuro do design gráfico em Portugal**, avaliando também a perspetiva que o designer tem sobre a sua profissão. O conhecimento do que se fez, faz e como se faz, apresenta-se assim como uma premissa para encarar o futuro. Por isso entendemos que a abordagem geracional apresentada neste trabalho é uma forma de aprendermos com o passado e o presente da disciplina, de modo a formarmos uma consciência crítica e reflexiva sobre a profissão. As gerações propostas dão-nos uma perspetiva do seu tempo, mas também do futuro comum. Todos os entrevistados são bastante perentórios ao afirmar que têm conhecimento do trabalho dos seus pares. Cinco dos sete

designers entrevistados afirmam ainda que uma das condições necessárias para o bom exercício da docência, profissão que combinam com a de designer gráfico, é a de o ensino estar atento ao que se passa na cena do design.

Sobre o design gráfico que se pratica na atualidade, encontramos aqui uma separação entre gerações, sendo os designers da geração D criticados fundamentalmente pelos da geração B, por terem abandonado o que apelidam de belo e de humano. Podemos constatar pelas entrevistas que efetuámos que existe uma nova tendência no design, levada a cabo pela geração mais fluente no uso das ferramentas digitais (e que foi formada com estas), que põe em evidência essa mesma origem digital. Por um lado, porque os grafismos são assumidamente digitais, por outro lado, porque procuram criar uma linguagem gráfica a partir disso mesmo. Já os designers das gerações anteriores, quer os que não usavam computador (gerações A e B), quer os que tomaram contacto com este ainda jovens (geração C) não partilham o mesmo universo gráfico, pois estão mais habituados a pensar e fazer de forma manual e, conseqüentemente, acreditam que têm uma maior possibilidade de obter resultados ajustados ao problema do que utilizando somente o computador. Para além disso, três dos designers entrevistados das gerações B e C referem a tendência seguidista da geração D, afirmando que esta não reflete sobre o que consome e replica demasiado as tendências da moda sem romper com o preestabelecido. Existe portanto, na perspetiva dos designers mais velhos, uma ausência de sentido crítico na nova geração. Parece-nos importante, num desenvolvimento futuro desta investigação, confrontar os designers da geração D com esta questão, no sentido de compreender melhor a sua posição quanto ao que uma tendência define em design gráfico.

Sobre o futuro do design gráfico, os designers entrevistados são categóricos em explanar que a profissão que exercem está a mudar e a acolher novos desafios, desde logo devido a questões tecnológicas. A tecnologia permitiu que o designer passasse a ter um maior controlo sobre o objeto final (Moura, 2010). Os *softwares* utilizados permitem-lhe ter um maior controlo e rigor na forma como os documentos são editados, possibilitando uma maior aproximação ao produto final. Mas a mudança não é só tecnológica. O designer começa já a ocupar posições que até aqui não eram da sua competência. Tendo o designer uma visão holística do projeto, ele assume, em alguns casos, o papel de editor/curador, decidindo sobre que tipo de conteúdos farão parte do objeto final.

Em resumo, a importância da academia na construção do designer, outrora quase exclusiva, tem vindo a diminuir progressivamente, graças à evolução observada nas tecnologias da informação e comunicação que tem oferecido um acesso global cada vez mais facilitado a informação sobre as diferentes especificidades da disciplina. A própria duração de uma licenciatura diminuiu. O designer procura agora complementar a sua formação de diversas formas, recorrendo até a estratégias autodidatas. As influências são também múltiplas e o seu perfil está cada vez mais exposto a condicionantes geográficas, sociais e culturais.

Perante este contexto, é hoje importante que o designer conheça o seu próprio processo de trabalho, que aprende e adota naturalmente através da *praxis* do design gráfico. O processo inicia-se logo na primeira fase de definição do próprio problema. Problema que é determinado, preferencialmente, *com* e não *pelo* cliente, possibilitando assim uma maior eficácia na solução apresentada pelo designer.

As ferramentas digitais vieram facilitar e acelerar as tarefas, a prática. As tecnologias aproximaram o designer do produto final, da edição do conteúdo, da curadoria. Mas recomenda-se que o digital seja utilizado no processo como um meio e não um fim em si mesmo, de modo a que não se torne num entrave à própria criação. Para tal, recomenda-se que se equilibrem as etapas do processo com métodos clássicos e manuais que afastem, por momentos, do digital, e permitam uma maior elasticidade no pensamento.

O processo consolida-se através do trabalho, do ritmo, da prática diária profissional. Ele é iterativo, inclui autorreflexão e autoavaliação como estágios incontornáveis. No processo devemos também ter em conta o acaso. Devemos tomar consciência do inesperado e, por que não, valorizá-lo.

A volatilidade desta disciplina é tal que se prevê uma crescente necessidade de estarmos atentos às tendências, ao que se faz no design gráfico à nossa volta, e até mesmo noutras áreas que lhe são tangentes. Contudo, deveremos ter o cuidado para não ficarmos reféns dessas mesmas tendências.

Os vídeos permitem uma melhor compreensão de todas estas questões sobre o processo do design gráfico, uma vez que através deles os entrevistados, utilizando um discurso pessoal, partilham os seus pontos de vista sobre as

próprias metodologias de trabalho. Rangel (2009, p. 9) refere que documentar uma perspectiva pessoal permite a configuração de uma memória futura que, neste caso, poderá ser observada como uma circunscrição da temática abordada permitindo uma melhor compreensão da profissão de designer gráfico. Pretendíamos que o designer assumisse o papel de protagonista do vídeo e nos revelasse o seu processo de trabalho. Como refere Nichols (2010, p. 9), o contacto na primeira pessoa é essencial, pois durante o desenvolvimento da interação o entrevistado poderá fornecer informações relevantes que nos permitem uma melhor compreensão do tema abordado. Tornou-se, por isso, fundamental registar os discursos na primeira pessoa, deixando os protagonistas explicarem os seus pontos de vista.

O principal objetivo deste trabalho de investigação é portanto o de **criar um conjunto de documentos que contribua para uma melhor compreensão do design gráfico no Porto, com foco nos seus processos.**

A nossa intenção não é mostrar apenas um portefólio de autor, onde este apresenta formalmente os seus resultados. Pretendíamos que este pudesse partir dos seus trabalhos para uma autorreflexão, contribuindo assim para um melhor esclarecimento da sua forma de trabalhar. Foi precisamente esta necessidade que nos levou a procurar um formato eficaz de divulgação do design gráfico. Os vídeos, com duração média de dez minutos, demonstraram ser a solução mais acertada para apresentar os resultados dessa observação. Pela sua curta duração, o tema central – o processo – teve especial atenção e maior destaque. Desta forma, a exposição dos conteúdos reunidos torna-se mais objetiva, sintética e clara.

A nossa seleção de entrevistados tem por objetivo permitir olhar para as várias gerações de designers gráficos que tiveram formação superior na área. Assim, os critérios de escolha, que foram apresentados no capítulo 3, permitiram-nos obter um conjunto de testemunhos que após a sua análise alicerçou a construção das narrativas em vídeo. Desta forma, os depoimentos registados permitiram obter a diversidade necessária para estabelecer comparações entre as gerações.

Este trabalho não pretende encontrar a forma certa ou errada de fazer

design gráfico. Pretende sim compreender e documentar a multiplicidade de respostas possíveis a um problema de design gráfico e os vários caminhos para tal. Registrar esta evidência permite, comparar os processos dos vários designers e encontrar as principais tendências e divergências. Também por comparação, constitui-se uma possibilidade de reflexão sobre o próprio processo individual de trabalho do investigador e, espera-se, de quem aceda a esta informação no futuro.

## Limitações da investigação

O projeto de investigação que aqui apresentamos, apesar de acreditarmos que possa ter contribuído para compreender melhor o design gráfico português e os seus processos, enfrentou um conjunto de limitações que passamos a elencar:

- O número reduzido de entrevistas em vídeo no final do trabalho deve-se ao facto de o início do processo de investigação ter passado por um reconhecimento do território, através das entrevistas exploratórias, que se revelaram morosas. Um dos fatores que agravou esta situação foi a dificuldade em obter disponibilidade por parte de alguns designers contactados. Embora as entrevistas em vídeo pudessem ter sido realizadas de forma simultânea com as entrevistas áudio, acreditamos que a fase exploratória foi fundamental para que a abordagem ao trabalho fosse feita com uma maior maturidade e conhecimento mais profundo sobre o tema escolhido. Apesar das nossas diligências compreendemos que esta amostra não conseguiu tornar-se representativa de cada geração. Foi possível, contudo, definir uma estrutura de critérios e tabela de análise que, posteriormente, permitirá encaixar desenvolvimentos futuros deste trabalho;
- A produção e realização das entrevistas em vídeo estiveram condicionadas por limitações de conhecimento a nível técnico, que implicaram um investimento num processo de tentativa e erro, que posteriormente foi solucionado com a constituição de uma equipa de trabalho com funções específicas que auxiliou na produção dos documentos vídeo. Consideramos ter agora um maior conhecimento técnico, fruto do cariz evolutivo processual que assegurará uma melhor continuidade deste projeto;
- Este trabalho teve ainda carências a nível técnico relativamente ao equipamento de registo audiovisual disponível, que inicialmente estava limitado ao nosso material pessoal, mas que posteriormente foi complementado com a requisição de material mais especializado da FBAUP. Entendemos que, de modo a conseguir manter a regularidade na produção dos vídeos e melhorar a sua qualidade técnica, deveremos concorrer a financiamentos ou explorar possíveis parcerias institucionais. Os recursos financeiros permitirão suportar a contratação de uma equipa especializada, tendo sempre o cuidado de salvaguardar os objetivos científicos do próprio projeto.



## Perspetivas futuras

Após a conclusão deste projeto de investigação, que se materializa na tese apresentada e no trabalho prático anexo, compreendemos que este está longe de se encontrar concluído. Perspetiva-se desde logo a realização de novas entrevistas em vídeo, passando para uma recolha mais alargada de modo a torná-la mais representativa dos intervalos geracionais. A circunscrição ao território geográfico da cidade do Porto permitiu-nos ensaiar um modelo de abordagem à problemática que julgamos ser de todo o interesse alargar ao território nacional.

Com intenção de que este material audiovisual não se mantenha cativo num contexto estritamente científico, consideramos importante definir estratégias de divulgação. Estas poderão passar, por exemplo, pela exibição em canais de televisão, como por exemplo RTP2 e Canal 180 – canais com enfoque em conteúdos culturais.

De modo a favorecer uma maior e mais rápida difusão dos vídeos, pensamos ser importante a sua disponibilização *online*. Para tal, os vídeos poderão ser colocados em plataformas de partilha de vídeo *online*, tais como Vimeo. Ainda assim, julgamos necessária a criação de um *website* agregador de todos os vídeos, bem como de informação complementar sobre o projeto, nomeadamente uma sinopse explicativa dos objetivos do projeto e biografias de cada um dos entrevistados. Com a perspetiva de tornar este projeto inclusivo, pretendemos legendar os vídeos em português para poderem ser visionados pelo maior número de pessoas. E no sentido de internacionalizar o trabalho, pensamos ser necessário, pelo menos, a legendagem em inglês.

Ainda com a intenção de levar os resultados desta investigação sobre o processo do design gráfico a novos públicos, propomos a promoção do seu visionamento em locais de formação, como escolas de ensino técnico e profissional, secundário e superior. Este objetivo estará sempre dependente de uma aprovação de exibição de conteúdos por parte dos entrevistados.

Perante o conhecimento adquirido no modelo de entrevista em vídeo desenhado para este trabalho, achamos que este tem potencial para ser replicado noutras áreas do design ou tangentes a esta, tais como a arquitetura, as artes

plásticas, a fotografia ou até mesmo o próprio vídeo, mantendo o foco no tema do processo. Para tal, será necessária a criação de relações com investigadores especializados nas respetivas áreas.

Dada a riqueza de conteúdo das entrevistas, quer as em vídeo, quer exploratórias em áudio, entendemos que pode ser pertinente, ou até mesmo de interesse para além do estritamente académico e científico, publicar a transcrição das entrevistas. Isto implicará uma profunda revisão das mesmas e também a recolha de permissões para a edição por parte do entrevistados.

Ainda que seja este o último parágrafo deste documento, gostaríamos de salientar uma vez mais que o projeto não está concluído. Deixamos a porta aberta e esperamos que este percurso que iniciámos enriqueça e continue a contribuir no futuro para a partilha de conhecimento não só na vertente académica mas também humana. Por fim, acabamos ainda por concluir que, sem qualquer dúvida, o mais prazeroso neste trabalho sobre o processo, foi ele mesmo: *o processo*.





## Bibliografia

-nada-. (2015). about. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <http://designbynada.com/about/>

Adichie, C. N. (Writer). (2009). The danger of a single story. In T. Global (Producer): TED Global.

AGI. (2007). Artur Rebelo. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <http://a-g-i.org/member-work/work/profile/402>

AGI. (2007). Lizá Ramalho. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <http://a-g-i.org/member-work/work/profile/124>

AGI. (2010). António Silveira Gomes. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <http://a-g-i.org/member-work/work/profile/591>

AGI. (2010). Jorge Silva. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <http://a-g-i.org/member-work/work/profile/627>

AIGA. (2015). AIGA Designer Directory. [Consult. 29 ago. 2015] Retrieved from <http://www.aiga.org/designer-directory/>

Almeida, P. (2012). *Brand Archives: The rescuing of locally specific brand imagery as a graphic design response to the globalization of visual identity*. (PhD), Central Saint Martins College of Art & Design - University of the Arts London.

Almeida, V. M (2009). *O Design em Portugal, um Tempo e um Modo - A institucionalização do Design Português entre 1959 e 1974*. (PhD), Universidade de Lisboa, Lisboa.

Almeida, V. M (2015). *Design Português: 1960 / 1979* (J. Bártolo Ed. 1ª ed. Vol. 4): Verso da História - Edição e Conteúdos, SA; ESAD - Escola Superior de Arte e Design

Barbosa, H. (2011). *Uma história do design do cartaz português do século XVII ao século XX*. (PhD), Universidade de Aveiro.

Bardin, L. (2009). *Análise de Conteúdo* (L. A. R. e. A. Pinheiro, Trans. 4.ª ed.). Lisboa: Edições 70.

Bártolo, J. (2015a). Desejo, Tensão, Transição – Percursos do Design Português. [Consult. 16 abr. 2016] Retrieved from <http://www.esad.pt/pt/feeds/desejo-tensao-transicao>

Bártolo, J. (2015b). *Design Português: 2000 / 2015* (J. Bártolo Ed. 1ª ed. Vol. 6): Verso da História - Edição e Conteúdos, SA; ESAD - Escola Superior de Arte e Design

Bártolo, J. (2015c). Prefácio *Design Português: 1960 / 1979* (1ª ed., Vol. 4, pp. 4-7): Verso da História - Edição e Conteúdos, SA; ESAD - Escola Superior de Arte e Design

Bártolo, J. (2015d). Prefácio *Design Português: 1980 / 1999* (1ª ed., Vol. 5, pp. 96): Verso da História - Edição e Conteúdos, SA; ESAD - Escola Superior de Arte e Design

Bártolo, J. (2016a). A short history of design exhibition in Portugal. *Pli - Arte & Design*, 6(6), p. 54-73. doi:381 041/14

Bártolo, J. (2016b). Prefácio *João Machado - Coleção de Designers Portugueses* (1ª ed., Vol. 1, pp. 96): Cardume Editores, Lda; ESAD - Escola Superior de Arte e Design

Bell, J. (2008). *Como realizar um projecto de investigação* (M. J. Cordeiro, Trans. 4.ª ed.). Lisboa: Gradiva.

Bernau, C. (2015). Information — Carvalho Bernau. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <http://carvalho-bernau.com/info/>

Bierut, M. (2006). This is My Process. The Design observer. [Consult. 10 ago. 2015] Retrieved from <http://designobserver.com/feature/this-is-my-process/4717/>

Bolos Quentes. (2008). Bolos Quentes Design. [Consult. 12 abr. 2016] Retrieved from <https://vimeo.com/bolosquentes>

Bom, M. J. (2015). *A práxis no design gráfico de Robin Fior e contextos 1935-2012* (1ª ed.). Lisboa: Caleidoscópio.

Brandão, P. (2000). Editorial. In F. Ferro (Ed.), *Cadernos de Design: Anuário 2000* (Vol. 21/22, pp. 4-7). Lisboa: Centro Português de Design.

Brites, L. (2013a). A autoria no atelier FBA. [Consult. 15 jun. 2015] Retrieved from <https://vimeo.com/79055803>

Brites, L. (2013b). O quotidiano do atelier da Silva!Designers. [Consult. 15 jun. 2016] Retrieved from <https://vimeo.com/73263618>

Ceia, A. J. (2014). *José Brandão, designer: Cultura e prática do design gráfico* (A. J. Ceia Ed. 1ª ed.).

Charmaz, K. (2009). *A construção da teoria fundamentada: Guia prático para análise qualitativa* (J. E. Costa, Trans.). Porto Alegre: Artmed.

Coelho, N. (2013). *O Design de embalagem em Portugal no século XX: Do funcional ao simbólico - O estudo de caso da Saboaria e Perfumaria Confiança*. (PhD), Universidade de Coimbra, Coimbra.

Coelho, N. (2014). Biografia e CV. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <http://nunocoelho.net/index.php?opcao=5&opcao2=9&ling=1>

Condez, P. (2015). Paulo Condez. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <https://www.linkedin.com/in/paulocondez>

Coutinho, B. (2009). *Sena da Silva*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Coutinho, C. P. (2011). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática* (1ª ed.). Coimbra: Edições Almedina, Lda.

CreativeMornings. (2010). Michael Bierut: Let's Talk About Clients. [Consult. 6 mai. 2016] Retrieved from <https://creativemornings.com/talks/michael-bierut/1>

Crossman, A. (2014). Types Of Sampling Designs. *about education*. [Consult. 9 set. 2015] Retrieved from <http://sociology.about.com/od/Research/a/sampling-designs.htm>

Curtis, H. (2006). *Hillman Curtis on Creating Short Films for the Web* (1ª ed.). Estados Unidos da América: New Riders.

D/Pt. (2015). Lançamento de Portugal by Design. [Consult. 18 set. 2015] Retrieved from <http://www.designportugues.pt/pt/noticias/lancamento-de-portugal-by-design>

Dwiggins, W. A. (1997). New Kind of Printing Calls for New Design. In E. M. Thomson (Ed.), *The Origins of Graphic Design in America 1870–1920*: New Haven and London: Yale University Press.

ESAD. (2015a). Licenciatura de Comunicação - Corpo docente. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <http://www.esad.pt/pt/cursos/licenciatura/comunicacao>

ESAD. (2015b). Mestrado de Comunicação - Corpo docente. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <http://www.esad.pt/pt/cursos/mestrado/comunicacao>

Experimentadesign. (2009). Revolution 99-09. In Experimentadesign (Ed.). Lisboa: Experimentadesign.

Experimentadesign. (2015). AS FAR AS THE MIND CAN SEE. [Consult. 14 fev. 2016] Retrieved from <http://www.experimentadesign.pt/2015/pt/01-01-04.html>

Falcão, P. (2015). About Atelier Pedro Falcão. [Consult. 5 set. 2015]



Retrieved from <http://www.atelierpedrofalcao.com/about/>

Feijó, R. (1983). *Grafiporto 83: mostra de artes gráficas*. Porto: Ministério da Cultura / Direção Regional do Norte.

Fernandes, J. (2006). Prefácio. In U. Loock (Ed.), *Anos 80* (pp. 6-9). Lisboa: Museu de Serralves.

Ferreira, M. A. (1989). Prefácio. In S. Tipográfica (Ed.), *Falando do Ofício*. Lisboa: Sociedade Tipográfica Editora.

Fior, R. (1999). *Grafismo Global e Local — Design gráfico em Portugal desde 1974*. [Consult. 12 mar. 2016] Retrieved from <http://www.instituto-camoes.pt/revista/grafsmglobal.htm>

Fior, R. (2005). *Sebastião Rodrigues and the development of modern graphic design in Portugal*. (Phd), The University of Reading.

Fragoso, M. (2012). *Design Gráfico em Portugal: Formas e Expressões da Cultura Visual do século XX* (1ª ed.). Lisboa: Livros Horizonte.

Gomes, I. L. (2016). Design PT. [Consult. 14 mai. 2016] Retrieved from <http://www.rtp.pt/programa/tv/p32696>

Guedes, G. M. (2014). Sobre Ano do Design Português. [Consult. 21 ago. 2015] Retrieved from <http://www.designportugues.pt/pt/sobre>

Harmsen, L., & Kahl, J. (2016). Slanted Magazine - Portugal: Video interviews. [Consult. 10 mai. 2016] Retrieved from <http://videos.slanted.de/portugal/>

Heitlinger, P. (2014). Hugo Cavalheiro d'Alte. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <http://tipografos.net/portugal/hugo-dalte.html>

Howard, A. (2015). about andrew howard. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <http://www.studioandrewhoward.com/about/andrew-howard/>

Hustwit, G. (2007a). About Helvetica. [Consult. 16 jul. 2015] Retrieved from <http://www.hustwit.com/about-helvetica/>

Hustwit, G. (Writerb). (2007b). Helvetica. In S. D. Gary Hustwit, Veer (Producer): Plexi Productions LLC.

Hustwit, G. (2013). *Helvetica / Objectified / Urbanized: The complete Interviews* (G. Hustwit Ed.): Plexi Productions LLC.

Ico-D. (2015). Member Directory - Portugal. [Consult. 29 ago. 2015] Retrieved from [http://www.ico-d.org/members/directory?country=178&membership\\_type=&keywords=#iade-u-instituto-de-arte-design-e-empresa-universit-rio](http://www.ico-d.org/members/directory?country=178&membership_type=&keywords=#iade-u-instituto-de-arte-design-e-empresa-universit-rio)

ID+. (2013). Eduardo Aires. [Consult. 12 abr. 2016] Retrieved from <http://www.idmais.org/member/eduardo-aires-2/>

Jaña, A. (2015). Alejandra Jaña. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <https://www.linkedin.com/pub/alejandra-ja%C3%B1a/10/939/70a>

Kaiser, A. (2015). about Arne Kaiser. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <http://www.arnekaiser.com/>

Lima, A. P. d. (2014). Sobre Ano do Design Português. [Consult. 21 ago. 2015] Retrieved from <http://www.designportugues.pt/pt/sobre>

Lima, J. Á. d., & Pacheco, J. A. (2006). *Fazer Investigação: Contributos para a elaboração de dissertações e teses* Porto: Porto Editora.

Machado, J. (2010). João Machado Design - Biografia. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <http://www.joaomachado.com/>

Martino&Jaña. (2015). Martino & Jaña. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <http://www.martinojanadesign.com/>

Mattoso, J. (1994a). *História de Portugal: O Estado Novo (1926-1974)* (J. Mattoso Ed. Vol. 7). Lisboa: Circulo de Leitores, Lda. e Autores.

Mattoso, J. (1994b). *História de Portugal: Portugal em Transe (1974-1985)* (J. Mattoso Ed. Vol. 8). Lisboa: Circulo de Leitores, Lda. e Autores.

Mattoso, J. (1998). *História de Portugal: O Estado Novo (1926-1974)* (Vol. VII). Lisboa: Editorial Estampa.

Mau, B. (1998). An Incomplete Manifesto for Growth. [Consult. 20 mai. 2016] Retrieved from <http://umcf.umn.edu/events/past/04nov-manifesto.pdf>

McLane, B. A. (2012). *A New History of Documentary Film: Second Edition*: Continuum International Publishing.

Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2006). *A history of graphic design* (4 ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc.

Mendonça, R. (2007). *O Cartaz e a escola - Um estudo centrado nos autores e no curso de design das Belas Artes do Porto*. (PhD), Universidade do Porto, Porto.

Modesto, A. (2015). Sobre Atelier António Modesto, Lda Design. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from [https://www.facebook.com/Atelier.AntonioModesto/info?tab=page\\_info](https://www.facebook.com/Atelier.AntonioModesto/info?tab=page_info)

Moura, M. (2004). About. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <https://ressabiator.wordpress.com/about/>

Moura, M. (2010). História muito abreviada do design no Porto. *The Ressabiator*. [Consult. 19 ago. 2015] Retrieved from <https://ressabiator.wordpress.com/2010/05/12/historia-muito-abreviada-do-design-no-porto/>

Munari, B. (2008). *Das coisas nascem coisas* (J. M. d. Vasconcelos, Trans.). Lisboa: Edições 70.

Neto, D. (2015). Jorge Afonso, um designer com ideologia (1940-2015). [Consult. 12 abr. 2016] Retrieved from [http://www.sabado.pt/vida/obituario/detalhe/jorge\\_afonso\\_um\\_designer\\_com\\_ideologia\\_1940\\_2015.html](http://www.sabado.pt/vida/obituario/detalhe/jorge_afonso_um_designer_com_ideologia_1940_2015.html)

Nichols, B. (2010). *Introduction to Documentary, Second Edition*: Indiana University Press.

Noble, I., & Bestley, R. (2004). *Visual Research: An Introduction to Research Methodologies in Graphic Design*: AVA Publishing.

Nunes, J. (2000). Em Portugal, não existe. *Page*(12 jan-fev).

O'Reilly, T. (2005). What Is Web 2.0. [Consult. 10 jun. 2016] Retrieved from <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>

Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (2008). *Manual de investigação em ciências sociais* (5.ª ed.). Lisboa: Gradiva.

R2. (2015). About. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <http://r2design.pt/about.php>

Ramalho, L., Rebelo, A., & Tavares, A. (2010). Cartografias do Processo. In L. Ramalho & A. Tavares (Eds.), *AGI / Porto 2010 — Process is the project - O processo é o projecto* (1ª ed., pp. 22-32). Porto: Dados Favoritos

Rangel, J. A. F. (2009). *A Imagem Documental na Construção de uma Memória Cultural Futura*. (PhD), Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, Porto.

Rangel, J. A. F. (2009). *A Imagem Documental na Construção de uma Memória Cultural Futura*. (PhD), Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, Porto.

Roberts, L., & Wright, R. (2010). *Design Diaries: Creative Process in Graphic Design*: Laurence King Publishing.

Rodrigues, S. (Writer). (1966). Um Dia Com... Sebastião Rodrigues, gráfico [Ficheiro Vídeo]. Lisboa: RTP.

Rolo, E. R. (2013, 2013). Design gráfico e processo criativo: o caso de Sebastião Rodrigues. *Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes*. 31 de maio de 2013. [Consult. 31 jan. 2015] Retrieved from <http://>

[convergencias.esart.ipcb.pt/artigo.php?id=156](http://convergencias.esart.ipcb.pt/artigo.php?id=156)

Rosenthal, A., & Corner, J. (2005). *New Challenges for Documentary* (2ª ed.): Manchester University Press.

Santos, J. A. (2013). *O design de cartaz político no Porto (de 1974 a 1986): Um Estudo Visual*. (Mestrado), ESAD - Escola Superior de Arte e Design, ESAD, Matosinhos.

Scher, P. (2010). Faz um mapa do teu Processo de Trabalho / Porto 2010. In L. Ramalho & A. Tavares (Eds.), *AGI / Porto 2010 — Process is the project - O processo é o projecto* (1ª ed., pp. 10-11). Porto: Dados Favoritos

Seabra, P. (Writer). (2012a). Estética, Propaganda e Utopia no Portugal de António Ferro - episódio I. In M. Furtado (Producer).

Seabra, P. (Writer). (2012b). Estética, Propaganda e Utopia no Portugal de António Ferro - episódio II. In M. Furtado (Producer).

Seabra, P. (Writer). (2014). Estética, Propaganda e Utopia no Portugal do 25 de Abril. In G. Z. d. Bois (Producer).

Siedman, I. (2006). *Interviewing as qualitative research* (3ª ed.). Nova Iorque: Teachers College, Columbia University.

Sigarra FBAUP. (2015). António Modesto. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from [http://sigarra.up.pt/fbaup/pt/func\\_geral.formview?p\\_codigo=243124](http://sigarra.up.pt/fbaup/pt/func_geral.formview?p_codigo=243124)

Silva, H. S. (2015). *Design Português: 1980 / 1999* (J. Bártolo Ed. 1ª ed. Vol. 5): Verso da História - Edição e Conteúdos, SA; ESAD - Escola Superior de Arte e Design

Silva, J. B. e J. (2015). *Cólofon - 500 Capas de Livros Portugueses* (1ª ed.). Matosinhos: Câmara Municipal de Matosinhos e ESAD IDEA.

Silvadesigners. (2011). Coleção D. [Consult. 9 jul. 2015] Retrieved from <http://colecao-d.tumblr.com/about>

Souto, M. H. (2009). *História do Design em Portugal I*. Lisboa: Edições IADE.

SVA. (2014). Frederico Duarte - SVA MFA Design Criticism. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <http://designresearch.sva.edu/student/frederico-duarte/>

Tamen, P. (1995). Apresentação (R. Zenith, Trans.) *Sebastião Rodrigues Designer* (pp. 7). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Tavares, V. (2015). Sobre Vera Tavares. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <https://www.facebook.com/vera.tavares.902?fref=ts>

Tipográfica, S. (1989). *Falando do Ofício*. Lisboa: Sociedade Tipográfica Editora.

Tschimmel, K. C. (2010). *Sapiens e Demens no pensamento criativo do design*. (PhD), Universidade de Aveiro Aveiro.

Vilar, E. T. (2014). *Design et al*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Vivóeusébio. (2015). Sobre. [Consult. 5 set. 2015] Retrieved from <http://www.vivoeusebio.com/?about=>

Wikipedia. (2014). João Machado. [Consult. 05 set. 2015] Retrieved from <http://designresearch.sva.edu/student/frederico-duarte/>

Wikipedia. (2015). Footage. [Consult. 20 set. 2015] Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/Footage>

Xavier, B. (2014). Sobre Ano do Design Português. [Consult. 21 ago. 2015] Retrieved from <http://www.designportugues.pt/pt/sobre>







# Anexo 1

## Guião entrevistas áudio

1. Qual o seu percurso académico?
  - a) Esse percurso moldou-o enquanto designer?
2. Que outras influências teve?
3. Acha que a tecnologia / *software* estão a influenciar a forma de fazer / pensar o design gráfico em Portugal?
4. Acha que o design gráfico português está a tornar-se mais globalizado/global fazendo perder potenciais características ou essa globalização está a conduzir os designers para uma busca de maior individualidade formal/conceptual e ao mesmo tempo de demarcação internacional do design português?
5. Acha que se pode afirmar que existe design português?
  - a) Como o entende
  - b) Que elementos formais/conceptuais/metodológicos encontra que o ajudem a suportar essa resposta.
6. Acha que a sua forma de fazer / conceber design está enquadrada no que entende por design português?
7. De forma sucinta, pode descrever a forma como aborda um projeto de design gráfico, em termos de definição de programa, método, forma de trabalhar?
8. Alguma vez citou algum designer num dos seus trabalhos, no que diz respeito a forma, pensamento, metodologia,... ?
  - a) Se sim: De que forma o citou
  - b) (para o caso de não referir nenhum português) E português?
9. Quais os seus trabalhos mais representativos? (forma como pensar/cria).
10. Quais os designers portugueses que considera mais marcantes? Porquê?
11. Como define a evolução do design gráfico em Portugal?
12. Da perspectiva de um designer português, o que é para si fazer parte da AGI?
13. Acha que ao ser membro da AGI, está a tornar o design português mais global, ou está a demarcar-se da globalização, marcando a diferença com o design português?
14. Como olha para o design gráfico português, em comparação com o do seu país de origem?
15. Acha que existem elementos formais ou características metodológicas que lhe permitam identificar o design gráfico feito em Portugal com o rótulo design português?
16. Acha que já “aportuguesou” o seu design?
  - a) De que forma?
17. Há quantos anos está em Portugal?
18. Está atento ao design gráfico que se faz em Portugal
  - a) Por alguma razão especial?
19. Como olha para o design gráfico português, comparando com o do país onde trabalha?
20. Como acha que o seu país de acolhimento vê o design gráfico português?
21. Há quantos anos está fora de Portugal?



## Anexo 2

### Guião entrevista Susana Fernando

Apresentação, nome, idade...

1. Qual o seu percurso académico?
  - a) Esse percurso moldou-o enquanto designer?
2. Que outras influências teve?
3. Considera que a tecnologia/ *software* estão a influenciar a forma de fazer/ pensar o design gráfico em Portugal?
4. Acha que o design gráfico português está a tornar-se mais globalizado/ global fazendo perder potenciais características ou essa globalização está a conduzir os designers para uma busca de maior individualidade formal/ conceptual e ao mesmo tempo de demarcação internacional do design português?
5. Acha que se pode afirmar que existe design português?
  - a) Como o entende
  - b) Que elementos formais/conceptuais/metodológicos encontra que o ajudem a suportar essa resposta.
6. Descreva a forma como aborda um projeto de design gráfico, em termos de definição de programa, método, forma de trabalhar?
7. Alguma vez citou algum designer num dos seus trabalhos, no que diz respeito a forma, pensamento, metodologia,... ?
  - a) Se sim: De que forma o citou
  - b) (para o caso de não referir nenhum português) E português?
8. Quais os seus trabalhos mais representativos? (forma como pensar/cria).
9. Quais os designers portugueses que considera mais marcantes? Porquê?
10. Como define a evolução do design gráfico em Portugal?
11. Está atenta ao design gráfico que se faz em Portugal?
  - a) Por alguma razão especial?
12. Como olha para o futuro do design em Portugal?



## Anexo 3

### Guião entrevista vídeo

#### Apresentação – nome / idade, origem... o que achar pertinente

1. Qual o seu percurso académico?
2. Que outras influências teve?
3. Descreva a forma como aborda um projeto de design gráfico, em termos de definição de programa, método, forma de trabalhar?
8. Quais os designers portugueses que considera mais marcantes? Porquê?
9. Está atento ao design gráfico que se faz em Portugal?
  - a) Como define a evolução do design gráfico em Portugal?
10. Como olha para o futuro do design gráfico em Portugal?



4. Alguma vez citou algum designer num dos seus trabalhos, conceptualmente, formalmente, metodologicamente,... ?
  - a) Se sim: De que forma o citou
  - b) (para o caso de não referir nenhum português) E português?
5. Quais os seus trabalhos mais representativos? (exemplificativos do processo criativo).
6. Quais as tecnologias que utiliza no seu processo, desde a conceção até ao desenvolvimento da forma da ideia?
7. Como se relaciona com a tecnologia?



## Anexo 4

### Entrevista com António Modesto

**Entevisado:** António Modesto

**Entevisador:** João Tiago Santos

06 out 2012

**Duração:** 1h03m

**Tenho aqui algumas perguntas, algumas linhas de que quero que o professor fale, mas isso também vamos...**

Acerca do método. O Eduardo contou-me uma vez uma história engraçada: os pais dele eram professores primários na Alemanha. E a escola onde davam aulas tinha vários professores e alunos emigrantes mas a maioria deles eram alemães, evidentemente. E houve uma altura, no dia de abertura das aulas (ele conta sempre esta história) que aconteceu uma falha e houve uma exclusão de cerca de 20 alunos. Os pais chegaram à abertura da aulas, e quando se distribuíram as turmas havia meninos que não estavam incluídos nas classes. E gerou-se um certo pânico: para onde é que vão aqueles meninos?! Os professores alemães com todos aquele rigor e formalismo reuniram-se e a primeira coisa que decidiram foi “pedimos desculpa às pessoas e amanhã abrimos outra vez o processo”. Os professores portugueses e italianos disser “Não, isso não faz sentido nenhum, esta gente está cá toda, são só 20 miúdos, vamos já distribuí-los aqui...escrevemos à mão nas folhas e... e pronto.”. Foram os portugueses que, nesta situação toda, rapidamente em meia hora, encontraram uma solução. O transtorno que ia dar para serem rigorosos era pior. Estamos a falar de métodos e a falar de resultados. Ao João interessar-lhe-á formalmente ver o resultado. Só assim é que podemos falar de design. Só podemos falar de design quando temos resultados. O método é a academia. Quer dizer, é a academia que pensa, são os próprios autores... o processo só conta para as pessoas que o fazem. Que o ensinam e que o aprendem.

**Sim, interessa-me também isso acerca do processo. Estamos todos em Portugal e todos partilhamos os mesmos problemas, de certa forma. Mas consegue-**

**se perceber, por exemplo, que os R2 têm um trabalho diferente do João Faria, por exemplo.**

Mas podemos enquadrá-los em estilos ou em tiques ou em formas de fazer que no fundo são repetições. Os estilos são repetições que nós vemos também noutras zonas do globo. Hoje também é difícil encontrar alguma coisa que seja muito original...

**Também devido à globalização e a partilha da informação**

Sim... e depois estamos a usar mecanismos e processos que são universais. Por exemplo: na culinária não. Na culinária já há regionalismo. Se me disser assim “há uma forma de cozinhar português”. Há, sem dúvida. Que é mediterrânica e que depois é portuguesa. E tem as suas diferenças até dentro de Portugal. Coentros ou salsa? É uma diferença muito grande. O Miguel Esteves Cardoso já escreveu sobre isso. Divide o país em dois: para cima é a salsa, para baixo são os coentros. Portanto, repare...nós no design não temos coentros nem salsa. Temos os dois e podemos usá-los em qualquer circunstância. E isso é que também nos trama, ou nos trai, ou então não! Nós não temos ingredientes que possamos dizer que nos ligam à terra, ao território, ao espaço. Não temos. Estamos a falar com uma linguagem que é...universal.

**Mas por vezes conseguimos perceber se um design é francês, inglês ou espanhol... concorda? Por exemplo numa exposição de cartazes às vezes olhamos para os trabalhos e tendemos a perceber isso.**

Claro, conseguimos. Como disse anteriormente em relação ao japonês, por exemplo, conseguimos. Mas cada

vez menos. Há um exemplo que dou muitas vezes: os cartazes do Grapus pareciam polacos. E de facto, basta estudar um pouco da história e ver que o Pierre Bernard e o outro foram estudar ou fazer um *workshop* na Polónia durante uns tempos. E de facto trabalharam com o Henryk Tomaszewski. E essa influência regressou depois a Paris. E no Maio 68 e a seguir, nos anos 70, começaram a fazer trabalhos para o Humanité e para o PC francês que pareciam polacos. Com umas certas diferenças, é certo, mas nota-se o contacto. Hoje, essa viagem que eles fizeram à Polónia já a *internet* a faz rapidamente. E porque é que na Polónia havia uma espécie de estilo? Ou no Japão? Por causa dos tais coentros. Lá só havia coentros. Não havia salsa. O professor dizia: “nós não temos salsa, só temos coentros. E eu ensino a fazer a sopa ou a açorda com os coentros”. Então as pessoas, dentro das suas derivações, usavam os mesmos ingredientes. A Escola Polaca viveu um bocado disso, como a Escola aqui do Porto... viveu de um determinado conceito. Isso aconteceu lá porque as condições, por exemplo de materiais eram diferentes, não tinham, como nós aqui, possibilidades tipográficas como a utilização de letras de *Mecanorma*, as letras transferíveis que faziam com que a diversidade tipográfica nos cartazes pudesse existir. Ou depois com a foto-composição... claro que eles com tantas dificuldades em adquirir esses materiais, pintavam as letras, pura e simplesmente. Pintavam-nas manualmente. E, portanto, a partir daí esse culto por essa beleza caligráfica era passado de mão em mão. Lembro-me de estar na Polónia nos anos 80, entrar numa papelaria e pensar “agora já percebo porque é que os cartazes são assim tão artísticos e tão pintados”. De facto é a melhor forma de resolver um problema. Lá o professor Tomaszewski punha um papel grande no chão e fazia um cartaz em dez minutos. Era a espontaneidade e também os recursos. Isso também cria uma forma de dizer. Tal como em Cuba, aqueles cartazes *pop* vinham muito da pintura mural, do *stencil*, da separação de cores, portanto, do *pop*. Aquilo passou também a ser uma forma simplista e mecânica quase de reproduzir uma imagem. Por exemplo, aquela famosa silhueta do Che Guevara, é passada para outros suportes. A serigrafia, que era um meio muito artesanal e muito fácil de manusear, era o ideal para essa separação de cores, como já tinha acontecido com o *placard De Stijl*, na Alemanha...

**Também temos a questão da tecnologia, agora todos temos a mesma. É “facilimo” chegar ao computador e fazer. Será que isso também nos está a uniformizar a fazer-nos a pensar de forma igual, ou também tendemos a querer mudar?**

A técnica é sempre um meio... deslumbra, mas por outro lado também cansa. Eu nunca vi tantas letras manuscritas como vejo agora. Parece que estamos a chegar outra vez aos tempos da Polónia, aos anos 60, 70. Lembro-me de nós desenharmos capas e há coisas que eu não consigo fazer porque já fiz. É como usar calças à boca-de-sino: custa-me muito voltar porque já as usei. Lembro-me dos bailes de finalistas do Liceu, quando me pediam para a decorar as paredes, lembro-me de desenhar muito as letras, as palavras, *hippie*, essas coisas que os miúdos na altura gostavam muito. Hoje nunca se viu tanto repetir esses formalismos, porque se calhar estão cansados de tipos mecânicos. É como a ilustração, nunca a ilustração teve tanto domínio como hoje. E quando digo ilustração digo ilustração manual, até com papéis rasgados e tintas. Tudo isso, toda essa manualidade, está a vir ao de cima porque as pessoas estão cansadas, e reagem.

**Sim, mas isso é uma reação universal, não é só cá.**

Claro, sim, porque as pessoas cansam-se e querem ser diferentes. Querem marcar o seu território.

**Mas isso leva-nos a pensar: será que essa expressão manual é uma reação ao facto de estarmos a ficar cada vez mais iguais uns aos outros? Tentamos ser diferentes?**

As pessoas que se acham muito originais normalmente são aquelas que se parecem muito com alguma coisa. E essa obsessão é muitas vezes uma traição. Quando nós temos uma expressão cada vez mais natural ela vem ao de cima. Mas acho que é a marcação de território entre parceiros do que propriamente com o pensamento em Espanha ou do Canadá...

**Estamos a ficar mais artistas.**

Mas isso não é mau. O design só tem interesse por ser artístico. Pode parecer uma contradição com o que andei a dizer durante muitos anos, mas o valor do design vem daí. Senão era uma engenharia pura, não valia a pena termos



escolas específicas. Porque é que estamos ancorados nas Belas-Artes? É exatamente porque essa componente estética é que faz com que haja demarcação. Apesar de todos sabermos e de defendermos a ideia de que é para resolver problemas que estamos cá.

**Falando na ideia da globalização, de designers portugueses que tenham sido emblemáticos e quais os que poderiam marcar um período específico.**

Curiosamente os que são melhores são aqueles que são mais internacionais, se reparar. O Victor Palla ou o Sebastião Rodrigues, por exemplo, são duas pessoas que se aproximam muito daquilo que foi o melhor modernismo. Reconhecemo-los como muito bons por isso mesmo, por serem parecidos com os outros. Assim um “português português” há o Thomaz (Tom) de Mello mas aquilo é um bocado folclórico - eu não acho muito interessante. Tem coisas bonitas, sem dúvida, mesmo com o SNI tem coisas interessantes, mas não o acho moderno, atual, interessante.

Nós hoje vemos o Victor Palla e outros pelo carácter universal que representam e pela erudição. Às tantas responderam tão bem como o Tom, porque os cartazes do Tom teriam tido mais influências...mas depois dentro da academia são aqueles que estão mais na vanguarda, mesmo do ponto de vista universal.

Por exemplo, o Francisco Providência está ao nível de uma seleção de designers mundiais. Resolve as coisas bem. Mas onde é que está a característica portuguesa dele? Nenhuma. Tem uma forma muito própria de pensar as coisas, até muito estruturada, mas cujo resultado é aquilo a que chamamos o estilo internacional, ainda que com uma poética própria e longe de algum rigor suíço – há aqui ingredientes que o tornam do século XXI, mas que podia ser feito em qualquer parte do mundo...no Chile, no Canadá ou no Japão.

**O João Machado, por exemplo, faz muitos cartazes para o Japão e o trabalho dele é lá aceite totalmente.**

Pois, mas sempre foi, sempre foi bem recebido nas bienais. Aliás, quando fui à Polónia ele já era conhecido lá, até estavam cartazes dele na Bienal que visitei, isto nos anos 80. Ele tem um estilo muito internacional, do pop britânico, vem muito de uma influência britânica. Para mim a maior influência dele, que não é muitas

vezes citada, é o Edelman. Quando o João Machado começou a fazer desenhos e ilustrações parecia-me muito o Edelman, mas a evolução que se deu, lenta e progressiva, fez o trabalho dele muito sustentável. No entanto também podia ser feito nos países nórdicos. Há uma pureza e uma limpeza muito nórdicas. Embora também agora vejamos nos países nórdicos coisas muito punks. o expressionismo sempre teve muitos escultores na Alemanha, não é...embora a Alemanha não seja um país do Norte propriamente dito, um país Nórdico, é mais Europa do Norte central...e na Escandinávia, também vemos muito expressionismo...portanto, hoje é muito difícil, com esta cultura de “criar artefactos”, cujos ingredientes estão acessíveis a todos, criar produtos que reflectam essa originalidade. Como disse, o mesmo não se passa na culinária...apesar de poder estar em Edimburgo a fazer uma bela salada de abacates, os abacates têm de vir de longe, não faz parte da cozinha deles.

**No design temos tudo normalizado, isto é, a impressão aqui ou noutra país será feita da mesma maneira.**

E os resultados que se obtêm disso refletem de facto essa facilidade de acesso. Ou seja, não são de cá. Nós tínhamos uma tecnologia que era só nossa - porque a técnica também é semântica - se estiver a fazer uma xilogravura para determinado livro já estou a tentar condicionar, já estou a “dizer”, independentemente do que tente representar. Se nós tivéssemos uma técnica portuguesa que conseguíssemos isolar, sem deixar que ninguém a visse nem exportasse, claro que nós tínhamos aqui alguma coisa que seria nossa. E aí havia um fio condutor que nos ligava a um produto.

**Mas temos uma grande influência das escolas. Por exemplo, a ESAD tem uma grande influência do João Faria com a questão caligráfica. Nas Belas-Artes já não é tanto assim. Aí já conseguimos perceber um pouco as identidades, mas não as identidades nacionais. É mais um estilo, como a salsa e os coentros, lá está...**

É mais uma maneira de fazer. Claro que com a salsa e os coentros parece muito redutor...há um texto do Miguel Esteves Cardoso que divide o país em dois, que é muito curioso. Estava aqui a lembrar-me de outro exemplo mais complicado, mais erudito: o vinho. Hoje em dia as pessoas também andam todas à procura do estilo e se há uma coisa

regional é o vinho. Hoje fazer um vinho é um processo de design. Antigamente era uma coisa que se herdava. Hoje as pessoas estudam, separam os elementos, falam de castas, plantam castas diferentes, deixam estar mais ou menos tempo, põem lá umas coisas que cortam os taninos... quer dizer, isso é design, um processo de design. Mas hoje estes processos já nem são autóctones. Por exemplo, quando se planta uma uva de determinada casta – por exemplo, touriga nacional – no Douro, na Bairrada ou no Alentejo, aquilo dá de forma diferente. Tem a ver com o território, aquilo a que eles chamam o *terroir*. Se há coisa regional é o território, e no design não há *terroir*. É esse o problema. É que o design ainda por cima consegue estragar essa coisa que é o *terroir*. Hoje a maior parte dos enólogos gostam de ganhar muito dinheiro e essa questão é que uniformiza muita coisa. Como se quer agradar a gostos internacionais, cada vez mais se fazem vinhos que se aproximem das características que são comuns a um gosto mediano. E vinhos com características muito específicas, e difíceis – como tudo o que é diferente – muitas vezes estão a ser eliminados.

**Mesmo nos rótulos dos vinhos já se percebe isso, que estamos a uniformizar?**

Eu estava a falar do produto em si, mas sim, sem dúvida, hoje em dia já não há tanta diferença. Ainda há alguns exemplos: os franceses, por exemplo, não cedem muito, têm uma forma de fazer rótulos muito clássica que obedece às regras de informação. Os da Califórnia, aquilo a que eles chamam de Novo Mundo, não apostam muito no design porque são dirigidos por homens do marketing.

**Nós cá também tínhamos os vinhos verdes, que eram muito antigos.**

E ainda temos e nem precisam de ser mexidos. É uma coisa tão própria, tão portuguesa... aquele vinho não há em mais lado nenhum do mundo.

**Mas os rótulos já começam a mudar. Não são tão “antiquados”, os produtores também são diferentes.**

Sim, mas o vinho verde é dos piores, não tem beleza. É um vinho com características muito específicas – pode beber-se em qualquer altura que as pessoas não apanham pifos, é fresco - não é tão divulgado e também tem de se

beber rapidamente porque não aguenta muitos anos. Mas quem prova gosta imenso. Há um crítico que até fez um filme muito interessante, o Mondovino... esse senhor veio cá a Portugal e disse que adorava vinho verde e que de vez em quando até comprava nos EUA vinho verde a preços irrisórios. Custam menos de 5 euros, mas lá está: o vinho tem isso que o design não tem, apesar de estar também a ser destruído. A massificação leva a isso.

O design, passa-se muito a nível dos grandes centros urbanos e o facto é que os grandes centros neste momento são quase não-lugares. É muito típico no Porto, é muito típico em Lisboa, é muito típico em Coimbra, mas depois o núcleo onde os designers estão ou vivem é muito igual ao de Berlim, por exemplo.

**Como definia a evolução do design gráfico em Portugal na internacionalização? Conseguia identificar alguns trabalhos ou designer com características locais/portuguesas?**

Tive o privilégio de assistir à mudança da ditadura e de um país fechado para um país livre e democrático e isso foi muito importante e claro que se refletiu no design. No termo, no conceito, antes não era muito usado e depois até passou a ser um bocadinho da moda. A influência do design era tão grande que as próprias escolas secundárias foram contaminadas. O ensino, que era muitas vezes artístico, pró-artístico no sentido de educação visual, de ser a representação, o desenho à vista, etc, até isso mudou. As pessoas não dão conta dessa parte, mas é muito importante. Os livros passaram a ter outro tipo de referências. Os livros, já depois do 25 de Abril, começaram a ver a educação visual como um processo mais alargado e isso vai refletir-se mais tarde. O meu livro de desenho do 3º ou 4º ano do Liceu, que corresponde ao 7º ou 8º, era um livro de desenho à vista, com um pouco de geometria. Eram as canecas e os barros populares, lá está, o Tomás de Mello.

Portugal era um país conservador e fechado ao interior – por exemplo, eu na televisão nunca me lembro de ter assistido a um teledisco ou pessoas a cantar música *pop*, ou a música *yeah yeah*, só se ouvia fados ou cançonetistas pimba. A ideia de cultura era muito controlada, as revistas não apareciam, quando algum colega nosso ia lá fora, trazia uma revista e era uma espécie de deslumbre. Quem era mais informado, quem tinha mais possibilidades marcou a diferença em relação ao universo do design. A

maior parte era uma coisa muito do desenho publicitário. Claro que houve rasgos, com o Victor Palla, Sebastião Rodrigues, e outros, muitos mais.

Mas a partir do 25 de Abril, que eu falo melhor porque a vivi, essa geração ficou muito mais em contacto com o que se fazia de melhor na Europa. Não éramos muitos... lembro-me que em design nas Belas Artes entraram poucas pessoas, as turmas eram pequeninas e acabavam 5 ou 7 alunos por ano, não havia uma produção como há agora, com escolas por todas as regiões, em todos os distritos, quase. O que é um bocado disparatado: como é que num país tem necessidade de ter assim escolas de design e em zonas onde eu, sinceramente, não vejo nem bibliotecas nem produção visível, como por exemplo, Castelo Branco, em que parece que já não há indústria... Portanto, passamos do 8 para o 80. Em termos do design da altura era tudo muito pequeno. Lembro-me de um dia ir às reuniões da Associação Portuguesa de Designers, quando eles começaram (eu ainda era um rapazito), lembro-me de estar lá o Robin Fior, que faleceu há dias, o João Machado, o Dario, cá do Porto e contavam-se pelos dedos, eram muito poucos! Hoje era impossível. Se houvesse uma assembleia de designers era impossível. Havia já núcleos e pessoas que se distinguíam a nível internacional. Não tínhamos era uma grande produção. Porque também nunca tivemos um tecido empresarial que reconhecesse muito o design. Eu até às vezes digo assim: o mais importante no design é o cliente. Se houver bons clientes há bom design.

**Houve uma explosão nos anos 90, anos 2000, quando surgiram os grandes eventos em Portugal, quando havia dinheiro...**

O design é bem melhor quando se diz “faça o que quiser, tem carta branca”...no sentido erudito. Por exemplo, a gente do vinho é muito complicada. Primeiro querem que se faça uma coisa com pés e cabeça mas depois é muito difícil. Já tive clientes que não queriam perceber nem confiavam em mim. Um, da Adega Cooperativa, acabou por me mostrar um rótulo de um vinho australiano e disse para fazer igual. Disse-me uma máxima que ainda hoje gosto de citá-la nas aulas: “Olhe, senhor Modesto, a mulher do campo e a mulher da aldeia, olhe que são ambas bonitas”. Foi com aquela frase que ele me concluiu a reunião. Portanto, depende um bocado do tratamento, percebo onde ele queria chegar com isso (risos)...

Portanto, a ideia de Portugal ser menor tem muito a ver com este processo. Se fossemos abertos há 50 anos claro que este senhor não pensaria assim. No entanto, gabava-se da sua 4ª classe. O país não tinha capacidade para pensar muito e isso refletia-se bastante. Hoje isso já se está a desvanecer. A evolução hoje é uma evolução como nos outros países, há uma aproximação. Seja nos produtos gráficos, seja no equipamento... quer dizer, no equipamento estamos um pouco pior, porque, como eu disse, não temos indústria. Ou no campo gráfico...

**Sendo o design também um reflexo da sociedade nós estamos a ter os mesmo problemas que a Espanha está a ter, mesmo em termos financeiros. E as resoluções são as mesmas.**

Surgem situações paralelas, pessoas que ilustram por elas próprias, pessoas que fazem coisas por elas próprias, o artesanato e o design urbano, o design artesanal, que é uma espécie de contra-senso, mas é admissível que o seja. As pessoas fazem coisas e há sempre saídas. Pelo menos, se não forem saídas para viverem dignamente – não são e hoje em dia, de facto, é muito desumano o que se está a passar – mas pelo menos são formas de expressão. E nisso penso que não há grande distinção a nível europeu. Mesmo aquilo que disse há pouco: antropológicamente, a cultura tem influência nos comportamentos e isso também se está a diluir bastante. Hoje vemos aquelas mitologias japonesas por núcleos na Europa. Há gente aqui em Portugal que pode saber mais de manga e de vivências nipónicas do que muitos japoneses.

**Ainda há dias houve uma feira de manga em que as pessoas se vestiam a rigor.**

Eu tive uma aluna de mestrado, das Belas-Artes, que acompanhei num trabalho, pediu-me para ser orientador por causa das mascotes, era minha fã desde pequenita e eu achei muito curioso (risos). Ela sabia imenso de tudo o que era japonês e nunca tinha estado no Japão. Ela consumia muito aquela forma de fazer as coisas. Como eu disse, hoje em dia a comunicação é tão rápida, estamos todos em contacto uns com os outros.

Referindo-me ao meu trabalho, se eu sinto, se eu penso muito no que estou a fazer...não é preocupação nenhuma ser português ou não ser. Porque também não sou uma pessoa que tenha obsessão por estilo ou por carreira.

Embora, claro, também seria ingénuo dizer que não gosto do que faço ou que gosto de ter alguns louros. Isso seria uma falsa modéstia, dizer que não gosto de ser retribuído com palmas ou com dinheiro, ou prémios ou abraços...há formas de compensar e sentimo-nos bem quando somos compensados. Mas tenho a humildade de achar que o meu ego tem limites. Se quiser fazer coisas em que o meu ego esteja mais presente eu sei onde estão, não é preciso estar a usar produtos ou clientes para me promover. Isto para dizer que o programa manda muito em mim. Não sou obcecado com a ideia de estar eu à frente do programa. O programa é sempre o mais importante para mim num trabalho de design. Portanto, se um cliente quiser uma coisa muito diferente do que a que eu pensei, eu vou ao encontro dele. Digo sempre que o orgulho tem de ser dele. Também tenho a vantagem de poder fazer uma coisa, de pintar, à minha maneira...e não chamar design a isso. Mesmo quando estou a pintar uso o método de design, dei conta disso. Quando estou a fazer uma pintura ou um trabalho de ilustração vejo que a cabeça é muito a de designer, é muito contaminada pelo design. Se é português ou não, não lhe sei dizer...acho que nunca tive essa preocupação.

Estou aqui a olhar para uns rótulos de vinhos, o que é que eu aqui posso dizer que tenha de português? Nada... O tempo, a forma e a cor, a intervenção, o pudor, tudo isso são ingredientes num processo de design. Sem exageros mas há uma certa sistematização...por vezes dou conta que falta erotismo, falta um “não sei o quê” e vou tentando fazer isso, sem qualquer constrangimento, a não ser os que eu ponho a mim mesmo. Mas lá está, não consigo propriamente encontrar uma forma de pensar português. Mesmo que represente algo de cá – às vezes gosto de fazer coisas sobre o Douro, de pintar – mas se estivesse na Normandia fazia o mesmo.

Em relação aos designers atuais, quem é o designer português que melhor representa ou que podia ser escolhido como o nosso representante no Festival da Canção dos designers... cantam todos em inglês, também (risos). Não estou a ver mesmo ninguém...

Os alunos falam no Sebastião Rodrigues. E digo “sim, alguma coisinha que vai buscar a elementos decorativos. A elementos decorativos. Não é o discurso. É o floreado. Por exemplo, ele tem um livro muito bonito, da Gulbenkian, que tem uma coisa muito oriental... Não é a questão de ser o folclore do coração ou da melancia...

Não lhe sei responder a isso porque cada vez mais os ingredientes com que trabalhamos o discurso – e ingredientes no sentido fraseado – baseiam-se em signos que são comuns. É que repare: o design é uma expressão tipicamente industrial ou pós-industrial. O que a revolução industrial veio trazer ao mundo foi também uma grande uniformização. Os ingredientes são os mesmos, portanto não alteram a forma como se conjuga o fraseado. Agora, questões do Porto e Lisboa...isso já é mais psicológico, não consigo determinar... eu digo muitas vezes “ah, a malta do Porto e a malta de Lisboa”. Se me sai da boca para fora isto, eu devia pensar melhor no que devia dizer e no que isso reflete. Nós sentimos que há diferenças entre os nossos colegas de Lisboa e os colegas do Porto. No design também falta aferir até que ponto há pequenas coisas que tenham a ver com isso. Eu não consigo determiná-las.

A Escola Renascentista formava de facto diferenças. A Escola de Assis era diferente da Escola de Siena, de Pádua, havia um estilo da Escola de Florença ou de Viena. Mas hoje é muito difícil isso surgir naturalmente. Por exemplo quando fui para Coimbra a minha ideia era poder estar numa escola onde pusesse e dispusesse de uma forma mais consequente. Estar com um grupo que funcionasse melhor, uma escola independente...mas não. Hoje em dia, é impossível fazer um currículo que não seja aprovado pelos mesmos ministérios, e portanto tem de ser tudo igual. A minha escola está um bocado mal porque o modelo é o mesmo de todas as outras. Hoje, se eu quisesse fazer uma Bauhaus em Portugal e quisesse que fosse legal não tinha hipóteses. A ESAD tem de ter os mesmos processos...portanto, se queremos estar no sistema temos de estar uniformizados. E é uma pena, porque podia haver reconhecimento das escolas. Tirando uma excepção, a Escola da Ponte, uma escola secundária conhecida aqui no Norte que tem um método de ensino completamente diferentes, e os resultados são excelentes. Mas eles não têm aulas, cadeiras normais...essa Escola da Ponte é muito interessante porque é um modelo e devia haver mais assim. A escola funciona em regime de assembleia e os miúdos é que decidem as tarefas, participam nas tarefas...há pouco vi uma reportagem e as pessoas que já foram à escola dizem que é mesmo assim. Os miúdos têm uma capacidade de verbalização das coisas, dos problemas, porque estão habituados a assembleias desde pequenos. E esses modelos,

praticamente abafaram-nos, não podem existir. Então no ensino superior, de todo. Senão não podemos ter alvará, não podemos dar diplomas, nem havia equivalências; é como se as pessoas não tivessem frequentado nada. O Estado e a forma como estamos organizados socialmente já não permitem esses modelos. Ainda dentro dos mecanismos legais, a Escola do Porto, com a ideologia forte, assente no modernismo, tem mantido pelo menos essa cultura, essa auréola. Não sei se depois disso será aplicado, se será assim na prática. O Siza, o Souto Moura, ainda respiram esse ar e ainda o transmitem.

---

## Síntese

A entrevista a António Modesto decorreu no seu estúdio. Iniciámos a conversa que serviu de teste para as restantes entrevistas. Como referimos anteriormente, achámos que o resultado desta entrevista estava conforme o esperado, e então decidimos incluí-la no conjunto de entrevistas para análise.

Referindo-se às questões da *tecnologia*, Modesto diz que é sempre algo que fascinou o designer tornando-o por vezes refém dessa mesma tecnologia. “É sempre um meio... deslumbra, mas por outro lado também cansa” (Modesto, 2012). E será talvez por isso que se está a voltar a usar, segundo ele, a letra caligráfica como na polónia nos anos 60 e 70. É nessa senda de reação à tecnologia, que os designers vão criando uma linguagem própria. Modesto refere que “as pessoas cansam-se e querem ser diferentes. Querem marca o seu território” (Modesto, 2012)

Quando se aborda a questão do *estado do design*, Modesto

alude que o design português não terá assim tantas diferenças do restante design gráfico, uma vez que os designers não têm “ingredientes que possamos dizer que nos ligam à terra, ao território, ao espaço. Não temos. Estamos a falar com uma linguagem que é... universal” (Modesto, 2012), considerando ainda que a distinção que possa existir entre formas de fazer design nem é entre nacionalidades, é entre parceiros. Refere ainda a importância do cliente para o sucesso do design, “o mais importante no design é o cliente. Se houver bons clientes há bom design” (Modesto, 2012).

Sobre o *processo criativo*, Modesto refere que é um designer muito agarrado ao propósito do seu trabalho, preterindo o estilo à funcionalidade, declara que o “programa manda muito em mim. Não sou obcecado com a ideia de estar eu à frente do programa. O programa é sempre o mais importante para mim num trabalho de design” (Modesto, 2012).

---



## Anexo 5

### Entrevista com Mário Moura

**Entevisado:** Mário Moura

**Entevisador:** João Tiago Santos

10 out 2012

**Duração:** 56m

#### Podes falar-nos do teu percurso académico?

Percurso académico: comecei a tirar o curso de design em 1990. Antes disso já tinha o curso de arte secundária no Soares dos Reis. Demorei oito anos a terminar o curso, quer dizer, para aí a partir do 4º ano, por decisão minha, devido a uma certa insatisfação, comecei a arranjar empregos em paralelo. Comecei a trabalhar a partir de 94, em ateliers, estágios, e essa história toda. Em 98 terminei o curso; nos últimos dois anos fiz para aí só uma cadeira em cada um deles. Terminei o curso, deixei os empregos que tinha fora e entrei para um mestrado em Arte Multimédia, que era um mestrado feito em parceria com a Faculdade de Ciências e a Faculdade de Engenharia...era, salvo o erro, o segundo ano que havia esse mestrado cá na escola. Entreguei a tese em 2003. Também demorei bastante tempo, quer dizer, mesmo a parte curricular atrasou, como é costume...e a parte da tese também demorei algum tempo. E entreguei quando estava a trabalhar como técnico cá.

Entretanto comecei a dar aulas e, quase por obrigação do percurso académico, tive de tirar o doutoramento e concluí-o em 2011. Tipo, fora isso, em termos de percurso académico... claro que já fiz uma montanha de orientações, já escrevi *papers*, já avalei *papers* e também dou bastantes conferências por convite em outras escolas, mas isso mais devido ao facto de ter o *blog* do que o percurso académico propriamente dito. Também colaboro em livros, revistas, por convite ou por contrato. E na prática é isso que tenho feito.

#### Achas que a tecnologia e o *software* estão a influenciar a forma de fazer pensar o design em Portugal?

É uma pergunta assim um bocado vasta porque...sim, claro que sim. É a mesma coisa daquela história que se

contava do peixinho que diz ao outro “então pá, que tal está a água?” E o outro peixinho fica assim tipo...água?. Quando entrei para cá para a escola, em 90, só havia um Macintosh em toda a escola. Era mesmo um Macintosh, uma coisa assim grandalhona, de metal, pintada, a imitar plástico. Quando terminei o curso praticamente toda a gente já tinha o seu computadorzinho. Entre 90 e 98 começou a aparecer os efeitos públicos da Internet. A Internet é uma coisa mais antiga mas, digamos, os primeiros *browsers* que democratizaram a net apareceram nessa altura. A partir daí, bastaria dizer que pelo menos esse tipo de *software* mudou bastante a maneira de fazer design. O próprio computador em si, o *desktop publishing*, mudou radicalmente a maneira de fazer design. Puxou o design para um sítio totalmente diferente.

Fazendo um pequeno rodeio para responder à pergunta – e assim também respondendo a algumas perguntas que vêm a seguir, por arrasto depois faz-se referência – às vezes há dificuldade em perguntar o que o design gráfico tem a ver com o design de moda, com o design de equipamento, tem a ver com arquitetura, que é uma espécie de caso especial de design...e isso há uns anos se calhar era mais fácil de responder. O design funcionava como uma espécie de gestor estético de processos industriais, era uma espécie de consultor estético de processos industriais. O que o designer gráfico fazia era a gestão desse projeto nas gráficas. Mas era uma gestão feita um bocado da mesma maneira que os arquitetos faziam. Era feita através de maquetes, era feita através de ferramentas conceptuais tipo linguagens de projeto, esboços e essa história toda... simulações, as tais maquetes...alguma competência de gestão, mas o que o designer fazia era no fundo dirigir o trabalho de uma pequena indústria, que eram as gráficas. Com o computador, a coisa torna-se um bocadinho

diferente. Toda essa gestão é concentrada dentro de ferramentas digitais. Quando aparece o *desktop publishing* isso significa que uma gráfica não é assim tão diferente de uma impressora a laser. Isso facilita a vida dos designers, por um lado; por outro também torna o design extremamente acessível. Ou seja, se basicamente nos velhos tempos o cliente do designer seria a pessoa que consegue contratar uma gráfica, uma pequena indústria, tendo o designer como uma espécie de intermediário/consultor, nos nossos tempos qualquer pessoa pode contratar isso. Às vezes até pode contratar isso assim como se fosse um médium, pura e simplesmente só recorre ao designerzito que está a digitalizado dentro do Macintosh. Ou seja, nem precisa de muito bom gosto vivo, basta só ter acesso ao capital fixo. Usando um termo marxista, boa parte do design transformou-se num objeto de consumo, numa mercadoria que pode inclusive ser comprada pelos próprios designers; eles compram a sabedoria dos antepassados dentro da caixinha prateada. Podem usá-la à vontade, mas ninguém pergunta se eles são mesmo nossos antepassados antes de comprarmos aquilo. Ou seja, podemos ser outra pessoa qualquer, podemos ser um agricultor...e podemos ter a sabedoria dos designers na ponta dos dedos. Como é óbvio, isso muda muito as questões.

Por exemplo, um dos efeitos que isto teve é que transformou o design de uma tarefa de gestão industrial num serviço. O que é muito fixe, porque corresponde àquelas coisas que se dizia da CEE, de transformar Portugal num país mais orientado para serviços, o que na prática significa que o design de consultor de um processo industrial se transformou numa espécie de secretário, digamos, embutido de processos gráficos. Ou seja, a competência mudou ligeiramente. Já não é tanto uma questão de gestão, é mais como de administrar de processos um bocadinho mais casuais. A pessoa que põe o sinal na máquina do café a dizer que aquilo está avariado também é a mesma pessoa que faz cartazes para uma exposição, também é a pessoa que faz o cabeçalho da carta...isto pode ser uma empresa de duas ou três pessoas.

**Mas a forma de fazer, ou seja, a forma de pensar o design. Não está aqui...**

Ah, claro que sim. Mas está implícito por acaso na pergunta a seguir... a maneira de pensar o design, sim, claro...

**Com o software acessível a toda a gente se calhar todos nós temos os mesmos tipos de letra, será que estamos todos a pensar da mesma maneira?**

Hmmm... sim, mas o design sempre viu a normalização como uma coisa positiva. Por exemplo, agora, essa questão de vamos começar todos a pensar da mesma maneira porque temos um computador...quase de certeza que já houve perguntas semelhantes em relação a outras tecnologias que normalizavam. Assim só atirando para o ar, a fotografia, por exemplo. O grande fetiche dos designers antes do computador – eu ainda vi a parte final disso cá na escola – era a fotografia, o estúdio de fotografia, o designer como fotógrafo. Não era só uma coisa que era útil, porque tinha também a ver com os fotolitos e com fazer esse tipo de coisas, mas também era uma espécie de ideologia. Não era só uma tecnologia, era uma coisa que organizava também a maneira como os designers pensavam no que faziam. O livro também já foi uma coisa desse género...os tipógrafos, até certa altura, também tinham o livro como uma ferramenta conceptual para pensar sobre tudo. Portanto, o computador neste momento também tem, digamos, esse tipo de fins. E não é uma coisa assim tão estática, está sempre a sofrer desvios e está sempre a ser usado de maneiras inesperadas.

**Também há a questão da manualidade...**

Sim, quer dizer, na maioria dos casos é complementar. Houve uma altura em que se falava muito na questão da manualidade por oposição ao computador, mas por exemplo, sei lá, de vez em quando os meus alunos de design que eu vejo a trabalhar por aí, nem sequer é uma questão tão de uma coisa se opor a outra. É como o amarelo numa caixa de aquarela estar a opor-se ao vermelho. Não se opõe, são duas hipóteses... agora também se vê as pessoas orientadas para serigrafias, para gravura...neste momento, que é mais difícil fazer fotografia analógica, as pessoas também recuperam esse tipo de questões e combinam-nas e recombina-nas. Às vezes até vão ao computador e desmontam a coisa, quer em termos de *software* quer em termos de *hardware* e criam coisas novas. Tudo isso é bastante móvel, ou seja, não é um constrangimento assim tão grande. É um constrangimento tão grande como estar numa época histórica, não é um constrangimento de todo. É como a tal água que estávamos a falar há bocado. Agora, sim, passando à pergunta seguinte...



### **Achas que se pode afirmar que então existe um design português?**

Por acaso, voltando assim só à pergunta anterior, também é possível ler isto de outra maneira... Uma das coisas que eu tenho pensado muito nos últimos tempos em relação a ter escrito num *blog* é que literalmente...quer dizer, isso também ajuda um bocadinho a pensar o design gráfico português. Explicando um bocadinho melhor, ou desenvolvendo: basicamente, eu sou um *blog* de um horário laboral. O que eu vejo pelas estatísticas é que os designers entram às 09.00 e vão ver ao meu *blog* o que é que eu ando a escrever. Saem ao meio-dia e a coisa desce. Às 19.00 há assim uma espécie de quebra. Depois, às 22.00, volta a aparecer assim qualquer coisa até às 01.00. Basicamente, isto é um *blog* que tem os picos de audiência durante as horas em que os designers deviam estar a trabalhar. Em vez de estarem a trabalhar, ou às vezes enquanto estão a trabalhar, numa janelinha ao lado do InDesign têm o acesso à net, têm o Facebook, os *blogs*, têm essa história toda. Ou seja, o próprio facto de isso ser possível fazer no mesmo suporte também abre perspectivas. O Adrian Shaughnessy, num livro sobre capas de discos, dizia que uma das razões pelas quais há muitos designers a fazerem música neste momento é porque os ícones das caixinhas de ferramentas de música são muito parecidos com os ícones das caixinhas de ferramentas de tratamento de imagem. E o mesmo é válido para a escrita. Os designers agora se calhar também se tornaram ativistas ou mais teóricos também porque é possível fazer essas coisas todas no mesmo suporte e estar, publicar, fazer o tratamento de imagem... e como os designers foram metidos nesse secretariado também lhes é pedido competências que não passam só simplesmente pelo tratamento de imagem; é-lhes pedido sempre um bocadinho mais de responsabilidade. Em geral, não lhes dando mais dinheiro por isso. Ou, simplesmente, porque é mais barato ter uma chave de parafusos que faça tudo do que ter uma chave de parafusos que só faça algumas coisas. Se calhar por essa razão também o *software* influenciou a maneira de pensar. Agora, se eu posso afirmar que existe design português... claro que se pode, não há assim nada que o proíba. É o que eu estou a ver (risos). Justificar isso em termos formais, em termos conceptuais, metodológicos.... eu acho que não é difícil, é preciso talvez voltar à questão da perspectiva, perceber exatamente o que é que é a água que está em todo o lado. Às vezes as pessoas conseguem em segundos ir de Erasmus para outro sítio porque conseguem perceber o

que se está a passar... é preciso ter uma visão de conjunto. Às vezes cai-se naquela falácia crítica em termos de design que um quadrado feito num sítio é exatamente igual a outro quadrado feito noutra sítio qualquer. O enquadramento discursivo, o enquadramento crítico, o enquadramento cultural muda tudo. Uma pessoa não pode só fazer uma avaliação formal do que é o design. Um logótipo feito em Portugal não é a mesma coisa do que um logótipo feito nos EUA ou em Abu Dhabi. Todos eles têm condicionantes e, de alguma maneira, essas condicionantes acabam por afetar, em muitos casos, a questão formal.

Dito isto, há um design português, a questão é como é que nós conseguimos vê-lo. Por um lado estamos bastante bem equipados para isso porque estamos aqui, temos a vantagem de conhecer o contexto. Por outro lado, é um bocado difícil porque é difícil ver criticamente aquilo que está à nossa volta. Às vezes é vantajoso perceber se existe um estilo ou se existe um design português tentando perceber o que é que o design português não consegue fazer. Não tanto naquela questão assim um bocado chauvinista de que não se consegue fazer nada. É mais uma coisa diferente, é...num sítio onde se acredita que não existe design a tendência é acreditar que o design praticado nesse sítio é uma coisa genérica, que podia ser a mesma coisa em todo o lado. O nosso design de alguma maneira, por não ter muitas características, acaba por ser universal, pode ser usado para tudo.

Uma pessoa pode usar alguma astúcia para tentar perceber quais são as características do design português tentando perceber porque é que ele corre mal em algumas circunstâncias. Dentro desse aspecto, dentro do design gráfico português, eu acredito – circunscrevendo-me ao presente, não falando de história – que sim, que até há várias escolas de pensamento diferentes a funcionar em paralelo dentro do design português. Algumas deles nem se processam dentro do plano gráfico, ou dentro do plano de trabalho. São escolas teóricas, são escolas, digamos, de ensino, mas não vou falar delas porque normalmente não é disso que se fala...é perguntar se existe um produto, que seria o design português.

### **Achas importante ver outra perspectiva sobre o design português?**

Sim, quer dizer, ou não, a parte formal é uma coisa que interessa. Dentro de uma escola como a ESAD eles têm um estilo próprio. Vê-se portfólios de alunos e percebe-

se que existe ali um estilo. Não passa só por escolherem um determinado tipo de fontes, passa por uma série de estratégias formais que funcionam melhor ou pior em determinadas circunstâncias. Há uns tempos já referi isso a propósito da Casa da Música. Quando escolheram um ex-aluno da ESAD, que já tinha trabalhado para o João Faria, para administrar uma identidade mais ou menos suíça ou neo-suíça, chamemos-lhe, feita pelo Sagmeister, aquilo não correu muito bem porque a estratégia da ESAD é completamente oposta. Uma estratégia suíça normalmente é usada em grandes empresas, é uma coisa modular, é uma coisa que é feita para sobreviver a muitos concelhos de administração – muda isto aqui, muda aquela cor ali –, portanto, é uma coisa completamente modular, pode-se tirar uma parte e pôr outra. A estratégia do João Faria – falando dele especificamente e não do estilo dele – é mais ligada a pequenas estruturas. Ou seja, é uma coisa em que os objetos são fundidos, quase soldados com um ferro de soldar, letras, imagem, tema, é uma coisa muito coesa. Enquanto se está disperso é uma coisa muito difícil de se mudar, é uma escola bastante diferente de pensamento. Se eu estiver num concelho de administração e disser “vamos tirar esta galinha daqui” é um bocado difícil. Portanto, as duas coisas muitas vezes não colam bem. Nesse aspecto, quer dizer, o que eu dizia é que a ESAD produz – não exclusivamente, isto é um contínuo, não é uma questão de produzir A ou produzir B, pode produzir-se uma gradação entre dois pontos – mas produz tendencialmente pessoas para trabalhar em grupos relativamente pequenos, seja ateliers seja estruturas institucionais relativamente pequenas. O que não significa que as pessoas depois não possam ser reconfiguradas para trabalharem noutras opções, mas estou a dizer que em termos tendenciais basicamente é isso. É um estilo que foi produzido para características empresariais e contextuais muito específicas. E, como é óbvio, não se dá tão bem à primeira com questões de agência. Óbvio que há coisas que podem ser reaproveitadas, como uma certa capacidade de trabalho, tudo isso pode ser aproveitado. Mas em termos formais aquilo foi muito afinado para um propósito muito específico.

Noutros casos, às vezes as pessoas vêm de um ensino mais orientado para trabalhar para um certo tipo de contexto ou de cliente. Quer dizer, se vais trabalhar para um universo cultural, se vais trabalhar para um universo fabril, se vais trabalhar para um universo editorial, tudo isso também pede designers relativamente diferentes.

Tudo isto que eu estou a dizer é que realmente, para além de haver escolas físicas, com existência legal, também há escolas em itálico, escolas com “e” grande... pelo menos a da ESAD pode ser identificada muito facilmente pelo que de lá sai. Noutros casos pode ser um bocadinho mais difícil, mas ainda assim acontece. Por exemplo, em Lisboa também têm um estilo relativamente próprio de lidar com os assuntos... neste momento também, para além de isso tudo, também há uma série de vagas sucessivas que fazem interferência com esses focos de estilo... basicamente são as modas. Podem ser modas locais, internacionais, e basicamente isso também faz interferência. Ou seja, se na Holanda se torna fixe fazer certo tipo de publicações isso de alguma maneira tem alguma influência por aqui e isso interfere com os padrões específicos. Às vezes por aceitação, outras vezes por rejeição completa. Noutros casos... por exemplo, cá no Porto, há uns anos, quando a movida se deslocou para cima da Ribeira também se começou a haver um estilo próprio associado a DJs-designers que faziam os seus próprios cartazes, que tinham a sua própria identidade, que se promoviam a eles mesmos. Isso ainda tinha o bónus de que, no trabalho deles, eles construía uma identidade própria para eles, ou seja, compensava-lhes falarem sobre eles mesmos, ao contrário, por exemplo, de alguém que trabalha para uma empresa. Isso deu origem a um estilo muito específico, não passava só por questões gráficas, também era uma coisa bastante coesa produzida em grupos muito pequenos. Mas depois, por outro lado, dentro dessa coisa coesa também era construída uma identidade. Podia ser caricatural, real, política ou interventiva, isso também aconteceu. E está sempre a acontecer, às vezes o grande problema é não estar lá ninguém para ver ou para registar. Pela minha experiência, ver uma coisa 60 ou 70 anos depois não é a mesma coisa que estar a reagir àquilo. Há uma certa pertinência que se perde com o tempo.

E com tudo isto, de certa maneira... cobri a questão formal, cobri a questão conceptual, cobri a questão metodológica quanto à maneira de como se pode encontrar um estilo ou um design português.

**Pergunto isto porque há a tendência de dizer que estamos todos a perder o design de cada país. Lembro-me de ter lido sobre isto, que já não há design escandinavo, já não há design americano, já não há design italiano... há design. É um erro dizermos que há design português?**

É uma espécie de falácia. É a mesma questão de dizer que há muita circulação, há aeroportos, os aeroportos são todos iguais, logo os países são todos iguais. A questão é que se tu fazes uma vida de esse tipo dessa circulação às vezes podes não ver o que se está a passar. Digamos, há uma tendência para tu repetires e reforçares e sublinhar várias vezes nomes internacionais. Mas isso não significa que não existam fenómenos locais que de alguma maneira escapam...e a história perde-se, também.

Também não podes competir com o mundo inteiro. Há-de sempre haver mais livros e filmes publicados lá fora, é uma questão de escala. Vale a pena perceber como é que as coisas chegam aqui. Os tais padrões de interferência. Vale a pena ver como é que uma tendência internacional é reinterpretada localmente, e isso permite perceber bastante como é que as coisas se processam. O design é, dentro da sua questão mais ideológica, mais modernista, uma coisa internacional e globalizante. À partida não haveria grande problema ao ser repetido. A grande questão é quando não queres que ele seja repetido, o que há a fazer nesses casos, mas isso vamos deixar de lado; ou então o que acontece quando se tenta aplicar uma regra universal e ela dá ligeiramente para o torto. As coisas nunca são interpretadas muito diretamente.

Voltando à questão do João Faria, ou da ESAD, até certo ponto a ESAD é uma reinterpretação de um certo estilo gráfico ainda relativamente manual, usando completamente já os computadores. Eles aproveitam a *Ray Gun* e a *Emigre* coisas relativamente feitas com colagens feitas a partir de computadores, em termos de técnicas mistas, e reinterpretam isso usando quase exclusivamente o computador. Há uma aplicação mas também há uma distorção que se tornam interessantes. Ou seja, nem tudo o que é má aplicação local é pouco interessante. Em geral, pelo contrário, se a coisa não funciona bem num sítio é interessante perceber porquê. E nesse aspecto, o design português acho que tem bastante interesse. No fundo, é a resposta a... quais os designers portugueses que considera mais marcantes?

Bem, por acaso é uma pergunta difícil porque...não sei... não é muito definido o que é marcante, se é marcante pessoalmente para mim, se é porque entendo que eles têm influência sobre terceiros...

**Podes fazer das duas maneiras. Os que têm influência para ti e os que têm influência para terceiros.**

Hmmm, para mim os designers mais marcantes... por acaso, bolas, assim de repente é difícil isolar os favoritos. Sei lá, o João Faria foi marcante, não tanto como influência mas porque fornece bom material para pensar sobre o assunto. Alguns designers eram marcantes esteticamente, às vezes nem se percebe à primeira porquê, tipo a dupla do João Botelho e do Luís Miguel Castro, que produziram a capa e os catálogos da Cinemateca. E quem diz eles diz, sei lá, pessoas como o Fernando Azevedo, mais discreto mas que também fazia um trabalho com muita qualidade. À volta disso tudo marcante assim como uma espécie de mega influência é o Sebastião Rodrigues...quer dizer, tudo isto leva a perguntar porque é que certas pessoas são marcantes. A minha teoria pessoal é a de que – e já escrevi sobre isso muitas vezes – tem a ver com o tipo de clientes que essas pessoas tiveram. Todos esses designers trabalharam para o Estado, todos esses designers trabalharam para clientes culturais, todos esses designers deram, de uma forma ou outra, aulas, estiveram ligados à academia... por acaso o Sebastião Rodrigues agora não me lembro se esteve ou não. Mas, basicamente, trabalhou para o Estado, trabalhou para instituições culturais...e, quer dizer, é isso que os torna marcantes. Apesar de tudo já há um universo institucional que permite canonizar certos designers, enquanto outros designers são esquecidos. Muitas vezes esses processos são vistos como naturais, mas por vezes parecem injustos, precisamente por causa disso. Como define a evolução do design gráfico em Portugal? Assim a saltar um bocadinho para a outra pergunta, porque também, quer dizer, eu posso dizer que o que me interessa mais é a questão do que é que torna marcante alguém do que propriamente o facto de alguém ser marcante. Interessa-me mais o enquadramento institucional. A evolução do design gráfico em Portugal...bastante inconsciente. Numa só palavra, bastante inconsciente. Tende a esquecer muito rapidamente o passado e tende a repisar bastante as mesmas coisas. Fala-se muito das mesmas coisas, porque é que o design não tem legitimidade, porque é que o design ainda não se implantou, porque é que o design ainda não é reconhecido por isto e por aquilo...

**Achas que tem a ver com a questão de esquecer o passado?**

Nem é tanto...acho que é mais uma ambição de institucionalização ou de uma legitimidade que nunca

há-de chegar. Assim um grau de autoridade absoluto que permita calar pura e simplesmente todas as dúvidas próprias e de quem põe em dúvida... isso não existe porque basicamente vivemos numa sociedade democrática. À partida todos os papéis estão dispostos a ser discutidos numa sociedade relativamente democrática. Em democracia, todas as discussões públicas têm a ver, até certo ponto, com a representatividade, com representatividade da identidade, dos gastos, dos custos, responsabilidade...isso tem a ver com a representatividade, ou seja, quem é que tem direito a participar e como. E nesse aspecto, procurar uma legitimidade para o design português, procurar uma legitimidade absoluta que resolva as discussões não vai existir. Mas, apesar de tudo, uma das marcas é essa tentativa de institucionalização - e ter uma palavra própria para design, e a ter uma ordem, e a ter associações, e a ter um museu, e a ter uma escola... mas nunca chega. Porque realmente nunca acaba a ser a solução, é como coçar uma ferida. Assim, a evolução do design português também diz muito da evolução nacional. É uma tentativa de encontrar uma legitimidade, sempre. E quando a legitimidade está lá à partida, quer dizer, basta reclamá-la.

**Estava também a pensar que andamos sempre à procura da legitimidade. Por exemplo, alguns problemas, quando foi a marca da EDP ou a marca da Casa da Música. Ficámos muito revoltados quando as empresas vão buscar designers de fora. Ou seja, porque é que os portugueses não conseguem também legitimar o seu trabalho...**

Para mim isso também é um bocado uma falsa questão. Muitos designers portugueses têm esse tipo de trabalho cá e, lá está, se muitos designers são aceites lá fora e trabalham uma pessoa não pode realmente dizer que... sei lá, em alguns sítios como na Holanda falar do design holandês também é falar de pessoas que vivem na Holanda e que produzem design lá. A mesma coisa com Inglaterra ou com a Suíça ou com os EUA. Se as pessoas dentro do design estão tão preocupadas com a questão institucional é porque se calhar a ideia é criar boas instituições onde qualquer pessoa que esteja nesse sítio consiga fazer um bom trabalho e melhorar o sítio. Eu costumo dizer que os países são como aparelhagens e as pessoas são como CDs. Em geral há sempre aquela ideia de que os portugueses tocam melhor lá fora, mas quer dizer, o segredo está na aparelhagem, não está no CD.

**Que trabalhos gráficos consideras emblemáticos do design português?**

Assim, em termos gerais, a herança gráfica mais problemática mas talvez também a mais influente cá em Portugal acaba por ser a herança gráfica do Estado Novo. Quer se goste, quer não se goste, foi das poucas ocasiões em que um regime foi agarrar numa série de artistas, que ainda não se chamavam designers, e tentou produzir uma identidade, passando por cima das artes plásticas, quase diretamente da pintura, e coisas como a escultura... mas, basicamente, o regime do Estado Novo foi uma coisa assim declaradamente modernista na medida em que apostou em artes aplicadas, arquitetura e design, ou aquilo a que hoje se chamaria de design, passando por cima de artes assim menos aplicadas. Portanto, foi assim uma época de ouro para o design português. Talvez por essas razões, as pessoas ainda hoje desconfiam um bocadinho do design empregue ao serviço do Estado, ou quando aparecem designers a trabalhar para o Estado. Se calhar ainda é assim uma espécie de culpa por associação, inteiramente merecida, eu suponho... por exemplo, no caso do Sebastião Rodrigues, fala-se muito nos trabalhos que ele fez no pós-25 de Abril, ou para instituições culturais relativamente laicas como a Gulbenkian, mas esquece-se que ele era o designer do regime durante os anos do Marcelo Caetano. Ele foi, digamos, um bocado o obreiro dos últimos anos do regime de Salazar, que era uma coisa mais suíça, mais fotografiazinhas a cores e *kodacs* e não sei o quê...

**Mesmo a ideia do turismo foi desenhada por ele, também.**

Quer dizer...já na altura do Secretariado de Propaganda Nacional que o turismo, produção cultural, censura, andava tudo metido no mesmo saco e com um bom gabinete de design. Com a SNI foi a mesma coisa, com um nome ligeiramente diferente, Secretariado Nacional de Informação... na altura do Caetano, não sei exatamente se coincidia ou não, já tinham o SEIT, que era a Secretaria de Estado da Informação e Turismo, que já era uma coisa mais diluída mas que cumpria as mesmas funções. O design esteve ligado a tudo isso. Eventualmente, quer dizer, foi talvez a época de ouro do design porque tinha assim uma relação privilegiada com o Estado, que não era um Estado propriamente fixe. Nos tempos seguintes dá quase a sensação que se tentou sempre procurar essa legitimidade perdida. Tipo, dentro...,na década seguinte...

quer dizer, de todos os mais marcantes talvez tenham sido os da primeira fase, que era uma espécie de identidade nacional reinventada através do design gráfico. Tipo, os bonequitos do Tomás de Mello, as ilustrações do Bernardo Marques, salvo o erro...as coisas do Almada...todas as coisas mais ou menos ligadas ao António Ferro...são assim as coisas mais marcantes, são assim uma espécie de pintura rupestre do design português, uma espécie de *dream time* do design português. Quase todos os designers se posicionam em relação a isso e assumem isso quase como uma espécie de artesanato, como uma espécie de ascendência, o avozinho, o sítio onde íamos passar férias, tudo recriado em aquarela e serigrafias numa revista Panorama e não sei quê... é óbvio que depois também tinha o lado de lá da coisa, que basicamente era uma ditadura... Nos anos 70 e 80, coisas marcantes. Nos anos 70 as coisas mais marcantes para mim são os livros de fotografia associados ao 25 de Abril. Foi uma explosão gráfica de documentação, mais ou menos celebração, em... na prática foi uma coisa democrática. Apareceram dezenas desses álbuzinhos a documentar as mulheres do 25 de Abril, a vida no Alentejo, as manifestações nas ruas de Lisboa... às vezes era só um delírio gráfico, coisa que hoje em dia provavelmente seria mais um Tumblr ou uma página Flickr do que propriamente um livro. Noutros casos eram coisas mais complexas, com narrativas próprias, que já não eram coisas simples, não eram só celebrações, também eram celebrações e desilusões no mesmo momento. Gosto muito do catálogo do Sérgio Guimarães, o homem que fez o *poster* do rapazito a pôr o cravo, estava associado a uma exposição muito interessante, penso que se chama *Da Resistência à Libertação*.

Outro que eu também gosto é o *Lisboa, Voo de Pássaro*, que é uma coisa... sei lá, tem um ar mais barato que o *Lisboa, Cidade Triste e Alegre* e, tecnicamente, era uma época mais difícil de produzir fotografia, comparado com a foto-gravura das décadas anteriores, era uma coisa muito mais baça e pobre, mas tinha algum interesse... dava uma sensação maior de urgência. Portanto, esses foto-livros do 25 de Abril, essas reportagens gráficas do 25 de Abril, eram...acho que eram emblemáticas de uma certa época que iria desaparecer quase completamente na década seguinte.

Na década de 80... eu estou a escolher trabalhos assim emblemáticos por década. Quer dizer, na década de 80 é um bocadito mais difícil, talvez pelo simples facto de que já havia designers formados. Se calhar, em termos

gráficos, até seria mais fácil dar como exemplo tipo, sei lá, a guerra entre as arquiteturas pós-modernas do Taveira e do Siza, com o grafismo muito óbvio e muito gráfico do Taveira, basicamente a ser derrotado pelo Siza. Foi uma coisa que, até certo ponto, se perdeu. E na altura tinha influências de outros lados, na banda-desenhada, na ilustração, nas revistas havia equivalentes a isso tudo. Havia, digamos, uma certa exuberância e um certo prurido dos anos 80. Uma pessoa via nas capas de discos, nos *posters*... mas provavelmente era isso, escolhia assim o Taveira como o emblemático da coisa gráfica dos anos 80. Pessoalmente, na altura, as coisas que eu via no design português que me espantavam ou que eram bastante semelhantes às coisas do Taveira eram, sei lá, as da Né Santelmo, que entretanto desapareceu um bocado. Lembro-me de uns *posters* dela na Bienal de Cerveira que eram bastante interessantes, tipo design de produto, mas assim anos 80. Hoje em dia é nostalgia, mas na altura parecia uma coisa completamente nova.

Na década de 90, é uma década um bocado esquisita porque tu ainda apanhas coisas no início como a revista *Kapa* a funcionar em paralelo com coisas como o *Público*, o que já é tudo executado, se bem que muitas vezes não planeadas, em computador. Num Macintosh e isso tudo. A revista *Kapa* ainda era feita por maquete, cortada e colada, que depois era executada e o designer só via aquilo a sair da gráfica. Nesse sentido, era aquilo sobre o que estávamos a falar no começo do designer como gestor, aí assistimos ao fim disso. No início tens pessoas como o João Botelho e o Luís Miguel Castro... a partir disso, objetos marcantes... a nível pessoal, um dos objetos que me marcou mais na década de 90 foram provavelmente as revistas de BD já de meados da década de 90 feitas por pessoas ligadas à ESAD.

Quando vim para cá para o Porto, em 90, para aí a primeira coisa que eu fiz quase literalmente foi trabalhar para o Salão de BD. Aí conheci o João Faria, o José Rui Fernandes, e mais uma série de pessoas ligadas à BD. Isto foi literalmente no primeiro dia em que cheguei de autocarro para o começo das aulas, porque o Salão era nesta altura do ano, em Outubro, estava-se a pintar figuras do Tintim e não sei o quê, por lá... e havia uma cena ligada aos fanzines. As pessoas faziam fanzines, as pessoas consumiam fanzines. Lembro-me que, a seguir às aulas, descia-se a 31 de Janeiro e ao fim da rua havia a Livraria Diário de Notícias, onde o funcionário era relativamente aberto e permitia ter uma prateleira de fanzines. Até eram

coisas fotocopiadas – não o tipo de fotocópia que uma pessoa vê agora, digital, uma coisa relativamente limpa, eram coisas mesmo muito más. Uma pessoa olhava para aquilo e sabia que aquilo era mesmo muito mau. O sonho era fazer uma fanzine que tivesse uma boa impressão, que fosse a cores... na altura era difícil, mas de repente sabia-se de um sítio onde era possível imprimir com um toner vermelho e era uma festa. Eu contro sempre isto porque mostra até que ponto as coisas mudam.

A maioria desses fanzines nem era fanzines agrafados e dobrados; as pessoas agarravam em folhas A4 ou A5 (em geral A4), empilhavam as folhas em cima uma das outras e agrafavam-nas. Tinha uma capa amarela, papel amarelo impresso a preto, mas era agrafado assim... no fundo, aquilo começava a ficar tudo uma lasanha. Lembro-me da primeira vez que fui lá e encontrei pessoas mais sofisticadas que obviamente tinham-se lembrado de dobrar a folha A4 ao meio e agrafar assim dos lados. Provavelmente nem tinham feito isso com um agrafador especial; arranjaram um esferovite e espetaram lá dois agrafos dobrados à mão. Havia outros que faziam isso com papéis exóticos. Colecionavam papéis exóticos, tinham-nos em casa numa pastinha e levavam a fotocopiadora e diziam ao senhor que aquilo não estragava a máquina e pronto...imprimiam lá. Tudo isso mostra a pouca sofisticação técnica que havia, porque não havia muitos meios.

Assim de repente, para aí em 93 ou 94, apareceu o João Faria, o José Rui Fernandes e companhia do Salão do Porto, que tinham um fanzine, previamente muito mal fotocopiado, que era o *Epitáfia*, e no último número aquilo já era impresso em gráfica. Ainda por cima assim com tiques que pareciam vindos da *Emigre*, com filetezinhas por todo o lado, letras a entrar umas por cima das outras, tudo feito no Macintosh... nós ficámos assim tipo uau! Eventualmente, aquilo era o último número do *Epitáfia*, salvo o erro o 12, posso estar enganado...eles acabaram com o *Epitáfia* e criaram o *Quadrado*. O *Quadrado* era uma coisa que, programaticamente, o primeiro número era feito tipo *comic*, uma coisa também nunca vista. Aliás, desperdiçava papel. Como eles próprios diziam na altura, era um formato tão estranho que desperdiçava papel na gráfica, não compensava. Eles faziam uma série de calendárizinhos e não sei quê para aproveitar o papel que sobrava. Aquilo era impresso no papel que estava na moda, o papel reciclado, mais rugoso, e com a capa impressa a duas cores. A fazerem uma terceira por

*overprint*, um bocado otimista. Nos números seguintes, aquilo começou a assumir um formato maior e acabou por estabilizar num formato curioso, quase literalmente igual ao formato da revista *i*, que também apareceu no início dos 90. Era, no fundo, uma espécie de revista *i* sobre BD, com tiques da *Emigre* e da *Ray Gun*. Temos uma mistura dessas influências todas. Esses objetos gráficos ligados à BD, mesmo hoje em dia ainda são relativamente sofisticados. Não tinham muita produção, raramente tinham coisas a cores, tinham um ou dois tipos de papéis no interior, mas que eram feitos com muitos meios técnicos. Tipo programas, fontes e isso tudo, sobretudo porque o José Rui vendia fontes da *Emigre* e da Fuse e vendia a própria *Emigre* no atelier dele. Todo esse contacto tanto com a BD como com gente como o Dave McKean e o Bill Sienkiewicz – contacto que era mesmo pessoal, porque eles traziam-nos cá para os salões de BD –, misturado com o contacto com estas ferramentas todas e o contacto com esses meios todos era obviamente uma coisa muito marcante. Era como se fosse uma lente a focar de uma maneira distorcida mas ao mesmo tempo poderosa numa série de coisas que vinham lá de fora. E isso para mim, em termos portugueses, foi talvez a coisa mais marcante pessoalmente do meio da década de 90. Já para o final...por acaso nesta década já um bocadinho mais difícil de dizer... a partir daí começa a aparecer trabalho que não é necessariamente gráfico, o ensino também teve algumas mudanças ao longo do tempo, a tal evolução da legitimidade também teve outro tipo de evoluções...o professor típico de design mudou. Nos primeiros tempos era o pequeno e médio empresário que dava aulas, depois, passado algum tempo, passou a ser o professor mais ou menos profissional que dava aulas e ainda fazia alguns trabalhos... e isso, eventualmente com as políticas financeiras e legais, o ensino também iria sofrer assim um baque gigante... agora o modelo que eu vejo mais aqui na escola é a pessoa que tem um espaço tipo restaurante ou exposição de galeria ou tipo de exposição de móveis e também dá aulas. Ou seja, transforma-se numa espécie de lojista, as pessoas voltam um bocado àquele ideal pequeno-burguês portuense...basicamente, o professor atual é uma versão século XXI do Aurélio da Paz dos Reis. Tipo, tinha uma loja de flores e também fazia fotografia.

**Achas que é importante no ensino que tem a ver com o design português, que haja uma relação entre o professor e o mercado, de alguma maneira?**

Eu acho que a relação vai estar sempre lá. Andar a tentar fixar qual vai ser a relação do designer com o mercado é partir do princípio que se sabe exatamente o que vai estar a acontecer em termos de mercado.

**Mas o que estava a dizer era se achas importante ter um professor que se dedicasse só ao ensino, pura e simplesmente. Que não houvesse aquela componente mais prática do próprio docente...**

Acho que sim, quer dizer, por um lado acho que sim, não de uma maneira completamente absoluta, mas acho que sim, talvez por uma questão ética. Portugal é o país onde toda a gente acha que toda a gente tem conflitos de interesses, mas onde toda a gente tem dois empregos. E isso é um sítio onde toda a gente tem telhados de vidro na questão dos conflitos de interesse. Por um lado, em termos ideais, é possível uma pessoa dedicar-se. Mas depois qual é esse tipo de dedicação, o que é exatamente esse tipo de dedicação? É uma coisa que é discutível. Eu, pessoalmente, também acredito que faz parte da responsabilidade –ou pelo menos das minhas responsabilidades como funcionário público ou professor universitário – ter uma intervenção na vida pública. Será que isso é um conflito de interesses, será que isso são duas coisas diferentes? Por exemplo, com a falta de contratação de pessoas para o ensino superior, tem dado origem ao fenómeno curioso que é as escolas não puderem contratar pessoas de fora da função pública. Assim, o que se faz, é convidar pessoas que nas outras escolas tenham um bocadinho de horário e estejam disponíveis para dar aulas noutra sítio. E isso é um resultado de políticas que têm como, provavelmente, único fim reduzir o número de funcionários. Por outro lado, o efeito secundário direto, que se calhar é planeado, é alocar o máximo possível de recursos que estejam a ser subutilizados. Ou seja, alguém que esteja a dar aulas num sítio e dê dez horas e que tenha duas horas livres e nesse sistema, não contratando alguém, pode ir dar aulas a outro sítio qualquer. Obviamente, tudo isso levanta questões de exclusividade, de lealdade e de não sei o quê que, na minha opinião, são totalmente estúpidas. Tanto mais que o sistema autoriza isso. E às vezes também há vantagens. Uma das características que eu vejo cada vez mais no ensino português é que é um ensino muito insular. Ou seja, as pessoas só se encontram nas cerimónias de defesa de teses, nas cerimónias honoríficas disto e daquilo mas

raramente se encontram por longos períodos de tempo. É relativamente mais fácil fazer mobilidade de Erasmus para um sítio qualquer do mundo do que ver o que está a funcionar na escola x ou y, e neste momento há 30 ou 40 escolas de design em Portugal que pouco sabem o que as outras estão a fazer. O que sabem é preconceito, porque ninguém as viu. Ou então leem as teses que estão a ser escritas num sítio, mas, mais uma vez, isso não é uma boa ferramenta para saber o que está a ser feito. E estou a ser muito caridoso... no fundo, é os cegos a guiarem os cegos por todo o caminho. No fundo, acabas por ter um meio relativamente rico, que não tem consciência que é rico porque é tudo fantasticamente insular. Vais a um escola tipo em Tomar e o discurso deles é bastante diferente, sei lá, das Caldas, que fica ali muito perto...e os professores vêm todos, muitas vezes todos os fins de semana, de Lisboa, e até se conhecem em Lisboa... mas basicamente assumem discursos muito diferentes nesses sítios interiores. Tens uma série de experiências que... sei lá, a maioria das pessoas nem faz ideia de qual é a diferença entre estar numa escola pequena num sítio com relativamente poucos alunos há muitos anos ou estar numa escola numa grande cidade, onde os alunos são quase dados de mão beijada pela geografia... tudo isso dá origem a identidades e discursos muito distintos. E isso, são raras as pessoas que se dão ao trabalho de ir falar às pessoas. Há uns tempos, salvo o erro, o Eduardo Nunes estava a fazer um documentário sobre escolas no interior do país, que é uma coisa interessante, ele deu-se ao trabalho de, com o dinheiro dele e juntando troquitos, de ir fazer isso. É uma coisa fantástica porque vai para lá da sabedoria adquirida. Essa questão, quer dizer...respondendo a uma série de perguntas, acho que o design já tem as suas próprias formas, os seus próprios hábitos, as suas próprias instituições...e não é muito encorajado a ser consciente sobre ele mesmo. E talvez o medo maior seja matar a galinha dos ovos de ouro. Se percebermos como isto realmente funciona nem faz sentido que isto funcione. O Upton Sinclair, novelista, dizia que nunca se há-de fazer alguém compreender uma determinada coisa se essa determinada coisa implicar que essa pessoa perca o emprego. Até certo ponto, o design português vive um bocado nessa inconsciência. Já tinha falado naquela característica que é a inconsciência, uma certa falta de espírito crítico mais alargado. A tendência para uma pessoa viver em comunidades relativamente pequenas – a

turma, o atelier, a cidade... – e ficar um bocado satisfeito com isso. Quer dizer, isso são manifestações públicas, de pequena escala. Num momento em que realmente consegues aceder ao mundo inteiro através do teu laptop, manter isso nessa escala é confortável. Tal como as pessoas preferem ter Facebook a um *blog*...ou seja, são comunidades relativamente fechadas. Às vezes há fenómenos curiosos que são pessoas que só discutem dentro de um grupo, dentro do Facebook. Basicamente, é um gueto, dentro de um gueto, dentro de um gueto. E é confortável, mas eu fico sempre a pensar assim...tipo, às vezes dentro do meu grupo, dentro das pessoas do Facebook, às vezes aparece alguém a dizer que Jesus é o meu salvador pessoal, o que é assim uma coisa estranha. Eu fico a dizer “uau!”, alguma coisa passou a barreira, quer dizer... começas a perceber que estás a discutir um bocado a pregar os convertidos naquele grupo ali. Se estás a escrever no *blog* à partida já tens gente que discorda de ti, por exemplo...o Facebook é mais confortável.

Eu estou a dizer isto, no fundo, por analogia, que o design tem a tendência para se mexer nos sítios mais confortáveis. Embora, como estávamos a falar há bocado pré-entrevista, fazendo assim uma referência, os arquitetos, por exemplo... é sempre os arquitetos isto, os arquitetos aquilo...os arquitetos são muito maus e nós queremos ser como os arquitetos e ter uma ordem como eles, mas não somos tão poderosos e não sei o quê não sei que mais. Mas alguém já foi falar realmente com os arquitetos? Fora jantar e discutir se o arroz de cabidela está fixe, alguém já foi mesmo falar com os arquitetos e perceber o que se está a passar? Na maioria dos casos não. Não da maneira como interessa mais neste caso. A mesma coisa em relação às agências publicitárias, em relação ao governo... as pessoas queixam-se muito mas mantêm-se dentro da sua área de conforto.

Mesmo estas áreas de conforto são as áreas de conforto típicas. É como ires a uma agência de viagens e pedir uma viagem até às áreas de conforto típicas...sei lá, ir fazer um intercâmbio para França ou ir até à Holanda... quer dizer, bolas, por amor de deus, isso são, mais do que lugares comuns, são viagens comuns. Já falámos de coisas que serão relativamente mais difíceis do que essas, como conhecer outras escolas cá dentro, conhecer outro tipo de práticas relativamente próximas ao design gráfico, mas que não são bem design gráfico...sei lá, agora não me lembro de nenhuma... não é porque não tenha, acho que já escrevi sobre isso, mas há uma série de áreas mais

ou menos paralelas de proximidade...por exemplo, toda a gente acha bastante glamoroso falar com o mercado editorial, mas tendo em conta que os designers tendem a fazer secretariado, porque não investigar mais um bocado sobre secretariado? É óbvio que é desconfortável porque ainda pensam que nós somos secretários, e não queremos que isso aconteça. Somos profissionais liberais, somos parecidos com os arquitetos, se calhar até com médicos, mas com secretários não por amor de deus. Entretanto, lá vamos imprimindo a folhinha para pôr na máquina de café a dizer que está avariada. Acho que é uma boa maneira de terminar. Já terminámos, eu já disse de tudo. Não falei de muitos trabalhos marcantes do século XXI mas acho que ainda é demasiado cedo para isso.



---

## Síntese

Encontrámos Mário Moura, conforme combinado, numa sala do Pavilhão sul da FBAUP. No início da entrevista Mário Moura pediu para ler as entrevistas que iriam ser efetuadas, não numa perspetiva de preparação, mas como orientação da mesma.

No que toca à *tecnologia e software*, Moura refere que estas mudaram a forma de fazer design. “O próprio computador em si, o *desktop publishing*, mudou radicalmente a maneira de fazer design. Puxou o design para um sítio totalmente diferente” (Moura, 2012). Um dos caminhos para o qual o design gráfico foi empurrado mas que, segundo Moura, sempre viu de forma positiva, foi a normalização. “Por exemplo, agora, essa questão de que vamos começar todos a pensar da mesma maneira porque temos um computador... quase de certeza que já houve perguntas semelhantes em relação a outras tecnologias que normalizavam” (Moura, 2012). Moura desdramatiza a situação da semelhança que provém do uso da tecnologia,

afirmando que antes do computador, o grande fetiche do designer era a fotografia, e antes disso outra coisa seria. Ou seja, “houve uma altura em que se falava muito na questão da manualidade por oposição ao computador, mas por exemplo, (...) nem sequer é uma questão tão de uma coisa se opor a outra” (Moura, 2012) remata dizendo, que não se opõem, são caminhos diferentes.

Sobre o *estado do design* Moura refere que o enquadramento tem fortes consequências sobre a forma de vermos determinada coisa. A cultura muda tudo e “uma pessoa não pode só fazer uma avaliação formal do que é o design. (...) Todos eles têm condicionantes e, de alguma maneira, essas condicionantes acabam por afectar, em muitos casos, a questão formal” (Moura, 2012). Quanto à evolução do design gráfico, refere-o como muito inconsciente por uma questão de falta de aprendizagem, afirmando que este “tende a esquecer muito rapidamente o passado e tende a repisar bastante as mesmas coisas” (Moura, 2012).

---



## Anexo 6

### Entrevista com João Faria

**Entevisado:** João Faria

**Entevisador:** João Tiago Santos

11 out 2012

**Duração:** 1h15m

#### Qual é o teu percurso académico?

Fiz o liceu na área de Arte e Design no Rodrigues de Freitas com a professora Elvira Leite... não é por ter sido no Rodrigues de Freitas, mas com a professora Elvira Leite é que é importante. No Porto, por hábito, ou se fez no Soares dos Reis ou não se fez ou no resto dos liceus parece que é indiferente, mas no meu caso em particular não é, porque a professora Elvira Leite acabou por marcar esse percurso no liceu. Depois entrei na ESAD, com 18 anos vim para a ESAD, e fiz o curso de quatro anos na ESAD. Portanto é esse o meu percurso académico. Tenho licenciatura em design de comunicação pela ESAD de Matosinhos.

#### E que outras influências tiveste para moldar o teu trabalho enquanto designer. Já percebemos que Elvira Leite é uma influência que te fez seguir até ao design...

Sim, pelo menos em criar alguns mecanismos de sensibilidade à área que fosse. Por acaso quando fui aluno da Elvira estava mais apontado para seguir arquitetura do que design. Embora até fosse um falso direcionamento porque... e tinha a ver com as condições, com a situação da época, em que o design era de certa forma uma novidade, ou mais ou menos desconhecido em termos de percurso profissional, em termos de atividade profissional.... E a arquitetura pelo contrário; obviamente com o estatuto social que sempre teve, familiarmente, digamos, a coisa punha-se nesse estado. Ou era arquitetura ou artes plásticas. De facto o design existia como uma coisa intermédia mas não se sabia muito bem o que era. A questão da influência da Elvira tem a ver com a questão da abertura de horizontes, em termos gerais, não propriamente no design ou nas artes plásticas ou na

arquitetura. A forma como abordava o 10º e o 11º e a forma como dava formação aos alunos.

Mas a verdade é que desde muito novo que me interessei particularmente pela comunicação visual na área do desporto, por ter estado sempre muito ligado ao desporto. Para mim sempre foi um objeto de grande atração, as imagens desenvolvidas e criadas para os grandes momentos desportivos, como os Jogos Olímpicos e campeonatos do mundo. Nunca me passou ao lado as mascotes. Ainda hoje sei, reconheço e tenho uma certa nostalgia por algumas, por esses elementos...como o Naranjito, do Mundial de Futebol em Espanha em 1982 ou o Misha, dos Jogos Olímpicos de Moscovo em 1980...e todos os fardamentos, toda a envolvimento visual e especialmente ainda mais a gráfica dos desportivos. Daí também ter passado para a publicação, nomeadamente aquela que explorava a espetacularidade visual do desporto. Lembro-me de que no liceu – lembro-me, é corrente falar nisto –, eu andava no Rodrigues de Freitas, os meus pais e eu morávamos em Matosinhos, e eu tinha a semana para os almoços e às tantas não tinha dinheiro para os almoços porque gastava em revistas. Comprava uma revista, da qual ainda tenho alguns números, que era a Grand Prix, uma revista francesa centrada na Fórmula 1...fundamentalmente não pelo interesse no motor dos carros mas pelo circo gráfico. E comprava muitas outras... facilmente comecei a comprar as revistas brasileiras de surf e de wind surf e de desportos radicais onde começamos – para mim, sinto um pouco isso –, aí nesse momento começa-se a dar uma certa passagem entre... porque uma coisa é o desporto, que já em si é uma coisa comercial, os grandes eventos desportivos têm um lado de exploração visual muito ligada às próprias marcas que o patrocinam... e os desportos radicais acabam por ser o

mesmo mas numa perspetiva um bocado mais alternativa. Os dispositivos são ligeiramente diferentes... Mas, fundamentalmente, para não perder o fio à meada, acho que a cultura da revista e, antes de mais, a revista ligada a desportos específicos e depois, provavelmente com a adolescência, com os interesses nas artes e fundamentalmente pelo cinema a fugir para outros temas...ah, e a música, obviamente... portanto, a publicação de música ultrapassou, num determinado momento, a publicação desportiva, mas o editorial acho que é fundamental em termos de formação. O editorial estrangeiro, as revistas de desporto estrangeiras, as de música estrangeiras, que em Portugal eram praticamente eram inexistentes, a não ser o Blitz... e há dez anos, quando me casei...ou quando me juntei, saí de casa e a minha mãe fez-me um ultimato: ou deitava eu fora ou deitava ela fora. Um maço de Blitz, jornais Blitz, que ainda existiam lá em casa. Além de outros, como o LP, um jornal de música que existiu pelo meio... pronto, mas isto respondendo à tua pergunta em relação à formação, eu vejo que as publicações impressas, nomeadamente periódicos ou editoriais periódicos, revista, jornal, são de facto muito importantes como motivação para querer seguir o design gráfico, o design de comunicação. Penso que por aqui...o desporto, o desporto não é só publicação, o próprio desporto em si mesmo, que está cheio de elementos ligados à comunicação visual.

**Achas que o design gráfico português está a tornar-se mais globalizado, ou mais global, fazendo perder potenciais características? Ou essa globalização está a conduzir os designers para a busca de uma maior individualidade, em termos formais e conceptuais? E, ao mesmo tempo, a demarcarmo-nos do design mais internacional. Tu, principalmente, que tens um tipo de trabalho muito específico, tens uma assinatura, percebe-se muito bem quando um trabalho é teu...**

Pois, estão aí várias perguntas, há várias coisas... em relação ao design gráfico se tornar mais ou menos global eu tenho dúvidas que esteja a tornar-se mais. Eu há uns anos tive a sorte...um aluno chegou aqui à aula e disse "olhe, professor, eu vi um conjunto de *Graphis* anuais, um anuário *Graphis* entre os anos 50 e 60 à venda na Rua da Fábrica, eu só tenho dinheiro para comprar um, mas se o professor tiver possibilidade vá lá e fique com eles". Aconteceu mais ou menos assim, eu fui lá e hoje tenho uns dez volumes da

*Graphis* entre os anos 50 e 60, vários volumes dos anos 60... isto para dizer o quê? Que no meio das *Graphis*, dos Paul Rand, dos Saul Bass e daquela gente toda, os Sebastões apareceriam! E apareciam fazendo parte já desse grupo internacional e a diferença era nenhuma. Aquele que era o design de ponta já era internacional e acho que continua a ser. E há o que não é, e ponto final. Há o que de facto se faz com os mesmos pontos de vista, com uma certa partilha, com os olhares que não são portugueses...e há a forma de fazer as coisas muito caseiras. Sei que me estou a baralhar em relação à própria pergunta, mas é inevitável que uma coisa se torne mais global quando o próprio mundo se tornou mais global. Isso não há resposta possível ao contrário. Se a malta está noutra sítio muito mais depressa do que estava...

Mas aquilo que é a tal representação, os embaixadores, aquele que é o trabalho que forma o quadro referencial, esse sempre foi internacional e continuará a ser no sentido global. Independentemente de algum dele ter ou não ter de forma mais visível elementos que são referentes à originalidade da cultura portuguesa. Para já, se é português, a maior parte deles está composto e escrito em português, o que em si já é uma diferença brutal. Ver um trabalho espanhol em espanhol ou castelhano ou o francês em francês...ou seja, o jogo gráfico, o jogo das palavras, a forma como se aborda artigo/ nome, nome / sobrenome, características que são só da cultura e, nomeadamente, da língua portuguesa – os acentos, os til – e que marcam claramente aquilo que é as resoluções gráficas, a proposta gráfica em português e que a diferencia das outras... mesmo o mais global do design português acaba por ter características locais.

Para resumir, de forma mais sintética, a questão se é mais ou menos...eu não acho que seja nem mais nem menos. Há um que é mais, outro que é menos, mas não me parece que haja diferenças.

A última parte da pergunta, já me parece outra pergunta...

**Sim, a questão de nos estarmos ou não a tornar mais individuais, se a globalização está a tornar o design gráfico português numa questão mais...se estamos a ir mais pela tal maré ou se, pelo contrário, estamos também a barrar um bocadinho esta onda...**

Mas então não percebo aí o teor da palavra global. Se global é tornar-nos mais indiferenciáveis em relação ao resto, ao que se passa à nossa volta, ou estás-me a

perguntar se a globalização, se uma cultura mais global me leva a tornar-me mais diferenciado do resto...se calhar aí penso que sim, ou seja, utilizo as ferramentas que me permitem... as ferramentas surgidas para tornar as coisas mais globais, eu utilizo-as de forma a tornar-me mais diferente? Acho que sim, sim. E isso eu faço por sistema, faz parte de mim e das minhas propostas fazer isso. Por um lado, e antes de mais, utilizo o acesso à informação global para me diferenciar do meu vizinho local, claramente. Daí reconhecer mais no meu trabalho a influência de fora do que a de dentro. Pelo menos naquilo que tem a ver com o que surge no processo de design. Não é aquilo que já existe antes, porque aquilo que já existe antes de facto é mais local do que... mas a partir dessa plataforma local utilizo muito a ferramenta, como a Internet, por exemplo, para me ajudar a descolar daquilo que é...ou seja, um exemplo muito concreto: faço muito um trabalho, permanentemente, de confronto de o que estou a fazer com outros casos ou com outros objetos da mesma ou de outras áreas. Dentro do design gráfico, se estou a desenvolver um cartaz para uma peça de teatro (já que nos últimos anos o meu trabalho tem-se focado bastante nisso), uso outros trabalhos dentro da mesma área – maioritariamente fora, mas não só, não deixo de pensar nos dois ou três casos em Portugal com os quais também me confronto –, esse trabalho serve para me relativizar, para me exigir qualidade. O meu tem que estar ao nível daquele. Não é eu, o nível pessoal da coisa, é aquilo que eu estou a fazer, aquilo que eu estou a participar, a construção em que eu estou a participar, que não é só a construção do meu design gráfico, mas a construção à volta de um objeto concreto que é uma peça de teatro e para a qual eu estou a trabalhar, e daí depois as minhas reticências em relação à questão da autoria e da individualidade... da marca pessoal...mas o facto é que eu estou a fazer um trabalho, como diz o Pierre Bernard, “o trabalho não é o meu trabalho”, não é meu...mas de facto esse confronto global, os próprios instrumentos da globalização são, como disse há bocado, bastante úteis.

Até me ajudaste a revelar a mim...há aqui este...eu não tinha pensado nisto, não tinha pensado nessa forma. A pergunta que fazes, a forma que... já me têm feito essa pergunta de outras vezes... mas pelo menos agora deu-me a ilusão de que respondi aqui a qualquer coisa em concreto a mim próprio, coisas que já andavam na cabeça...e faço com os alunos este trabalho. Ninguém vai começar a desenhar a capa de um livro sem ir ver capas de livros e,

concretamente, a capa para o mesmo livro desenhada contemporaneamente ou no passado noutras culturas ou noutras línguas. Não só na anglo-saxónica, que é a tendência maioritária; é só ir ao sitezinho...o Google é fantástico noutros aspectos, nesse é mau; em algumas coisas é passível de nos deixar ver como é que na Bulgária o cartaz da gaivota foi resolvido. De outra forma como é que íamos recolher esse material todo?

Se calhar, agora voltando, até já ponho em causa se o trabalho é mais ou menos global, se a globalidade me serve para a diferença...sim, mas não – e aí é que talvez haja uma diferença – uma questão de uma diferença de um ponto de vista individualizante, ou seja, não eu, o meu trabalho, o meu ego, mas no sentido daquilo que eu consigo pôr como cúmplice de um determinado projeto. No caso, se for a peça de teatro, como é que eu estou a ser cúmplice, como é que estou a dar àquilo que depois se vai tornar... mais ou menos momentaneamente ou, em alguns casos, mais do que momentaneamente, o embaixador visual de que aquilo existiu...a peça de teatro desaparece, não é, e o cartaz fica...como outros elementos documentais, obviamente, mas ficam lá.

Eu há bocado estava aqui...quando chegar a altura de dizer o nome da senhora...da Cristina Reis. Bem, está. Porque eu estava, aquelas brancas...eu há bocado ia dizer Cristina e depois percebi que estava com uma branca estúpida e estava-me a faltar o nome dela... é outra história, mas tem a ver com os confrontos internos. Quem dirige, quem é que tu pões num patamar de confronto em termos internos...obviamente a Cristina Reis e o trabalho da Cornucópia é o referente, não há outro. Em termos de teatro, especificamente, porque tu podes ver a *Gaivota* da Cristina Reis e podes ver a *Gaivota* do João Faria, embora, lá está... a *Gaivota* da Cristina Reis é a *Gaivota* da Cornucópia e a *Gaivota* do João Faria é a *Gaivota* do TNSJ... do Nuno Cardoso, que é diferente, são coisas diferentes. E, portanto, o trabalho no TNSJ, do São João, tem muito a ver com isso, com o trabalho para os criadores dos espetáculos e não tanto para a casa como objeto central. É um trabalho diferente, por exemplo, daquele que o Martino faz para Guimarães em que há uma imagem institucional... e eu tenho dito, nas conferências, se calhar já ouviste isto, que a imagem da casa sobrepõe-se ou está num primeiro plano... [pausa, atende o telefone]

Para ficar com o registo, embora já tenha dito, já tenho ouvido...o trabalho no São João...desde que fui convidado a partir do segundo mandato do Ricardo Pais, em 2003,

e portanto...desde 2003 até 2010 a ideia foi sempre que a imagem do teatro resultasse da soma das imagens desenvolvidas ou propostas para os espetáculos que compunham a programação do próprio teatro. Portanto, salvaguardando as características de cada espetáculo e dos interesses de cada um dos responsáveis dos espetáculos, dentro do possível...obviamente o contacto com esses responsáveis nunca aconteceu sempre da mesma forma, porque as disponibilidades...um espetáculo não é igual ao outro e as circunstâncias levavam a que um relacionamento fosse mais próximo ou mais afastado. Mas, dentro do possível, era sempre o espírito do próprio espetáculo que orientava as imagens. E depois daí que há naturalmente duas ou três coisas que se fixaram para ajudar a haver uma agregação mínima do conjunto das coisas. Logótipo à esquerda, colocado de uma certa forma, com um certo tamanho...e, além de fixar, também ajudar a que as coisas fossem rapidamente executadas. Porque à média de quatro espetáculos por mês as coisas têm de ser feitas muito rapidamente. Aquilo que era mais institucional – o local do logótipo, o local das datas... uma coisa que vem com o tamanho é que foi o facto de haver duas salas, a diferenciação entre o Carlos Alberto e o São João que, inicialmente, se pretendia que fosse acentuada e que depois se diluiu ao longo dos anos, destes últimos anos...quer dizer, pode-se pensar que o TeCA tenha espetáculos mais pequenos e companhias mais pequeninas e tal, mas também estiveram lá, a própria companhia da casa esteve lá, como foi o caso do UBUs... já deixou de ser a sala para os pequenos e o São João é a sala para os grandes, quando por diversas vezes a coisa trocou, portanto não era também aí que se fazia diferença. Ou seja, no fim não havia diferença nenhuma entre as salas, a não ser que uma ficava lá no fim do mundo na Batalha e que a outra ficava ali mais perto da Boavista, como o Ricardo Pais disse, durante muito tempo nas entrevistas, passou a ser a sala de recepção do Porto. A Baixa existe mas a parte mais fixe da cidade está na Boavista, entre o eixo Casa da Música e Serralves, aí é que se recebe os de fora no Porto. E portanto o São João está para o outro lado...em termos de imagem, já não era a distinção entre as duas salas que importava...nunca foi, acabou por nunca ser...mas sim os espetáculos em si que depois agregados, ao contrário...só para completar, normalmente dou este exemplo...ao contrário do Vila Flor, em Guimarães, que tem uma diversidade de espetáculos muito maior e com apresentações muito mais curtas, o que não permite fazer

este trabalho. Portanto, pensado nas características, o trabalho no São João ia sendo realizado desta forma – e continua a ser, não tendo a ver comigo, continua a ser – porque quase o tempo útil para fazer as coisas corresponde a esta apresentação. Casa da Música, Centro Cultural Vila Flor, não é possível fazer isto. A não ser como fazem na Casa da Música por ciclos temáticos, e portanto tentam que um ciclo temático tenha uma imagem própria. E daqui, já não sei...isto foi ainda a propósito do individual

**Isto não tem muito a ver, mas a questão do Teatro São João, tem a ver aqui com uma curiosidade... de certa forma foste tão marcante no Teatro Nacional São João que quem te vem a seguir teve um problema de identidade, ou seja, o próprio Teatro Nacional São João não conseguiu... apesar de trabalhar para um Teatro Nacional São João, aquele teatro ficou quase...era a imagem...**

Mas não é de mim, eu estou a perceber a pergunta. Mas o Teatro Nacional São João não está órfão de mim. O Teatro Nacional São João está órfão do Ricardo Pais. E a partir daí não haverá muito a dizer...

**É porque houve uma colagem muito grande em termos gráficos, ou pelo menos tentavam colar-se um bocado à imagem que tu criavas?**

Mas isso também porque...é de facto, digamos...não uma prova, mas é algo, uma característica que me defende quando eu digo que... vou pôr de outra maneira: é um argumento, aquilo que me estás a dizer, que há uma tentativa de colagem, não acho que seja uma tentativa de colagem. Houve uma tentativa, e ainda continua a haver, uma tentativa de dar continuidade ao trabalho que eu realizava porque, em princípio, foi maturado para ter lógica, para ter sentido, e mais do que meu é um trabalho que vinha da própria casa. O que provavelmente ele precisa, para ter continuidade da forma que era feito, precisa de pessoas capazes de o fazer, de dar essa continuidade. Porque eu não acho, de forma absolutamente nenhuma, aquilo a que chamas uma marca, tu deixaste uma marca...a marca ficou pelas circunstâncias, ou a marca está dada...não é uma questão de falsa modéstia, ou modéstia...se eu tive a capacidade para dar resposta em determinada altura às circunstâncias que me exigiam qualidade não significa que outra pessoa fosse capaz de dar essa resposta e com

algo aproximado, com propostas gráficas com nuances equivalentes. Não necessariamente as mesmas, porque de facto estando centrada a proposta numa pessoa, como era o meu caso, dificilmente outro proposita exatamente a mesma coisa. Mas, mas...pelo menos o grau de exigência, e que vinha todo de quem estava à cabeça daquela máquina que é enorme, e que não é só o design gráfico, assim o exigia. Às vezes até contrariado, porque muitas das soluções que se desenvolveram a direção artística, o diretor artístico, não se revia nelas. Mas como eram desenvolvidas a olhar para os espetáculos, o que acontecia é que alguns espetáculos a direção artística não tem – isso acontece em qualquer lado – de se rever neles. Portanto, por consequência, algum do trabalho gráfico desenvolvido naquela altura... eu penso que hoje, se calhar, já há distância, alguns trabalhos gráficos que foram quase impostos por mim, de certa forma, à direção, e que na altura até criaram alguns atritos, hoje já haveria reconhecimento. Da minha parte, que se calhar até exagerei, da parte da direção, que se calhar até funcionava melhor do que eles queriam... já são aspectos muito específicos, mas onde eu quero chegar, de facto, há um problema de continuidade, que começa na mudança de direção. Não quer dizer que o diretor atual seja menos capaz do que o diretor anterior; o diretor atual é que tem menos poder de decisão do que o anterior. O diretor anterior decidia tudo. Hoje em dia quem decide sobre a comunicação é o diretor de comunicação, não o diretor artístico. Por questões estruturais e institucionais que o próprio Ministério das Cultura, hoje Secretaria do Estado da Cultura, criou. Ou seja, a alteração estatutária do São João leva ao aparecimento de um diretor de marketing e comunicação, que dirige a comunicação, o que anula uma boa parte da ação sobre a comunicação do diretor artístico. Na altura do Ricardo a estrutura era diferente, e tudo era respondido, dirigido e centrado na pessoa. A questão da colagem tem mais a ver com o preservar aquilo que era feito, porque pelos vistos funcionava. Muitas vezes ponho, pelo que me dizem, excessivamente em questão o trabalho...muito a quente, ainda muito em cima das coisas, se calhar ainda não tinha a distância suficiente para saber que se calhar, como me foram sempre dizendo, a coisa estava a fazer sentido e que defendia bem o teatro. Mas, lá está, sempre associado a um momento que o teatro tinha e que agora já não tem. A própria programação, todo o apoio institucional e central que tinha, que entretanto se foi esvaziando...agora, não se tem de desligar o microfone

para eu dizer que não acredito nas qualidades...e não tem a ver com os designers, ou com as pessoas que fazem o design, mas com a direção de comunicação. Essa sim, é completamente incapaz de decidir ao mesmo nível que se decidia anteriormente. É uma questão de decisão.

### **Agora está tudo centralizado, não é, o São João também está com outros teatros de Lisboa juntos...**

A nível de comunicação há uma autonomia, eu acho que há uma autonomia, embora agora não esteja por dentro disso, mas o que acontece é que...não sei se isto é *on the record* ou *off the record*, mas o que acontecia era que o Ricardo convidou-me a ir trabalhar para o São João em 2003. Não me conhecia de lado nenhum, perguntou a duas ou três pessoas se conheciam alguém, alguém lhe falou em mim e ele telefonou-me a pedir para eu lhe ir mostrar o meu portfólio. Ele não me conhecia e ficou admirado com o meu portfólio, porque o meu trabalho não começa no São João. E, portanto...e espero que não acabe no São João. Portanto, não foi por obra e graça de Nosso Senhor nem por nenhum padrinho ou coisa parecida, foi porque o responsável olhou para o trabalho e gostou do que viu, das capas para o Sérgio Godinho e de outras coisas para trás e eu tinha um trabalho que lhe interessava particularmente porque o Ricardo estava interessado, nessa altura, em desenvolver um trabalho de comunicação baseado na palavra. Mesmo essa característica... “ah, porque o teu trabalho é diferente porque se apoia muito na palavra”. Sim, mas no caso até foi exponenciado porque a direção quis que assim fosse. “Vamos trabalhar a palavra, vamos deixar os bonecos”. Claro que depois houve, é inevitável, a presença do boneco devido às nossas características culturais. E é uma das tais coisas, quer dizer, não é fácil... ainda ontem estava a ver um cartaz do Sérgio Alves...e a palavra como imagem, só a palavra, e quando é demasiada imagem e menos palavra não é fácil de ter a velocidade suficiente para dizer o que tem a dizer. É que também é uma questão de velocidade, de tempo. Numa cidade onde não se anda a pé os bonecos às vezes ajudam porque de facto o boneco acelera. Para o bem ou para o mal, o boneco acelera as coisas. Não é uma questão de gostar ou não, a inevitabilidade do uso do boneco, da fotografia e não sei quê. Mas o homem, o Ricardo, queria texto, e a malta foi dando-lhe texto e desenvolvendo, e há uma grande diferença, uma altura em que realmente...é como na plasticina, que era o texto que lá estava.

E agora quem se perdeu fui eu. Eu queria então dizer, voltando à questão da colagem... só é colagem porque se as pessoas tivessem capacidade para fazer e para pensar isso não aconteceria. Eu fui trabalhar para o São João a custo baixo. Ou seja, eu com um ordenado relativamente normal, numa altura pós-2001 em que tivemos uma ressaca enorme de trabalho, 2001 Capital Europeia da Cultura, Porto, o atelier cresceu para poder responder às solicitações que teve e tivemos muito trabalho. Em 2002 a coisa morreu, pura e simplesmente. Em 2003 estava com muito pouco trabalho, e farto, cansado, porque 2001 foi altamente cansativo. Propuseram-me emprego no São João, interessante, um projeto fantástico. Eu tinha de herdar diretamente o trabalho do João Nunes, independentemente de haver o trabalho do Francisco Providência pelo meio, mas pronto... não era essa a minha motivação, também o herdava, mas não era a minha motivação. Era cativante, estando cansado e estando um pouco farto das flutuações de trabalho no atelier, aceitei. As condições eram boas, mas nem de perto nem longe seriam as mesmas condições que um atelier grande teria que ter para trabalhar para a instituição. O que acontece é que quando eu saio as condições em que eu trabalhava, há quase oito anos, as condições com que eu trabalhei durante esse sete anos não eram suficientes para me substituir, no sentido normal da coisa, um sai outro entra, mas substituir por um atelier...ou apareceria alguém para ser designer interno, como eu era, ou tinha-se de contratar um atelier quase do pé para a mão com as mesmas condições, e não dá. Não vou entrar em pormenores, mas em termos de condições de honorários e não sei quê...o que é que foi possível? Foi o possível, a solução é a possível, é uma solução de compromisso, não é uma solução que ponha à frente, antes de mais, a capacidade visível em portfólio, a capacidade de trabalho de alguém, mas dentro do possível...se foi esse o critério, assim se preferiu. A saída também teve a ver com outros critérios, mas...com aspectos, fundamentalmente e para resumir a coisa, com um choque com os princípios *marketeiros*, que não têm ponta por onde se lhes pegue, mas que pronto...

**A pergunta seguinte já está respondida, mais ou menos... acha que a tecnologia está a influenciar a forma de fazer e pensar o design gráfico? Já falámos sobre essa questão, também...**

Sim, hoje em dia já não vamos dizer que o Freehand ou o InDesign influenciam ou não influenciam. Claro que

influenciam, mas mais do que isso, até porque o design tanto se faz com o InDesign como fora do InDesign, mas de facto a tecnologia...sim, sim.

**E mesmo a questão da Internet, também já falámos sobre isso...**

Sim, mais forte do que InDesign será o acesso à Internet...

**Achas que se pode afirmar que existe design português? E como é que o entendes.**

Olha, o design português em português, isso já disse há bocado, é diferente de todos os outros, porque é em português e com todos os constrangimentos...e não é só o português a língua, mas também o português cultural. O design como resposta... ou seja, se uma boa parte da exigência que fazemos a nós próprios - e quando falamos em nós próprios eu faço e noutros em que reconheço esse esforço, como é o caso do Artur e da Lizá -, quando fazemos um esforço para nos equiparmos para sermos capazes de responder, de realizarmos propostas que estejam ao nível...não é propostas que estejam ao nível no sentido...é com a qualidade que vemos outros, que são a nossa influência, fundamentalmente lá de fora, a dar... nunca perdemos o pé, eu não o faço...se calhar, mesmo em relação ao Artur e à Lizá, já não sei se era capaz de dizer o mesmo, em determinada altura...pronto, mas cuidado como estas coisas são ditas em termos de confronto, mas é...em nenhum caso é raro perder o pé que estou a construir um trabalho que vai ser fruído, que vai ter uma audiência portuguesa. Mais uma vez, para o melhor e para o pior, eu sei que a minha audiência tem determinadas características. Eu próprio sou a audiência. E, portanto, isso vai levar-me a tomar decisões em consonância com essa audiência. Há determinadas coisas que eu sei que à partida tenho de pôr num cartaz e, às vezes, mesmo que um cliente ou objeto de trabalho não mo exija, eu sinto-me na obrigação de as colocar ou então, o que acontece mais vezes, eu já sei que as tenho de colocar porque estamos perante uma determinada audiência que tem de ter aquilo para perceber ou para chegar àquilo que nós queremos que chegue. Um exemplo: se a audiência - um leitor, um espectador -, nunca foi ao teatro, é preciso dizer-lhe mais coisas do que para um conjunto de espectadores ou leitores casuais, de rua, que já possam ter um determinado interesse...e, portanto, não acreditemos que estamos a



falar para toda a gente, porque não é. Há sempre também, há uma focalização num certo reconhecimento de coisas. Não posso estar...para o que é que eu ponho lá o *Molly Bloom* e a discussão de ser ou não ser legível “Molly Bloom” quando o que é fundamental no *Molly Bloom* é o James Joyce? Mas se eu não sei quem é o James Joyce o que é que me adianta estar a pôr maior ou mais pequeno James Joyce? Eu sei que quando tenho um cartaz *Molly Bloom* na rua estou à espera que a reação vá ser de quem maioritariamente conhece o James Joyce. Nem é o *Molly Bloom*, é o James Joyce. O funcionamento dá-se a partir daqui. Mas mesmo quem conhece o James Joyce se calhar precisa ainda de mais estímulos do que se estivesse por exemplo em França, com outros hábitos, e com assinatura anual já comprada e com o lugar quente. Aqui não, é espetáculo a espetáculo e o esforço é de espetáculo a espetáculo. Além do mais, os meios são restritos. Ou seja, um cartaz. Quando falamos na imagem de um espetáculo pensamos normalmente num cartaz, mas nunca é só o cartaz. O cartaz, um anúncio e o postal e pouco mais do que isto, além da folha de sala, além da programação. Isto não chega, de maneira nenhuma, para se poder fazer um cartaz mais limpo em que estejam ausentes coisas como a ficha técnica, que eu costume dizer a brincar que só está lá para a família. Porque o ator tal e não sei quê...se levar o cartaz para casa é uma pena não estar lá o nome dele para a família ver. Porque de resto...ou punha grande ou não está lá a fazer nada, ou praticamente nada na rua, mas tem que estar. Porque eu não consigo fazer o ator feliz de outra forma, porque eu não tenho outro material tão nobre como o cartaz para pôr o nome dele, a não ser o programa de sala. Pronto, estou aqui um bocado a caricaturar, mas acontece isto. Ou seja, neste espectro todo, quer audiência necessitar que lhe digam tudo de uma vez, quer o número de materiais ser menor, obriga a uma ginástica formal que diferencia imediatamente a nossa resposta de outras respostas. Eu não consigo mandar para o Festival de Cartazes de Chaumont como o Troxler faz lá para o festival de jazz dele, porque não tem as mesmas exigências. Uma vez o Troxler veio aí visitar ateliers com os alunos dele e fez um elogio a um cartaz, até foi o do *Coronel Pássaro*, “pá, tu consegues organizar tão bem os logótipos”. Para ele isso não é um problema porque ele não tem de pôr logótipos! Eu tenho! Então a certa altura eu tive de afinar os meus mecanismos de como pôr logótipos, todos direitinhos... depois dá aquelas raías, aprovas o logótipo, a maquete com o logótipo de um tamanho, e depois antes de ir para

a gráfica ainda diminuis um bocadinho para ver se o cliente não topa...e eles topam. Depois vão medir e ficam chateados, claro, e isso também se percebe. Por exemplo, o São João desprezava às vezes um bocado patrocínio ou o apoio e não sei quê, mas, por exemplo, nas Curtas não posso desprezar. Porque as Curtas são mesmo dependentes dos apoios. E, portanto, eu se fosse um designer contratado à parte, se não tivesse nada a ver com aquilo e estivesse era preocupado com o boneco...mas não, eu faço parte. Eu estou e desenvolvo o trabalho como parte da equipa. Eu amanhã ter ou não ter trabalho para fazer está dependente se o patrocínio está satisfeito ou não com a presença no cartaz. É estúpido, eu posso tentar mudar a mentalidade disso. Não se põe logótipos, nomeiam-se os coisos, faz-se depois, à *posteriori*, um anúncio de jornal grande só com os logótipos...uma estratégia, até quem começou um pouco com isto foi a Experimenta Design há uns anos, com a *Secretonix* do Mário Feliciano e do Pedro Falcão. Na segunda Experimenta não há os logótipos, a não ser eventualmente o do grande patrocinador, e o resto é tudo por extenso. Depois fazem materiais próprios para dizerem que têm os apoios. Pá, mas um anúncio de jornal no *Público*, uma merda de um quarto de página custa 1500 euros, mesmo com desconto. Já viste, para fazer dois ou três anúncios numa semana para aquele espetáculo é um balúrdio! Não há meios que paguem isto, não há. Isto para voltar à questão: todos estes – e eu disse aqui uma pequenina parte deles – mas são... eu não consigo mandar para Chaumont um cartaz limpo, limpo de logótipos, sem as fichas técnicas, ou seja... eu trabalho muito por camadas, a coisa vai-se pondo...a situação nuclear, depois elementos satélites que vão sendo postos e são importantes de lá estar, depois um segundo nível hierárquico...quer dizer, aquilo vai-se pondo. Isto vai poluindo. O que eu se calhar consigo, quer dizer, o que fomos conseguindo, ou o que se vai conseguindo, o que alguns vão conseguindo, é que este encher chouriços, arranja-se maneira de ficar o melhor possível. Dentro dos tais compromissos, da tal negociação que define, que é o design em si mesmo – negociar, negociar, negociar, tira e põe, tira e põe, tira e põe, negoceia, negoceia, negoceia – consegue-se chegar a um ponto em que, mesmo com o negócio todo, a coisa tem intenção e funciona. Mas não é fácil. E obviamente é irritante quando olhas para o lado e aquilo que te custou tanto arranjar como solução formal que foi encontrada para conseguir responder a essas camada todas, foi utilizada...sei lá, uma data que é usada, um traço daqui

para ali, tu de repente vês o gajo do lado a fazer a mesma coisa e para ele foi muito menos esforçado. Isto são pormenores, isto pode ser outra conversa...

Mas, voltando à questão portuguesa: eu acho que se fosse a Chaumont distinguiria a milhas um cartaz português de um cartaz francês. Nomeadamente o cartaz francês dos M/M ou não sei quê, que não têm nenhum destes compromissos. A questão de facto leva, acho eu, a que se possa dizer que há determinadas características que não são exatamente aquelas pelas quais a maior parte das vezes a coisa é dita, que não existe um design português, ou existe ou deixa de existir. Existe um design que é feito e que está completamente dependente no seu resultado final do que é a cultura portuguesa. E, portanto, eu tenho que dizer que existe um design português. Não estou... não sei se isto foi demasiado longo e no fundo até se pode dizer de uma forma demasiado curta. Estamos a amarrados a esta condição de sermos portugueses. Então tudo o que fizermos, se é para aqui... posso estar aqui a fazer um trabalho para fora... se calhar aí é outra coisa... se perguntar “mas esse trabalho vai ter muitas coisas de cá...” pá, tudo... é a língua que falo, é o ar que respiro, como é que não se pode dizer que não é português? É português, não é de outra forma. Provavelmente se estivesse no estrangeiro, uma boa parte manter-se-ia, não se ia alterar. Se calhar havia coisas que também se alterariam, mas... agora que existe... não sei que quantidade é que existe, até porque se calhar agora ando um bocado distraído em relação... há um design que está escondido, sempre esteve e vai continuar a estar, nós não o vemos. O design empresarial, com carácter de indústria, sei lá, os formulários, tanta coisa... quase 100% do design gráfico que é realizado e que é desenvolvido não está à vista. Portanto, é injusto e desonesto se existe ou se não existe e em que quantidade existe. Mas tem que existir porque a necessidade de comunicação enquanto existir, a necessidade de comunicação nestes moldes em que pedem, solicitam a presença do design. Pá, não sei, estas perguntas levam-me sempre a uma data de... nomeadamente quando são perguntas assim. Acho que... Às vezes tem piada quando estão dois ou três a discutir e vão dizendo coisas e uma coisa puxam as outras. Mas sozinho é um bocado isto que acho, não sei. Eu olho para as capas dos livros do Círculo de Leitores dos anos 70, que andavam lá por casa, ainda tenho alguns, como falo disto nas aulas de vez em quando algum aluno traz-me... e fico estupefacto com a qualidade gráfica daquilo. Portanto, existe como existe... até acho que se calhar os modelos que se copiavam ou que serviam

de referência nos anos 70 eram mais universais do que os modelos que se copiam hoje. Como diz o Mário, vou citar, “estou farto do design holandês”. Foi um dos últimos posts do Mário. Será que há 20 ou 30 anos ele diria “estou farto do design americano”? Olhava as capas dos livros do Círculo de Leitores e diria que estava farto de qualquer coisa? O que é que o leva a dizer que está farto do holandês, será que... há tanta coisa disponível que depois há uma tendência para copiar... não sei... olha, eu não... há bocado estava a ver um trabalho de um aluno e estava a pensar que era... um trabalho de um aluno ou a folhear o *Ipsilon*... hoje é sexta-feira, se calhar foi no *Ipsilon*... usar ou não usar *Arial* para mim já não é um problema. Neste momento o que tinha – e não é dizer que ela está bem ou mal desenhada – mas teria imensa dificuldade em usar, por princípio. Já tenho um preconceito tal nesta altura que nem coloco nunca hipótese em usar a *Neutraface*. Será que o tal design holandês começa pela *Neutraface*, é disso que o Mário está a falar? Não sei muito bem, mas imagino que seja. Realmente, é automático, responde-se com uma fonte, com um tipo de letra, responde-se com um alinhamento vertical, que é praticamente sempre o mesmo... pá, não é a minha praia.

**Já me respondeste mais ou menos à pergunta a seguir, que é se achas que a forma de fazer e conceber design se enquadra no que entendes por design português, tu respondeste a isso. Alguma vez citaste alguns designers nos teus trabalhos no que diz respeito à forma, pensamento, metodologia? Ou seja, se há citações?**

Metodologia eu penso que tenho dificuldade. Nunca citaria em termos metodológicos, processuais? Hmm, é muito difícil, nem sequer fui nunca leitor exaustivo dos outros designers para mimetizar processos ou metodologias. Tinha que os ler, e a maior parte das vezes leio-os nos trabalhos, portanto leio-os basicamente no trabalho final. Há um ou outro que consigo perspetivar, que consigo ter um ponto de vista sobre o modo por que se expõe, nomeadamente nos sites mostra um bocadinho... pá, mas ninguém especial que possa focar.

Por outro lado, em relação às citações, eu acho que é um *melting pot*. O meu trabalho é construído de uma grande negociação entre várias influências e entre coisas que os outros fizeram. Eventualmente, durante o desenho – e foi uma parte que eu reconheci o ano passado, quer dizer, já foi este ano, nas conferências, no João Fazenda, que diz que não tem uma ideia antes, só tem uma ideia durante o

desenho –, interessa-me bastante aquilo que surge durante o desenho. Nos momentos de pausa, quando se pára para olhar e mais do que desenhar novamente a seguir, tornar a ver coisas. É nesse momento em que tu paras para avaliar e decides o que vais ver a seguir que se calhar já não foi o que tu viste no momento anterior. O que vai acontecendo é muitas influências, é muito difícil nomeá-las porque... eu diria, sem pretensiosismos, tudo o que é bom. É tão diverso que me custa dizer que hoje em particular gosto muito da Intro Design, tenho uma porrada de discos da Intro, uma porrada de livros, tenho não sei quê... nomeadamente, o designer mais... como é que o gajo de chama...o House...o Julian House? Por exemplo, os discos dos Primal Scream são Intro mas são fundamentalmente do House. Os discos dos Primal Scream vêm assinados como House at Intro, portanto não é só a Intro...mas estar a dizer um é estar a esquecer os outros todos. É um *melting pot* que inclui portugueses. Eu além de ter trabalhado durante uns meses no atelier do João Machado, antes do mais uma das palavras que me fez vir para a ESAD e tirar este curso foi do João Machado. Eu não entrei em arquitetura por meia dúzia, uma décima...eu quando digo uma décima as pessoas dizem logo “ah, lá está ele...”. Por acaso foi mesmo por uma décima e os meus pais...eu quase de certeza que se tivesse entrado em arquitetura tinha desistido no primeiro ano para vir para design. Design de comunicação, design gráfico, tinha tentado ir para Belas Artes, qualquer coisa, não faço ideia. Mas como não entrei, os meus pais, como boa influência que são e têm sido, levaram-me à ESAD para falar com o Professor Coelho dos Santos para ver se durante um ano, enquanto estava à espera...bastava-me esperar, naquela altura havia umas bonificações, se estivesse um ano à espera entravas a seguir. Tinha-se um valor de bonificação no ano a seguir que já dava para entrar. Só faltava ter que fazer durante um ano, que os meus pais não queriam que eu ficasse a assobiar para o teto. Vim à ESAD, o Professor Coelho apresentou o curso, primeiro ano na escola e a abrir, e quem pôs logo à frente? Aqui, o conselho científico, o João Machado faz parte. A minha mãe “ah, João Machado”. Foi, claramente...o Armando Alves... eram nomes que estavam lá. E foram nomes que fizeram, direta ou indiretamente, com que quisesses fazer este curso. E o resto veio a seguir. Além do mais, o que há em casa, os livros, João Machado aqui, Armando Alves acolá...como é que a gente cresce e depois se esquece que isto não faz parte? Não é possível. É uma grande aldrabice dizer-se que não faz parte, porque

faz. E o que se aprende com estes gajos, observar, ter a sorte de ter algum contacto com eles, a forma como lidam com o exterior...estás a trabalhar com o João Machado e ele ser convidado, com outros nove designers, para fazer um cartaz comemorativo da moeda única... é ei!, uau!. É que não é só a linha, curva, não é isso. É o que injetam de exigência, de queres também fazer bem, de sentires também a responsabilidade de fazer bem e de saberes que é sempre possível fazer um bocadinho melhor do que estás a fazer. Parece um bocado lengalenga mas as referências não servem só para copiar a linha curva ou a fonte a ou b. E se calhar até posso voltar ao princípio: onde é que isto está? No desporto. É claramente a competição e a relação que se cria no desporto de competição com as coisas que tem a ver com isso. E tem a ver com aquilo que tu depois aprendes a retirar noutros campos, o campo profissional e de design, a relação com aquilo que é o teu quadro de referências. Serves-te de uns para umas coisas, serves-te de outros para outras coisas. Se alguns te servem exatamente para observares se uma cor pode ser interessante ou não pode, outros servem-te para outras coisas. E basicamente é isso. Pronto, nomes é difícil...mas tu perguntaste-me três níveis diferentes.

**No que diz respeito à forma, pensamento, metodologia, em termos formais.**

Já não tenho mais nada a dizer...

**Já falaste sobre isso, sim... também já respondeste a esta pergunta que eu te ia fazer, de forma sucinta, a falares sobre a tua forma de trabalho, o teu método, também já falaste sobre isso.**

Já... as camadas, camadas, camadas, e a negociação entre as camadas. É fundamentalmente isso.

**E o facto de não estares alheio de que tens um trabalho para alguém...já falaste sobre isso. Quais são os teus trabalhos mais representativos, ou seja, aquilo que tu achas que te identifica enquanto designer.**

Não sei...felizmente...gosto muito de sentir que consegui fazer um trabalho como o *Medida por Medida*. Gosto mesmo muito do que ali está. Gosto muito do que está nos cartazes do Curtas. Este ano foi um ano especial de corrida que não me permitiu...lá está, as tais circunstâncias daquilo que

é teres uma audiência faz com que...aquilo podia ter sido tão interessante como os anteriores. Não foi porque as circunstâncias não o permitiram.

#### **Aquilo é uma citação ao Sebastião Rodrigues?**

É, claramente. Direta, direta. O momento de processo de desenvolvimento daquela forma em que há uma grande satisfação da minha parte é quando eu proponho a melancia e nem sequer o tanque ainda era aquele. Era a ideia da festa, da revolução, vinte anos de Curtas, de certa forma acompanharam não todo o tempo pós-revolucionário mas ainda as consequências de sermos o país que somos fruto de um dia a coisa ter mudado. Mas as pessoas em cima dos tanques, que é uma imagem que me acompanhou desde miúdo, e que eu mencionei aos outros, e aos outros mais velhos do que eu e que organizam o Curtas, concordaram que é uma bela imagem de 20 anos daquilo que podia acontecer, que não está a acontecer, de uma certa participação...eu não tenho as pessoas em cima do tanque, mas coloquei a melancia. Porque era pela festa. Há um cartaz do Salão de Lisboa desenhado pelo Alain Corbel, em 1999 ou 2000, que tem uma melancia. Há essa referência... há bocado quando me perguntaste se eu alguma vez tinha citado algum designer, pronto, formalmente há aqui um caso. Apesar de estar lá um caldeirão de coisas, como a Praça Tiananmen e o tanque...chegou até a haver uma versão de um gajo à frente do tanque com uma maleta de filmes. Mas não era isso, isso já virava tudo ao contrário. Eu queria que o tanque, em si mesmo, fosse o próprio Curtas. Como grupo, conseguem resistir, conseguem levar...pá, se não fossem um tanque de guerra não conseguiriam resistir este tempo todo. E a melancia é festa. Eu quando mando por *mail* para... no Curtas quem manda é uma direção com quatro elementos, alargado a um quinto...e uma das respostas que obtenho passado poucos minutos é “isto faz-me lembrar uma revista que o meu pai tem lá em casa”. “Ó Miguel (ele é professor de Educação Visual; eles são todos ligados à Belas Artes) a revista de que está a falar é a *Almanaque*”. É mesmo aí, estamos lá. Obviamente isto gera uma aprovação logo imediata. O problema é depois, o resto, os compromissos com o resto... bem, não interessa, isto tudo para dizer... Gosto muito do dos braços, que é o de 2009, e gosto muito do do crânio, do Vietname, de 2007, que é o *Highway To Hell*. O Curtas tem sempre um tema e nesse ano o tema era *Highway To Hell* e eu não podia estar mais à vontade, como fã dos AC/DC que sou... *Highway To Hell* era o tema perfeito

para um cartaz, para um festival de cinema.

No teatro haverá muitos trabalhos onde eu sinto...mas, pronto, só para referenciar, este do *Medida Por Medida* deu-me muita satisfação. E só para terminar... não é muitas vezes que acontece, e mesmo com o esforço que se tenta fazer para o nosso trabalho ter uma ligação forte e corresponder bem ao objeto que lhe dá razão de ser, porque se não houver peça não há cartaz...tu saís do teatro, de ver a peça, e alguém que, por ser tua esposa é tão exigente contigo como quase tu contigo próprio, dizer “fogo, está mesmo lá”. Ou seja, conseguir que haja um sincronismo, uma aproximação entre dois meios tão diferentes. O suporte cartaz e aquilo que tem de ser dito e a peça em si. É um trabalho muito satisfatório, embora na rua ele nem tenha estado muito bem impresso. Ficou muito escuro, muito denso. Mas o que lá está, gosto muito do jornal. O jornaleco que se fez está muito melhor impresso e as imagens estão melhores, embora seja *roscofe*...acho muito fixe. E se tivesse capacidade para continuar a fazer coisas assim...mas fundamentalmente voltamos ao mesmo, e era o que eu dizia outra vez ali: é preciso haver coisas que puxem para fazer coisas destas, e a peça tinha isso. Tu vias aquilo, vias por onde estava a ser levado nos ensaios, vias as conversas com as pessoas que estavam a montar e tu percebias que aquilo tinha... para estar lá bastava ir lá buscar, ir lá beber. E o que acontece é que nem sempre os objetos de trabalho são assim e não se permitem a isto nem sequer querem isto, querem é fogo-de-artifício.

#### **Falamos disto noutra altura?**

Sim.

[pausa]

A Cristina, a Cristina...obviamente o Sebastião...mas olha, eu vou dizer-te uma coisa: há uma quantidade de design gráfico português como essas capas... eu ontem fotografei, até tenho aqui no telemóvel, uma capa de um Truman Capote, a floresta verde, a floresta...oh pá, aquilo está assinado k, k de esquerdo. O nome do designer chama-se esquerdo. Isto para dizer o quê? Que há uma data de trabalhos incríveis, que nos estão na cabeça e andam lá por casa e não sei o quê que nem sequer têm designers...pá, o que é um problema. Quer dizer, o que é um problema não, nestas coisas do dizer se...

---

## Síntese

A entrevista com João Faria decorreu numa sala da ESAD uma vez que Faria é docente nessa escola. Deixámos que Faria fosse mais vasto nas respostas dadas, nunca comprometendo a homogeneidade das entrevistas. Faria refere-se à questão da *tecnologia*, afirmando que já não se coloca a questão de influenciar, porque é claramente verdadeira essa influência.. “Hoje em dia já não vamos dizer que o *Freehand* ou o *InDesign* influenciam ou não influenciam. Claro que influenciam, mas mais do que isso, (...) mais forte do que *InDesign* será o acesso à Internet” (Faria, 2012).

No que toca ao *estado do design*, refere que a globalização não é uma coisa atual, e que já no tempo de Sebastião Rodrigues, este já competia nos interiores das *Graphis* com Paul Rand e Saul Bass. E que “é inevitável que uma coisa se torne mais global quando o próprio mundo se tornou mais global” (Faria, 2012). No entanto, segundo Faria, uma vez que muitos dos trabalhos feitos em Portugal estão escritos

em português, estes têm como marca a língua portuguesa, onde “claramente aquilo que são as resoluções gráficas, a proposta gráfica em português e que a diferencia das outras... mesmo o mais global do design português acaba por ter características locais” (Faria, 2012). Sobre essa questão linguística, Faria acha que se poderá também aplicar em relação aos outros países, ou seja, será esse um dos princípios de distinção. “Existe um design que é feito e que está completamente dependente no seu resultado final, do que é a cultura portuguesa. E, portanto, eu tenho que dizer que existe um design português. (...) Estamos amarrados a esta condição de sermos portugueses. (...) Provavelmente se estivesse no estrangeiro, uma boa parte manter-se-ia” (Faria, 2012).

No *processo de design*, Faria descreve-se como tendo um trabalho que desenvolve por camadas, e que é através dessa negociação entre as camadas, que o seu trabalho surge.

---



## Anexo 7

### Entrevista com José Bártolo

**Entevisado:** José Bártolo

**Entevisador:** João Tiago Santos

31 out 2012

**Duração:** 52m

#### Qual é o teu percurso académico?

A ligação ao design coincide com a ligação ao ensino do design porque venho das ciências sociais e das ciências da comunicação e estou ligado ao ensino do design desde 98...e embora eventualmente já antes pudesse haver um interesse, claramente como objeto de estudo, um interesse pela teoria, pela história do design e pela teoria e pela história do design português começa aí e, por isso, tem cerca de 12 anos, um bocadinho mais.

#### Qual a tua visão acerca da evolução do design gráfico em Portugal?

Em Portugal, um bocadinho como nos países do Sul, de uma forma muito mais marcante do que no Reino Unido, nos países do Norte, Alemanha, etc, havia uma separação muito mais clara, no final do século XIX, início do século XX, entre uma tradição litográfica e uma tradição tipográfica. E, claramente, nós tínhamos pessoas que trabalhavam mais e melhor com litografia e que valorizavam um bocadinho menos as questões tipográficas. Não existe, no início do século XX, uma consciência disciplinar do design gráfico. Existiam pessoas com formação em pintura, ligação à arquitetura ou autodidatas que, na sua maioria, eram também pintores mais ou menos frustrados e que faziam ilustração e um desenho respondendo a algumas solicitações comerciais e que faziam também um desenho mais de representação e crítica social, sobretudo na tradição satírica, na tradição humorística. O movimento do humorismo português tem uma presença forte no final do século XIX e ainda no início do século XX. Alguns dos nomes que podem ser identificados como uma primeira

geração do design gráfico português – quer aqueles que claramente têm um pé mais no século XIX, como o Leal da Câmara, quer aqueles que claramente têm um pé mais no século XX, como o Stuart de Carvalhais, o Jorge Barradas, o António Soares – estão dentro deste contexto cultural, desta visão que não leva muito a sério as artes gráficas, e dentro de uma forma de responder, por exemplo...de fazer um anúncio publicitário com um tipo de soluções de composição que acabam por replicar um modelo de ilustração que podia ser feito para um outro fim, sem fim comercial. Portanto, não há uma especificidade, uma ideia de projeto gráfico muito específico.

Provavelmente, só se sente com nitidez, pela primeira vez e em termos de uma obra, com o Fred Kradolfer e que no final dos anos 20, nos inícios dos anos 30, eu acho que tem dois autores que se destacam, que se destacam por criar uma linguagem que é mais especificamente design e até atenta àquilo que eram referências, modelos de composição, questões de grelha, preocupações tipográficas, preocupações na forma de equilibrar desenho e *lettering*, que são muita mais modernas e muito mais de uma cultura do design: que é o Fred Kradolfer, que chega a Lisboa em 24 e com uma formação diferente, e que é o Roberto Araújo. A verdade é que também o trabalho deles, a valorização do trabalho deles, uma maior solicitação que ambos vão tendo e ambos fazem muitas publicidades, respondem também a muitas encomendas públicas, como turismo, comunicando organismos que são públicos, como a Junta dos Vinhos, etc... isso coincide com uma altura de transformação social, cultural, económica... uma maior ou mais evidente requisição por parte do Estado dos chamados curadores ou artistas gráficos. E, portanto, acaba por coincidir com um contexto em que começa a haver mercado para o design. É também

por isso que nos finais dos anos 20, sobretudo nos anos 30, começam a aparecer os primeiros ateliers de design, e esse acho que é um momento importante em termos de evolução do design gráfico em Portugal. Os ateliers eram coisas altamente colaborativas, o que significa que num atelier como o ETP do Zé Rocha ou o MR do Manuel Rodrigues circulam, passam quase todos aqueles nomes que nós conseguimos associar a uma década do design gráfico em Portugal. E isso fazia com que existisse uma grande partilha de trabalhos que podiam ser assinados por um, mas que a certa altura eram discutidos e desenvolvidos de uma forma mais co-autoral...eu acho que esse espírito tinha a ver com a própria dimensão do mercado português, que era uma coisa mínima, e com as encomendas mais interessantes, nomeadamente as encomendas que a certa altura começaram a surgir via SNI, envolvem sempre um grupo, um coletivo... há esse trabalho maior de proximidade que vai ajudando, progressivamente, a construir um sentido profissional, um sentido também disciplinar, uma consciência de que as artes gráficas podem ter alguma autonomia e algum espaço dentro do design português.

A importância do SNI, primeiro do Secretariado Nacional de Propaganda e depois do SNI até aos anos 50, parece-me que é absolutamente determinante, não só porque em contexto de ditadura o espaço para projetos com características diferentes do cânone era difícil, como também porque em termos de encomendas comerciais os trabalhos tinham prazos e orçamentos que criavam constrangimentos. É de algum modo um monopólio que o SNI representa, mas que ainda assim oferece condições interessantes de trabalho e algum tipo de liberdade, de experimentação, de orçamento, que permite o aparecimento de coisas interessantes.

A Primavera Marcelista marcará uma segunda fase dessa evolução. É um momento muito importante, sobretudo a partir dos anos 70 claramente existe um controlo da censura que se tornou menos apertado, há uma maior capacidade para contornar. Há também uma maior liberdade até para viajar, para sair e voltar a entrar no país e com isso trazer ideias novas, materiais novos, criar novos tipos de diálogo. E coincide, ao mesmo tempo, com o momento central de institucionalização do design em Portugal. A criação dos primeiros cursos de design, a criação das primeiras bolsas da Gulbenkian em articulação com o INII, o Instituto Nacional de Investigação Industrial, que permite que as pessoas vão

estudar design industrial para Itália ou design gráfico para Inglaterra. E, portanto, aparecerem os primeiros designers licenciados, diplomados em design logo no início dos anos 70, ainda antes das escolas de Lisboa e do Porto estarem a formar.

A esta geração que aparece aqui nos anos 70 eu chamo de novo design português e parece-me que é uma geração muito marcante na afirmação de uma certa autonomia do design como disciplina e até de uma preocupação em utilizar sistematicamente estes estrangeirismos e identificar aquilo que se fazia, aquela prática profissional como sendo design. Ainda dentro desta evolução, que é simultaneamente também tecnológica, mas que é muito mais mental...

Os anos 80 oferecem duas coisas. Por um lado, um mercado de design que...alguns protagonistas deste novo design português, como o Zé Brandão em Lisboa e o João Machado no Porto, conseguem, em termos de criar novos clientes para o design, ajudarem a valorizar e a alargar o próprio mercado. Ao mesmo tempo que surge um mercado mais alternativo, ligado a nichos culturais, mais experimental numa certa medida, que coincide também em Lisboa com o aparecimento do Bairro Alto, de uma cultura de vida nocturna, de uma cultura alternativa, influência do Manuel Bentes e da loja de Altamira...da loja da Atalaia...e que, do ponto de vista formal, é interessante, como acontece internacionalmente, antecipa algumas soluções digitais ou explora soluções gráficas já com uma espécie de estética ou espírito digital a partir de processos ainda absolutamente analógicos. O que leva do ponto de vista da criatividade, das metodologias, a resultados interessantes e que de algum modo torna até ligeira a transição para aquilo que é um design já desenvolvido por ferramentas digitais. O Luís Miguel Castro acho que é um nome importante nessa transição e muitos dos trabalhos deles têm uma estética quase digital.

De algum modo, esta síntese muito rápida desta evolução levar-me-ia a destacar três ou quatro nomes, já falei em quase todos eles. O Fred Kradolfer tem de facto uma importância muito decisiva porque chega a Portugal em 1924 como designer gráfico. Um designer gráfico suíço, com uma intuição publicitária e comercial muito forte, com um conjunto de referências também bastante atuais. Nascidos em Portugal e circulando mais ou menos dentro dos mesmos terrenos do Kradolfer, respondendo mais ou menos ao mesmo tipo de clientes, fazendo muita publicidade, fazendo também algumas capas, alguns



trabalhos de comunicação institucional, o Roberto Araújo parece-me um nome que se calhar se destaca. Já em meados dos anos 30, o José Rocha tem muita importância sobretudo porque é o primeiro designer a conseguir manter um atelier com um volume de trabalho realmente significativo, que é o ETP. Um nome sem dúvida importante é o Frederico Jorge, tinha-o aqui mais em cima...que é professor no início dos anos 40, por exemplo do Sebastião Rodrigues, quando ele estava a fazer o curso de serralheiro mecânico na escola industrial e que é uma pessoa que tinha viajado pela Alemanha, que tinha...não se sabe bem se é totalmente mito ou não, mas constava cá em Portugal que era assim quase amigo do Gropius, que vinha com o programa da Bauhaus muito presente e que educa também para o design. É o responsável pelos primeiros cursos de design e claramente é uma pessoa que procura fazer a separação de águas entre o que é a pintura, o que é a decoração gráfica, assim de uma forma mais ou menos indefinida, e o que é o design. O Sebastião Rodrigues, depois, naturalmente, é a figura mais central, é a figura que, começando a trabalhar nos anos 40, faz a transição desta primeira geração. Conhece-os a todos, trabalha com eles todos, do Kradolfer ao Bernardo Marques, e que depois volta a conhecer quase todos e a trabalhar com muitos do tal novo novo design português. O José Brandão, o Robin Fior, etc... está presente em todos os momentos marcantes, está presente no momento de institucionalização, está presente nos anos 70 na criação da Associação Portuguesa de Designers, representa de algum modo um paradigma – ainda que se destaque, que represente um caso muito especial – daquilo que é o design português. Alguém que vem de uma tradição autodidata, que aprende muito a partir da experiência adquirida em trabalho de atelier com o Manuel Rodrigues, sobretudo...que aprende muito também com os tipos das oficinas de tipografia, fazendo também questão, também um bocadinho como Kradolfer fazia, mas não era muito comum, de não se limitarem a entregar o trabalho para produção gráfica mas estarem lá presentes, passar muitas horas na gráfica, explorar muitas soluções já experimentadas no ato de composição tipográfica ou de impressão. Era uma pessoa que era atenta ao que se fazia internacionalmente, nomeadamente às coisas ligadas à escola de Nova Iorque...que viajava, que trazia informação em relação a essas viagens, que tinha uma preocupação genuína em trabalhar elementos identitários e por isso tanto podia dar atenção a trabalhos do Alvin Lustig ou do

Paul Rand como passar muitas horas no Museu de Arte Popular à procura de elementos etnográficos. E depois dentro do tal novo design português, há um nome que eu acho que se destaca por uma linguagem que se demarca daquilo que tinha sido feito até aos anos 50/60 e que introduz uma linguagem autoral mais contemporânea, que é o Armando Alves. Depois o João Machado e o Zé Brandão, porque de algum modo representam uma certa contemporaneidade e um mercado que já se torna nacional. Também essa coisa do Porto e de Lisboa torna-se mais evidente, só aí, no pós-PREC, fundamentalmente.

#### **Achas que a tecnologia e o *software* estão a influenciar a forma de fazer e pensar o design gráfico em Portugal?**

Todas as tuas perguntas são muito difíceis de responder em dez minutos (risos). Esta é também particularmente difícil...eu, por um lado, não tenho dúvidas, mas não consigo responder de uma forma que torne a resposta consequente ou que acrescente muita informação. Mas não tenho dúvidas de que a evolução tecnológica foi sempre introduzindo elementos de evolução na forma de fazer e pensar o design desde o início do século XX. Não tenho também dúvidas de que, quando passamos a falar de *software* e quando se começa a trabalhar com computador, isso seguramente representa um salto. Desde logo um salto em termos da gestão do tempo. E obviamente também uma transformação em termos da dimensão formal, do resultado formal dos trabalhos. Não sei se existiu em Portugal algum tipo de euforia digital, não sei se em Portugal tivemos designers verdadeiramente alinhados com aquilo que internacionalmente se fez no final dos 80, no início dos 90... se calhar um bom exemplo dessa utilização em que a ferramenta, o *software* tem um papel central, e a forma final deve, de algum modo, tornar bem presente as potencialidades do *software*, talvez sejam alguns trabalhos do Carlos Guerreiro e a “Belém”, em particular. De qualquer forma, mesmo a “Belém” é uma publicação relativamente estranha dentro daquilo que era feito em Portugal nessa altura e o Carlos Guerreiro não era um designer *mainstream*, aquilo que estava a ser feito em termos de design mais *mainstream* vinha até ainda mais de uma tradição mais portuguesa, de trabalhar muito a partir da ilustração, de...não sei, de alguma forma diria...se não desvalorizar, pelo menos não valorizar particularmente a tipografia. E os trabalhos do Cayatte, dos anos 80,

início dos anos 90, acho que são um bom exemplo disso. De qualquer forma, os trabalhos do Ricardo Mealha, da *Fluor*, da *Secretonix* do Mário Feliciano e do Pedro Falcão, ou mesmo depois do Pedro Falcão com o atelier próprio... mostram não só uma forma de fazer, pensar, que é indissociável da utilização daquelas ferramentas digitais, mas também de um resultado formal que não procura esconder ou disfarçar aquilo que são as potencialidades dos *softwares*.

Ainda assim, parece-me que esse alinhamento talvez seja até mais fácil nós olhando para aquilo que é a produção gráfica dos últimos dez anos, percebemos um alinhamento com uma determinada tendência gráfica, aquilo que o Steven Heller chama de *dirty design*, com uma vontade de regressar a uma certa manualidade. Mesmo que seja feita pelo *software*, leva-nos a explorar menos as fontes tipográficas, mais um regresso à caligrafia, ao desenho...e aí é muito fácil encontrar em trabalhos dos Barbara Says..., dos R2, sobretudo do Martino, do João Faria, muito esse alinhamento e de uma forma eu acho que ainda assumidamente mais processual, mais *crafty*...em pessoas até da geração seguinte, se calhar o melhor exemplo ou dos melhores exemplos são os cartazes do Sérgio Alves...

**Achas que se pode afirmar que existe design português? Que elementos formais, conceptuais, metodológicos encontras que te ajudem a suportar essa resposta?**

Não tenho assim grandes dúvidas, embora sempre com um natural alinhamento com algumas correntes internacionais, o design feito em Portugal teve condições específicas, teve um quadro desde logo político ao longo de quase todo o século XX...por outro lado, económico, cultural, social, que impôs constrangimentos muito específicos aos designers portugueses e que fez com que, seguramente, os clientes para os quais eles trabalhavam, a forma como trabalhavam tivessem características diferentes daquilo que acontecia em Espanha ou em França ou no Reino Unido ou na Suíça ou na Alemanha. Penso que o facto de termos uma ditadura e um líder cultural ou, de algum modo, dentro desse regime com uma personalidade bastante marcante e bastante forte como foi o António Ferro fez com que o funcionamento do nosso Secretariado da Propaganda, mesmo que decalcado do alemão, tivesse características diferentes. O tipo de ideologia fosse também, de algum modo, específico. E as solicitações, as orientações ou as diretrizes, fossem

também específicas. O António Ferro era de facto um tipo com mundo, cosmopolita, esclarecido em muitos níveis, com conhecimento daquilo que eram as linguagens gráficas modernas, com uma vontade de passar esse modernismo...e se calhar, com algumas características que eu continuo a achar que são bastante específicas, ainda que depois tenham pontos em comum com todos os fascismos europeus, ele quis recuperar e valorizar elementos de identidade portuguesa. Portanto, pôs os designers a trabalhar com antropólogos, com etnógrafos, e o SNI coincide também com uma grande ou um novo desenvolvimento dentro destas áreas, nomeadamente com o desenvolvimento do papel do Luís Chaves, ligado à etnografia. E, portanto, se como eu dizia há pouco, algumas das encomendas mais representativas, mais interessantes, mais marcantes nas quais os designers gráficos estão envolvidos vieram do SNI. Se no SNI havia esta preocupação identitária, seguramente depois os trabalhos também tiveram de ter alguma especificidade identitária. Por exemplo, um livro marcante é o “Vida e Arte de um Povo Português”, que é um livro, como muitas destas publicações do SNI, feito a três ou quatro mãos, mas em que há duas pessoas que se destacam: o Luís Chaves, que era claramente uma pessoa ligada à história cultural, à etnografia, à antropologia, e o Paulo Ferreira. Se nós recuarmos ainda um bocadinho mais no tempo, se calhar os primeiros dois nomes a terem, no início do século XX, a partir dos anos 20, a afirmarem-se como designers em Portugal, a quererem viver do trabalho enquanto designers e, pelo menos num dos casos, a querer viver bem e com alguma intuição comercial, eram estrangeiros. Era o Fred Kradolfer, que era suíço, e era o Tom, que era brasileiro, nascido no Brasil ainda que com descendência portuguesa. O facto de eles serem estrangeiros e virem de países como a Suíça, onde se estava a dar também o *boom* do turismo, fez com que eles chegassem cá procurassem olhar para Portugal, uma coisa assim completamente virgem, e tentassem perceber onde é que eles poderiam ser mais úteis, mais requisitados. Consta, por exemplo, que a designação de Costa Verde é do Kradolfer. Mesmo essa consciência do que ele chamava de *namings*, portanto, vamos dar aqui um nome para que se possa promover turisticamente uma região. Vem de uma pessoa que tinha esse tipo experiências, de referências, mas também de sensibilidade. E o Tom era, segundo consta, um tipo com uma grande intuição para os negócios, um bom vendedor, um bom comerciante. E que, para além de ter criado assim uma das primeiras

galerias onde se vendia mobiliário português e com uma vontade até de lhe dar esse cunho mesmo identitário, teve essa possibilidade de trabalhar do zero. Por exemplo, a linguagem gráfica, os pictogramas que ele criou para as Estradas de Portugal e para o turismo permitiu-lhe desenhar aqueles pictogramas das pousadas de raiz. E, de algum modo, esse tipo de soluções são soluções que, por serem totalmente originárias, inaugurais, ou seja, antes dele nada...e por responderem a problemas muito específicos e serem feitas dentro de um quadro muito específico também, eu acho que acabam por resultar numa produção que é claramente de design português.

O Sebastião Rodrigues é também depois um bom exemplo de um designer português. Ele dizia...como é que ele dizia? Não sei, mas tinha essa espécie de apresentação “sou de Lisboa, sou designer gráfico”. Portanto, o assumir isso e assumir essa ligação a Lisboa, a Portugal. Havia esse interesse muito genuíno porque, por exemplo, o Paulo Ferreira fez muitas coisas trabalhando com elementos etnográficos, folclóricos, identitários, mas respondendo a uma encomenda. E assumindo essa dimensão folclórica. E o Sebastião Rodrigues não; o Sebastião Rodrigues poderia ir buscar elementos vernaculares mas depois reinterpretando-os, redesenhando-os e tornando-os contemporâneos, mas partindo dessa base identitária. Depois ainda há um outro aspecto que poderá ajudar a afirmar que existe um design português. O Zé Brandão diz que isto é um meio muito incestuoso porque quando começamos a falar dos designers não encontramos ninguém que tivesse feito uma obra relativamente autónoma. Ou seja, isolando-se, não trabalhando com este ou com aquele, não tendo sido ajudado por este, não tendo sido uma espécie de discípulo de um e depois entregue o testemunho a outro... este carácter incestuoso vem também depois das descendências familiares... por exemplo, no Estúdio ETP estava o José Rocha, estava o irmão do José Rocha, o Carlos Rocha é sobrinho-neto do José Rocha...o Henrique Cayatte é o quê, cunhado do Câmara Leme...e depois como eles eram quase todos designers, não posso dizer que casaram uns com os outros mas acabavam por casar muito com as irmãs do designer do lado e de facto isso...não sei se isto só por si dá identidade nacional a uma disciplina, mas fez com que as relações fossem relações de proximidade a muitos níveis. Porque é que a pessoa que tem mais materiais gráficos do século XX é o Carlos Rocha? Porque é filho de designers, é neto de designers, é sobrinho de designers...

os antepassados imediatos dele tiveram o primeiro grande atelier, por onde passou o Kradolfer, o Stuart, por onde passaram quase todos...e portanto ele tem ali camadas arqueológicas da própria história do design. O próprio meio era pequeno e não demasiado fragmentado. Ainda que, por exemplo, nos anos 80 algumas pessoas ainda estivessem a descobrir o Victor Palla, mas também porque até aí havia um investimento maior do Victor Palla nos projetos de arquitetura.

### **E atualmente achas que isso continua a existir?**

Atualmente, há alguns casos em que isso é evidente, em que se trabalha diretamente com uma tradição, com uma história portuguesa, nomeadamente em alguns *type designers*. É o caso do Ricardo Santos, do Dino Santos, há muitas famílias tipográficas que são feitas a partir dessa investigação e desse estudo sobre tipógrafos e calígrafos portugueses. Tenho dificuldade em dizer se existe uma orientação muito intencional, uma coisa que do ponto de vista metodológico faz com que claramente exista uma espécie de escola do Porto ou portuguesa em Portugal. A verdade é que este contexto cultural, esta tradição, está cá. Nós podemos perguntar pela melancia do João Faria e perceber...aquilo foi intencional? E a trabalhar claramente com uma referência do Sebastião Rodrigues? Ou foi assim uma coincidência e ele até ficou lixado quando lhe disseram que...houve um aluno que lhe perguntou “ó professor, isto vem daqui, não é?” E ele disse, “não, o gajo é que me copiou”. (risos). Não sei, mas uma vez mais acho que sim, que há esse tipo de referências que a certa altura se partilham e nos contaminam... não sei se isso é suficiente para nós conseguirmos afirmar e caracterizar um design português. Mas aqui confesso que o não saber é precisar de mais tempo para pensar, preparar mais a resposta.

### **Achas que este mundo global nos está a tornar mais nacionais ou nos absorve? Também tem a ver com a questão do *software*, achas que tem influência no design?**

Acho que, com as devidas diferenças, em termos assim de fundo, a realidade atual não é muito diferente daquela que existia, sei lá, nos anos 50. O meio da prática do design profissional em Portugal continua a ser uma coisa pequena. Temos hoje, como sempre tivemos, alguns designers, alguns ateliers que se destacam, que têm uma

cultura gráfica razoável e que portanto sabem, conhecem e acompanham o que é feito lá fora. Como eu diria que sempre existiu. Têm uma linguagem que mesmo que possa aqui ou ali reinterpretar-se ou ter uma influência mais ou menos explícita, não deixa de ser deles, de ter qualquer coisa de pessoal, e isso também lhes permite que tenham algum reconhecimento internacional. Mas sempre tivemos. Nunca foi muito, mas hoje também não é muito, mas o Paulo Ferreira foi publicado internacionalmente e foi premiado; o Bernardo Marques também, o António Garcia também, o Sebastião Rodrigues também, depois com o prémio da ICOGRADA a culminar, o João Machado também... isso que acontece hoje com os Barbara Says..., com os R2... é mais ou menos...também não conseguimos dizer 20 nomes, são dois, três, como sempre aconteceu. O que me parece que hoje é novo, é mais evidente, tem a ver com a emigração e tem a ver com aquilo que me parece ser de facto um elemento de diferença que pode ser interessante para se pensar esta questão do design português e até a forma como fazer design em Portugal se traduz quase por um design português. Eu consigo - quanto mais não seja porque continua a trabalhar sobretudo para clientes portugueses - encontrar elementos que, forçando mais ou menos, ver como identitários no trabalho do António dos Barbara Says.... Mas já não consigo ver isso no trabalho que o Zé Albergaria, que veio dos Barbara Says..., faz agora em Paris com os Change is Good. Os Change is Good são um atelier, em alguns aspectos, até muito francês, com uma estética que tem a ver com coisas que a França e a Holanda exportaram nos últimos dez, doze anos. Acho que, por exemplo, o trabalho que a Susana Carvalho faz no atelier Carvalho Bernau, na Holanda, também é claramente holandês... e depois de uma forma que não tem esta expressão, que não tem esta dimensão, mas há pelo menos esse facto de muitas pessoas da tua geração e da geração seguintes estarem a emigrar. Trabalhos gráficos mais emblemáticos. Já falei também aqui de alguns...só alguns destaques ou explicar porque destaco uma ou outra coisa... uma vez mais, com o alinhamento possível com o que eram as linguagens das vanguardas dos anos 10, 20, aparecem algumas publicações interessantes, e eu acho que a “Contemporânea” se destaca. Mais até pela linha editorial e o que permite em termos de experimentação, de alguma experimentação gráfica. Na década seguinte, já dentro do contexto do Estado Novo e do funcionamento do Secretariado Nacional de Propaganda, o “Portugal 1934”, assim uma espécie de primeiro e maior

exemplo daquilo que pode ser uma linguagem gráfica política, de propaganda, com algumas soluções próximas daquilo que os soviéticos faziam... e aparecem alguns dos nomes que depois vão ser muito importantes. Primeiro dentro da equipa do SNP e depois do SNI: quer fotógrafos, como os irmãos Novais, quer designers, como o Kradolfer, que não é creditado na publicação, julgo eu, mas que teria e terá tido seguramente uma influência importante. “A Vida e Arte do Povo Português”, do Paulo Ferreira, dos anos 40, é um exemplo entre muitos destas publicações com maior orçamento, com maior ambição, com uma maior dignidade, que são feitas já com a marca do SNI. Mas praticamente todos os catálogos para as exposições internacionais são importantes. Nos anos 50/60, os catálogos que o Sebastião Rodrigues fez para os salões dos novíssimos, as capas, são também particularmente interessantes por serem quase exclusivamente capas tipográficas e por essa exploração da tipografia e uma certa experimentação tipográfica ser quase novidade. A “Almanaque”, no final de 50, 60... e dentro de um contexto mais folgado, mais abastado economicamente, com um mercado em crescimento já em pleno anos 80 que permite alguns ateliers, alguns designers fazerem projetos editoriais, que era a coisa mais bem paga... “O Papel-Moeda em Portugal” do Sebastião Rodrigues de 85 parece-me assim um marco muito importante, pelo rigor no projeto editorial.

Não falo de projetos depois de 85, mas posso depois falar, se quiseres. É que estão muito próximos, já começo a falar de colegas...(risos)

---

## Síntese

José Bártolo escolheu a escola onde leciona, ESAD de Matosinhos, para ser entrevistado. Desta entrevista, podemos sublinhar a grande quantidade de referências históricas que obtivemos, bem como referências contemporâneas. Bártolo já conhecia o guião das entrevistas, que tinha solicitado por email, organizando a sequência das respostas.

No que toca à questão do *software*, Bártolo refere que a tecnologia sempre introduziu elementos de evolução na forma de fazer e pensar o design e não tem dúvidas que, “quando passamos a falar de *software* e quando se começa a trabalhar com computador, isso seguramente representa um salto” (Bártolo, 2012). Desde logo porque permite uma diferente gestão do tempo, e também por consequência cria uma transformação em termos da dimensão formal, no resultado dos trabalhos.

No que respeita ao *estado do design*, Bártolo refere

que existem como também existia à época [anos 50], algumas pessoas e ateliês que se distinguem e que tem alguma visibilidade no exterior. “Temos hoje, como sempre tivemos, alguns designers, alguns ateliês que se destacam, que têm uma cultura gráfica razoável e que portanto sabem, conhecem e acompanham o que é feito lá fora” (Bártolo, 2012). E desta forma remata dizendo que o design português refere que este sempre teve um certo alinhamento internacional, mas que teve também condições específicas, teve um quadro político e económico que condicionaram grandemente a sociedade portuguesa e por consequência o design gráfico português. Por esta dicotomia estar bem presente, e porque refere a necessidade de uma arqueologia do design, Bártolo não conseguiu precisar uma resposta para a questão da existência ou não de linhas que se possam considerar de um determinado design português.

---



## Anexo 8

### Entrevista com Andrew Howard

**Entevistado:** Andrew Howard

**Entevistador:** João Tiago Santos

23 nov 2012

**Duração:** 1h13m

Como deves saber, não tive formação formal como designer. De todo. Sou um autodidata em praticamente tudo o que faço. De facto, andei numa escola de artes liberais, era pintor e se alguém me dissesse, nos anos 1970, no início dos anos 70, que eu iria ser designer gráfico, ter-me-ia rido. Ou rido ou ficado horrorizado. Os bons designers gráficos são associados com outra coisa. Quero dizer, nós estávamos no departamento de Belas Artes a fazer as nossas coisas supostamente loucas e depois eles eram aqueles que se vestiam de forma sensata e sonhavam ter um carro desportivo e faziam publicidade e embalagens. Mas desisti de Belas Artes por todo o tipo de convicções sociais e políticas, de facto, e comecei a direcionar-me mais para a reprodução mecânica, algo que achei que era um passo interessante. Que me levou para mais e mais perto das artes gráficas, de muitas formas. Primeiro de tudo através da fotografia e a impressão e basicamente pelo design. Mas através de um grupo pouco usual do qual era membro quando saí da escola de artes liberais, quando me expulsaram de lá, na verdade, em 1979. Saí de Londres em 1980 e juntei-me a eles. Não sei se isto te interessa muito, isto tudo.

#### **Se quiser dizer...**

Não tenho problemas em dizer, só não quero perder o teu tempo. Portanto, era um membro deste grupo estranho a que me juntei, que era uma espécie de coletivo no norte de Londres que trabalhava com comunidades locais e também crianças e era um coletivo em todos os sentidos da palavra: politicamente, organizacionalmente, na maneira como nos geríamos a nós próprios, na maneira com partilhávamos tudo, e era composto por educadores sociais, outros tipos de educadores, músicos,

arquitetos, designers, ativistas, se quiser, e eu fui membro desse coletivo ao longo de cerca de oito anos e a minha responsabilidade, lá, a minha principal responsabilidade era fazer serigrafia, fotografia e coisas como essas. E era o que eu queria fazer, era uma forma muito mais social de contacto com as pessoas. Era um grupo muito peculiar de muitas formas diferentes. Foi só depois disso que eu comecei a virar-me mais e mais para o design gráfico, e a praticar mais ou menos sozinho. E, por causa disso – a necessidade é a coisa que leva mais a que aprendamos que qualquer outra, não é? – tive de aprender. E aprendi. Parti daí. Mesmo nessa altura, no coletivo, estava envolvido em *workshops* e em ensino e coisas dessas. Foi uma progressão natural, de muitas maneiras.

Fazia parte de um movimento de artes comunitárias em Inglaterra. Por isso, nós éramos de facto financiados pelo governo local e as associações artísticas da Grande Londres e recebíamos dinheiro para providenciar certos serviços. Pensávamos em nós próprios como bibliotecas contemporâneas, no sentido em que as pessoas, no passado, iriam às bibliotecas buscar livros, mas nós tínhamos outro equipamento. Empréstávamos kits de todo o tipo de coisas diferentes que as pessoas podiam usar e o lema que tínhamos era “não o faremos por vocês, mas ensinar-vos-emos a fazê-lo por vocês próprios”. Por isso fazia parte de um movimento que tinha raízes nos anos 1960, de profissionais da arquitetura e doutras áreas a querer não só desmistificar mas socializar as suas competências. Fazia parte desse movimento, na verdade. E também tínhamos um autocarro de dois andares. E também tínhamos um de um andar. Que estava equipado com várias coisas, por isso podíamos levá-lo a dar voltas, podíamos... tínhamos um centro, mas também podíamos levá-lo a vários sítios, por isso podíamos trabalhar com vários

tipos de comunidades étnicas do norte de Londres, de comunidades turcas a paquistanesas, passando por *council estates* de classe baixa e assim. Mas éramos convidados, sabes, não se aparece nesses sítios do nada, porque dizem para ir para outro sítio, e é essa a diferença, de facto, quando eu vejo iniciativas por cá. Tem a ver com uma ligação verdadeira com as pessoas e com aquilo que se está a passar e dizer “OK, vocês convidaram-nos para vir, o que é que é se passa, qual é o problema?” E eles dizem: “não temos para as nossas crianças”. Nós não podemos providenciar isso, mas ajudar-vos-emos a fazer campanha por eles, por isso ajudar-vos-emos, ensinar-vos-emos a fazer a campanha, a fazer *posters* e todo esse tipo de coisas. Era esse tipo de trabalho. E gerimos vários *workshops* para muitos tipos de grupos de jovens, também. Portanto, são esses o antecedentes. Que, de muitas formas, é algo muito inglês. Há uma tradição desse tipo de envolvimento. E, estranhamento, como um aparte, um dia fizemos um programa de televisão na semana seguinte apareceu um tipo, na casa dos 80, e disse “vi-vos na televisão e tive de vos vir ver, porque nos anos 1930, no Este de Londres, numa zona chamada *Poplar* – que é uma zona bastante de classe trabalhadora e socialista de Londres – havia iniciativas destas, nos anos 1930, que eram de muito desempregado, e eu fazia parte de um grupo assim, e foi incrível ver-vos, ver esta organização a fazer isto nos anos 1970 e 1980”. Por isso, sabes, essa ligação com grupos sociais e a querer fazer trabalho ligado a áreas sociais que faziam sentido no dia-a-dia tem sido uma grande influência no meu trabalho e no meu pensamento. O que leva, acho eu, a fazer com que as outras coisas em que estive envolvido por cá façam sentido, o que, por outro lado, não tem a ver com as minhas opiniões pessoais, mas o *Idioms* [expressões idiomáticas], as exposições, os manifestos em que me envolvi, não só o manifesto *First Things First*, que veio depois, mas também outro manifesto que veio antes, chamado *Culture and Democracy*, que acho que é um manifesto muito melhor, muito mais abrangente. Provavelmente...não o conheceria.

Mas posso mostrar-to. E havia outro grupo do qual fui membro, chamava-se *The Shelton Trust* e era um grupo de um género de trabalhadores artísticos de esquerda e desenvolvemos um manifesto sobre cultura e democracia, argumentando que a viragem para uma democracia política e democracia económica só poderia ser feita através de uma viragem para a democracia cultura, e um passo em direção a um deles era um passo em direção a

todos eles e que não se poderia lidar com a democracia e a participação de maneiras que a esquerda tradicional pudesse compreender. Não era só uma questão de agarrar um poder político, não era uma questão de trocar um monopólio de percepção por outro e o princípio principal daquilo em que acreditávamos, e aquilo em que eu ainda acredito, é que o sistema económico a que chamamos capitalismo não é só um sistema económico, tornou-se, há muito tempo, um meio de organizar a consciência necessária para essa organização florescer e crescer, de forma a que a cultura fosse um ponto principal de envolvimento. Por isso, estou a divagar.

### **É engraçado, porque realmente o capitalismo pretende muitas vezes tirar a cultura da democracia.**

Sim, absolutamente. E a esquerda tradicional não é de facto muito boa a lidar com isso, sabes, eles vêem a democracia em termos de política e economia e não tem só a ver com isso, tem também a ver com a luta pelas ideias, absolutamente.

### **Mas há assim alguma tendência? Na altura havia designers já que seriam...não pensavas nisso, ou quando começaste a trabalhar em design gráfico, lá em Inglaterra, achavas que havia alguém que tinha realmente um...**

Não. Há uma grande tradição de designers em Inglaterra que trabalham para isso. Quero dizer, parte da razão pela qual o Ken Garland se juntou a outros designers e escreveu o manifesto de 1964 foi que ele veio de uma tradição de designers que acreditavam absolutamente no design enquanto prática social. Por isso, quando pensas de gente como a Margaret Calvert, que desenhou o sistema rodoviário no Reino Unido, há toda uma tradição de design para uso social. Desde o Festival o Britain, ou até antes disso, vai-se atrás e pensa-se em Ruskin e Morris e assim...e então, no pós-guerra, calculo eu, aquelas ideias muito fortes sobre publicidade tornaram-se mais influentes no Reino Unido, vinda dos Estados Unidos, quero dizer, acho que foi basicamente isso a alavanca para pessoas como o Ken Garland escreverem o que ele escreveu na altura. Dizer que, espera aí, o design gráfico, apesar de ter estado sempre ligado, claro, à publicidade, está ligado a outras coisas, ou melhor, devia ser dito ao contrário, que a propaganda e a publicidade estão sempre



ligadas ao design. O design, claro, tinha outras raízes, e outras atividades, também. Mas ao Ken parecia, tenho a certeza, que um aspecto no qual o design gráfico estava envolvido, que era a publicidade e a propaganda, estava a começar a dominar a profissão. Sim. Então, que mais? Tecnologia. Sim. Absolutamente. Na verdade, está para sair uma pequena publicação com opiniões pessoais em breve, espero eu, e um dos textos é do Ken Garland, e ele diz que há uma alquimia estranha que envolve o design gráfico, que havia uma altura em que o cliente esperava cá fora e tu ias para o teu escritório e fazias os teus milagres e a tua magia e depois saías e mostrava aquilo. Mas, agora o cliente está sentado ao teu lado, quase com a mão dele no rato. Mas, OK, e eu já falei disto antes, sobre a influência da tecnologia, sem dúvida, a tecnologia transforma não só a maneira como nós trabalhamos, mas também a maneira como somos capazes de pensar e o tipo de coisas sobre as quais somos capazes de pensar e dei antes o exemplo das prensas móveis e da tipografia ter mudado não só a maneira como as coisas eram feitas, mas os tipos de coisas que as pessoas eram capazes de pensar sobre isso, e por isso, depois da prensa móvel, sabes, houve uma explosão de tipos diferentes de livros, de publicações, as pessoas começaram a escrever sobre tipos de coisas diferentes porque podiam, porque era muito mais rápido e podiam reproduzi-los. E eu acho o mesmo, não estou a dizer que o Macintosh e a tecnologia digital são a mesma coisa que o Gutenberg e a prensa móvel, mas é verdade, mudou, mudou a maneira como os designers trabalham e uma das maneiras principais é que o design era sempre, sabes, pré-computador, visto muito como um processo colaborativo, porque eras apenas um elemento na cadeia, percebes? Não desenhavas os tipos de letra [*typefaces*], não inserias o texto, também, isso era o trabalho doutra pessoa. Nem sequer tratavas as fotografias por vezes, não escrevias o texto. E então, as coisas eram-te mandadas, tu inserias as especificações para o tipo de letra, mandava-as de volta, e provas para impressão, depois executava-as, mandavas fotografias para serem tratadas e depois elas voltavam com o tamanho certo e assim, e o trabalho de câmara era feito por outra pessoa. E claro que o que aconteceu foi que o computador centralizava estas ferramentas todas, e tornava-se possível um designer desempenhar todas estas funções. E o que é que isso faz? Não muda só a maneira como as pessoas fazem o que fazem, também muda a maneira como pensam sobre elas próprias. E assim tornou-se possível para os designers pensarem neles

próprios como autores, porque estavam a controlar tudo. Isso muda a maneira como os designers se vêem a eles próprios, mas também muda as coisas do lado de fora. Por isso, se antes o designer era um alquimista, com as artes mágicas secretas, de repente toda a gente as tinha à mão. Por isso, não estou a dizer que os designers iriam tornar-se redundantes, mas, em todas as áreas, isso pode ser visto como uma libertação. Ou não, depende. Muitas pessoas argumentam que, por exemplo, na música, as pessoas podem fazer a sua própria música de formas que não podiam antes, e há quem diga “Ah, sim, mas, sabes, o resultado final é muito mau design”, bem, sabes, sempre houve mau design. Sempre houve má música. Se calhar há mais agora, mas há mais de tudo, não há? Pois, sim, a tecnologia é uma grande mudança. E, sabes, não é só em Portugal, é em todo o lado. As pessoas perguntam-me isto muitas vezes. Ao longo dos anos, perguntaram-me tantas vezes, “Sabes, o que é que achas do design português e como é que ele é diferente?” E a minha resposta tem sido quase sempre a mesma, e é que isto é uma cultura global. Sabes, as referências não são propriamente o Galo de Barcelos. As referências são o The Voice, é a Coca-Cola, é o McDonald’s, é a Body Shop, é a MTV, e são universais, não são? E então essas influências culturais...no ocidente, porque temos tendência a ser bastante eurocentristas na forma como falamos das coisas. As influências são basicamente as mesmas, ainda há influências nacionais, claro que há, mas se me pedissem para identificar atributos particulares no design português, eu teria muita dificuldade em identificá-los, acho eu, porque, sabes, os designers jovens, cada vez mais, quais são as fontes das influências deles? Estão espalhadas por todo o lado! Eles estão a surfar na *net* o tempo todo, a olhar para coisas de países diferentes, sabes, não só a Inglaterra ou a América, mas também a República Checa, ou algo com um tipo estranho a trabalhar num sótão na Bulgária, ou algo assim. Por isso, está mesmo espalhado, não está? Mas as coisas funcionam por ciclos, não funcionam? Por modas. Por isso, enquanto há uns anos, e eu digo há uns anos, quer dizer, até há uns 15 anos, havia designers do momento e tipos de letra do momento, por isso durante uns tempos toda a gente usava *News Gothic*, bem, ninguém a estava a usar antes de eu a comprar cá, na verdade, e depois toda a gente estava a usar a *Officina* e o Eric Spiekermann era o homem, e, antes desses, o Neville Brody era o homem, e depois viraram-se para outra pessoa qualquer coisa, e é a mesma coisa com estilos de design.

Apesar disso, acho que durante os últimos, talvez não tanto os últimos dez anos, mas os últimos sete ou seis anos, de uma forma estranha, os designers novos não têm fugido do computador, mas têm virado a atenção para coisas manuais, por isso tem havido uma explosão de estilos de escrita à mão, caligrafia e desenho. Aqui no Porto e em Portugal não sei se há grandes centros de ilustração, mas parece-me que todas as exposições de ilustração parecem iguais umas às outras. Não sei qual é a diferença entre elas. Porque o estilo é o mesmo, é aquele estilo de desenho ingénuo, que está descontrolado agora. Acho que isso vai passar e talvez dê lugar a colagens ou algo assim, não sei o que irá acontecer. É inevitável que esse tipo de coisas aconteça, não é? Quer dizer, é o mesmo com tipos de letra. Mas agora é menos, e isso é interessante. Tive, quando o Rick Poyner esteve cá, longas conversas com ele, e uma das coisas que estávamos a dizer era que, quando ele começou a revista *Eye*, sentiu que havia uma necessidade daquela publicação existir. E depois, bem, ao mesmo tempo, pouco depois, havia a *Emigre*, e um bocado depois disso havia a *Design* [???], por isso podias a dada altura identificar, mesmo que fosse só temporário, um centro de debate, sabes, um sítio central, foi o que ele disse. Isso já não existe. Onde é que está o centro? Em qualquer coisa. E, de certa forma, o centro foi deslocado e, sabes, o argumento é que nem sequer podes apanhá-lo num só sítio a uma dada altura, está espalhado por todo o lado. É difícil identificá-lo. Não sei se isso é algo que vai continuar ou não. Por isso, voltando à questão do design português, há certas coisas como, outra vez, quando o Rick veio cá da última vez, isso coincidiu com a primeira exposição que fiz da série *Idioms*, que foi a exposição dos *posters*, e ele foi lá ao Silo vê-la e ficou até bastante impressionado. Ele disse: “meu deus, isto são trabalhos incríveis”. Ficou mesmo impressionado pela qualidade de tudo. E estava a dizer que, em Inglaterra, aquilo já não existia, design de *posters* assim, como o que temos cá, já não há muito disso. Metade dos *posters* de rua, sabes, são coisas ultra-comerciais. Não sei se é algo particular ou quanto vai durar, mas, sabes, adorava fazer outra exposição e um livro a sério sobre isso, também. Há muito que foi feito desde que tive essa primeira exposição.

**Referiste “há imensa gente a perguntar-me isto, design português”, achas que há mais essa preocupação, de nos demarcarmos, ou seja, de nos afastarmos da globalização e de sermos mais portugueses?**

Não, acho que o que acontece, isto pode ser cínico, não cínico da minha parte, mas é a ideia que, sabes, podes quase dizer o momento em que uma cultura está a morrer ou a estagnar, porque as pessoas começam a ir buscar elementos dela para o presente e a pô-la em caixas e molduras e assim, tu sabes. Mas é algo estranho... Mas de certa forma, é, sabes, quando a cultura está a prosperar, está à tua volta a todas as horas. É só quando percebes que desapareceu ou está a desaparecer que as pessoas começam a perceber algo. “Oh, espera aí, estamos a perder isto, não estamos? Vamos trazê-la de volta.” Portanto, e isto é bom e mau. Acho que em Inglaterra, por exemplo, preservar o património cultural faz parte do DNA e é muito muito forte. E também em formas diferentes, na pior escala possível, o que acontece é que é uma romantização terrível do passado. Mas, e isso acontece mesmo, e acontece também aqui, claro, tu sabes. Mas a parte boa é que é uma preservação de tradições da iconografia visual feita de forma muito terra a terra, uma celebração verdadeira dessas coisas, e isso acontece também e, portanto, nesse sentido, talvez um dos sinais de que uma cultura está em perigo é precisamente quando as pessoas novas começam a reparar naquilo que foi feito no passado. E eu não sei se isso é mau, mas acho que isso existe, e que as pessoas mais novas, tenho reparado desde que estou em Portugal e estou cá há 20 anos, é que acho que, no geral, há mais preocupação com a preservação, sabes, mas também do ponto de vista arquitetónico. Há mais preocupação com coisas que foram feitas no passado, há uma apreciação e uma admiração maiores do trabalho que foi feito no passado e, sabes, o que tenho dito com frequência é que o design gráfico não é mais novo em Portugal do que em qualquer outro lado do mundo. A prensa móvel chegou cá a Portugal basicamente ao mesmo tempo que a todo o lado. Isso quer dizer que as pessoas que faziam design de livros estavam a fazer design de livros desde o século XVI, está bem? Portanto, o design gráfico, as artes gráficas sempre estiveram por cá. A diferença é, acho eu, que em Inglaterra isso tudo foi profissionalizado de forma muito mais rápida e muito mais cedo. E porque uma profissão, uma atividade chega ao panteão da educação, se quiseres, dá um género de credibilidade e reconhecimento que não teria de outra forma, e é essa a diferença, talvez. Em Portugal, o primeiro curso de design gráfico foi quando, nos anos 1980? Sim, no Porto é, é nas Belas Artes. E era com os professores de pintura e de escultura, que estavam a dar as aulas.

Deviam ter sido as pessoas que não tinham o tipo de educação para fazer isso, por isso acho que não podia. Mas quero dizer, o meu sogro, o pai da minha mulher, era aquilo a que em Inglaterra chamávamos um artista comercial, um maquetista. Fazia um trabalho espantoso, coisas espantosas. Trabalhava para a Ambar e outras empresas e o trabalho dele, e o trabalho de outros maquetistas portugueses que vi, em aguarela e assim. Eram os pintores mais incríveis, com uma forma fantástica de desenhar letras e tudo. Mas eles continuaram, na sua maioria, anónimos, e o trabalho deles não era muito...era importante, claro que era importante, mas não eram muito valorizados. Eram valorizados dentro das empresas, no sentido em que elas sabiam que eles valiam alguma coisa. Mas...e isso perdeu-se, mas as pessoas andam a recuperá-lo outra vez, por isso, quando olho para projetos de mestrado, as pessoas estão interessadas no design de caixas de fósforos antigas, caixas de bolachas e todo esse tipo de coisas. E é ótimo. É ótimo.

#### **Como olha para o design português em comparação com o do seu país de origem?**

Bem, esse elemento do design gráfico enquanto prática social, utilitária, prática, funcional, foi sempre tão forte no Reino Unido e não sei se a educação de design gráfico aqui em Portugal surgiu numa altura diferente, se quiseres. Talvez, acho, os designers, se bem que seja um bocado de nada difícil para mim dizer, não estou assim tão familiarizado com assim tantos outros cursos e como eles são ensinados, na verdade. Sabes, não visitei assim tantas outras universidades nem me sentei nas salas de aulas e vi o que eles ensinam. Não sei quão forte esse elemento é. Sei que agora, bem, mesmo no Reino Unido, há uma tendência que vem com a mudança dos tempos, dentro dos designers novos, que uma parte significativa deles vê os clientes como uma chatice e pensam “o design não seria ótimo se não houvesse clientes nenhuns e eu pudesse fazer o que raio eu quisesse?”, algo que horrorizou gente como o Ken Garland. Ele escreveu há pouco tempo um artigo na revista *Eye* a dizer “mas é ridículo, os clientes são a melhor coisa que temos, OK?” E eu sei que as pessoas em Portugal se queixam sempre, “sim, mas os clientes portugueses são os piores do mundo”, mas para os portugueses tudo é o pior do mundo. E sabes, qual é que é aquele site de design

americano? *The Client form Hell*. Alguma vez o viste? Acho que se chama assim. Tem quase tudo a ver com design interativo, mas não só. Se queres uma ideia do quão mau é noutros sítios, vai ver esse site e as histórias sobre clientes e o que eles pedem. Por isso, é algo que existe noutros sítios e não só cá em Portugal. É um argumento diferente, um debate diferente sobre designers e eles são parcialmente responsáveis pela maneira como são vistos. Eles têm responsabilidade nisso e têm responsabilidade nisso pela maneira como abordam o trabalho deles. Há este lado funcional muito forte no design, em que os designers agora precisam de ser invisíveis e acho que há muitos designers que não querem ser invisíveis. Eles querem estar na primeira página.

#### **Mas Portugal funciona muito dentro dessa linha, não é? O designer como autor.**

Agora, sim. É uma coisa grande. Não sei se é porque, sabes, algumas pessoas dizem: “não há trabalhos nenhuns de qualquer maneira, por isso mais vale fazermos isso”, não sei se é por causa desta cultura de queixume, dentro da profissão: “oh, somos mal entendidos e as pessoas não compreendem o que fazemos e não compreendem o que está envolvido no trabalho que fazemos, etc., etc.” E de forma a ganhar alguma credibilidade aos olhos de, por exemplo, artistas e arquitetos, os designers acharam necessário envolverem-se na geração de conteúdos. Mas não sei se os designers são sempre as melhores pessoas para fazer isso. Quero dizer, de uma forma, acho que é uma distração, uma informação falsa, esta coisa da auto-autoria. O cerne da questão é que, na história dos designers, na história da forma e da busca de forma e isso ser a tarefa principal, o sítio donde o conteúdo vem é quase incidental. Quer venha doutra pessoa ou seja gerada por ti, a tarefa ainda é a mesma. Sim.

Sabes, e há aquele artigo ótimo do Michael Rock, *Fuck Content [Que se foda o conteúdo]*. Não sei se alguma vez leste isso. Ele diz que é a discussão clássica dentro do design e, calculo eu, também dentro da arte, a discussão da forma do conteúdo. Qual é a relação entre os dois, como é que um influencia o outro? Sabes, em teoria, para fins académicas, conseguimos separá-los e falar deles separadamente, mas claro que na prática, a relação entre ambos é completamente recíproca, um age sobre o outro. Mas, sabes, o que o Michael diz é que a forma é o conteúdo para o designer em muitas maneiras e torna-

se o conteúdo na medida em que um livro, seja sobre neurocirurgia ou sobre pesca de moscas, é sempre sobre ser um livro. E isso faz parte do conteúdo. Por isso o que fazemos como designers é pegar em coisas diferentes, mas a maneira como as construímos torna-se parte da mensagem, de certa forma.

**Então achas que estamos muito dentro da mesma linha, em termos de design gráfico?**

Acho, sim, acho que há uma componente social mais forte, provavelmente, no design enquanto prática social. Acho que é provavelmente mais forte no Reino Unido do que aqui.

**Achas que existem elementos formais ou características metodológicas que permitem identificar o design gráfico feito em Portugal com o rótulo “design português”? Nós temos características que nos permitem dizer que é design português, em Portugal? Em termos de pensamento, formalmente e metodologicamente? Lá está, não é do Galo de Barcelos que ando à procura.**

Não consigo pensar em nenhuma em particular, a sério, a não ser vir constantemente atrasada. Não, isso acontece em Inglaterra, também. Tenho dificuldade em identificar quaisquer traços particulares, para ser honesto. De facto, tenho tido gente a vir ter comigo aqui em Portugal e a dizer “oh, não esperaria que o teu design aqui se parecesse com isto”, algumas pessoas cá disseram, “oh, isto parece holandês, este design em Portugal”. Não sei com que é que um design nacional se pareceria, sabes, as pessoas falam da Suíça, da Alemanha e da escola suíça, e não sei se as pessoas conseguiriam identificar, nos dias que correm, o design holandês como particularmente holandês. Os franceses são provavelmente sempre um pouco idiossincráticos, talvez menos formais nas opções de design que tomam. Mas acho que já é quase impossível identificar estilos nacionais. São só as línguas que denunciam, porque tu lês aquilo, mas em termos estéticos, eu pessoalmente não consigo ver. Mas talvez as pessoas consigam. Não sei.

**Já tornaste o teu design menos inglês? Ou mais aportuguesado? O facto de trabalhares cá há vinte anos torna a tua forma de pensar o design e de fazer design menos dentro da linha que te moldou?**

De certa forma. Acho que sim, mas é uma questão a que não posso responder. Adorava responder, mas não posso. A questão é que saí de Inglaterra há 20 anos, sem nunca saber que nunca iria voltar. E, sabes, na verdade, ao longo dos últimos anos, parei para pensar “e o que é que eu estaria a fazer se tivesse ficado lá? Que tipo de trabalho de design é que estaria a fazer? Isto se, na verdade, eu estivesse a fazer trabalho de design de todo”. E não tenho a certeza. O que sei é que quando volto a Londres, ou quando pessoas vêm cá vindas de Londres, quer eu já as conheça ou sejam amigas, sinto a falta de algo. Ainda hoje, ao fim destes anos todos, tenho tido uma ligação tão forte à cultura britânica e à maneira britânica de pensar sobre as coisas, e tenho saudades disso. Acho que me sinto um bocadinho de nada isolado aqui de tempos a tempos e quando volto a Londres e estou com outras pessoas, penso “adorava estar a fazer isto”. Já não gostaria de viver lá, não em Londres, pelo menos. E nunca lá voltarei, acho que estou cá para sempre, agora, mas acho que gostaria mais de trabalhar lá por alguns períodos de tempo, de ter mais projetos lá entre o que vou fazendo cá porque há uma intensidade no mundo do design que não existe por cá. Tem a ver com a escala. Quero dizer, Londres é uma cidade tão grande, não é? Há tanto a passar-se lá e não podes compará-la ao Porto. Ou a Lisboa. Quero dizer, Lisboa é minúscula por comparação. Por isso há uma polaridade enorme nas coisas, uma diversidade gigante de coisas de que, sim, eu tenho saudades até certo ponto, e de um certo rigor, também.

**Mas não sentes que, por exemplo, tens uma forma de pensar o design diferente dos portugueses?**

Acho que sim, provavelmente.

**E mesmo em termos formais daquilo que fazes.**

É difícil para mim julgar. Isso é provavelmente para outra pessoa julgar. Sabes, para outra pessoa olhar para o trabalho e ver se isso existe ou não. Eu tenho dificuldade em ver isso por dentro.

Sim, acho que sim e porque, em grande parte, agora é diferente, acho, porque os professores agora são mais novos, têm essas aptidões, têm esse conhecimento que não tinham antes, e é de certeza verdade, porque pensas em gente como o João Machado, que não tem educação em termos tipográficos...

**Quais os designers portugueses que consideras mais marcantes?**

Hoje?

**De uma geração que entendas. Que possam ser marcantes atualmente, no passado que possas conhecer que sejam, que achas que sejam.**

Mas marcantes aqui em Portugal ou fora? Bem, lá fora, não muitos. Não porque não tenham tido qualidade, mas porque, sabes, há os clichés, como o Sebastião Rodrigues, o Paul Rand português, como as pessoas lhe chamam. Mas, OK, é um cliché por uma razão, é um cliché porque há um fundo de verdade nele, na medida em que o trabalho dele era realmente bastante interessante de muitas maneiras. Quero dizer, há toda uma panóplia de designers portugueses que têm muita qualidade, incluindo, oh, Martino & Jaña e João Faria e R2, que fizeram mais ou menos a marca deles mais fora do país, quase, do que dentro dele. Mas eu olho para os R2 e o trabalho deles tem a ver com uma maneira de trabalhar quase não-portuguesa. Quando olhas para ele, parece ter raízes muito mais na Holanda e nos países do norte do que no design português. Não sei se eles gostariam que eu dissesse isso. O que é uma coisa boa, não é de todo uma crítica. Durante uns tempos, por exemplo, o Providência, acho eu, deixou marcas, aquele tipo de estilo modernista tardio, que é diferente do estilo inglês, mesmo que, a ideia, as pessoas podem associar ideias de ordem, não seja a mesma, porque há uma crença de modernismo, que tu poderias associar com pessoas como o Providência, em que ficas a pensar qual é o significado ideológico de ver a realidade como caótico e este desejo de impor ordem nela. E acho que o meu pior pesadelo seria um conselho de design em que essa ordem seria imposta e todos os logótipos de câmaras municipais do país seriam basicamente iguais. Mas há uma diferença e não quero estar a criticar designers individuais ou algo do género. Acho que o Providência era um bom designer, mas é muito diferente dos, sei lá, Experimental Jet Set, que são também, por exemplo, um grupo de design monótipo. Portanto, outros designers...sabes, acho que o Pedro Falcão tem um trabalho interessante. Acho que o problema aqui é que me pedes para eu dizer nomes de designers, não é que não seja possível. Acho que o que acontece mais vezes é que muitos designers fazem bons trabalhos de vez em

quando. Os melhores fazem isso com mais regularidade, é essa a diferença. Então eu vejo trabalhos de designers em que fico a pensar “oh, é uma peça mesmo boa” e talvez seja a única peça minimamente decente que eles fizeram nos últimos anos. E quando eu estava à procura de *posters*, por exemplo, de jovens designers ou outros designers que podem criar um *poster* mesmo bonito, mas não encontrava necessariamente um grande portfólio com a mesma consistência.

**Consegues descrever-me de forma breve ou como achares melhor a tua forma de abordar o programa de design, métodos, formas de trabalhar, no sentido de estabeleceres as tuas metas? Como é que tu trabalhas no teu dia-a-dia, como é que funciona a tua metodologia?**

Sim, há coisas que faço que me parecem ser apenas senso comum, por isso não falo muito nelas, mas, ir a uma reunião com um cliente e estar ali sentado e a ouvir o que eles dizem, nunca discutir com eles, nunca, porque não serve de nada. É lembrares-te de que os clientes têm necessidade de conseguirem dizer-te o que querem e eles dir-te-ão inevitavelmente o que tu não queres que eles digam, eles vão dizer, temos de persuadir os clientes de forma a que eles te dêem o problema que tu resolves e inevitavelmente eles vão também dar-te algumas soluções de que poderás não gostar. Mas isso não interessa. Por isso, eu sento-me sempre e oiço e depois tiro notas e depois vou-me embora e escrevo quase sempre uma carta a seguir e se eu oiço algo de que não gosto na reunião, penso “OK, esquece isso” e depois eu sei que escreverei uma carta, faço a proposta e é isso, há esta tradição de pôr as coisas por escrito, certo? Que não é muito forte por cá, de todo. Por isso, propostas escritas, em que eu esboço as ideias, os conceitos, é daí que parto. Tenho algumas dessas cartas que eu uso em palestras. Porquê? Porque, outra vez, para mim é óbvio que o nosso trabalho é voltar com o cliente àquilo que eles estão a tentar atingir. E o maior problema é que, e talvez mais em Portugal, não sei, é que os designers são trazidos para o processo demasiado tarde. As decisões já foram tomadas e, por conseguinte, o designer torna-se simplesmente um facilitador e, na pior das hipóteses, alguém que arranja flores. “Nós tomámos estas decisões, agora podes fazer com que isto fique bonito?” E os designers deviam ter as aptidões, e é isto que estou a tentar fazer no mestrado, por exemplo, devia ter as competências para poderem estar envolvidos no processo muito mais

cedo e quando novos designers vêm ter comigo, às vezes, mostram-me o trabalho deles e dizem “olha para isto, como é que terias feito?” e eu digo “Eu não teria feito isso, de todo. É esse o problema. Não é um problema estético. Não é uma falta de competências visuais. Isto é...tu tomaste as decisões erradas, é aí que está o problema.” E não há maneira de criar design claro, forte e memorável a partir de ideias confusas. Por isso, o design é, acima de tudo, uma forma de organização intelectual. Sem isso não tens nada. Por isso, tem a ver com tomar decisões através de critérios, é a coisa mais importante para começar, e depois tens de encontrar a solução visual. Por isso, essa é a minha metodologia. Sabes, a proposta, trabalhar de perto com o cliente e, como diz o Ken Garland e eu concordo com ele, o melhor trabalho, se fazes bom trabalho e é considerado bom trabalho, é porque tens um bom cliente, porque não te teriam permitido ter feito o trabalho se não fosse esse o caso. Isso é muito importante e falas com o Peter Saville, ele fez o trabalho que ele foi capaz de fazer por causa do não sei quantos, da Factory. Falas com o Vaughan Oliver, é a mesma coisa, ele diz-te que sem aquele cliente ele não teria sido capaz de fazer o que fez. Por isso, as pessoas queixam-se do cliente, mas o cliente é muito importante nisso.

Na minha experiência de trabalhar com muitas organizações de esquerda, as pessoas dizem-me “então, elas são boas para trabalhar” e eu digo “não, raios, não foram”. As melhores para trabalhar são as de direita, não organizações políticas de direita, mas *mainstream*. Porquê? Porque, quando estás no mercado a produzir coisas que não consegues diferenciar, porque um sabonete é exatamente igual a outro e um champô é igualzinho ao outro, os ingredientes não são nada diferentes, o que é que tens que os diferencie? A imagem, é tudo o que tens. E eles percebem, por conseguinte, que o investimento tem de ser feito na imagem. É aí que vão fazer a diferença. Ao contrário da esquerda, que tem esta paranóia sobre ser dona da imagem. Eles odeiam ambiguidade. Têm de controlar a mensagem a toda a hora. Eles têm medo de que, se perderem isso, perdem tudo. Por isso...e eles não compreendem o poder da ambiguidade. O poder da ambiguidade é perturbar as expectativas das pessoas. Nunca tive isso a trabalhar para a Greenpeace. Fiz um trabalho para a Greenpeace, foi para um evento. Fiz um desenho, bastante dinâmico, de um golfinho, um gráfico a sair do mar a saltar e a voltar para o texto e assim. Fui a uma reunião e eles disseram “Não, não podemos usar essa

imagem”, e eu disse “porquê?” e eles “bem, vês, temos uma política contra zoos marítimos e os golfinhos fazem isto lá” e eu disse “sim, mas eles fazem isto na vida real, é isto que eles fazem no mar”; “ah, sim, mas as pessoas podem interpretar mal”. É um exemplo típico, certo? Tinha um amigo em Londres, agora perdi o rasto dele, não sei para onde é que ele foi. Ele era brilhante. E eu trabalhava para a Shelter, uma instituição de solidariedade para a habitação, e ele fez um trabalho brilhante como independente sobre habitação. O que ele fez foi, ele fazia serigrafia, como eu, e fez umas serigrafias grandes tipo *trompe l'oeil* e há casas geminadas em Inglaterra, tens uma fila inteira de casas geminadas e elas têm janelas que dão para a rua, têm uma janela grande e duas janelas de lado, e ele fez serigrafias grandes de uma janela e cortinados e flores, uma coisa mesmo bonita, e pô-las nas janelas. E eram casas vazias, desertas. E isso teve mais poder e mais impacto, ir a andar na rua e ver aquilo, que qualquer *poster* feito pelo Partido Socialista dos Trabalhadores, que diz “exigimos mais habitação agora, abaixo a Thatcher”. Não faz nada, as pessoas olham para aquilo e dizem “sim, sem dúvida”. É verdade, já não há muita paciência para essas coisas das grandes mensagens. Mas é engraçado, mesmo o Bloco de Esquerda, que estava com as cores vermelhas, e tudo, já reparaste que está a ficar muito colorido, a usar outras cores que não o vermelho? Também já se estão a começar a mexer um bocado em termos da cor. O vermelho também já começa a não ser a cor que eles pretendem, também tem algum interesse. Ora bem, acho que me perdi.

**Quais são os seus trabalhos mais representativos, em termos de forma de pensar e de criar? Aqueles que tu aches que representam melhor a tua maneira de pensar e de criar?**

Bem, eles mudaram ao longo dos anos porque eu mudei ao longo dos anos.

**Um por década?**

Bem, se eu tivesse de escolher uma peça...*Memórias do Tempo* foi uma peça mais ou menos icónica para mim na altura, porque juntou muitas coisas diferentes, que me interessavam na altura e agora, que é uma certa ordem do design, mas humanidade, e isso é tão importante para

mim. A ideia de calor. Não ter frio. A ideia do livro como um objeto que podes segurar na mão, do papel, dos tipos de letra, algo que é íntimo. E então, para mim, esse livro tinha várias coisas diferente que, sabes, tipograficamente estava bem ordenado, não é pirotécnico de uma maneira diferente, mas tinha riqueza nos matérias que usava, tinha humanidade, e acho que é essa a coisa que tenho almejado no meu trabalho, essa ligação com as pessoas. Acho, eu tento fazer com que o meu trabalho não seja demasiado intelectual na sua estética. Calculo que tenha havido vários livros ao longo dos anos, mais do que qualquer outra coisa. O último livro que fiz, que foi o do Nuno Portas. Conheces esse? Eu mostro-te daqui a bocado. Esse aí tem essa humanidade de que eu gosto. Mas é parcialmente uma reflexão daquilo que eu queria para o livro, por causa de quem o Nuno Portas é e aquilo que ele é como pessoa. Tinha de não ser, mesmo, um livro de mesa de centro. Odeio fazer livros de mesa de centro. O outro, presumo, é o livro que fiz para o grupo Mesquita. Também não conheces esse. Acho que esse foi icónico para mim de várias formas diferentes, na medida em que representou muito daquilo em que acredito. Quando eu fui vê-los, e eu mostro-te o livro, eles, o que eles queriam era um livro para celebrar 50 anos da empresa e queriam um livro de mesa de centro. Eu sabia exatamente o que eles queriam. Eles começaram a descrever-mo e eu pensei “oh, deus, não”. Eles queriam este livro de grande formato em papel brilhante, com uma capa grande e espessa, muito portuguesa, isto é algo que podes ver nos portugueses, o acabamento. Os acabamentos, as grandiosas capas espessas, com as sobreposições e as lombadas que têm a cola errada nos buracos e assim, acho que os acabamentos dos livros em Portugal são medíocres. Quero dizer, compara. A impressão é boa, mas os acabamentos podem muitas vezes ser horríveis. E então eles queriam isto, e queriam isto cheio de imagens de arquiteto, porque eles trabalharam com vários arquitetos e queriam tipo desenhos do arquiteto, com assinaturas e coisas assim. Por isso, é um exemplo típico de eu a ouvir depois vou-me embora e escrevo a minha proposta. Eu disse “ouçam, vocês são uma construtora, não um atelier de arquitetura, não podem fazer um livro de arquitetura da mesma maneira como os ateliers de arquitetura fazem, mas podem fazer algo diferente que eles não podem fazer e isso é o facto de a vossa empresa viver e singrar por causa das pessoas que trabalham para vocês e as

coisas que vocês fazem, portanto, todos os operários, os eletricitas e o resto”. Fui às obras em construção deles, estavam a fazer o grande IKEA lá para cima, e eu fui lá e pensei “este sítio é fantástico, olha para esta lama toda e este camião enorme com rodas gigantes e as pessoas com chapéus e o aço e todas estas coisas e as mulheres na cantina”. E depois nos escritórios deles, na Maia, eles tinham todos estes sítios, estes armazéns cheios de porcas e parafusos e plástico e depois tinham tipos de bata e assim, e eu era um tipo de sítio fantástico, uma espécie de jardim zoológico, com coisas e pessoas, gente normal a trabalhar em sítios. E eu disse “é isto que vocês têm, é isto que vocês devem celebrar”. E então foi o que eu fiz e eles foram nessa. No fim disseram “OK, é uma ideia mesmo boa”. Portanto, o livro está dividido em duas metades. Os edifícios ainda estão lá, mas não há arquitetos na mesma maneira como eles queriam. Portanto, a primeira metade do livro é feita de retratos de pessoas e sítios e coisas e o resto, e a segunda parte, é sobre edifícios, fotografias dos edifícios. E o acabamento do livro, e o facto de que a lombada não está coberta porque é uma construtora e é bruto. No final não fiquei assim tão contente com a impressão, mas o conceito do livro, e outra vez, esta ligação às pessoas e à humanidade e às coisas e assim, e há uma questão interessante, e isto sou eu a desviar-me do que tu queres, é que eles me disseram “oh, o Andrew é um artista, pá, é um artista”. Já ouviste isso mas eu vejo que é uma questão muito séria e é importante para os designers e respondi-lhes “não, não sou, sou um designer”. E o que é que isso quer dizer para eles? O que quer dizer é que se alguém consegue intervir no conteúdo e interpretá-lo, é um artista. O que isso quer dizer é que a forma como eles vêem um designer é que o designer é alguém que não faz isso. O designer é alguém que é quase como um técnico. Podem ser hábeis e competentes e eles conseguem apreciar essas aptidões, mas não podes ensinar isso, “não, não sou”. Tens de compreender no que é que consiste o design. Então, onde é que está o problema aqui? É dos clientes ou dos designers? Não sei.

**Por fim, já tinhas dito, estás há 20 anos em Portugal. 20 anos certos?**

Não, não bem. Vim para cá em Setembro de '93. Mesmo assim, já tinha visitado Portugal antes, a primeira vez que cá estive foi em '87, na Gulbenkian.

### E gostaste tanto disto que ficaste cá?

Bem, não, quero dizer, fui convidado outra vez em '89. Estava a tratar de um *workshop*, era um curso para professores e uma das professoras tornou-se a minha esposa, foi por isso. É a história de Portugal.

---

## Síntese

Andrew Howard recebeu-nos no seu estúdio, mesmo no coração da cidade do Porto. Howard pediu para falar em inglês, uma vez que se sentia mais confortável para expressar o seu raciocínio. Esta entrevista está então em duas línguas, uma vez que falámos em português e o entrevistado em inglês.

Em relação à *tecnologia*, Howard refere que ela mudou a maneira como os designers trabalham uma vez que estes, antes da era computador, faziam parte de uma cadeia de trabalho, existindo uma grande interdependência entre todas as partes do processo, era “um processo colaborativo, porque eras apenas um elemento na cadeia”(Howard, 2012). Com o advento do computador, os designers conseguem *descolar-se* mais dessa cadeia, tornam-se mais independentes, e isso mudou o seu posicionamento no trabalho de design, “tornou-se possível para os designers pensarem neles próprios como autores, porque estavam a controlar tudo. Isso muda a maneira como os designers se vêm a eles próprios” (Howard, 2012), e, refere ainda que muda também a forma de os clientes verem os designers.

No *estado do design*, acha que com a era da Globalização é quase impossível identificar estilos nacionais. Que o design português faz parte duma cultura global onde as influências são praticamente as mesmas. No entanto refere que as influências nacionais podem existir, mas que se lhe pedissem para identificar atributos do design português, ele “teria muitas dificuldades” (Howard, 2012). São as línguas de cada país que os denunciam, mas em termos estéticos, não consegue ver as diferenças. Quanto ao *processo de trabalho*, Howard refere a importância do cliente para o sucesso num trabalho de design gráfico, e que “não há maneira de criar design claro, forte e memorável a partir de ideias confusas.”(Howard, 2012) Rematando dizendo que o design é feito de decisões sustentadas que influenciam todo um resultado criativo, “o design é, acima de tudo, uma forma de organização intelectual. Sem isso não tens nada. Por isso, tem a ver com tomar decisões através de critérios, é a coisa mais importante para começar e, depois, tens de encontrar a solução visual.” (Howard, 2012)

---



## Anexo 9

### Entrevista com José Albergaria

**Entevisado:** José Albergaria

**Entevisador:** João Tiago Santos

05 dez 2012

**Duração:** 26m

#### **Para começar, então: qual é o teu percurso académico?**

Estudei na Faculdade de Belas Artes, em Lisboa, e fiz o curso superior, de cinco anos, de Design de Comunicação.

#### **Só para perceber, este percurso, ou seja, o percurso da faculdade claro que te moldou enquanto designer, mas houve outras influências que tiveste para ser designer?**

Sim, muita coisa...a música foi talvez uma das coisas mais importantes. Capas de discos foi uma das partes mais importantes. Eu ouvia bastante música – e oiço – e adorava sempre a ideia das capas, o universo visual da música, etc. Outra coisa é o surf, a relação com o surf também... visualmente também tem sempre um impacto forte.

Depois as revistas também do surf, os David Carson, esse pessoal todo também...a música, com os Neville Brody, os 4AD...o surf... que mais... e as artes plásticas, também, que sempre me interessou desde puto. Tenho uns tios que são artistas plásticos, o Eduardo Nery e a minha tia é a Ana Vieira, não sei se conheces... Sempre tiveram uma forte influência para mim. O aspecto visual do trabalho deles é bastante importante também...e pá, depois por aí até às Belas Artes e das Belas Artes depois é também a convivência com os colegas. Fui um dos co-fundadores dos Barbara Says..., como disseste há pouco e, com esse pessoal, além da atividade académica, tínhamos muita atividade também fora da faculdade. Com Pessoal de design gráfico, de artes plásticas, arquitetura e por aí fora...

#### **Não sei se tens estado em contacto com o design gráfico em Portugal por trabalhares em França Tens acompanhado o que se vai fazendo em Portugal?**

Não conheço bem o estado atual da cena em Portugal. Trabalho às vezes com Portugal, mas sou muito amigo do António Silveira Gomes e da Cláudia, dos Barbara Says... amigo também da Lizá e do Artur... conheço esses dois ateliers, fora disso, conheço alguns clientes. Trabalhei com o Berardo, trabalho às vezes com os Açores, eu sou açoriano... com o Governo Regional... e depois com amigos, faço alguns livros com amigos fotógrafos e coisas assim. Mas não acompanho tão profundamente como acompanho aqui.

#### **Perguntei-te isto porque te ia perguntar se achas que a tecnologia e o software estão a influenciar a forma de fazer e pensar o design gráfico em Portugal.**

Hoje em dia é muito difícil desassociar a produção do design gráfico (mesmo se agora também há muito pessoal que anda a fazer as suas produções de uma maneira mais artesanal etc)- mas o design gráfico mesmo, de produção de offset e serigrafia (falo de *print*), uma dimensão industrial não pode escapar ao *software* e evolução tecnológica. Portanto, é lógico que teve uma certa influência em todo o mundo, não só em Portugal. É incontornável.

#### **Achas que se pode afirmar que existe design português?**

É difícil...acho que existem casos isolados que têm uma forte personalidade, mas não sei se é o facto de ser português ou não. É lógico que o ambiente que está à nossa volta influencia; se esses designers estivessem em França talvez não fossem os mesmos. Mas uma cena, uma escola como a suíça, a holandesa, a inglesa, a francesa ou a alemã acho que não, verdadeiramente. São casos únicos que têm

a sua personalidade. Mas acho difícil haver o que se possa chamar *Design Português*. Mas, agora, há uma cena viva, bastante viva.

**E achas que o design português se está a tornar mais global ou mais globalizado? Que está a perder as características que poderia ter ou não... Será que nós estamos a tentar demarcarmo-nos desta internacionalização do design ao criarmos um coisas mais pessoais, ou achas que nós estamos a ir na onda, também estamos cada vez mais globais?**

Acho que tudo está mais *globalizado*. Mesmo o facto de escapar às modas é também já um ato em si de atenção a fugir... mas sim, acho que hoje em dia é cada vez mais *globalizado*.

**Achas então que estamos a globalizar-nos, que os europeus estão todos a trabalhar um bocado dentro da mesma linha? Infelizmente. Nós é que influenciamos os outros para eles se globalizarem também (risos).**

**Como é que olhas para o design português comparado com o teu país? Agora estás em França... há quanto tempo?**

Estou desde 1999.

**Como é que eles olham para nós em termos de design? Se é que é importante o design português, ou se passa completamente ao lado...como é que é interpretado aí o design português?**

Os franceses gostam dos portugueses, mesmo que haja uma relação estranha entre os dois países. Mas no fundo acho que a relação é bastante positiva. A relação dos franceses em relação aos portugueses. Vice-versa é um bocadinho menos. Os franceses, mesmo que tenham alguns preconceitos. Os R2 são mais conhecidos cá do que talvez noutro sítio qualquer; os Barbara Says... nunca foram editados (édition *Pyramid*) em parte alguma a não ser aqui em França; as conferências, os *workshops*, os prémios... muitos deles foram recebidos em França. É um país que olha para Portugal com curiosidade e admiração, vejam também o exemplo do cinema e arquitetura.

**Cá em Portugal?**

A presença de Portugal no estrangeiro. Tem-se dois gestos fortes como os Barbara Says... e os R2...o Planeta Tangerina na ilustração...pouco mais...não se vêem muitos gestos internacionais.

**Sim, estou a perceber. E como é que tu vês o design português comparado com o design francês?**

o design francês tem uma história muito mais extensa, na tipografia, na tecnologia...a França é um dos contributos principais para a Europa na história do design gráfico, tipográfico. Desde o Luís XIV até agora, hoje em dia como é que isso evoluiu? É um país bocado único na Europa, como um satélite à parte. Gosta de se marcar pela sua diferença. E isso nota-se no design, mesmo que sejam um bocado *fashion victims*. Há uma grande força política pública, do comando público...os clientes culturais que podes ter aqui são muitos...e não só, e comerciais, também, da moda...é uma dinâmica muito forte que Portugal não tem.

**Também poderá ter a ver com a periferia do nosso país...**

Paris, Londres, Berlim...o centro da Europa, mesmo o facto de a Suíça ser tão dinâmica, pelo facto de ser uma passagem muito forte de influências. Historicamente tudo se cruza, entre uma Alemanha forte e uma Europa Latina, entre Itália e França. Está tudo ali no meio. Portugal apanhava sempre um bocado pelo isolamento...

**E achas que a tua forma de fazer e conceber design está enquadrada com o que entendes por design português? Olhando para o que se faz em França e olhando para o que tu fazes e como tu fazes, será que tu tens algumas...ou seja, a tua forma de trabalhar e design está enquadrada nisso ou não?**

Não sei, pergunto a ti! (risos). Que achas? Agora estou menos especialista no português do que tu... não sei, acho que não...

Eu trabalho com um holandês já...apanhei um pouco de França, um pouco de holandês (o meu sócio Rik é meio holandês meio inglês)...eu sou português, Açoriano... Vivi no Canadá uns anos tudo isso só enriquece, não me agarra nostalgicamente. Nós estamos mais à procura de novas ideias do que agarrar a uma certa nostalgia e repetir coisas, estás a perceber? Não é a nossa onda.

**Isto tem a ver com a pergunta seguinte: como é que tu abordas um projeto de design? Em termos de definição de programa, metodologias, formas de trabalhar. Ou seja, como é o teu processo de trabalho quando tens um projeto de design?**

Depende do projeto. Há projetos tão diferentes, em tempos diferentes, com exigências diferentes, com orçamentos diferentes... Quanto ao método, depois tu misturas todos esses condimentos e cada um sai um processo diferente.

**Mas não há nada que tu mantendas sempre em termos de processo? Algumas características que, à medida que vais trabalhando, vais passando sempre por ali. Tenho, lógico que devo ter. Acho que é isso aí também que faz a diferença. Agora, se tenho uma regra para isso...tenho determinadas regras, de análise e de não precipitar, etc... mas em relação depois ao processo ser o mesmo... todos os projetos são tão diferentes que é difícil ter...eu, pessoalmente, acho que não consigo ter uma maneira de abordar muito idêntica cada projeto. Agora, no processo às vezes encontro coincidências ou experiências como um 'dejá vu' que me ocorrem. Mas não são propriamente intencionais, não estou à procura desse caminho.**

**Alguma vez citaste nos teus trabalhos algum designer no que diz respeito à forma, ao pensamento, à metodologia?**

Sim. Os colegas são sempre influências fortes. Influências para o melhor e para o pior, mas são incontornáveis. A história da nossa profissão, não podes virar as costas. A história e os contemporâneos estão presentes,

**Queres dizer alguma coisa que te lembres? Alguma citação que tenhas feito?**

Hmmm...olha, houve um holandês, Jean François van Royen, que disse uma coisa muito gira em relação à crítica...os selos holandeses...o que é que ele diz... diz uma coisa muita gira... "o selo é como se fosse o maior cartão de visita do país". Acho que essa frase é fenomenal.

**Quais são os designers portugueses que consideras mais marcantes e porquê? Não tem que ser da atualidade, mas também podem ser, já falaste dos R2 e do António dos Barbara Says..., para além desses tens mais algum que tu queiras referir ou de outros períodos quaisquer?**

O senhor que acabou de falecer, que não era português mas que é um personagem bastante importante, o Robin Fior...mesmo que nos últimos anos da sua carreira estava um bocado apagado e não me identificava muito com o seu design gráfico, mas tudo o que conheço dele tem coisas bastante interessantes. O Sebastião Rodrigues...e, não sei se foste ver, o misterioso Paulo de Cantos...

**Sim, estive em Lisboa.**

Foste ver as conferências lá?

**Sim, fui. Fui aquela do Robin Fior a que ele não pôde ir, estive nesse dia.**

Tinha esses livros também no bolso. Talvez essas são algumas das personagens que eu acho mais marcantes. E os contemporâneos, o António e os R2 ...O João Machado, de certa maneira, mas eu não me identifico muito muito... mas acho uma marca importante no panorama nacional, também.

**Quais são os teus trabalhos mais representativas? De como pensas, de como crias?**

Houve muita gente das artes plásticas que me influenciou. A Salete Tavares, a Helena de Almeida, a Ana Vieira para mim, mesmo em determinados aspectos gráficos, especialmente no trabalho de serigrafia...todos os cartazes...como se chamava aquele ilustrador... o Abel Manta... o Vieira da Silva também, com alguns dos cartazes...o Almada Negreiros...o Santa Rita, pintor, todo esse pessoal do modernismo.

**Ou seja, o que te interessa nos artistas é realmente a parte mais gráfica?**

Não, não só, mas...puxando a conversa aqui para o contexto.

**Novamente: Quais são os teus trabalhos mais representativas de como pensas, de como crias?**

Pá, tem muitas fases. Sou um designer gráfico que faz isto e aquilo...acho que faço tanta coisa diferente e tenho prazer em fazer coisas diferentes. Coisas mais expressivas, mas... é difícil...acho que há tanta coisa diferente entre sinaléticas menos expressivas ...ou cartazes mais

*rock'n'roll*. Por exemplo ao desenhares um livro , quando desenho um livro, identifico-me bastante com o trabalho que desenvolvo mas não é a mesma coisa que fazer um cartaz...é diferente...tu inventas uma forma gráfica...

---

## Síntese

Por razões geográficas e logísticas, a entrevista a José Albergaria realizou-se via *Skype*. Albergaria estava em sua casa, que usa também como seu estúdio.

Albergaria refere que o compromisso entre a *tecnologia* e *software* com o design acontece em termos globais e que, nos dias de hoje, o design gráfico de produção de *offset* e serigrafia, tem uma dimensão industrial que não pode escapar ao *software*. “Portanto, é lógico que teve uma certa influência em todo o mundo, não só em Portugal.”(Albergaria, 2012)

Sobre o *estado do design* assume alguma dificuldade em definir, achando que existem alguns casos isolados que considera terem uma forte personalidade, mas que tem dúvidas quanto ao facto de serem portugueses ou não. Considera também o contexto um elemento importante

para o desenvolvimento de determinado tipo de design gráfico, e conclui dizendo que “se esses designers estivessem em França talvez não fossem os mesmos” (Albergaria, 2012). Acha que o design está mais global, vendo poucos exemplos que marquem uma cultura, uma etnia na Europa. Para o facto do design gráfico português ser pouco conhecido em França, aponta para o facto de o design nacional se encontrar em crise e de existirem apenas dois ou três casos, que tenham relevo internacional.

Quanto ao *processo criativo*, considera que o seu método é muito pessoal e que depende dos projetos. Albergaria refere que existem, projetos tão diferentes, em tempos diferentes, com exigências, e orçamentos diferentes, o que tem como consequência um processo diferente.

---

## Anexo 10

### Entrevista com António Siveira Gomes

**Entevisado:** António Siveira Gomes

**Entevisador:** João Tiago Santos

13 dez 2012

**Duração:** 1h14m

#### **Primeiro era para perceber o teu percurso académico, ou como chegaste a designer.**

António Silveira Gomes (ASG): O meu percurso académico...eu comecei a estudar design na África do Sul. Cresci lá, parte da minha vida passei lá. Acabei o liceu, fui para uma escola que acabei com notas más, mas acabei. Tinha mais tendência para humanísticas, escrita, literatura, história. Literatura, era a área que mais me interessava. Depois resolvi fazer um curso de preparação para a universidade, porque não tinha uma média boa. Fui para uma academia de artes que havia em Joanesburgo onde me preparei quase durante um ano. Depois ingressei lá na universidade, Witwatersrand Technikon. Uma faculdade com um curso de artes muito bom.

Eu trabalhava para manter o curso. À noite trabalhava em discotecas e bares a servir bebidas, pelo desgaste dessa vida não tinha o empenho académico que gostaria de ter tido, mas safava-me bem. Vim para cá de férias, visitar a família, e fui visitar a Faculdade de Belas Artes em Lisboa. Gostei logo, porque era uma coisa completamente diferente. A faculdade onde estava na África do Sul era nova, mas tinha uma perspetiva profissionalizante. Adorei a Faculdade de Belas Artes porque não era nada disso, era uma academia. E eu ingressei aqui por transferência. Acabei o curso em 96 ou 97...ou seja, fiz o curso em seis anos. Foi aí que conheci o José Albergaria, que foi meu sócio e amigo, o Leonel Duarte, o Vasco Albergaria, o Carlos Libório, fundámos o Barbara Says... ou, aquilo que iria ser a Barbara Says... mas nunca chegou a ser. Mais tarde reconfiguramo-nos com o Nuno Horta Santos, que era mais experiente. Eu, o Zé e o Nuno fundámos o atelier, estávamos no 3º /4º ano. Ficava na rua Ivens, que é uma rua no Chiado a um quarteirão

da Faculdade. Nessa altura trabalhávamos os 3 como monitores da sala de informática na faculdade. Era assim, e com alguns trabalhos que pagávamos a renda do atelier. Depois disso, quando acabei o curso, não continuei a estudar. Já trabalhava, por isso continuei a trabalhar. Fiz uns *workshops* e umas coisas assim. Fiz um *workshop* importante para mim com o Andy Cameron dos Antirom, e dos Tomato. Por essa altura já estava a trabalhar...e depois fui dar aulas para as Caldas da Rainha. E entrei para o mestrado da Faculdade de Arquitetura. Não acabei o mestrado...foi o primeiro mestrado em design. Acabei a pós-graduação mas não acabei o mestrado. Depois interrompi e agora estou em Coimbra a fazer o doutoramento. No Colégio das Artes. E dou aulas em Coimbra. Dei aulas nas Caldas da Rainha durante oito ou nove anos. De 2001 a 2009 dei aulas nas Caldas. Até agora estou a dar aulas em Coimbra. Mas já dei aulas (em regime de colaboração protocolar) em outras faculdades. Na Faculdade de Belas Artes, na Faculdade de Arquitetura... e é isso. Profissionalmente, trabalhei para aí uns cinco ou seis anos sem dar aulas, sem fazer nada. Só mesmo no atelier, a fazer a *Flirt*, a fazer montes de coisas. Trabalhei para o Jornal dos Arquitetos...mas isso já estou a divagar. Portanto, tive uma formação académica um bocado saltitante. Mesmo a minha formação escolar, não sei em quantas escolas é que andei, mas andei em cinco ou seis escolas.

#### **Que outras influências é que tiveste para além do estudo? Além do percurso académico tinhas já falado do *workshop* que foi importante para ti.**

ASG: Foi um trabalho de férias, com a minha irmã. O meu pai era diretor de uma empresa de seguros e arranjou-

nos um biscate que era numa loja de discos que tinha inundado na Avenida de Roma. E era preciso organizar os álbuns, os vinis todos. Nós tínhamos de ir para lá encontrar as coisas que estavam boas e eles pagavam-nos em discos vinil, o que ainda foi melhor para mim. Isso talvez seja das influências mais importantes. Capas que nunca tinha visto na vida, daquela escola inglesa dos aerógrafos, dos Hipgnosis, do Roger Dean, de bandas como os 10cc, os Yes, capas de *heavy metal* e *synth-pop* que era o que eu ouvia na altura...tinha 15, 14 anos. E capas de discos de música clássica e de jazz. Então de jazz era o delírio. E eu nem sequer sabia o que era jazz, era uma música que o meu pai ouvia que eu achava horrível. Isso talvez tenha sido a influência mais importante. Além da música, o cinema, enquanto estava a estudar no liceu. Estás a falar de influências antes,depois ou durante?

#### **Que te influenciaram a ti enquanto designer ...**

ASG: Na África do Sul ia muito ao cinema. Tinha um cinema junto a minha casa que dava sessões triplas a partir da meia-noite. Serviam café entre as sessões. E eu ia sempre lá. Era só cinema de culto, filmes que não se viam no circuito comercial das salas de cinema, a África do Sul nessa altura estava na fase final do Apartheid, portanto havia um embargo cultural gigante. Cultural e financeiro, portanto havia imensa coisa que não chegava a África do Sul. ( apenas pela contracultura em locais como este cinema) Além do cinema, a música também foi uma influência importante. Trabalhei lá numa loja de vinis a carregar caixotes e a organizar o *stock* de uma mega loja de vinil. Portanto, eu acho que foi por aí. É estranho porque hoje não coleciono vinil. Mas guardei alguns vinis, muito poucos. Não sou um colecionador muito rigoroso. Não guardei muita coisa, mas esses dois momentos foram importantes. Passava a vida nessas lojas quando não estava a trabalhar. Eu diria que são as principais influências...

#### **As sessões triplas iam até de madrugada?**

ASG: Sim, sim. E a malta vestia-se (mascarava-se) e não se quê (risos). Era um evento. O cinema, filmes à volta da música...vi o *The Wall*, nessas sessões de cinema...filmes de terror e coisas assim...

#### **Também cá já começam a haver esse tipo de coisas, as**

#### **peessoas mascararem-se para ir ao cinema...**

ASG: Sempre houve, mas aqui em Portugal nunca foi muito, há uma noite na Cinemateca, a noite *Rocky Horror Picture Show*, que é um daqueles clássicos da Broadway, em que a malta vai toda equipada e há números de coreografia e toda a gente conhece a letra...há um momento no filme que está a chover e as pessoas tiram pistolas de água.... (risos).

Mas, acima de tudo, é através do vinil e a maneira como a música se relacionava com o *packaging*. E foi na altura em que eu me mudei para a África do Sul que apareceu com mais força o formato CD. Um grande amigo meu era filho do dono dessa loja. Eu fiquei durante dois meses a viver em casa dele enquanto a minha mãe procurava casa lá em Joanesburgo...o pai dele tinha uma garagem! Era uma loucura. Era o delírio, mesmo. O que estava a acontecer é que o pai dele estava já a recolher vinis que iam para uma coleção porque estava a comprar CDs. Estava a decorrer essa transição. Este era um dos principais donos de lojas de discos de Joanesburgo.

#### **Estiveste na África do Sul depois da queda do Apartheid?**

ASG: Não, apanhei mesmo o momento de saída. Entrei lá na faculdade em 91, vim para cá em 92, por isso apanhei a última eleição que não era livre. Que não foi uma eleição, foi um referendo em que só a minoria branca é que votava, mas ia decidir-se se se continuava com as políticas de segregação ou acabar com elas. E lembro-me que isso foi um momento importante. As faculdades na África do Sul já tinham uma política mais aberta, já tinha colegas de raça negra. Eu cresci num bairro de Joanesburgo muito agitado (Hillbrow), essa fase mais consciente, entre os 15 e os 21...em que me apercebi do impacto social que aquilo poderia ter, e também da injustiça que isso era em termos ideológicos. Nessa altura já estava ativo, a participar naquilo, era preciso. Estava consciente de que tinha de haver uma mudança mais democrática para o país.

#### **Isso também te influenciou de alguma maneira?**

ASG: Provavelmente. Porque no liceu eram só brancos, mas era como uma bolha, uma pessoa sentia de facto essa barreira social. Eu sentia isso porque vivia num bairro de classe média baixa e ao lado havia um dos bairros mais caros de Joanesburgo (Houghton). A escola onde eu andava

servia esses dois bairros. Era muito importante em termos históricos, mas era uma escola que servia os dois mundos: os podres de ricos –na África do Sul, as pessoas ricas, eram muito ricas mesmo – e a classe média empobrecida, já desde os anos 70. Portanto, eu vivia nesse bairro que era um bairro transicional (no final do Apartheid instituíram-se bairros transicionais onde pessoas de raça negra podiam viver, mas as rendas estavam acima da suas posses só algumas famílias é que conseguiam ir para Hillbrow. Eu movia-me com alguma agilidade neste bairro em acelerada mudança. Que era considerado na altura um dos mais violentos.

Sim, isso teve impacto de certeza absoluta, porque eu quando vim para cá toda a gente “ah, vens da África do Sul”. Há sempre situações onde uma pessoa ou não diz nada, porque não sabe ou não sabe o que dizer, porque também o que vinha para fora sobre a África do Sul era muito diferente do que o que se vivia lá, muito diferente mesmo. Pouca gente metia conversa comigo sobre esse meu passado.

**Achas que a tecnologia e o *software* estão a influenciar a forma de fazer e pensar o design em Portugal?**

ASG: Em Portugal?

**Em Portugal e no mundo também...**

ASG: Claro, desde sempre. Houve sempre empatia entre a tecnologia e o design, a artesanaria ou as artes tradicionais da impressão sempre estiveram presentes e há sempre uma nostalgia e um grande afeto da parte do design pelo legado tecnológico, mas sem dúvida que o computador influenciou completamente a forma de trabalhar, no mundo. Agora, se há uma diferença entre Portugal e o resto do mundo, eu acho que não há diferença. Antes pelo contrário, acho que o que aconteceu foi que o computador aproximou Portugal mais do resto do mundo.

**Mas em que sentido é que achas que influenciou, começamos a trabalhar todos da mesma maneira?**

ASG: Eu acho que não. Acho que há pessoas que têm linguagens muito versáteis e individuais e que trabalham com o computador. Agora, que há tendências que são instituídas pela indústria dos *softwares*, isso há. Mesmo assim, acho que há pessoas que têm uma linguagem muito

idiosincrática através do computador.

**E através do computador, achas que mudamos a nossa forma de pensar?**

ASG: Eu acho que sim, claro. O computador não é um agente neutro, é um meio. A partir do momento em que o computador é um meio existem designers que fazem coisas para o computador, não para o papel, para distribuir na rua. A partir do momento em que o computador se auto define como computador, a tecnologia, a informática e novos-media se auto definem. Não é nada neutro. O Robin Fior, dizia que o design se estava a transformar numa prática excessivamente alicerçada na tecnologia e os designers perdiam demasiado tempo a tentar desvendar manuais de informática para perceber como se fazia y, x e z, e refletiam pouco criticamente sobre aquilo que estavam a fazer. Isso é completamente verdade, nós de repente perdemos muitas horas da vida a contemplar possibilidades imagéticas e a tentar perceber como se faziam coisas no computador. E a aprender *softwares* que já não se usam, e a aprender a programar e depois a desencantarmo-nos com a programação.

**Achas que se pode dizer que há um *design português*?**

ASG: (risos) mas quê, contemporâneo?

**Em geral, achas que existe *design português*?**

ASG: Existe uma cultura de design português, mas não existe propriamente um estilo de design português. Mas existe uma maneira de fazer design, de falar design e de viver a cultura de design portuguesa. Claro. Mas acho que isso é inevitável...os designers comunicam uns com os outros através do que fazem, portanto isto cria uma espécie de ecologia, economia. Quem diz isto nem sou eu. Mas eu acredito nesta teoria, que o universo do design é criado por várias interações. Mas isto é aquilo que eu acho mais importante neste momento.. Voltando um bocado à questão anterior para responder a esta – foi exatamente isso: democratizaram-se as ferramentas do designer, desmistificaram-se as ferramentas do designer, tornaram-se públicas. O designer agora tem de encontrar outras maneiras de ser um agente.

ASG: Este tipo de coisas não são fixas. Se a pergunta é “há um design gráfico português contemporâneo, um estilo

de design gráfico, ou uma maneira de fazer?” Há. Agora, se há uma maneira reconhecível ou um reconhecimento, não há. Porque Portugal é um país importador. O design português contemporâneo é um design de importação. Eu sou um importador de design, fui durante muitos anos um importador de design, mas sempre tive essa perspectiva céptica em relação a isso e de auto crítica. Tive o cuidado de parar e perceber porque estava a olhar para estas influências. Trabalhei com uma designer holandesa, que fazia parte do nosso círculo de amigos. Era uma designer de cartazes e naturalmente acabámos por trabalhar juntos com ela para conhecer outra maneira de trabalhar e aprender com ela. A maneira de fazer design português é essa, é um design que parte de várias vertentes e influências correntes.

Se há um estilo, se há uma maneira de fazer, e se há um vernáculo português? Isso há. Eu acho que associava o vernáculo à maneira de fazer. Existe de facto um vernáculo assim um bocado bastardo, cliché, ou seja, não tem inteiramente uma identidade portuguesa, e depois há a investigação, histórica e etnografia levada a cabo por alguns designers portugueses.

Agora, se neste momento acho que existe uma maneira portuguesa de fazer design, existe. Não existe é um estilo puramente identificável português ou um design que se possa dizer que é português. É internacional.

**Quando olhas para um trabalho teu, ou vês um trabalho teu lá fora, achas que tens um estilo internacional? Existe um estilo nosso, português? Ou é completamente igual o que nós fazemos ao que se faz lá fora?**

ASG: Não, não é igual. Porque temos uma coisa que nos distingue, que é a língua portuguesa, a lusofonia. Somos um país que absorve as referências internacionais mas que também tem uma identidade cultural muito própria como o Brasil. Há uma coisa residual dos anos 90 - que é os portugueses usarem muito o inglês. Barbara Says..., é em inglês. Por uma razão muito específica, todos os fundadores principais tinham vivido fora. Eu, o Zé e o Nuno tínhamos vivido em países anglo-saxónicos. O Nuno nasceu na Irlanda, o Zé cresceu no Canadá e eu na África do Sul. E juntamo-nos aqui. O nome Bárbara é estrangeiro. As associações de design chegaram a discutir este tipo de coisas. Eu sinto isso desde que dou aulas. Há dez anos, ou mais, tenho sempre uma porção de alunos que preferem fazer as coisas em inglês, encaixa melhor, escrevem os

nomes em inglês. Mas aquilo que identifica o design português é sem dúvida a nossa língua.

**Achas que o design gráfico português está a tornar-se mais globalizado fazendo perder potenciais características? Ou essa globalização está a conduzir os designers para uma busca de maior individualidade formal, conceptual e ao mesmo tempo demarcar-se deste estilo internacional, do design internacional?**

ASG: Em Portugal chegaram as vanguardas e também influenciaram os indivíduos que faziam design na altura, que eram artistas ou os arquitetos. O Almada Negreiros foi influenciado pelas vanguardas do Centro da Europa e deixou-se imbuir por esse estilo, mas com o que havia cá. Eles tinham as influências todas do cubismo, do leticismo, do futurismo...portanto, aquilo era uma vertente internacional.

**Achas que a globalização do design está a colocar-nos(a nós portugueses) num bloco global ou, por outro lado, achas que estamos a começar a olhar internamente em busca de alguma identidade? falavas do vernáculo...**

ASG: Eu acho que é bipartido. Eu acho que está a haver agora uma grande procura por aquilo que é a genuinidade portuguesa. Isso onde se evidencia mais é no design de produto. Não estou a falar de produtos de design como cadeiras, estou a falar mesmo de artesanato, de comida, de *packaging*, está a haver uma revalorização desse tipo de coisas. Acho que não consigo responder nem sim, nem não, a essa pergunta.

Por exemplo, isso foi uma das razões que me levou a fazer trabalho de investigação, de começar a procurar, e de me preocupar com a existência de alguma coisa que auto defina o que é um determinado estilo português, foi isso que me levou a estudar o Paulo de Cantos. Paulo de Cantos pôde viajar e conhecer muito rapidamente as vanguardas todas. Depois, entrou em ressonância, falei uma vez com um designer russo que me disse que no centro da Rússia, naquelas terras ali perdidas, têm designers que trabalham e vivem lá e que estão a fazer um design construtivista tardo-russo, que é um estilo único.

ASG: O design russo é muito diversificado, há muitas influências (polacas) mas a Rússia não é como Portugal, há uma economia de design diferente lá. Mas há cursos de design em que os próprios descendentes dos construtivistas



dão aulas. Portanto eles têm uma cultura de design muito forte e têm uma noção de identidade muito forte.

**Achas que a forma de tu fazeres e conceberes design está enquadrada dentro daquilo que tu entendes como nacional?...ou seja, há pouco falávamos do design português e do teu entendimento sobre isto...achas que a tua forma de fazer e conceber design se enquadra aqui?**

ASG: Não, eu tenho imensa dificuldade em auto refletir sobre essa questão. Porque eu, como professor e designer tenho de estar atualizado, sinto uma pressão muito grande para fazer as coisas em duas línguas, para poder exportar design português, por um lado. A revista *Flirt* era bilingue, e era uma publicação que, no seu curto espaço de vida, de quatro anos (começou em 98, acabou em 2002), se conseguiu internacionalizar. Conseguiu ser convidada para congressos internacionais de revistas independentes. Fez parte de uma rede de publicações sobre *new media* chamada *Magnet* – a Cláudia Castelo, a minha sócia na Barbara Says... que está aqui a chegar, foi editora da *Flirt*. Eu acho que a partir do momento que estou a trabalhar com a língua portuguesa e com a cultura portuguesa se pode considerar design português (risos). Se estiver a fazer um livro para o João Maria Gusmão e para o Pedro Paiva, que são livros de filosofia, que vão buscar filosofia russa, francesa, inglesa, portuguesa no fundo traduzem para português. Trabalhamos com o Mattia Denisse, um francês que vive em Portugal que escreveu um livro em português e depois do português foi traduzido para inglês e francês. Mas isto, eu não sei se posso olhar para isto e dizer que isto é design português. Por exemplo, o tipo de letra principal da capa foi inspirado num tipo de letra americano do século XIX. A única coisa que torna isto português é a tradução melhor ser a portuguesa. (risos).

**Que designers portugueses consideras mais marcantes e porquê? Podem ser atuais e os mais antigos também...**

ASG: Eu diria que o Almada Negreiros, o trabalho dele é influente. Ele não é um designer, é um artista, mas fez montes de trabalho comercial, fez livros, fez ilustração... eu diria que o Almada Negreiros é um. Eventualmente o José Pacheco, contemporâneo dele, fez a Contemporânea, também é interessante. Talvez o Tom, que é brasileiro, o Sebastião Rodrigues, incontornável. O Vítor Palla. O Robin Fior diria que é o que tem influência mais direta, embora

eu nunca tenha sido aluno dele.

**De forma sucinta, consegues descrever como abordas o teu projeto? Quando tens um projeto de design como é que inicias o trabalho, qual é o teu processo?**

ASG: Não há assim um método, não é narrativo. Vai-se construindo como uma narrativa. Acaba depois por resultar porque se tem de comunicar com as pessoas, tem de se transformar aquilo num filme, numa apresentação. Mas depende, varia muito. Eu acho que a principal referência é a recursividade a influências e a exemplos. Isso é fundamental. Há designers que têm um estilo, aquilo é como fazer um filme, é uma coisa progressiva. Agora eu não sou nada obcecado com o processo. Sendo um membro da AGI, como vês o teu posicionamento perante a associação? O que é para ti fazer parte dessa elite e o que é que isso tem a ver com o que estivemos a falar até agora? Sentes que ajuda a internacionalizar o design português?

A principal razão que me levou a pertencer à AGI foi, acima de tudo, o facto de eu não pertencer a uma ordem ou associação profissional. Porque eu acredito que devem existir ordens profissionais na área do design. É a única coisa que defende a nossa profissão. Eu não confio nas associações Portuguesas.

Cláudia Castelo (CC): Já falámos sobre isto, por isso é que estou a meter aqui a minha colherada. O facto da coisa mais interessante da AGI ser o reconhecimento dos pares. Ou seja, ser uma elite. Eu discordo do António, acho que aquilo é completamente uma elite, é um lóbi internacional, em que tu és proposto por um dos membros – ou seja, há aí uma parte de lóbi, não é? –, propões uma pessoa de quem gostas do trabalho, e de quem és amiga, por quem tens afinidade, mas depois essa legitimação tem que ser validada por um júri interno da AGI, pessoas que tu não conheces. Por isso eu acho que o reconhecimento é saberes que o teu trabalho foi chancelado por designers internacionais, muitos deles são referências para ti. Acho que é a coisa mais interessante. Nestas associações de designers, não percebes o funcionamento daquilo, é tudo muito obscuro e acaba por ser desinteressante.

ASG: A Cláudia tem razão, aquilo é uma elite, mas não é por isso que eu estou lá.

ASG: Estive a pensar nisso recentemente, e de facto o que é importante na AGI é essa valorização profissional. Aquilo é uma associação...mas pronto, é por isso, acima de tudo.

**Finalmente, quais são os teus trabalhos mais representativos da forma como tu pensas e crias?.**

ASG: (risos) O que é que eu vou dizer? Trabalhos mais representativos, não sei...

CC: A *Flirt* por ter sido...

ASG: Olha a Cláudia a!... (risos)

CC: Não, por ter sido um projeto seminal e foi uma escola de trabalho. Eu nessa altura não fazia parte do atelier, era cliente.

ASG: As futuras entrevistas têm de ser a dois. Eu já trabalho com a Cláudia há seis anos. Não acredito neste culto da individualidade, nós somos um atelier coletivo. A Mariana participou agora em vários projetos, quase de raiz, o Carlos está agora a começar aqui também, está a fazer um estágio Curricular. O Alexandre, também, houve projetos que foram uma extensão... Posso dizer assim por alto... Se calhar um dos trabalhos de que eu gosto mais de falar é o do Baralha. Porque é um trabalho coletivo. A direção de arte foi da Cláudia e minha, estivemos a desenvolver o trabalho em conjunto, a desenvolver o conceito, em reuniões, mas os designers participaram nessas reuniões. Ou seja, é um trabalho coletivo.

CC: O projeto do Marco Martins, aquele realizador de cinema, também encenador. Convidaram-no para trabalhar com uma comunidade de ciganos, num festival em Santa Maria da Feira. Então ele convidou uma série de criadores, desde a Beatriz Batarda à Clara Andermatt, um músico que eu agora não me lembro quem era...mas convidou uma série de gente das artes performativas para trabalharem com essa comunidade e ele encenou uma noite em que uma série de coisas aconteciam, e filmou aquele processo de trabalho com a comunidade, e convidou-nos para fazer qualquer coisa. Nós vimos o Marco Martins no primeiro dia de reunião, ele deu-nos carta-branca total e depois vimo-lo no dia de inauguração lá com tudo impresso. E foi um trabalho muito giro porque foi um trabalho de confiança absoluta do Marco Martins connosco...claro que com um pivô, que era a produtora dele, mas que na parte criativa, ou na parte conceptual, não tinha intervenção nenhuma, só nas questões técnicas e de produção...e o trabalho estava completamente em sintonia com todo o resto que estava ali a ser feito, mas nós não estávamos naquele caldeirão criativo de ir à Baralha, o António foi duas vezes ainda ao acampamento, e foi também muito interessante em termos de processo, de resultado final.

ASG: Aprendi muito sobre o design português nesse acampamento! Esta é das poucas maquetas que temos guardadas, também.

**Será então um o trabalho mais representativo do vosso processo?**

ASG: Neste momento acho que seria.

CC: Eu acho que o livro para o João Maria e o Pedro Paiva com o Mathias também foi um projeto que foi muito total para o atelier em termos de projeto editorial...em termos de processo criativo.

ASG: Sim, esse livro. E é um livro que muito pouca gente conhece. Ele foi feito para representação portuguesa na Bienal de Veneza.

Isto também é um trabalho em que colaborámos com o Mattia, foi um trabalho muito discutido, é um trabalho de colaboração pura. Assim as coisas mais recentes... as jornadas!

CC: Mas há cartazes e folhas de sala....

ASG: Sim, há esse material que não sei onde é que está! (risos).

---

## Síntese

A entrevista a António Silveira Gomes realizou-se presencialmente no seu estúdio em Lisboa.

Silveira Gomes refere que sempre existiu uma relação empática entre a *tecnologia* e o design, não tendo dúvidas de que o computador influenciou completamente a forma de trabalhar, no mundo. Vê nessa tecnologia o elemento de aproximação entre Portugal e o resto do mundo.

No entanto não sente essa aproximação como um nivelamento da linguagem. Reconhece que o computador não é um agente neutro, é um meio, mas reitera que “há pessoas que têm linguagens muito versáteis e individuais e que trabalham com o computador. Agora, que há tendências que são instituídas pela indústria dos *softwares*, isso há. Mesmo assim, acho que há pessoas que têm uma linguagem muito idiossincrática através do computador” (Gomes, 2012).

No que respeita ao *estado do design*, reconhece que existe

uma cultura de design português, mas não um estilo de design português, “existe uma maneira de fazer design, de falar design e de viver a cultura de design portuguesa” (Gomes, 2012). Refere ainda que, na atualidade consegue perceber a existência de uma “maneira portuguesa de fazer design (...). Não existe é um estilo puramente identificável português ou um design que se possa dizer que é português. É internacional”(Gomes, 2012).

Sobre o facto de pertencer à AGI, refere que não confia nas associações de design portuguesas, e que vê na AGI uma comunidade preocupada em defender a profissão, e é a essa valorização profissional que mais dá valor.

Quanto ao *processo criativo*, afirma que não tem um método, que o seu processo não é narrativo “mas que depois se vai construindo como uma narrativa porque se tem de comunicar com as pessoas, tem de se transformar aquilo num filme, numa apresentação” (Gomes, 2012).

---



## Anexo 11

### Entrevista com Jorge Silva

**Entevistado:** Jorge Silva

**Entevistador:** João Tiago Santos

13 dez 2012

**Duração:** 1h22m

**A ideia é fazer perguntas acerca do design português; isto não vai ocupar muito tempo. Mas para perceber o teu posicionamento nisto.**

Para já dava-te uma sugestão: talvez melhor do que os designers a falar sobre a água onde nadam, quer dizer, eles nem sequer conseguem perceber que estão dentro de água...provavelmente poderia ser interessante falares com pessoas que têm hoje já um pensamento minimamente estruturado, em termos documentais, de análise, de ensaio, sobre o design português, o design de comunicação. Não sei se tu encaraste essa....

**Falei com o Mário Moura, com o Bártolo, tenho um grupo de teóricos...**

Então pronto, estás enquadrado.

**Também falei com um grupo de teóricos e há também designers portugueses a trabalhar no estrangeiro – o José Albergaria, a Susana Carvalho,... Tens alguma sugestão? E designers estrangeiros a trabalhar em Portugal. Já entrevistei o Andrew Howard...**

Tens a Cristiana Couceiro, que é uma personagem extraordinária. Tem um trabalho notável. Eu não sei se ela vive cá, tenho a impressão que não. Ela trabalha para revistas americanas. Ela tem um *blog* ou um site chamado Fotolito e ela é Cristiana Couceiro, por aqui já deves conseguir chegar a...ela tem um trabalho deslumbrante, retro, parecem paginações de revistas dos anos 50. Muito bonito. Eu até queria falar com ela um dia destes por causa daquela coleção que eu faço sobre designers e...há o Jorge Colombo, que não é propriamente um designer, é mais do

que isso. Trabalha em Nova Iorque... estás a pensar só em designers de comunicação ou...

**Design gráfico.**

Não me estou a lembrar assim de ninguém relevante...mas há-de haver, seguramente.

**O que é para si fazer parte da AGI?**

Eu sou um neófito na AGI. Mas ao fim ao cabo, nos trabalhos que eu apresentei na AGI...e eu tive algumas dificuldades, porque hoje em dia uma boa parte do que é a imagem de marca do atelier não é feita por mim, é feita pelo Rui Belo, pela Elisabete ou pelo Alexandre...digamos que eu cada vez faço menos design e, portanto, tenho até dificuldade, sendo o clube AGI um clube de grafistas e de autores, e tendo eu apresentado uma miscelânea de trabalhos muito variada cronologicamente e graficamente, e tendo eu um design editorial, e não grafista, eu nunca pensei que iria ser aprovado. Olhando para muitos dos nossos designers gráficos ou de comunicação, a gente pode pensar que eles têm um trabalho muito consistente do ponto de vista gráfico e, portanto, isso é uma marca de autor. Eu tenho uma marca de autor mas não está na tipografia ou no grafismo, é uma outra coisa que era obviamente difícil de transmitir ou de uns *gajos* lá de fora perceberem. Mas pelos vistos tive um excelente advogado lá no congresso e fiquei. Por várias razões, ainda não incorporei essa pretensão à AGI, não tenho tido diálogo, não fui a Hong Kong...o António Silveira Gomes foi... portanto, se olhares para os outros designers que estão na AGI eu quase que sou uma carta fora do baralho. Porque já se percebeu que eles não estão interessados, ou pelo

menos não há um interesse...isto é uma sequência, como se sabe, quem entra pode convidar outros. E, portanto, esta sequência parece não ter muito interesse em nenhuma qualificação histórica do design português. *Gajos* que ainda estão em atividade, mas que já tiveram de facto uma época dourada, fantástica, e com uma proeminência muito superior à minha ou até a alguns que lá estão, não estão lá. Não são convidados ou não foram eleitos, qualquer coisa... o AGI parecia-me ser um clube para confirmar ou consagrar glórias do design português. E nesse sentido, e se tu olhares para os extraordinários designers que lá estão a representar Portugal, são tipos que essencialmente têm uma linguagem gráfica contemporânea. O que parece ser um bocadinho diferente daquilo que eu faço. Mário Feliciano, António Silveira Gomes, R2... quer dizer, o que é que eu faço no meio disto, não é? Sendo que a verdade é que fui eleito por uns *gajos* que não me conheciam. Mesmo sendo defendido na barra do tribunal, a verdade é que a decisão é deles, não há demasiada influência.

#### **Apresentaste o *Ípsilon* à AGI?**

Sim, até uma página do *Combate* e não sei quê... mas há um discurso emotivo à volta disto. Eu tenho impressão que talvez tenha sido isso, essa emotividade à volta do trabalho. Que é também uma emotividade... não é cínica, mas é descontraída. Em relação à minha própria vida como designer devem ter achado “este *gajo* é engraçado, este *gajo* é interessante”. Tenho ideia de que o Almanaque Silva pesou nisso. Uma das últimas imagens, e isso foi pedido pelo António, foi que eu introduzisse o Almanaque Silva, que é um *blog* que eu tenho sobre ilustração. Depois ele também me explicou que alguns dos associados da AGI não são propriamente designers, são teóricos, tipos que escrevem... poderia também haver aqui uma preocupação em premiar uma pessoa que tem também uma parte da sua vida dedicada a contar as histórias dos outros. Mas voltando então à questão da portugalidade no meu trabalho. É uma pergunta recorrente... o que é que eu posso dizer em relação ao meu trabalho? É que é assim, eu não consigo pensar que tenha criado uma linguagem gráfica, uma voz gráfica, como por exemplo o Henrique Cayatte fez. Uma espécie de português suave, delicado, elegante, mas que nós podemos dizer que era português apesar de aparentemente não estar ancorado em nada tradicional ou típico ou folclórico. Até o azul que ele criou, digamos, ou que reinventou... eu não tenho nada que se possa parecer

com isso. Embora haja algumas áreas do meu trabalho que podemos considerar que são genuinamente portuguesas e são um benefício para o nosso ecossistema nacional. A ilustração, por exemplo, em que eu de facto desde meados de 80 tive um papel interessante em jornais e revistas e no ajudar a criar uma massa crítica interessante na ilustração editorial portuguesa e que obviamente tinha a qualidade de se projetar no exterior ao mesmo nível de muita coisa que se fazia lá fora. Sendo o mercado português sempre muito débil, e hoje pelintra, mesmo. Mas de facto tive essa oportunidade, de fomentar a visão que acaba por ser sempre genuinamente nacional. Um dos ilustradores com quem eu mais tenho trabalhado, desde há muito tempo, há uma década pelo menos, é o João Fazenda. O João Fazenda, que eu considero ser o melhor ilustrador editorial da nossa atualidade, viveu e tem vivido há vários anos em Londres. O *gajo* não consegue trabalhar lá, não consegue fazer nada para lá. Uma mão ou duas chegam para contar as ilustrações que ele fez nestes cinco ou seis anos que leva de Londres. Um *gajo* tão extraordinário, tão bom, e porque raio aquele tipo não consegue vingar lá fora? Tem estado em Londres a trabalhar para cá, basicamente a fazer aquilo que já fazia.... agora voltou.

Mas eu diria que às vezes particularidades nacionais, talvez só por causa disso e num mundo globalizado, as pessoas têm dificuldade em se afirmar lá fora. O que é um bocadinho ao contrário daquilo que a gente pensa quando o que é nacional é que pode permitir a sobrevivência. Curiosamente no design de comunicação a clonagem e a imitação parecem ser a receita mais eficaz para a internacionalização. E tu vês isso em alguns dos nossos designers contemporâneos, ou mais novos, que podem ter uma produção de altíssima qualidade gráfica e conceptual, mas que não se distingue facilmente de milhares de coisas que se fazem na Holanda ou em Inglaterra ou nos Estados Unidos. A Holanda, como sabes, é assim um foco... uma coisa muito atraente... e, portanto, nem sempre este nacionalismo gráfico pode ter um bom resultado. Em que é que o meu trabalho pode parecer mais português do que o do Pedro Falcão ou do Mário Feliciano ou dos Barbara Says...? Não direi que será uma espécie de classicismo gráfico, que tem também a ver com a geração mas que não está subordinado a uma visão do grafismo e tipográfico geracional. Há uma espécie de *work in progress* permanente em termos conceptuais de design editorial. Aí sim eu diria que tenho uma visão própria, mas que graficamente é tão subtil que as pessoas, assim

à primeira vista não a topam... e que poderia ser um traço de portugalidade. Ou pelo menos de latinidade. Ou seja, eu tenho uma tendência compulsiva para criar um enredo ou uma ficção emocional com o design editorial que eu pratico. Nomeadamente em livros e principalmente em revistas e jornais. Agora, se esta alma latina pode ajudar a...sim, mas é um cliché. Mas poderia ser! Porque do ponto de vista meramente gráfico não é possível eu enquadrar-me...o facto de usar muito a ilustração não faz de mim um designer mais português. Faz de mim um *gajo* que gosta muito de trabalhar com ilustradores. O atelier e eu próprio somos reconhecidos como um sítio onde se pratica alguma excelência (nem sempre) nesse trabalho de direção de arte com a ilustração portuguesa. Temos tendência a organizar muitos dos nossos projetos à volta da ilustração. Muitas vezes, inclusive, alguns dos trabalhos que nos aparecem já vêm com essa indicação, já são por causa disso. E a manipulação e a direção de arte pujante e a liderança que eu faço com os ilustradores – e que é aceite e tolerado por eles – é uma, não direi uma coisa única, mas muito forte aqui. Mas isso não faz de mim português. Mas poderá fazer outra coisa: passa um determinado valor, um determinado calor de comunicação, tal como a manipulação do texto, de que eu faço claramente gato-sapato, principalmente em formatos editoriais na comunicação periódica, revistas e jornais. É uma visão de facto emocional e às vezes emocionante do trabalho gráfico. E que não depende do grafismo, não depende se é *Helvetica* ou se é *Times* ou se é *Garamond*. Não vou dizer que funciona com todos da mesma maneira, mas diria que não está refém do grafismo. Eu não sou refém, no meu trabalho, do grafismo. Às vezes tenho pena, porque às vezes também com certos clientes ou certos concursos eu perco facilmente para tipos que têm essa valência mais contemporânea, mais atual e mais nítida.

Poderíamos considerar essa vibração emocional como sendo uma característica meridional. Se eu estivesse noutro sítio se calhar não seria assim. Se eu fosse holandês... mas também isto não assume assim uma dimensão tal que se diga “este *gajo* só pode ser daqui”. Não... se eu fosse espanhol seria ainda mais exagerado? Talvez, não sei, não imagino. Portanto, há depois, secundariamente ou colateralmente, algumas características que podem reforçar um bocadinho esta ideia. Uma delas é que nos últimos anos – e também graças ao coletivo aqui do atelier – ...eu sempre fui muito displicente como grafista, muito... o Mário Feliciano

achava graça aos livros que eu fazia nos finais dos anos 90 para a BDteca, etc; achava graça às misturas tipográficas que eu fazia. Tenho aqui, por exemplo...este por acaso já é deste século, para aí de 2004...hoje seria absurdo eu fazer assim umas guardas sem nada. Mas isto é um *pastiche* tipográfico, isto tem graça. E principalmente tem graça porque eu me recusei desde o início a fazer uma coisa sobre o Almada Negreiros que fosse uma imagem, como normalmente estes livros têm. E eu recusei isso. Saiu outro livro pela editora Assírio & Alvim, que era gémeo deste e tem uma ilustração que é uma capa. Há aqui uma folia, digamos... de resto, eu hoje já não teria coragem para fazer isto. Dizer a um cliente... isto são as legendas das imagens, estás a ver a força que isto tem. Eu hoje não teria coragem de impingir isto a ninguém...uma salada tipográfica perfeita, não é... e havendo imagens a cores tudo isto aparece a amarelo e a preto. Eu aqui fiz gato-sapato completo, obviamente com a cumplicidade do editor e do comissário, mas fiz gato-sapato do livro. Eu hoje já teria dificuldade em ser tão impositivo, tão espetacular. Isto é uma obra de juventude. Tudo isto era exagerado, brincado... mas isto não é português! Eu sou o ourives nisto... a ficha técnica é aquela coisa...cola ao fundo... de página inteira....eu tenho feito isto, até para livros da Gulbenkian, se calhar um bocadinho mais discreto. Eu divirto-me imenso com isto. Ler as coisas, puxar por elas, perceber o texto, coisa que me é possível porque eu trabalhei essencialmente em jornais e revistas toda a vida. Mesmo quando já tinha o atelier. Esta intimidade com o texto faz de mim também um prisioneiro da portugalidade. Ou seja, também não me safo muito lá fora. A minha pátria é a língua portuguesa, como dizia o outro. A minha pátria gráfica, portanto é com ela que eu me dou bem. E provavelmente algumas das brincadeiras que eu faço seriam pouco interessantes lá fora. Também não sei...nesse aspecto sou um artista doméstico, já não há muito a fazer em relação a isso. Outros que voem mais alto... até porque eu me sinto muito bem aqui, nunca senti essa necessidade. Tu vês os nomes da AGI e todos estes *gajos* que faziam estes livros maravilhosos que estão aqui nas prateleiras...estão mortos...há aqui uma relatividade que faz com que eu pense sempre...é uma perspetiva que também é provinciana, mas que essencialmente é “eu estou bem aqui”. Isto é uma merda, os nossos clientes são um atraso de vida, são não sei quê, mas eu tenho uma espécie de motor que permite pegar em qualquer coisa e transformá-la noutra coisa melhor.

Às vezes bastante melhor. Às vezes também não consigo. Mas essa perspetiva dá-me uma espécie de conforto, eu estou bem onde estou, desde que haja trabalho, coisa que não é segura nos próximos tempos. Mas não tenho necessidade nenhuma de consagração lá fora e de ser mais um no meio da multidão de artistas fantásticos que por lá há. É uma versão simpática de ser rei na minha rua. Ou príncipe, pelo menos. Aqui é mais difícil, mas nos jornais consegui provar isso. Que podia ser tão bom como os de fora, trabalhando cá para coisas de cá. E contrariando, e forçando, e esticando a corda daquilo que são as nossas condições, as nossas limitações. E eu gosto disso, faço isso há 20 e tal anos...também me desgasto, obviamente. Mas eu não sinto que tenha uma leitura ou uma visão genuinamente portuguesa. Ia dizer-te que nos últimos tempos aqui no atelier e à volta da tipografia, nós temos feito algumas repescagens interessantes de coisas portuguesas. Mas até este movimento retro não é tipicamente português, é geral. Já fizemos logótipos baseados em tipografias antigas portuguesas. Começamos a fazer uma coleção para a Imprensa Nacional Casa da Moeda baseadas nas tipografias dos catálogos deles dos séculos XIX e XX. Lamentavelmente eles não tinham os tipos, portanto tivemos de fazer aquilo a partir de digitalização dos catálogos. Porque eles nos anos 80 venderam os tipos, despacharam aquilo tudo como tralha. Até pelas minhas preocupações de história, de historiografia da ilustração e do design, no *blog* e na Coleção D há esta preocupação de recuperação. O que significa em alguns casos uma reinterpretação. Mas se depois nós olharmos para as coisas que fazemos, que são dos anos 50 ou 60, e olharmos lá para fora, eles lá fora também faziam parecido com isso. Hoje, especialmente por causa do *blog*, aquilo que eu percebo é que nós não estávamos de todo sozinhos. Mesmo as páginas mais gloriosas do design português e da ilustração tinham de facto um equivalente – às vezes até de melhor qualidade – feitos em Espanha, no Brasil ou noutra sítio qualquer. Há algumas pistas, mas que nós também nos tempos em que passamos temos alguma dificuldade em pegar, que poderíamos indiciar de facto e reciclar aquilo que foi, em grandes momentos da história do design português, uma visão portuguesa da comunicação gráfica. Isso aconteceu, por exemplo, com o Sebastião Rodrigues. E já todos sabemos que o Sebastião Rodrigues era um *gajo* do carações. Eu agora comecei a paginar um livro dele para a *Coleção D*, que já está paginado, e começo a perceber

então de onde é que vem aquilo. E percebo que o *gajo* passou meio ano da vida dele numa viagem ao Norte onde ia desenhando e recolhendo papelada e coisas gráficas e muito do trabalho e das formas da figuração gráfica dele vinham de registos arqueológicos pré-históricos portugueses encontrados na Península Ibérica. Isto é muito tentador! De repente pensa-se “pá, mas eu podia pegar nisto!”. E algum design português contemporâneo, dos Maga, por exemplo, ou até do Mealha, tem essa qualidade. Em alguns casos até, houve aí uma altura de flores, de motivos florais que são tipicamente de fabrico nacional. Eu diria que talvez haja, pelo menos no que a mim me toca, uma particularidade de criar uma emoção ou uma atitude emocional de quem vê o meu trabalho que eu poderia reportar como sendo portuguesa. Há uma vibração cromática, gráfica, de escala tendencialmente que eu diria que podemos chamar portuguesa. Em termos de gramática gráfica decorativa de facto não temos essa preocupação nem temos esse alinhamento. Diria até que, em alguns casos, designers como os R2 têm essa preocupação muito mais nítida. São capazes de o fazer, obviamente indo procurar as coisas mais exóticas. Os bordados de Viana, ou outras coisas como o Paulo de Cantos. Há aqui uma espécie de gozo estético à volta da tipografia e da ilustração que é muito sensitivo; tem a ver com as cores, tem a ver com as formas, tem a ver com um certo barroquismo gráfico. Há energia, alegria e humor que é uma parte interessante...por norma, muitas das minhas soluções gráficas são bem-humoradas. Tirando a publicidade, que geralmente socorre ao humor para fazer a sua propaganda, a maior parte dos designers portugueses não se pode dizer que sejam bem-humorados. Não têm uma produção que a gente diga “ah, isto tem graça”. Eu vou dar-te um exemplo desse foco emocional, eu vou buscar... isto é um livro que eu fiz para aí há três anos para a Gulbenkian, mas não é um catálogo de arte. É a parte da Gulbenkian que trabalha na área da saúde. Então é um livro de reportagem, isto é feito por um jornalista e por um editor de fotografia do *Público* que me convidaram para fazer o design. Isto chama-se “Voltar a ser Médico”. Era um programa que a Gulbenkian tinha de pegar em empregadas domésticas e trolhas da construção civil principalmente do Leste, mas também dos PALOP, que eram médicos, às vezes até cirurgiões e enfermeiros, nos seus países de origem. Então davam-lhes um curso, com a ajuda da Ordem dos Médicos, e os *gajos* ficavam com uma habilitação equivalente para exercer a profissão que



já tinham antes. A maior parte deles pirou-se de Portugal com o canudo. Foram para o meio da Europa. *Akzidenz-Grotesk*...isto é uma invenção minha, as vinhetas dos médicos que eles iam ser, com os nomes deles esquisitíssimos. O livro é engraçado, tem esta variação gráfica, muitas fotografias... e o texto tem assim um ar um bocadinho a dar para o torto. Depois aqui tem registos mais curiosos, que são citações deles, etc., mais as *bios* e não sei quê. Quando eu estava a fazer o livro, fui eu que o paginei...por exemplo, esta capa é muito fria... Depois podemos-te arranjar, temos registos disto, mais ou menos... esta capa, eu até fiquei com pena porque é bastante fria para aquilo que se passa lá dentro. Mas eu gostei desta ideia, das vinhetas, que fiquei um bocadinho cego com isso... mas a certa altura, quando estava a pagnar, a ler isto e a perceber isto tudo, há um eslavo que diz uma frase muito sentida. Ele diz qualquer coisa como “e a betoneira calou-se”. E aquela frase pareceu-me de facto uma coisa incrível. E então lembrei-me de a pôr aqui. “A betoneira calou-se”. A frase aparece lá na entrevista e aparece aqui. Achas que eu consigo ganhar um prémio com estas duas páginas? Não consigo. É impossível, isto não é nada. E se tu visses este livro pensavas que tinha sido o comissário ou o jornalista a dizer “põe lá isso que isso é giro”. Não, fui eu. E este nível de intervenção é aquilo que podemos pensar que é a minha melhor qualidade enquanto designer editorial. Que as pessoas reconhecem, apreciam, que é devido a essa agilidade que fui ganhando ao longo do tempo a trabalhar em jornais como o *Público*, o *Independente*, ou o *Combate*, ou as revistas...tudo isso permitiu que eu pudesse ser capaz. E isto é recorrente, estou sempre à coca para pôr este tipo de coisas. Não é sempre, mas estou sempre à espera do discurso direto, emocional, da realidade... daquilo que geralmente as pessoas acham que é vulgar, e que aliás do ponto de vista do grafismo tinha outras características...nós fizemos um projeto agencial para a Experimenta aqui em 2005, que é uma revista gigante chamada Volfrâmio. Não sei se viste, nós podemos arranjar-te uma... que é uma coisa completamente vulgaríssima, que é um cruzamento com a história do volfrâmio em Portugal, que na altura tinha graça porque o avô ou pai do Sócrates, acho que era o avô, tinha feito a fortuna dele com o volfrâmio. Nessa altura o Sócrates era primeiro-ministro...e as fotografias são as coisas mais vulgares que a gente apanha por aí em todo o lado. E isso era o nosso *statement*, na altura do atelier... já não era tanto as imagens gráficas manuais do Rui

Belo no São Luiz ou nos livros da Leya, era a fotografia geralmente recortada de coisas perfeitamente comuns. Aliás, as sardinhas das festas nasceram exatamente disso, dessa vulgaridade que parecia fazer sentido numa campanha com o ícone. Essa preocupação com o ordinário, com o comum – mas criando-lhe um valor emocional que aparentemente não tem como discurso e como gráfico – é de facto uma das mais-valias que eu sempre pratiquei nisto. Tens aqui também um exemplo... se isto é português, eu não sei. Eu diria que é mais português que dezenas de outros países. Que o holandês. Mas como podes calcular não é propriamente uma receita gráfica. Traduz-se numa postura, em soluções que têm um cunho, mas não são de facto uma fórmula gráfica, uma cara. Ou é outro tipo de cara. Mas isso avaliarás tu ou alguém mais, porque eu de facto tenho alguma dificuldade... eu acho que sim, que sou português naquilo que faço. Mas não sei, até porque esse trabalho hoje em dia é também a cara de outras pessoas que trabalham aqui. E sobre as quais eu não tenho propriamente uma grande preponderância. Se olhares para trás estás a ver ali umas capas, uma coleção do Fado que nós estamos a fazer. Com ilustrações do Fazenda, as duas de cima. É este tipo de coisas que a gente gosta de fazer. E há aqui uma energia...

#### **Recorres mais à ilustração do que propriamente à fotografia, não é?**

Sim. Embora eu também tenha a tendência para manipular a fotografia para depois fazer coisas. E já houve anos em que nós trabalhávamos mais com a fotografia, de facto. Hoje trabalhamos mais com a tipografia, também. Mas não é uma capa, para quem goste de trabalhar com o Fazenda, que não possa ser feita noutro lado. Mas há ali uma energia que nós gostamos de fazer passar. Uma força...e geralmente é uma coisa solar, não é uma coisa muito fria, deprimente...

#### **Quando dizes solar é uma coisa mais cá para baixo, lá em cima seria mais complicado.**

Eu tenho uma grande admiração por designers que são mais novos do que eu e têm uma linguagem gráfica mais contemporânea, como os R2 ou o Pedro Falcão, dos quais já fiz livros para a *Coleção D*. Uma vez, por causa de uma palestra que fomos dar a Espanha... e essa palestra é engraçada também porque como é que nós apresentamos

em Espanha uma coisa que é nossa? Eu vou mostrar-te isso, que tenho isso no iPad, poderia passar-te isso, temos PDF disso...e então, eu estava a mostrar isso ao Pedro Falcão quando estávamos a preparar, no atelier dele, o livro da *Coleção D*. E o *gajo* estava maravilhado a ver o nosso... aquela conferência em Barcelona foi uma espécie de portfólio do atelier, com uma lógica e tal, mas era um portfólio... e o *gajo* estava maravilhado, babado a ver aquilo, porque aquilo tinha uma cor e um barroquismo que é o contrário daquilo que o *gajo* pratica. E eu que tenho uma grande admiração pelo rigor conceptual e projetual do *gajo*, que eu nunca consegui e nunca conseguirei, e via ali o *gajo* também a ver uma coisa que ele não conseguiria fazer. Sendo que eu valorizava mais a maneira dele do que a minha. Portanto, achava que a dele é que era uau!. Mais moderna, mais não sei quê...e o *gajo* estava a olhar para aquilo!... eu nunca me esqueço dessa história porque aí eu perdi, não diria o meu complexo de inferioridade, mas de repente pensei “estas coisas são muito relativas”. E de facto eu posso dizer que sou mais português do que ele. Sim, caramba! O *gajo* é frio, tudo aquilo é muito frio. Sendo um *gajo* empenhadíssimo no trabalho como poucos. Mas isto é aquilo que eu te posso dizer sobre... não sei se serve de alguma coisa...

#### No fundo achas que existe um design português?

Eu acho que sim. Eu acho que visto de fora provavelmente alguém consegue fixar... tal como nós dizemos que é um design holandês, ou americano ou outra coisa qualquer... o americano é mais difícil porque aquilo é uma misturada, há *gajos* de todo o mundo. Mas eu acho que é possível dizer isso. Pode é não ter uma cara ou uma projeção internacional, tal como também, por exemplo, a nossa arquitetura, não tem essa cara de uma forma tão nítida. Mas eu diria que, bem analisado, bem esmiuçado, acabará sempre por se descobrir ali qualquer coisa. Mesmo que a forma seja parecida com o que se faz lá fora, tem uma alma. Eu acho que talvez haja aí um bocadinho de alma... mas é como te digo, eu tenho dificuldade...é talvez a pergunta mais difícil que me fazem...se for uma abordagem emocional eu diria que sim, então eu pratico-a, diria que sim. Tenho ideia de que aquilo que nos aproximou mais da imagem de design português de qualidade teria sido de facto a produção do Henrique Cayatte. Genuína, uma espécie de português suave. Hoje em dia pode não ser

entusiasmante para ninguém, mas de facto constituiu uma espécie de pensamento. E poderia casar com uma doçura, uma elegância... eu aí estou no oposto: caótico, mais anárquico e mais temperamental. De repente, se pudesses fazer a comparação entre estas duas coisas, entre estes dois valores, e não conseguiste chegar a nenhuma conclusão... ou é um, ou é outro...ou então nenhum deles é. Mas durante muitos anos eu considerei o trabalho do Henrique como sendo uma coisa...porque depois, se nós olharmos para o Sebastião Rodrigues, que fez um trabalho de pesquisa sobre fontes iconográficas nacionais, históricas, folclóricas e até pré-históricas... basta nós vermos um *Graphis* daqueles anos, do princípio dos anos 60, e os *gajos* lá fora faziam igual. Aquilo era tudo da mesma maneira: as bocas, os olhinhos, os narizes, as cores, as formas, a estilização...muito parecido! Mas que raio, então isto era português e agora já não é... percebes? O que significa também que... isto já sou eu a raciocinar sobre o pretexto desta coisa que é...será muito difícil sempre, em sede de design de comunicação, conseguir ter esse registo nacional, mas poderá haver mais facilmente links e tributos à história, à tradição e à memória do país. Isso eu acho que é perfeitamente possível.

#### Mas achas que não é isso que permite construir um design português?

Não! Estás a ver, eu tenho um conhecimento agora razoável de muitas décadas do século XX, sobretudo a partir dos anos 20 com o modernismo, depois a política do espírito do Ferro, com aqueles *gajos* todos fantásticos da segunda geração modernista...tu compras as revistas espanholas daquela época e são todos iguais! Brasil, a mesma coisa. Espera aí, então como é que é? Então, mas aqui está uma sala, um campino, há o Zé Povinho! Mas o grafismo daquilo, a intermediação gráfica, o olhar, é polido e educado por uma coisa geral e uma influência, interpenetração, que sempre aconteceu. Há uns tempos, por causa da *Coleção D*, estive no atelier do neto do Victor Palla. O *gajo* esteve-me a mostrar a coleção de revistas do avô, que comprava todas as grandes revistas de arquitetura e design da época. Tu não as vias no quiosque, mas o *gajo* assinava-as. E, obviamente, o trabalho dele estava muito ligado a isso também. Portanto, tiveste grandes artistas gráficos, grandes e não sei quê... há fenómenos tipicamente portugueses? Eu diria que há fenómenos de originalidade que tu não consegues

filiar em coisa nenhuma. É possível, é o caso do Paulo de Cantos. Do qual o António Silveira Gomes organizou umas jornadas... mas de facto os modernistas dos anos 20 ou 30 ou os neo-realistas dos anos 40 ou os *gajos* dos anos 60, o *international style*... *gajos* fabulosos, mas aquilo depois era parecido com tudo o que se fazia lá fora. Tal como tu hoje também vês com o que nós fazemos. Essa afirmação nacional parece-me ser uma espécie de mito ou de chatice académica para a qual se calhar não há resposta ou não interessa sequer dar resposta. Mas interessa conhecer as raízes que possam fazer reciclar esse trabalho. Sim, e aí sim tu podes ver um traço.

Por exemplo, um dos trabalhos mais interessantes que nós fizemos ultimamente é aquele tapume que está na Praça do Comércio à volta do restauro da estátua de S. José. Foi todo pensado aqui, foi escrito por mim, as ilustrações foram feitas por uns *graffitters* do Bairro Alto a partir de ilustrações do Bernardo de Carvalho, do Planeta Tangerina, mas toda a concepção nasceu aqui. E aquilo é uma maneira anti académica de resolver aquele problema de comunicação. Contando uma história, com humor, com graça, não sei quê. Aquilo é uma marca minha. Embora as ilustrações não sejam exatamente minhas, o grafismo é relativamente utilitário, tudo aquilo é utilitário... no conjunto, aquilo é um trabalho de que podemos dizer assim: Silva! Designers. Porque não se limita a atuar na superfície gráfica da coisa. Significa também uma abordagem emocional da história daquela praça, da história daquela estátua. Eu tive que me bater com historiadores que estão ligados àquele projeto de restauro da estátua para fazer vencer o meu ponto de vista que a história do leão aos pés do cavalo, que não ficou no projeto final, era uma história engraçada para contar, quando os *gajos* achavam que aquilo não tinha relevância nenhuma.

#### **Pois, tem cobras, não é?**

Tem cobras e silvas, mas tinha um leão. Só que o leão, significava outra coisa, significava uma subjugação do mundo, enquanto as cobras e as silvas significam a subjugação dos inimigos internos. Os jesuítas, os nobres, os Távoras, essas coisas todas. Aquela fase do projeto em que a estátua tinha um leão era engraçada de mostrar. Aquilo é um *bricabraque* da história feito com correção técnica e historiográfica, mas num discurso que é essencialmente de crónica de jornal. Por mais interessante que aquilo pudesse ficar feito por outros designers, não

poderia ser feito assim por mais ninguém a não ser por mim. Não é o resultado gráfico, é aquilo que está pensado... o resultado ficou bem e tal...

#### **Quais os teus trabalhos mais representativos? Tu foste falando de alguns trabalhos. O portfólio da AGI...**

Isso posso dizer-te facilmente. Não vale a pena estares a ver agora, isto são postais de auto promoção do atelier e que têm de facto uma história fantástica.... isto são também postais de auto promoção que eu fiz em 2005, 2006, com fotografias minhas, em que andava esmurrado, não sei quê... *O Combate*... depois um suplemento do Independente, em que eu explico a relação com os ilustradores, especialmente o André Carrilho.... o Y... o *Mil Folhas*... a revista com que eu criei o atelier e que também é um repositório daquilo que era a essência do meu trabalho como diretor de arte. Um diretor de arte com poder, com carisma e com poder. Foi por causa desta revista que eu abri o atelier. Durou dois anos....dois anos? Um ano! Um suplemento muito engraçado e invisível que nós fizemos aí durante dois anos para a coleção de fotografia do BES... um folheto sobre o terramoto que eu fiz para a câmara... uma capa da Pública, nos tempos em que eu tinha paciência para fazer coisas estranhas. Foi impresso numa folha, foi dobrado e depois foi fotografado por uma máquina digital.

#### **Era esta a capa da revista?**

Era. E fiz algumas engraçadas nesse tempo. Depois de ter feito o Y e o *Mil Folhas*. Cá está o *Volfrâmio*, que era uma revista gigante. Olha o tamanho dela... eram assim coisas do dia-a-dia, fotografias que eu tirava aqui e ali... há a *Adufe*, que é talvez o projeto mais interessante que eu tenho como diretor de arte de uma revista. No entanto, é assim das revistas que nós fazemos a única que nunca ganhou um prémio. Nunca ganhou nada porque as pessoas olham para ela e parece não ter nada. Mas é um condensado extraordinário daquilo que é o nosso trabalho. O meu trabalho, principalmente, e a minha visão do design editorial. Fazemos os conteúdos, sou eu que pago ao fotógrafo e ao editor, portanto faço o que quero. É uma revista autárquica, de Idanha-a-Nova, tem 12 mil ou 15 mil exemplares...

Uma campanha também que nos correu muito bem com ilustração, com o Fazenda... foi deliciosa. E para a qual

não havia *briefing*, o que eles queriam basicamente era um logótipo para comemorar o centésimo aniversário e fizemos o logótipo aí em cinco minutos e inventámos logo uma campanha pelo mesmo preço. E o Almanaque. E isto foi a apresentação do AGI, com textos intercalados...tem um bocadinho de conversa...

Francamente não sei porque fui aceite! O António Silveira Gomes dizia-me assim “então e aqueles folhetos tipográficos do Baile da República?” E eu disse “isso foi feito pelo Rui Belo...”. E ele: “ah, está bem...e os cartazes do São Luiz?” “Não são meus, são do Rui Belo”. Houve aqui uma altura em que eu já estava a pensar “Vai mas é ter com aquele...” que aliás também merecia lá estar.

**Queres falar de outros trabalhos mais representativos? se pudesses mandar uma apresentação destas, para ter pelo menos os teus trabalhos, porque eu queria pôr algumas imagens.**

Eu tenho dezenas de PDFs, de palestras que vou dar a todo o lado. Por exemplo, esta da FLA, que foi uma aula de meio dia, tem quase tudo... temos uma apresentação em Matosinhos, Portalegre...tenho muitas. Depois têm pequenas variações. As minhas aulas no Porto, por exemplo...mas aí há uma delas que é só sobre o trabalho do Rui Belo no São Luiz. Tens aí o São Luiz todo...e tens até a história daquilo, os avanços e recuos. Esta do São Jorge era baseada numa coisa...queres ver...e depois eu gosto de fazer estas apresentações assim...isto é também, se quiseres, uma espécie de *sound bite* que eu tenho sobre o meu trabalho: uma palavra vale mil imagens. E a pior coisa que me podem fazer é pedirem-me para fazer um livro sobre um ilustrador ou um fotógrafo e dizerem-me “ah, agora tem de levar uma fotografia na capa.” Isso é uma coisa... esta se calhar eu podia passar-ta, foi uma palestra no São Jorge para uma coisa chamada Festival do Silêncio. Aqui vês as razões pelas quais eu tenho esta fluência com o texto... e o meu discurso é sempre este, de humor, de descontração...este livro também é um projeto engraçado – a capa é do Rui Belo – que reflete o meu trabalho nos anos 80 e 90 como diretor de arte de ilustradores neste jornal, o *Combate*. Olha, este é o outro de que te falei sobre a rolha do Bordalo... olha, uma das tais apropriações retro, o tal Baile da República que o António Silveira Gomes gostaria de ter visto...

A tal coleção da Imprensa Nacional feita com as tipografias deles. Cá está o Y... uma brincadeira que fizemos para

o *Lisbonnaire*... este humor é uma coisa que eu gosto de praticar... a revista Ler... cá está a Adufe, com uma história sobre uma intervenção...

O Vereador da Cultura fez uma obra notável lá que foi inventar um geoparque. Que a nível mundial é uma coisa muito interessante. É um parque, mas é um parque que não tem fronteiras. É uma zona à volta das belezas naturais. O *gajo* em todos os números queria falar disto. E eu mais uma vez, mais uma reportagem fotográfica lindíssima sobre o geoparque. E eu lembrei-me de tornar assim isto numa coisa de Hollywood. Aliás, há um que parece mesmo. Isto é a colina onde está a capital do concelho, que é Idanha-a-Nova. Eu fiz a maqueta assim mal feita, foi aprovada pelo cliente, e depois fui pedir a um desses magos do Photoshop para fazer isto, que trabalha para a publicidade. O editor e o fotógrafo da revista, que eu contrato, não gostaram muito da graça. Mas eu...até tenho guardado o diálogo que travei com eles e sobre a necessidade de uma intervenção destas nas fotografias muito bonitas... cá estão os tais postais... *t-shirts*... e depois acabo por brincar com a própria história do Silva, que eu na tropa tinha vergonha de me chamar então usava o meu nome do meio, Esteves...

E uma das coisas mais deliciosas que eu fiz foi um cartão de Natal de há dois anos...

**(risos). Já lhe mandaste?**

Mandámos para políticos e tudo... agora fazemos menos, mas volta e meia temos assim uns ataques de auto publicidade e brincamos com isto... isto é uma marca do atelier...vamos lá ver, as agências de publicidade normalmente fazem grandes cartões de Natal. Engraçados, divertidos, não sei quê... mas este só podia ser feito aqui, até por causa do nome. Mas só podia, só podia...eu ando sempre à procura disso. Como este aqui. Nós ganhámos uns prémios do CCP, clube dos criativos, com os trabalhos que apresentámos: as sardinhas, o São Luiz e o Baile da República, que também era da EGEAC, das festas da cidade, e portanto tens aqui os três santos das festas e depois acrescenta...felizmente que este *gajo* também é São Luiz, não é...depois há um discurso um bocado publicitário, “a subir todos os santos ajudam”... isto é uma marca da coisa. É português? Não sei, percebes...

**É melhor do que a outra?**

É, mas também te dou a outra porque a outra é uma... ah, cá está! Esta, que se chama... o título... Verde e Rojo...

**Só para fechar, quais são os designers portugueses que consideras mais marcantes?**

Para quem, para o design português ou para mim?

**Para ti. Mas tendo também uma perspetiva global, que poderão ter sido realmente importante para a definição do design português...**

Sem dúvida o Sebastião Rodrigues... o Bernardo Marques, bastante mais antigo... e mais recentemente um tipo que eu aprecio muito, do qual eu bebi algumas influências e que é claramente meu contemporâneo, embora tivesse aí um pico de trabalho e de envolvimento um bocadinho antes de mim, embora seja praticamente da minha idade, que é o Luís Miguel Castro. De quem eu gosto muito mesmo. E que eu considero ser um regenerador do design, ou pelo menos dando uma cara também portuguesa ao design. O Victor Palla, também. Os grandes cromos dos anos 50, 70, de facto têm uma espécie de referencial, são uma fonte inesgotável... como também o Paulo Guilherme... tenho também uma grande admiração pelo Henrique Cayatte. O Henrique Cayatte tem de facto um papel formidável não só em termos da pedagogia e até de uma prática organizada da própria profissão. Ou seja, um discurso sobre isso... mas em termos de resultado, embora não seja um resultado gráfico com o qual eu me identifique facilmente, mas a sua constância, a sua qualidade, a imagem de marca ao longo de um leque muito variado de trabalhos, desde a ilustração até ao *branding*, embora não pratique isso dessa maneira, mas à imagem corporativa ou ao cartazismo ou ao design de capas de livros, de facto tinha uma homogeneidade e um qualidade de confeção, e uma elegância formal que sempre me fascinaram. Embora me fosse relativamente interdita. Ou seja, aquilo não é a minha maneira, mas de facto é fascinante para mim e como modelo de funcionamento era muito atraente. Gráficamente identificava-me mais com a dureza e com a espetacularidade de um Luís Miguel Castro. E depois há referências contemporâneas que eu sigo com muito prazer. Há uma pessoa de quem eu gosto muito, o Carlos Guerreiro. É referencial para mim, também, embora as coordenadas gráficas dele me sejam naturalmente vedadas, se quisermos dizer assim. Todos

eles me influenciam. Os R2 também me influenciam, mas não diretamente no meu trabalho, em concreto. Mas são uma espécie de parede sólida onde eu sinto que também faço parte. Não é a mesma coisa, mas que fazem parte do meu universo confortável, de referências confortáveis. Tenho também algumas referências estrangeiras, mais antigas... sempre gostei de um tipo chamado Savignac, que era um grande cartazista e publicitário francês. Fabuloso. Um *gajo* dos anos 40 / 50, antiquíssimo. O Milton Glaser... um tipo inglês, muito bom, chamado Bob Gill. E um checo que trabalhou em França chamado Roman Cieslewicz. Um tipo fabuloso... O Bob Gill era um *gajo* tão bom a desenhar como conceptualmente... de uma grande inteligência gráfica, sempre foi uma coisa que eu apreciei no design. Como não sou muito dotado para o grafismo ou para a ilustração, a inteligência, o conceito é uma coisa que me interessa muito. Como eu estou muito ligado às revistas e aos jornais... e este também era um diretor de arte fantástico... há uns diretores de arte que eu sempre apreciei então tenho apreciado muito ao longo dos tempos... o Fernando Gutiérrez, um hispano-inglês que tem uma obra vastíssima... e um americano chamado Fred Woodward, que fazia a *Rolling Stone*... e um tipo mais ligado à moda e às revistas de moda chamado Fabien Baron, que nem me lembro qual é a nacionalidade dele mas que trabalhou em muitas revistas, nomeadamente a *Bazaar* e até há pouco tempo, pelo menos, a *Interview*, que foi criada pelo Andy Warhol. Por exemplo, há tipos fantásticos como o Vince Frost, um *gajo* inglês que agora foi para a Austrália, que também é um belíssimo diretor de arte de jornais... e é isto.

---

## Síntese

A entrevista com Jorge Silva decorreu no seu estúdio em Lisboa. Por constrangimento de tempo, ficou por abordar o ponto relacionado com a *tecnologia*, mas os restantes foram todos abordados. Apesar de não se tratar de uma entrevista completa decidimos usar os dados obtidos para as categorias respondidas.

Sobre o *estado do design* e sobre a possível existência de um design português, Jorge Silva argumenta que o mais importante é o conhecimento que daí poderá advir, “interessa conhecer as raízes que possam fazer reciclar esse trabalho. Sim, e aí sim tu podes ver um traço” (J. Silva, 2012). Jorge Silva é dicotómico na sua reflexão. Primeiro aponta para uma homogeneização do design gráfico, que poderá advir da globalização das culturas, dizendo que “alguns dos nossos designers contemporâneos, ou mais novos, que podem ter uma produção de altíssima qualidade gráfica e conceptual, mas que não se distingue facilmente de milhares de coisas que se fazem [no estrangeiro]” (J. Silva, 2012). Por outro lado, invoca a alma portuguesa como elemento diferenciador do design português do estrangeiro, afirmando que “mesmo que a forma seja parecida com o que se faz lá fora, tem uma alma. Eu acho que talvez haja aí um bocadinho de alma...” (J. Silva, 2012).

Quanto à sua relação com a AGI e a sua importância, Jorge Silva reconhece que a associação permite reconhecer os designers gráficos de cada país, uma espécie de “um clube para confirmar ou consagrar glórias do design português. E nesse sentido, e se tu olhares para os extraordinários designers que lá estão a representar Portugal, são tipos que essencialmente têm uma linguagem gráfica contemporânea” (J. Silva, 2012).

Quanto ao *processo criativo*, há uma espécie de *working in progress* permanente em termos conceptuais nos seus trabalhos de design editorial. “Aí sim eu diria que tenho uma visão própria, mas que graficamente é tão subtil que as pessoas, assim à primeira vista não a topam... e que poderia ser um traço de portugalidade” (J. Silva, 2012). Jorge Silva refere-se ao texto escrito em português e ao tratamento gráfico que lhe dá, expressando a sua grande relação com a língua portuguesa. Afirma que essa intimidade com o texto faz de si um prisioneiro da portugalidade. Reconhecendo aí uma dificuldade no reconhecimento do seu trabalho no estrangeiro. “A minha pátria é a língua portuguesa (...). A minha pátria gráfica, portanto é com ela que eu me dou bem. E provavelmente algumas das brincadeiras que eu faço seriam pouco interessantes lá fora” (J. Silva, 2012).

---

## Anexo 12

### Entrevista com Susana Carvalho

**Entevistado:** Susana Carvalho

**Entevistador:** João Tiago Santos

14 dez 2012

**Duração:** -

#### Qual o seu percurso académico?

Fiz o curso geral de Artes Visuais na Soares dos Reis do 10º ao 12º ano. Licenciiei-me em Design de Comunicação na Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa. Fiz o Mestrado em Desenho de Tipos de Letra na Academia Real de Belas Artes (KABK).

#### Esse percurso moldou-o enquanto designer?

Obviamente que sim.

#### Que outras influências teve?

Sou muito curiosa e estou constantemente interessada no que se passa à minha volta, a minha profissão não é uma exceção, pelo contrário, sou ainda mais obsessiva com a curiosidade em relação ao design gráfico. A influência mais marcante foi sem qualquer dúvida o design holandês. Karel Martens e uma exposição que vi assim que cheguei em 2003, no Stedelijk Museum em Amsterdão, *Mark-Municipal Art Acquisitions 2003: Graphic Design* onde ‘descobri’ designers como os Daniël van der Velden & Maureen Mooren, Job van Bennekon, Mevis & Van Deursen, Julia Born e Stuart Bailey. O mestrado, principalmente alguns dos meus professores, Erik van Blokland, Petr van Blokland, Françoise Berserik e Peter Bil’ak. Os LUST onde fiz um estágio e que são ainda hoje meus amigos. Não poderia deixar de mencionar a primeira grande influência que foram os meus professores de design gráfico no 5º ano, que me fizeram perceber, mesmo que intencionalmente, o tipo de designer que eu queria ser, mais autónoma, com forte componente editorial e livre de mercados.

#### Acha que a tecnologia / *software* estão a influenciar a forma de fazer / pensar o design gráfico em Portugal?

Não só em Portugal como em todo o lado. Aliás o design gráfico está invariavelmente sujeito aos desenvolvimentos tecnológicos.

#### Acha que se pode afirmar que existe design português?

Acho que sim, mas não tenho a certeza.

#### Como o entende?

Não sei responder.

#### Está atento ao design gráfico que se faz em Portugal?

Sim.

#### Por alguma razão especial?

Curiosidade.

#### Acha que o design gráfico português está a tornar-se mais globalizado/global fazendo perder potenciais características ou essa globalização está a conduzir os designers para uma busca de maior individualidade formal/conceptual e ao mesmo tempo de demarcação internacional do design português? Como olha para o design gráfico português, comparando com o do país onde trabalha?

A mentalidade de quem encomenda é geralmente muito diferente. O ensino do design gráfico também.

Tudo isso influência que faz.

**Acha que a sua forma de fazer / conceber design está enquadrada no que entende por design português?**

Não sei responder.

**De forma sucinta, pode descrever a forma como aborda um projeto de design gráfico, em termos de definição de programa, métodos, formas de trabalhar?**

**Alguma vez citou algum designer num dos seus trabalhos, no que diz respeito a forma, pensamento, metodologia,... ?**

Quase de certeza que sim. É impossível apagar referências da nossa memória, mas não de forma consciente.

**Se sim: De que forma o citou**

**Quais os designers portugueses que considera mais marcantes? Porquê?**

Os R2 e o António Silveira Gomes.  
Da nova geração, o Marco Ballesteros (que também andou

por terras Holandesas). Porque têm um trabalho exemplar e muito interessante e uma assinatura muito própria.

**Quais os seus trabalhos mais representativos? (forma como pensar/cria).**

A coleção de livros de bolso para a editora Octavo Publicaties, o livro para a artista Myung Feyen, alguns dos catálogos que fizemos para a Culturgest (Walid Raad, Alexander Gutke e Jochen Lempert).

**Como acha que o seu país de acolhimento vê o design gráfico português?**

Não sei se o design português será muito considerado na Holanda. A Holanda é um país reflexivo, já que é bastante pequeno, há muitos e bons designers por aqui que monopolizam a atenção. Os R2 são conhecidos e bem considerados.

**Há quantos anos está fora de Portugal**

Desde 2003.

## Síntese

Susana Carvalho, na resposta ao nosso convite, sugeriu que a entrevista fosse respondida por email, por se sentir mais confortável dessa forma. Foi então acordado que lhe enviaríamos as perguntas para o seu email, às quais deixou por responder à questão relativa ao *processo criativo*, no entanto, apesar de não se tratar de uma entrevista completa, decidimos usar os dados obtidos para as categorias respondidas.

No que toca à questão da *tecnologia*, Carvalho (Carvalho, 2012) refere que este tem influenciado a forma de fazer e pensar o design gráfico “não só em Portugal como em todo

o lado. Aliás o design gráfico está invariavelmente sujeito aos desenvolvimentos tecnológicos.”

Quanto à questão do *estado do design*, acha que se pode afirmar que existe design português, mas não tem certeza para poder afirmar conclusivamente. Refere também que nota grandes diferenças nos clientes de Portugal e da Holanda, e também no ensino. Remata dizendo que todas estas questões influenciam o fazer e o pensar o design gráfico. “A mentalidade de quem encomenda [na Holanda] é geralmente muito diferente. O ensino do design gráfico também. Tudo isso influencia.”(Carvalho, 2012)



## Anexo 13

### Entrevista com Helena Sofia Silva

**Entevistado:** Helena Sofia Silva

**Entevistador:** João Tiago Santos

22 jan 2013

**Duração:** 34m

#### A primeira pergunta é: o teu percurso académico?

O meu percurso académico...desde? Secundário, talvez? Começa a ser relevante a escolha do design a partir do secundário. Fui para a Soares dos Reis, depois design de comunicação nas Belas Artes e depois, com alguns desvios pelo meio, o mestrado aqui na ESAD. Não sei se queres que seja mais específica do que isto... Também fiz uma pós-graduação... mas foi um desvio, embora tenha sido um desvio útil a vários títulos porque o que eu faço agora é dar aulas quase exclusivamente e a pós-graduação foi em ensino. Aliás, esta formação pós-graduada chamava-se curso de profissionalização para a docência. Depois o mestrado foi em design, variante Teoria e Cultura Visual.

#### Achas que o *software* e a tecnologia estão a influenciar a forma de pensar e fazer design gráfico em Portugal? E de que forma?

Agora, neste momento, talvez não. Isso aconteceu e foi uma grande questão especialmente nos anos 90, que foi quando finalmente a informática começou a tomar lugar, muito lentamente, do saber fazer manual. Aí sim, acho que houve um confronto grande com essa invasão, que alguns consideraram uma usurpação. Agora penso que não; é uma questão plana, pacífica, já não levanta problemas. E portanto, nesse sentido, acho que a informática não está a conduzir a uma nova forma de fazer design. Se teve de produzir alguma forma de fazer já o fez ao longo dos anos 90. Agora não se coloca a questão porque não há outra forma. Claro que há práticas mais artesanais e manuais...a questão até funciona inversamente. Não sei se me vou fazer entender: o que eu acho que às tantas se pode dizer é que a informática está a influenciar justamente na medida

em que por oposição ao uso das ferramentas informáticas parece que está a emergir uma tendência para recuperar formas de fazer manual, artesanal, tradicional, em pequena escala, ...aliás, o fenómeno não é nacional. Se a questão aqui era se de alguma forma o contexto nacional era diferente, acho que não. O fenómeno é internacional. Esta questão não se coloca neste contexto mais fechado, o do nosso país, porque de facto o que eu comecei por dizer, que nos anos 90 se produz um maior confronto entre as ferramentas de *desktop publishing* e a profissão / atividade do designer de comunicação...mesmo isso também se fez sentir mais tardiamente em Portugal, aconteceu em primeiro lugar no contexto internacional. Como esta nostalgia por técnicas, materiais e fazeres artesanais.

#### O *software* tem influência?

Eu acho que é uma questão mais profunda do que a moda ou a tendência. E acho que contraciclo é de facto uma boa expressão. Acho que aquilo a que estamos a assistir é exatamente a uma reação profunda a um contexto. Contraciclo parece-me mais correto do que moda ou a tendência. E mais amplo. Não só em Portugal como no mundo... Sim, há uma determinada noção de fronteira, de barreira, de distância que com a internet e a comunicação instantânea é completamente obsoleta. Continua a existir, noutros níveis, mas a este nível já não existe.

#### Achas que existe design português?

É uma questão que tem de ser desdobrada, desmontada. É óbvio que existe design português, parece-me uma evidência, à partida. Agora, depende daquilo que estás a querer perguntar.

**Aspectos formais, conceptuais, metodológicos. Que no fundo nos ajudem a suportar esta ideia.**

Os aspectos conceptuais decorrem desde logo dessa evidência, de que existe design português. Nós somos portugueses, temos um documento-tipo que nos identifica, uma raiz, um conjunto de memórias que estão necessariamente ligados ao país, uma língua. Fomos educados de uma certa forma e num determinado contexto, portanto é natural que isso produza uma linguagem, uma forma de estar. Portanto sim, acho que há um enquadramento que de alguma maneira está na origem de uma dimensão conceptual de ser português no que ao design diz respeito.

Formais...na contemporaneidade, e justamente por causa da questão que enunciámos anteriormente, talvez menos. A não ser um filão muito particular, uma área que é muito fácil de circunscrever no design português contemporâneo que trabalha justamente sobre a memória e o legado formal. E não só...formal, político, enfim. Exceptuando essa tendência, de facto não me parece que haja uma identidade formal vincada no design português. Como me parece que, apesar de algumas excepções, também não é possível identificar isso noutros contextos. Haverá designers americanos, ingleses, sul-africanos que de facto praticam uma expressão formal que é mais imediatamente conotável com a sua nacionalidade. O que não quer dizer que o seu trabalho possa ser tomado pelo todo.

Em termos metodológicos menos, muito especialmente na contemporaneidade. Os designers hoje em dia – eu não disse design deliberadamente, porque não são só os designers que fazem design – já foram formados de acordo com uma orientação metodológica. Se quiseres, há uma escola comum, que é a escola que decalcou um modelo formativo da Bauhaus, um modelo modernista portanto. Do ponto de vista da abordagem metodológica parece-me claramente que há muito terreno comum. Às tantas até arriscaria... para além das questões absolutamente matriciais – a língua – justamente a formação. A abordagem metodológica que todos aprendemos a partir desse tronco comum é talvez aquilo que mais flagrantemente nos uniformiza.

**Achas que o design gráfico português está a tornar-se mais globalizado, global, fazendo perder eventuais características? Ou essa globalização está a conduzir os designers para uma busca maior de individualidade**

**formal, conceptual, e ao mesmo tempo demarcação internacional do design português?**

É uma pergunta que...não sei se foi intencional da tua parte ou não, mas já encerra a resposta. Porque eu acho que são absolutamente as duas coisas. Há pessoas que, justamente por reação contra essa uniformização e homogeneidade que a globalização produziu, estão a querer afirmar uma individualidade sustentada em traços identitários e, portanto, na sua nacionalidade. Como também há outras pessoas cujo trabalho é perfeitamente indistinto. Não sabendo tu que elas são portuguesas, dificilmente és capaz de identificar traços identitários naquilo que elas fazem. Portanto parece-me – e é natural que assim seja – que estão a acontecer as duas coisas. Existem os dois cenários.

**E pensas que existe alguma sobreposição deles?**

Eu acho que - mas isto que te vou dizer não é sustentado em dados assim muito fidedignos - há uma nova geração, justamente esta que está mais à vontade com as ferramentas da comunicação global, que está a apostar muito – e isto eventualmente pode querer dizer que esta vontade de praticar e produzir uma linguagem mais válida universalmente se sobrepõe então à outra questão – no trabalho “globalizado”, até porque tem necessidade de o fazer, de o validar internacionalmente, trabalhar para clientes internacionais, o que a internet veio facilitar, incrivelmente. Eu já ouvi miúdos que venderam trabalho para não sei onde, para os Emirados Árabes Unidos, porque de repente essas transações, não só darem a conhecer o seu trabalho através de plataformas *online*, como os clientes ou potenciais clientes entrarem em contacto com eles sem intermediários... isso era inimaginável para mim quando tinha a idade deles. Não era esse o regime, não pensavas assim. Parece-me que há muitos como eles que estão a pensar assim. Por exemplo, alunos de multimédia que vão investindo domesticamente, sem grandes custos, em *concept art* e depois disponibilizam o que fazem na *net*, em sites onde terceiros podem ir comprar. Quando eles estão a desenhar, a conceber, a projetar, já o estão a fazer considerando justamente que o cenário onde aquilo vai existir não é o desta cidade, nem o deste país. É internacional. O esforço nem é muito grande, é uma coisa natural para eles.

**Achas que elimina de certa forma os traços de identidade?**

Exatamente.

**Agora: quais os designers portugueses que consideras mais marcantes e porquê?**

Bem, há muitos, históricos e contemporâneos. Eu presumo que estejas a colocar a questão no domínio da comunicação, das artes gráficas. Porque se não eu diria, além dos que te vou dizer, o Daciano da Costa, por exemplo. Mas no domínio das artes gráficas, e precisamente dessa geração, os históricos, aqueles que são os nossos heróis desde a formação. Sebastião Rodrigues, Victor Palla...pessoas que de algum modo acabaram por forjar uma identidade num determinado momento da nossa história, isto também dadas as condições que referias numa das perguntas anteriores, condicionantes metodológicas, técnicas, formais ou que produziam algum tipo de resultados formais. Sebastião Rodrigues e Victor Palla, dos históricos.

Dos contemporâneos ou na contemporaneidade referiria pessoas que trabalham em domínios diferentes. Não só pessoas ligadas à prática como pessoas ligadas à crítica e à teoria cuja emergência mais recente parece muito importante e, portanto, necessária de ser referida e incluída num trabalho como aquele que tu estás a fazer. No projeto eu gosto especialmente de um núcleo de pessoas que estão a trabalhar mais ou menos deliberadamente, mais ou menos intencionalmente, sobre aspectos formais do design gráfico português, como a Vera Tavares, de cujo trabalho gosto muito. Claro que é também por gostar, há uma afinidade eletiva, mas para além de gostar acho que é reconhecível o trabalho da Vera Tavares para a Tinta-da-China, muito especialmente no uso da ilustração. A aparente - creio que real - economia de meios, o muito que ela é capaz de fazer com espírito - aquela espirituosidade, aquela centelha, aquela inteligência - que me faz lembrar imenso o Sebastião Rodrigues. Em mais do que um momento me ocorreu, ao olhar para capas da Vera para a Tinta-da-China, aquele depoimento em que, a propósito do ofício, ele fala de parcimónia e jogo. Parece-me que a esses dois níveis, um mais formal outro mais metodológico e conceptual e até certo ponto identitário, é um nome a destacar. Claro que peca por incrível defeito destacar apenas um nome neste contexto. Depois, por outras razões, os R2...o Dino dos Santos, precisamente

um exemplo do que estivemos a falar há pouco, acerca de no design português contemporâneo existir a ambição de produzir produtos internacionalizáveis e ao mesmo tempo ir também recuperando tradições. Quem quer que compre as fontes dele deve ser indiferente a se ele é português ou não. Mas ele é português e é obviamente o ser português - e a propósito do meu trabalho já tive a oportunidade de falar com ele sobre isso - que o faz pegar no legado de calígrafos e tipógrafos portugueses e a partir dele produzir redesenhos, revisitações e desenhar fontes que é suposto funcionarem na contemporaneidade e nos nossos suportes, nos nossos instrumentos...se o trabalho desses históricos da tipografia e da caligrafia se há-de perpetuar no tempo é precisamente por causa de projetos como os dele.

A vitalidade, porque me parece extraordinária, dos pequenos estúdios de pessoas novas, como tu, o facto de trabalharem, de continuarem a trabalhar e a esforçarem-se por não deixar que aquele lugar se feche apesar das adversidades, que tornam difícil, muito difícil ou até improvável, a subsistência de alguns...essa vontade, esse finca-pé em alguns casos...há tão pouco trabalho que só pode ser por amor à camisola.

Noutro domínio, os críticos. O Mário Moura desde logo, o importantíssimo papel que tem vindo a desempenhar. Ainda por outras razões, o Jorge Silva, e o trabalho que fez para o *Público* nos anos 90 e agora este trabalho incrivelmente importante para a memória e para a identidade do design português que é a *Coleção D*. E é uma pessoa que se chama Silva...faz sentido. (risos) Que ele seja tão importante nos anos 90 para a atualização do panorama do design editorial português através do *Público* e que agora esteja também - não só mas também - empenhado em fixar contemporâneos e históricos... porque a coleção junta justamente contemporâneos e históricos...o Falcão, os R2, o Paulo-Guilherme, o Victor Palla...de repente é em si mesmo um exemplo muito bom de como as coisas estão a funcionar hoje e das questões que estão hoje a preocupar e a ocupar o design português...O Jorge Silva, a Vera Tavares, os R2, o Mário, por razões diferentes.

**Por acaso já os entrevistei a todos menos à Vera Tavares, mas agora fiquei curioso.**

...Porque a Experimenta parece-me que falhou na promoção do design português. Transformou-se num

evento mundano, hoje em dia altamente descredibilizado na comunidade nacional por causa dos problemas financeiros, tráfalgicos e por aí fora...portanto...não criou dinâmicas de continuidade. É uma coisa que acontece de dois em dois anos e não acontece nada no entretanto. É altamente elitista, desde logo a centralização em Lisboa. Acho que há um conjunto de defeitos que fizeram dela isto, a tal festa que acabaste de referir. Um evento que teve a oportunidade de divulgar internacionalmente o design português, produzir estruturas de divulgação e promoção a trabalhar em continuidade...claro que não se pode estourar logo os foguetes todos, mas a ideia com que ficamos é que os foguete são estourados em cada festa bianual e depois andamos às escuras durante o resto do ano. E são estourados sempre no mesmo sítio e pela mesmas pessoas. A quantidade de pessoas que trabalha sem receber, e é explorada...não estou a falar do voluntariado, que dentro de certos limites morais, digamos, é válido, e importante e interessante. Há coisas efetivamente que podem ser feitas por estudantes ou recém-licenciados que beneficiam com isso. Os limites morais estão precisamente na exploração e é preciso saber gerir isso. Acho que a Experimenta faz menos pelo design português do que as capas dos livros da Vera Tavares, do que as crónicas ou *posts* regulares do Mário Moura.

#### **Então é: como defines a evolução do design gráfico em Portugal?**

Bem, se calhar enfatizava desde logo essa questão: há uma evolução, claramente. E isso é um dos aspectos mais significativos, que hoje em dia haja um discurso ou a tentativa de construção de um discurso sobre o design, feito não só através da prática mas, como tínhamos falado anteriormente, também através da crítica, da teoria. Acho que isso é extraordinário em relativamente pouco tempo. Compreende-se, justamente à luz do contexto internacional e da forma como estamos em contacto com o mundo. Se calhar enfatizar apenas que há uma evolução é capaz de não lhe fazer justiça. Houve uma revolução, talvez, ao longo das últimas décadas. Claro que já sei que pode vir sempre aquele discurso “ai, mas a tacanhez dos clientes continua a mesma e o mundo ainda é muito pequenino”, mas há claramente uma cultura de design que não existia há 20 anos, há claramente uma cultura que não existia quando eu entrei nas Belas Artes...pelo menos se existia alguma não tinha a expressão que tem hoje. Nesse sentido é extraordinário. Claro que depois houve outros

projetos associados ao design em Portugal que não vingaram e isso no meio do percurso evolutivo é um retrocesso ou é uma estagnação – e estou a pensar na Experimenta, no CPD. As escolas que existiam consolidaram-se e foram-se credibilizando. Entretanto surgiram outras (a própria ESAD tem mais de 20 anos de existência) que ajudaram a criar esse discurso e à credibilização das disciplinas e à afirmação social e cultural do design. É pena que outras instituições e apoios não tenham outras plataformas de divulgação, não tenham acompanhado de igual modo essa evolução, mas ela é inequívoca.

Fazendo a questão convergir com a anterior, da globalização ou afirmação da identidade nacional...voltaria a dizer o mesmo que disse anteriormente. Acho que até na questão do voltar a repensar a identidade nacional, a procurar signos gráficos dessa identidade, até isso me parece que corresponde à chegada a um patamar que só foi possível por causa desta evolução, deste amadurecimento. Que haja pessoas capazes de se emanciparem das modas e das tendências globais para justamente se voltarem sobre si, sobre a sua cultura e procurarem rearticular e repensar e criticar, não só teoricamente como de facto na prática, é um símbolo de amadurecimento que decorre exatamente do facto de ter havido uma evolução.

#### **E finalmente: que trabalhos gráficos consideras mais emblemáticos do design português?**

Ah, para essa tinha preparada aquela resposta brilhante: os trabalhos feitos pelos designers que destaquei. Tu querias nomes...mas acho que já falei...

Eram as capas dos livros da Vera Tavares para a Tintada-China...a *Coleção D* do Jorge Silva...a salvaguarda da memória e a promoção de designers do passado e contemporâneos. Os cartazes do João Faria para o Teatro Nacional São João... os cartazes do João Machado, não porque eu os admire especialmente mas porque me parece que justamente no sentido da afirmação do design em Portugal e do reconhecimento social do papel do design foram muito importantes no seu tempo... o trabalho do Silva para o *Público*. O *Público* foi provavelmente...o *Independente* também, é verdade, mas o *Independente* era um semanário e um semanário de elite, e o *Público* acaba por ser o primeiro jornal diário que faz chegar às pessoas, com regularidade, uma qualidade gráfica a que elas não estavam habituadas. De repente há o *Diário de Notícias*, o *JN* e essa coisa meia modernaça...não quero usar

o termo pejorativamente, mas que foi muito importante para fazer as pessoas comuns conviverem com objetos gráficos de qualidade, habituarem-se a eles, aprenderem a valorizar isso... e isso é uma aprendizagem que tem de ser quotidiana, tem de ser gradual e feita através de objetos desse tipo...portanto acho que desempenhou um papel importantíssimo. Indo mais atrás para destacar também aqueles nomes históricos como sendo para mim os mais importantes, as capas de livros do Victor Palla, no cruzamento com o neo-realismo sobretudo, e o trabalho do Sebastião Rodrigues para a Gulbenkian, especialmente. Claro que também a *Almanaque*.

---

## Síntese

A entrevista com Helena Sofia Silva foi presencial e decorreu numa sala à sua escolha na ESAD.

Em relação à *tecnologia*, Helena Sofia Silva considera que atualmente esse fenómeno não é muito relevante, mas que teve um grande impacto nos anos 90 do século XX, “isso aconteceu e foi uma grande questão(...) que foi quando (...) a informática começou a tomar o lugar, muito lentamente, do saber fazer manual” (H. S. Silva, 2013). Atualmente Helena Sofia Silva aponta para uma oposição ao uso dos meios informáticos e aponta para o surgimento de um recurso por parte dos designers a tecnologias anteriores à informática, “uma tendência para recuperar formas de fazer manual, artesanal, tradicional, em pequena escala, ...aliás, o fenómeno não é nacional. (...) O fenómeno é internacional” (H. S. Silva, 2013).

Helena Sofia Silva refere que o *estado do design* em Portugal tem já alguma maturidade, pois podem-se encontrar momentos de autorreflexão teórica, mas também prática. segundo Helena Sofia Silva (H. S.

Silva, 2013), “pessoas capazes de se emanciparem das modas e das tendências globais para justamente se voltarem sobre si, sobre a sua cultura e procurarem voltar a articular e repensar e criticar, não só teoricamente como de facto na prática”. Refere ainda que em termos conceptuais existe design português, uma vez que partilhámos o mesmo país, a mesma cultura, a mesma língua. E esse contexto terá, segundo Helena Sofia Silva, consequências também na forma de fazer e pensar o design em Portugal. “Nós somos portugueses temos (...) uma raiz, um conjunto de memórias que estão necessariamente ligadas ao país, uma língua. Fomos educados de uma certa forma e num determinado contexto, portanto é natural que isso produza uma linguagem, uma forma de estar.”(H. S. Silva, 2013). Já em termos formais e metodológicos, que não seja tão evidente, estando circunscrita a um grupo pequeno de pessoas “que trabalha justamente sobre a memória e o legado formal.”(H. S. Silva, 2013)

---



## Anexo 14

### Entrevista com Frederico Duarte

**Entevisado:** Frederico Duarte

**Entevisador:** João Tiago Santos

22 jan 2013

**Duração:** 1h03m

#### Qual é o teu percurso académico?

Tirei a licenciatura em Design de Comunicação na Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa entre 97 e 2002. Fim de 2002. Na altura em que as licenciaturas eram de cinco anos, como é óbvio.

Depois trabalhei um pouco como designer gráfico tanto na Malásia como na Itália... na Malásia primeiro e depois em Itália, na Fabrica... depois trabalhei na Experimenta durante uma série de tempo. Comecei a trabalhar na Experimenta como estagiário de design gráfico. Depois fui para a Malásia, quando voltei fiz outras coisas e acabei por ir ficando...com o interregno de ir para Itália, fui e voltei e fiquei até 2006, tendo feito uma série de coisas que não tinham a ver com a prática de design.

É na Fabrica que percebo que não quero praticar design. O que me interessa é o que está à volta da atividade. Voltei, demiti-me da Experimenta e logo depois percebi o que ia fazer em termos de trabalho. É nessa altura que desafio os editores do *Público* – porque sabia que o *Público* ia mudar de imagem gráfica – a tirar o design da forma para o conteúdo. Falámos e então comecei a escrever para lá. Isso foi em 2007. E foi nesse Verão de 2007 que eu soube que ia abrir um Mestrado em Crítica de Design na School of Visual Arts. Candidato-me, entro, faço o mestrado e aí acabo por encerrar o meu percurso académico com o Mestrado em Crítica de Design, a primeira turma, a chamada turma inaugural. Que tem tudo de bom e tudo de mau das turmas inaugurais. É bom porque toda a gente se lembra, mas é mau porque há uma data de coisas que correram mal.

Em termos de percurso académico é isso. Agora lecciono em duas unidades do ensino superior.

#### Achas que a tecnologia e o *software* estão a influenciar a maneira de fazer e pensar o design gráfico em Portugal?

Essa pergunta é muito mais interessante se pensarmos nisso em termos históricos. Quando fazes essa pergunta queres dizer agora? Qual é o teu horizonte temporal? Quando dizes “está” é nos últimos cinco anos, 15, 20?

#### Mais próximo da atualidade. Mas terá a ver necessariamente com uma reflexão sobre o passado.

É muito interessante... sabes que eu estou a participar num livro sobre o José Brandão e uma coisa que tenho feito é não só ler as entrevistas de outras teses, sobretudo do Victor Almeida e de uma outra tese de mestrado que tem uma entrevista com o Carlos Rocha muito interessante... Eu acho que sim, que a tecnologia tem influenciado por um motivo sobre o qual se calhar não pensaste: a tecnologia, neste momento, o acesso aos chamados meios de produção em Portugal... ou seja, Portugal sempre esteve prejudicado pelo seu relativo atraso económico ou, se quisermos arriscar, civilizacional. O acesso à tecnologia foi um problema até há pouco tempo; só há pouco tempo é que os meios se democratizaram a nível global e os designers portugueses hoje têm o mesmo acesso à tecnologia que os seus congéneres têm nos países chamados de desenvolvidos. E noutros, até.

Portanto, sim, nesse sentido penso que houve uma democratização do acesso à tecnologia e como tal os designers portugueses estão em pé de igualdade com todos os outros. Deixa de ser uma desculpa, quase. É muito interessante falar com o José Brandão e com pessoas da geração dele...fala-se muito que é o Tom Thomaz de Mello que abre a primeira loja Electra 7 em

Lisboa ou as pessoas que vêm de Londres e trazem uma outra tecnologia ou método. Agora não. Agora o parque industrial gráfico é relativamente... bom, na área das técnicas de impressão já é outra história... mas em termos da prática, do fazer, acho que sim.

**Achas que se pode afirmar que existe design português? Que elementos formais, conceptuais, metodológicos é que encontras para te ajudarem a fundamentar esta resposta? Achas que para além da forma, metodologicamente e conceptualmente, se encontra uma linha de pensamento?**

Eu partilho da opinião do Gui Bonsiepe... no Mestrado em Crítica de Design a minha tese foi sobre como as mudanças sociais influenciaram o design brasileiro e criaram um modelo de design para o Brasil. Quando eu parti para este projeto de tese tinha uma dupla missão: primeiro reentender o design brasileiro tendo sempre como contraponto o design português. Neste caso foi o produto mobiliário, pois meter o design gráfico era ainda mais confuso. Entender o Brasil como um país continental com quase 200 milhões de pessoas, um mercado relativamente fechado, e em Portugal ser muito mais pequeno mas com um mercado super aberto... perceber como estabelecendo uma identidade para o design de um e de outro país funciona a favor ou contra. No Brasil, a meu ver, tem funcionado muito contra porque as pessoas têm uma ideia do que é o Brasil. Por muito estúpida e estereotipada que seja... aqui parafraseio a escritora Chimamanda Adichie, que fez uma palestra do TED que se chama *O Perigo da História Única*, que vale muito a pena ver, eu já vi para aí dez vezes...onde ela diz uma coisa muito interessante: “o problema dos estereótipos é não estarem errados, é serem incompletos”. O problema quando tu concretizas uma determinada marca formal é que ela fala sempre sobre política, propaganda, poder, por aí fora... É muito interessante ver isso no Brasil. Há designers brasileiros que surfam essa onda, fazem design da favela, que é uma coisa muitíssimo questionável em termos éticos, às vezes... e os designers portugueses internacionalmente não têm nada a que se agarrar, basicamente, porque ninguém sabe muito bem o que é Portugal. Eu faço sempre a comparação “O que é o design eslovaco?” Sei lá, nunca ninguém foi à Eslováquia, ninguém sabe como é Bratislava, como são os eslovacos fisicamente... Eu acho que é tudo uma grande construção, de facto. E aí quando falamos de design português... é difícil.

Para mim, a questão que a tua tese coloca tem uma outra questão muito interessante, muito atual, que tem a ver com a representação portuguesa na Bienal de Veneza deste ano. É esta ideia, aqui levada à ideia de Estado, o convite do Estado a uma artista, e da qual substanciaram uma ideia de imagem portuguesa, de identidade portuguesa. Que, efetivamente, funcionou muito bem quando havia uma opinião. Quando há uma fragmentação de opiniões sobre o que é a identidade nacional isso é muito difícil de estabelecer. Há um exercício muito interessante que a Joana e Mariana fizeram quando eu, o Pedro Ferreira e a Rita João as convidamos para uma exposição no Experimenta (que foi um grande falhanço, mas isso é outra história). O contributo delas era muito interessante, era sobre o Portugal imaginado a partir de uma coisa do João Abel Manta. Elas fizeram – posso mandar esse ficheiro – uma montagem da palavra Portugal, como essa palavra aparecia em vários cartazes...

Mas isso é um livrinho, não é? Elas depois fizeram uma segunda montagem, que é o dobro. Em vez de ser uma página é um plano que tem muito mais palavras. Aí vê-se que não há um entendimento. É quase uma imagem concreta de que... olha, como mudou a representação de Portugal. Bem ou mal, ainda bem que mudou. Por exemplo, estou a dar história e crítica do design aqui em Belas Artes e esta semana é o início do semestre e esta cadeira tem a particularidade de... o primeiro semestre desta disciplina é o segundo semestre do primeiro ano e depois acaba no primeiro semestre do segundo ano. Estava a dar aula de introdução onde faço uma espécie provocação: toco o fado da *Casa Portuguesa* da Amália Rodrigues e peço aos alunos para dizerem o que isto representa. Eles dizem “Portugal, não sei quê...” Depois mostro um livro da primeira classe do tempo de Salazar e mostro aquela ideia da casa portuguesa. Então e se vocês pensassem na música da *Casa Portuguesa* apenas como uma canção de amor? Eu defendo que é apenas uma canção de amor. Ou pode ser uma canção de amor se tirares toda a trabalha ideológica. E se vocês fizessem agora a capa do disco para esta música, como é que era? E depois ao mesmo tempo mostrava o logótipo da Vida Portuguesa, da Casa Portuguesa, que é uma loja portuguesa em Barcelona, da Merceria Portuguesa, que é uma loja portuguesa em Macau...terão estas três lojas a ver com essa ideologia ou terão a ver com outra coisa? No estrangeiro quando traduzes a letra e se as pessoas não perceberem que aquilo foi construído dentro de um



determinado contexto... contexto que eu não vivi, nem tu nem nenhum dos alunos...com o que é que ficamos? Isso é muito interessante em termos de design. Quando tu fazes uma capa de *single* para esta música como é que a transmites em termos visuais? Ou se fizesse um vídeo? É muito provável que o teu seja igual ao meu. Eu acho que em termos formais é muito difícil.

Outra coisa que queria acrescentar: no decorrer da minha tese tenho feito algumas palestras sobre design brasileiro. Houve uma que eu fiz num simpósio de um dia que aconteceu na RCA em Londres. A professora que estava a organizar esse simpósio... ela estava a falar comigo ao telefone antes de eu ir para lá... ela estava a explicar-me como ia ser o simpósio e perguntou-me: “E que ateliers é que tu achas particularmente interessantes no Brasil?”. Eu falei-lhe no Ovo, do Gerson Oliveira e da Luciana Martins, em S. Paulo, que eu acho que são muito interessantes, o mobiliário deles é super bem feito, com um modelo de negócios muito interessante. E ela: “sim, sim, são bons, mas não são brasileiros, pois não?”. Eu faço aquela pausa de “mas o que é que eu respondo a isto”. Depois eu disse: “olha, eu acho que estás a pedir demais e é uma pergunta um bocado difícil de responder porque imagina que tu te viravas para um atelier do País de Gales e dizias “olha, o teu trabalho não é galês o suficiente”. Às vezes uma designer inglesa quer que o design brasileiro seja – assim brasileiro à bruta, com macacos e não sei quê –, mas o que a maior parte dos brasileiros quer é ter um bom sofá. Não querem lembrar-se de que são brasileiros o tempo todo. Depois é muito interessante pensar na estratificação cultural e social do Brasil. Por exemplo, a elite não quer mesmo ser lembrada todos os dias de que é brasileira. É outra história... nós pelo menos aqui em Portugal não temos tanto essa coisa de classes. A ideia de ser português ou não não é...no Brasil há muito e às vezes isso é muito violento, quase. E que agora está a mudar radicalmente com a ascensão da classe C. Isso é uma das conclusões mais interessantes que eu tirei da tese: perceber que este é um momento onde isso está a ser questionado no Brasil. Essa questão na identidade do design.

As classes altas no Brasil são geralmente compostas por brancos, descendentes de europeus. O nível deles é Nova Iorque, Miami, Paris, Milão...vão mais depressa copiar, neste caso o mobiliário, mas também as tendências visuais do Hemisfério Norte. Isso é uma coisa que os editores da Casa Cláudia me disseram quando os entrevistei: a Classe C é a primeira classe que tem uma posição de compra e

que tem orgulho em ser brasileiro. Têm o à-vontade para não renegar a sua cultura visual e material. E isso faz uma grande diferença no Brasil. E há designers brasileiros – poucos, mas há – que estão a saber explorar isso. É um mercado enorme.

**Achas que o design português se está a tornar mais globalizado ou global, fazendo perder eventuais características? Ou essa globalização está a conduzir os designers para uma maior busca de individualidade formal e conceptual e ao mesmo tempo a demarcação internacional do design português?**

A pergunta é interessante. Acho que os designers estão a ficar mais globalizados, sim, o seu palco é mais global, sim, e daí haver mais notoriedade dos designers portugueses no palco internacional. Quem está do outro lado – penso eu, posso estar errado – raramente está à procura de referenciais portugueses. Ou seja, se tiveres um bom trabalho e fores de Lisboa, do Porto ou de Coimbra não... ou seja, para fazeres parte de uma lista de destaque ou notoriedade internacional em geral é o trabalho que é destacado. Em segundo vem o local de onde vens. Porém, isto é outra questão que... uma vez em Nova Iorque assisti a um simpósio, até foi o André Tavares que esteve num simpósio em Columbia sobre arquitetura, e havia dois investigadores italianos que estavam a falar sobre a representação da América Latina nas revistas de arquitetura ao longo do século XX. A América Latina é uma construção que vem do Napoleão, não existe, é um espaço geográfico imaginado. E foi super interessante perceber que a América Latina numa revista de arquitetura é uma economia editorial. Nos anos 50 chegavam não sei quantas fotografias do Niemeyer, da Lina Bo Bardi e pronto, uma América Latina estava despachada. Neste momento não é assim tanto porque tu consegues ter acesso aos materiais, às fotografias e aos textos, quer sejam de arquitetos ou de designers... tu podes em termos de estratégia editorial – ou curatorial, também – podes amarrar as coisas aos locais. Se tu apareces num jornal ou num *blog* com um trabalho de uma designer e dizes “isto é muito arriscado e é de Portugal!” é assim um bocadinho tipo... é diferente. Aquela noção de centro e periferia que o Jacques Rancière fala e com o qual eu concordo imenso, a noção de autonomia e heteronomia... isso funciona contra mas também funciona a favor. Há pessoas cujo seu trabalho é publicado muitas vezes porque

é fora dos eixos de centro. Para mim há sempre essa tensão. Muitas vezes esse destaque à origem não é pelo facto de a origem se revelar no trabalho. Se eu destacar por exemplo o trabalho dos R2 e se no mesmo número eu tiver um trabalho de um atelier de Paris e outro do Porto se calhar dava destaque ao do Porto porque há ali um pequeno exotismo, alguma diferença. Agora, eu duvido muito que o mesmo curador ou editor esteja à procura de coisas do Porto no trabalho deles. Muito pouca gente está nesse peditório. Neste momento não consigo pensar em alguém cujo seu trabalho... isto é um bocado cretino de se dizer, mas quase que temos de ir ao Sebastião Rodrigues ou ao Tom... O Sebastião Rodrigues era Paul Rand mais Alvin Lustig mais Leo Lionni...toda a mistura com o Verde-Gaio.

**Em relação a esta questão dos designers - já referiste os R2 o Sebastião Rodrigues,... -quais os designers portugueses que consideras mais marcantes e porquê?**

Isso é muito difícil de responder porque eles são marcantes em vários sentidos. Cartaz de teatro: João Faria.

Eu acho que o trabalho do Jorge Silva é muito interessante e muito importante, sobretudo na transição para o século XXI. A maneira como ele conseguiu vir dos jornais como diretor de arte e levar essa perspectiva muito da direção de arte para fazer as coisas como faz, muito ligadas a projetos editoriais mas também trazer e ser um bocado o paladino da ilustração. Uma certa maneira de estar na direção de arte, acho muito importante.

No outro dia saiu um artigo no *Ípsilon*, com o qual fiquei um bocado lixado, que era sobre o livro do Saul Bass. O autor, que é um jornalista de cinema, ele fala do livro porque tem a ver com... é muito estranho, porque o livro é publicado...a autora que é, se não me engano, a neta ou filha do Saul Bass em co-autoria com a Pat Kirkham, que é uma grande historiadora do design... mas aquele livro tem mesmo ar de livro para pôr na mesinha de cabeceira, é um livro grande. E o autor do artigo não mencionou as autoras, vai buscar uma citação da Alice Rawsthorn, que é crítica de design do *NY Times*, e depois, muito interessante, vai buscar uma citação do Gonçalo Cabral que é um designer que fez o logótipo dos CTT, da TAP e uma série de outras coisas...e eu fiquei “pá, com tanta gente para falar sobre logótipos em Portugal, do legado do Saul Bass, ele vai buscar este”. A analogia que eu encontrei é ter um artigo sobre o Sá Carneiro e ir falar sobre isso com o Passos

Coelho. Mas depois pensei “então deixa-me pôr agora do lado do jornalista e ver com quem é que ele ia falar”. Depois pensei: o grande criador de logótipos que ainda está vivo é o Carlos Rocha. É um designer muito importante também que quase ninguém conhece e é pena... o Ricardo Mealha também tem uma importância muito grande...custa-me imenso estar assim a escolher um nome... os R2 também têm importância, mas não é aquela importância em termos de trabalho e de visibilidade pública. Vá, têm, mas é mais a nível editorial.

Depois também podemos falar dos designers que trabalham com os símbolos nacionais. Podemos falar do Henrique Cayatte. A ligação dele com o passaporte, com o cartão do cidadão, até com a presença de Estado. É quase uma espécie de pasta que passa do José Brandão para o Henrique Cayatte, é esta ligação ao Estado.

Estou muito curioso para saber o que vai acontecer no pós desta geração. Estar a trabalhar neste livro do José Brandão dá-me algumas pistas, falando com ele e percebendo como é que ele arranjava alguns trabalho, como era a relação pessoal versus institucional... por exemplo, o ensaio que eu vou escrever tem a ver com a noção de confiança. Ele fez o trabalho dos Correios durante imensos anos e depois esse trabalho muda para a agência, em que o Gonçalo Cabral faz o logótipo, o que eu acho um tremendo erro histórico. O logótipo é um grande disparate. Há um erro visual, que é um erro base de perceber... bom, mas isso para mim tem a ver com a mudança das relações entre quem decide e quem faz; entre quem contrata e quem empresta o serviço. Acho que é a partir daqui que as coisas podem ficar interessantes. E ao mesmo tempo perceber que muitas das condições de um determinado...não sei se já pensaste nisto para o teu trabalho... um dos últimos resquícios de atribuição da identidade no design português são os selos, a filatelia. Que está na mão de cinco designers.

E eu percebo porquê. É fácil. A pessoa que esteve à frente do departamento de marca dos Correios era o Luís Duran, que esteve muito tempo. Ele foi ficando cada vez mais reduzido à parte da filatelia. Foi uma espécie de estratégia dele. Eu soube disso porque quando escrevi a minha segunda rubrica da Pública foi a segunda entrevista que marquei. A primeira foi com o Cayatte, porque queria escrever sobre os selos. Mas depois falei com o sucessor dele, tivemos uma conversa muito honesta, muito franca e muito interessante... basicamente o Luís Duran tornou-se no setor da filatelia independente do resto dos Correios.

Conseguiu aparentemente sobreviver a 13 administrações... ele tinha-se reformado dois meses antes de ele ir para lá. Ele conseguiu reduzir o leque de designers, que basicamente são amigos dele de longa data, com, por lado, um enorme protecionismo da coisa, e, por outro, com uma enorme desconfiança para com pessoas mais novas. Um dos descendentes, a pessoa que ficou, que era o assistente dele, ele dizia que há muito poucos designers em Portugal que conseguem desenhar selos... bom, eu fiquei “devem ser gente muito incompetente”... mas percebe-se também que o facto de ele não ter aquilo muito fechado foi uma maneira de se defender contra cunhas de administradores, entradas de agências e não sei o quê...

Ao mesmo tempo... e sabes que o selo ainda é o único meio, a única moeda impressa em Portugal, aquilo é uma representação do Estado, é a imagem do Estado. Os Correios ainda são públicos, possivelmente vão ser privatizados a curto ou médio prazo. O que é interessante também é que hoje os Correios... 2% da mercadoria enviada, expedida pelos Correios, é franqueada. Sendo que parte da franquia é os selos. Ou seja, os selos hoje não representam praticamente nada. O mercado dos selos é a filatelia, os colecionadores. Estas pessoas que colecionam bens extremamente rarefeitos mas que têm uma enorme capacidade simbólica. Isto tem a ver com o que te vou dizer a seguir: de que forma é que a identidade do design gráfico, identidade logo, algumas instâncias dessa identidade, como os selos, estão nas mãos de pessoas. Porque há um enorme défice de concursos públicos em Portugal. Acho que é um dos maiores problemas, não haver uma cultura de concursos públicos, de “temos de fazer uma imagem para o Ministério de Cultura, pumba, concurso público”. Não, já se sabe como foi o processo de contratação na altura do Manuel Maria Carrilho, pronto, também foi relativamente infeliz. Como foi infeliz quando acaba o Ministério da Cultura, como cai. O governo agora contrata a Brandia por aparentemente 5 mil euros mais a dívida fiscal que a Brandia tinha para fazer o trabalho. Condições de trabalho muito esquisitas e pouco claras que se serviriam, seriam muito mais ricas se... por exemplo nos correios da Holanda, desde o Piet Oxnard, que era um grande diretor dos correios holandeses e que fez concursos públicos em que um jovem designer podia fazer um selo... tens uma enorme riqueza representacional num país...em Portugal tens muito menos. Ficamos todos a perder, não entra sangue novo.

Há uma ideia de barreira colocada entre as gerações mais velhas e as gerações mais novas e tu percebes como estas

pessoas da geração do Brandão já estão no Outono... e de facto muita da geração do Brandão já está reformada.

Quando começamos a falar de gerações de pessoas como o Cayatte e o Jorge Silva e por aí fora... isso é um problema que se está a sentir em todo o mundo. Sobretudo com a diferença tecnológica. Ou consegues adquirir o estatuto de guru, tipo Milton Glaser, Mathew Carr, sei lá...estes grandes cromos...ou consegues ter este estatuto, com o qual só precisas de abrir a boca para ser importante, ou então é muito difícil perceber como... número 1, que o teu trabalho não seja datado, como ser atual, e como passar a pasta de maneira muito airosa, que eu acho que há uma falta de generosidade nas gerações mais velhas. Isso tem acontecido no design em Portugal. E não só no design de comunicação; no design de produto ainda é pior. E na arquitetura também, nem falemos disso.

Isto para responder à pergunta, que é difícil. Eu quase que prefiro dizer que prefiro não escolher um. Quase por higiene intelectual. Acho que todas essas pessoas tiveram contributos interessantes e importantes. Acho por exemplo muito interessante o que tem estado a acontecer nos últimos anos com a renovação e aglomeração das editoras. Do trabalho de capas e de design, umas coisas melhores outras coisas piores. Ainda há outra responsabilidade, que é... o facto de não ter havido uma imprensa especializada ou não, que escreva sobre design, nem que seja reunir de alguma forma... perfilar o trabalho destas pessoas mais velhas ou mais novas, fazendo com que elas existam. Por exemplo, se eu te falar de uma designer que é a Alda Rosa, que quase ninguém conhece, mas cujo trabalho é importante mas pouco visto... a Alda Rosa fez os livros da Alice Vieira, da Caminho. Agora é o Bernardo Carvalho que os faz e muitíssimo bem. Entre nós, muito melhor até do que o trabalho da Alda. Por exemplo, o Acácio Santos, um *gajo* que faz imensos selos e fez o logótipo dos Açores, que para mim é um dos melhores cá de Portugal. Eu adorava falar com ele e ainda não consegui. É aquele que tem uma hortênsia.

Depois há esse tipo de detalhes que, não havendo uma imprensa especializada, as pessoas ficam completamente esquecidas. Depois há uma coisa interessante em falar com estas gerações mais velhas porque eles não têm esta coisa da auto-promoção. Se há alguém que começou a cultivar isso foi o Jorge Silva. De alguma forma os R2 também, mas num registo diferente. Até para perceber como... quando tu vês assim na paisagem, como é que tu depois podes identificar uma determinada presença do

design português e depois não sabes quem é que faz, como é que aquilo aparece...

### Como defines a evolução do design gráfico em Portugal?

Poucos concursos e pouca gente. É um mercado pequeno que se está a abrir, acho eu. Há bocado daquela questão da imprensa, tem a ver com muito do trabalho que é passado... por causa dessa ausência de concursos, muito do trabalho é passado por confiança, por boca a boca ou por recomendação. Se não tens o braço armado, que é a imprensa, neste caso, ou até uma política de concursos, de prémios que vá destacando as melhores práticas, os melhores designers... por exemplo, se eu for a uma Fundação Champalimaud não sei por onde começar, não sei onde hei-de requisitar serviços... ah, já para não falar da classe dos designers, que nunca esteve organizada. Ou esteve por essa mesma geração que depois quer defender determinada história.

Mas a evolução... eu fico contente com o facto de o design português estar mais globalizado, estar mais internacional. Muitas vezes por força ou obrigação, porque as pessoas simplesmente têm de emigrar. Mas acho que, acima de tudo, é perceber aquela noção do contexto, tu perceberes perante o teu contexto aquilo que é importante, de que forma é que tu abordas determinado problema ou necessidade. Acho que os designers portugueses ainda não têm a noção de que têm de ser mais agressivos. Há uns tempos houve aquele manifesto do design português. Eu não assinei porque achei um manifesto mole.

### O do Bártolo?

Sim, achei que era um manifesto bem-intencionado, como a princípio todos são, mas não definia nada. Não podia definir como um manifesto de uma nova agressividade, de uma nova assertividade. Quer dizer, “os designers portugueses vão agora ser mais ativos em lutar não contra os arquitetos mas lutar ao lado dos arquitetos”. Muitas vezes há arquitetos a fazer design por incúria ou por preguiça ou porque não querem fazer mais ou porque não há dinheiro para distribuir... acho que essa relação entre o design de comunicação e a arquitetura em Portugal é ainda muito problemática.

A classe deve fazer notar-se mais, fazer-se mais relevante perante a sociedade. A criação e desintegração quase total do Centro Português de Design têm a ver com isso.

Tem a ver com uma instituição que não se conseguiu mostrar relevante para com a própria classe que defende. Principalmente com estudantes. Perguntas a qualquer estudante se sente a falta ou alguma vez sentiu a presença do Centro Português de Design. 99,9% das pessoas vai dizer que não. Como um amigo meu diz, o CPD nunca me perguntou o que é que eu queria. E é verdade. Quando começou a sofrer as pessoas deixaram morrer, deixaram o barco afundar. É um risco que o design português não pode sofrer. Os designers têm de ser mais agressivos, de publicar mais o trabalho...

Há uma coisa interessante, este encontro nacional de estudantes de design que aconteceu durante muito tempo, vai ser no Porto em Maio... este tipo de organização da classe, que não tem forçosamente de passar por uma coisa associativa ou de ordem profissional – ainda pior, sou completamente contra. Tem de vir de uma associação de dentro, as pessoas têm de perceber que têm um destino comum.

As gerações mais novas têm de perceber que não devem nada às gerações anteriores. Ou melhor, devem reconhecer o Sebastião Rodrigues, mas não é aquela coisa pesada, que às vezes ainda nos ensinam, “ah, pois, mas o Sebastião Rodrigues”... eu acho o Sebastião Rodrigues um bocado *overrated*. Porém, eu sei a importância que ele teve em termos da ética profissional, posicionamento profissional, também, nisso é pioneiro. É como aquelas pessoas que dizem “ah, mas eu fiz o 25 de Abril”. Pois, mas eu nasci em 79, portanto bola para a frente, já passámos por aí.

Eu tenho confiança. Primeiro tenho confiança de que o mundo vai ser muito maior. Ou seja, que o mundo pequeno do design português está de facto a expandir-se. E acho que poderá ser melhor se as pessoas que ainda têm poder sejam mais generosas para com as outras, e essas outras sejam mais agressivas. Sinceramente, acho que as gerações mais novas têm tido demasiado respeito pelos mais velhos. E esse respeito tem sido deitado por terra porque os mais novos fazem muito mais barato. E os velhos não. Mas isso é aquela conversa toda da precariedade...

### Frederico, que trabalhos gráficos consideras mais emblemáticos do design português?

Olha, acho que o logótipo da Galp, esse que tens aí pendurado na parede, lindíssimo, tenho imensa pena que o que veio substituir seja tão fraco. Havia uma certa honestidade em logótipos como esse... Também

os logótipos da EDP, que foram sendo criados desde 72. Primeiro o do Santa Bárbara, depois o do Carlos Rocha, depois o do My Brand, depois o do Sagmeister. Acho que o primeiro continua ser único, para todos os efeitos... também fez o logótipo da CP, foram as duas únicas coisas de jeito que ele fez. É difícil dizer assim uma coisa de repente...sabes, eu escrevi um texto para um livro – que depois não chegou a ser lado, é pena - que é o *The Paidon Archive of Graphic Design*. Havia várias entradas, inclusive a única entrada portuguesa, que era as placas de restaurantes do Tom. É uma pena... depois a Phaidon deu-me um exemplar e não tem lá, deve ter caído, eles depois editaram...é uma pena porque era uma lista enorme, compilada pela Lizá Ramalho, do qual eles só escolherem um, depois eu fiquei com a tarefa de escrever o texto, de investigar a história e perceber porque é que aquele artefacto ficou. E é engraçado porque é uma coisa única no mundo. Lá está o contexto. Aquilo é uma manifestação visual da lei. É muito interessante pensar nisso como tal... depois há muitas outras coisas... é como aquele papel do *Aqui há Livro de Reclamações*. É horrível. Porque é que tem de ser horrível? Ou porque é que as placas que vieram substituir as placas do Tom são tão más? Porque são feitas em *Arial Bold* em *Clip Art* e por aí fora. Como tal, acho que ao mesmo tempo que o design português fica mais globalizado, fica também mais parecido. Há uma mesmice com outras coisas, com uma série de tendências que se vão definindo. Há um fenómeno recente que é interessante... eu não vou dizer que é o design mais marcante... mas que ultimamente em questões identitárias, que sejam de marcas ou outras coisas... por exemplo, eu gosto bastante da imagem do h3, dos hambúrgueres. Porquê? Porque acho que num momento em que dizemos que é tudo muito retro e as tascas e as tabernas tudo retro e gourmet, isto é uma lufada de ar fresco. Não é retro coisa nenhuma. O h3 é uma coisa relativamente abstrata e moderna, e funciona muitíssimo bem. Primeiro, tens uma cadeia de comida que assenta sobre o azul e preto, que é uma coisa meio estranha em si. Mas acho que está muito bem feito. Interessa-me saber como estas coisas funcionam. Não é uma coisa nada portuguesa, mas ao mesmo tempo está lá tudo: a batata frita, o esparregado, o não sei quê. É uma ideia muito interessante: como tu devolves uma ideia de comida da mãe, quase, aquilo são os hambúrgueres que as nossas mães fazem em casa, de uma maneira completamente nova. A mesma coisa não acontece com a

Empadaria do Chef, que é dos mesmos donos e já é feito de uma maneira completamente diferente. Pelas mesmas pessoas, neste caso pelo Ricardo Mealha. Acho que o logótipo mais estável do país é ainda o da CP. Vamos lá ver quanto tempo é que vai durar mais... Às vezes tu pensas na longevidade como um fator de qualidade. A chamada persistência da forma. Há, por exemplo, uma coisa que me chocou muito, que foi o logótipo da TAP. Em si não é desastroso, mas choca-me muito a implementação dele no avião. Há uma coisa que até hoje eu não compreendo, que é como as caudas do avião da TAP são um P cortado. É daquelas coisa tipo... não dá para entender, a sério. Para mim é daquelas coisas de delicadeza, tempo, perceberes onde se põe... por exemplo, acho uma coisa muito estranha – agora voltando aos Correios – aqueles marcos de correio de rua com o topo redondo, muitas vezes têm até a marca para comprar os selos... é uma espécie de aglomeração de imagens de várias alturas. O logótipo é original do Brandão... ah, o envelope amarelo já só está em algumas estações de correio, é um ícone lindíssimo... está o logótipo antigo, o logótipo novo, está o Correio Azul, que é do Mealha... estão uma série de elementos que tu pensas que é tudo do mesmo saco mas não é, são criados em diferentes alturas... há uma diferença de 30 anos, ali, e é muito interessante ver isso. Também é muito interessante quando percebes que isso é o que permanece na paisagem e que as coisas não foram feitas todas no mesmo tempo, como é óbvio. Perceber como... a identidade dos Correios foi mudando muito ao longo do tempo então há uma história muito rocambolesca da própria empresa... perceber se nestas empresas grandes, estatais ou não, a sua identidade visual é mantida ou não...

#### **Há algum designer estrangeiro em Portugal que queiras referir?**

Há uma personagem interessante, que é o Arne Kaiser, um alemão que vive cá há muito tempo. Acho que devias falar com o Luís Duran, o gajo dos CTT, ainda não consegui entrevistá-lo. Outra pessoa... tenta falar com um publicitário, daqueles antigos... O Edson Ataíde...eu sei que é o mais óbvio, mas... o “Vá para fora cá dentro” é dele e era bem feito que se fartava. Tem um papel interessante, ele veio de fora... Eu soube no outro dia pelo José Guimarães, que fez o logótipo de Portugal, ou melhor, o boneco que foi usado, que foi por sugestão do

Robin Fior. Eu próprio fiquei muito surpreendido. Chegaste a ler a tese do Vítor Almeida, a *Institucionalização do Design?* Está online, e há entrevistas hilariantes, devias ler. A entrevista com o Jorge Pacheco, que é designer de equipamento, é de chorar a rir. Se procurares no Google vais lá dar. Não li a tese, li as entrevistas e entendi melhor a importância das entrevistas para a tese, são documentos importantes. E li numa tese de mestrado da Universidade da Beira Interior, acho, uma entrevista com o Carlos Rocha, onde ele diz uma coisa deliciosa...porque ele desenhou o logótipo da EDP, aquele azul. Ele disse a certa altura... aquilo era no governo do Cavaco por isso o logótipo podia ser de qualquer cor menos de vermelho, por causa dos comunistas. O irónico é que o logótipo do Santa Bárbara, do My Brand e do Sagmeister são todos vermelhos, excepto o do Carlos Rocha. Vê-se aqui a pequenez de espírito do Cavaco...

O Vítor também entrevista a Maria Helena Rocha de Matos, que é uma entrevista fabulosa...não sei se ainda é viva, tenho de lhe perguntar. É uma pessoa que é do Fundo de Fomento Industrial. É de facto quem começa a institucionalização...

Eu complementar com alguma coisa da publicidade. Não sei se viste aquela exposição do Fernando Aroso, das capas de discos. Estava no Porto, naquela loja de discos... muitas capas falam sobre Portugal; acho que é uma fonte interessante para falar sobre Portugal. O título do artigo que saiu no P3 é até "Que Portugal guardam as capas de Fernando Aroso?". Foi na Jo-Jo's. O senhor ainda está vivo, tem 91 anos, acho que dava uma entrevista incrível. As capas representam ainda um património gráfico relevante. E, agora acrescento, a exposição que estive no Muuda *Chama o Corpo a Voz*, que é sobre o fado... que é sobre design de moda e modistas para o Fado.

---

## Síntese

A entrevista de Frederico Duarte, por razões de logística, foi efetuada por *Skype*.

Duarte refere que concorda com a noção de que a *tecnologia* tem influência na forma de fazer e pesar o design gráfico. Referindo que nesta era tecnológica o hiato que existia, entre Portugal e os países estrangeiros, acaba por se dissipar, uma vez que se consegue chegar ao mesmo tempo à mesma informação, independentemente da situação geográfica. Existe nesse sentido "uma democratização do acesso à tecnologia e como tal os designers portugueses estão em pé de igualdade com todos os outros" (Duarte, 2013).

Duarte, quando se refere sobre o *estado do design*, afirma que "os designers estão a ficar mais globalizados" (Duarte,

2013) sendo o seu palco mais global, e consequentemente haver mais notoriedade dos designers portugueses em termos internacionais. Duarte congratula-se com o facto de o design português estar mais globalizado e estar mais internacional, sendo que muitas vezes "por força ou obrigação, porque as pessoas simplesmente têm de emigrar" (Duarte, 2013). Refere ainda que atualmente em termos editoriais de revistas da especialidade, Portugal tem vindo a usufruir de uma espécie de exotismo, aparecendo por isso mais informações sobre o design português, fruto também da globalização da disciplina em Portugal. "Há pessoas cujo seu trabalho é publicado muitas vezes porque é fora dos eixos de centro. Para mim há sempre essa tensão"(Duarte, 2013).

---

## Anexo 15

### Entrevista com Paulo Condez

**Entevisado:** Paulo Condez

**Entevisador:** João Tiago Santos

13 dez 2013

**Duração:** 22m

#### Qual é o teu percurso académico?

Eu não tenho curso superior. Tenho o 12º ano, fiz um técnico-profissional de design gráfico. Depois o que aconteceu foi que eu comecei a trabalhar em pequenas empresas e depois tinha uma namorada que, na altura, foi escolhida para ir para a Fabrica e pronto, preparei-lhe um portefólio e também me mandei para Itália. Quando cheguei lá arranji trabalho lá em Itália, num atelier de design e depois fui convidado para trabalhar para a *Colors*. Depois voltei para cá e fui trabalhar para o departamento de design da (...), que é uma agência de publicidade e depois enveredei por abrir o estúdio e começar a trabalhar sozinho, em vez de estar a trabalhar para uma agência e ser eu a fazer esse trabalho todo.

#### Já tens estúdio há quantos anos?

O estúdio tem... Tenho-o desde 2006, acho eu. Sete anos.

#### Para além de design gráfico (uma vez que o teu percurso não foi através da formação na questão académica) tiveste mais alguma influência que te pudesse ter que levado a ter um estúdio agora?

Influências a que me tenham levado...

Sempre fui uma pessoa muito... A opção de não ter seguido um percurso académico... Sou um bocado alternativo nessas coisas todas e conforme o que me vai acontecendo, vou fazendo o que vou achando que devo fazer. Na realidade, o que me fez começar o estúdio, para além de querer ter um estúdio e conhecer imensas pessoas que tinham os seus estúdios e achar que faria melhor sozinho

(ou controlando mais o processo do que fazia) foi ter um filho. É uma coisa parva, mas é verdade, quer dizer, o filho é que me fez questionar um bocadinho como é que ia ser a minha vida daqui a para a frente e eu pensei: "Ok, vou dar o passo agora em vez de continuar nesta «lengalenga»". Estava na agência e a oportunidade surgiu, fui preparando o caminho, fui estando aberto aos convites e a sondar as pessoas. A sondar pessoas – designers, não os clientes - não é? E depois sondei pessoas para entrarem no projeto comigo e quando surgiu a oportunidade, saí da agência e abri o estúdio.

É assim... influências, claro que a gente vê estúdios de outras pessoas (e mesmo de pessoas com quem eu trabalhava) lá em Itália e tudo, quer dizer, começaram os estúdios deles... E tu achas que também podes fazer o mesmo, não é? Isso também aconteceu, mas aquele empurrão para me fazer entrar nesse comboio foi o nascimento do meu filho, que me deu esse puxo máximo.

#### Em relação ao design gráfico português achas que está a torna-se mais globalizado (ou global) fazendo perder potenciais características, que possam existir ou não, (depois também me dirás) ou essa globalização está a conduzir os designers para uma maior busca de individualidade, quer formal, quer conceptualmente, e, ao mesmo tempo, demarcarem-se do estilo internacional?

Eu acho que são as duas coisas. Tens o caminho de que as coisas estão a ficar todas muito parecidas, não é? São as tendências, não é? Há tendências em que as coisas depois ficam todas muito parecidas. E depois tens outros designers que se tentam apoiar muito nas coisas que têm mais à sua volta, em vez de procurar tanto fora, não é? Tentar apostar mais dentro. O Silva, por exemplo, é uma

dessas coisas ou a Bárbara Says... também. Eu acho que esta coisa da internet e dos computadores e não sei quê... Nós acabamos por ir colher a informação todos ao mesmo sítio, não é?

E, por vezes parece que está tudo muito igual e anda tudo muito nessas tendências. Acho que temos... Acho que hoje em dia, procuramos mais a raiz do que procurávamos há um tempo atrás quando tentávamos ser mais iguais aos outros.

### **Raiz em que sentido?**

Mais a nossa "portugalidade"...

Em tentar encontrar e buscar mais coisas nossas, não é? É mais... Saber mais dos designers portugueses, a ver coisas que se faziam e ir buscar mais aí.

### **E achas que a tecnologia também está a influenciar a forma de nós fazermos e pensarmos o design em Portugal?**

Em Portugal e em todo o lado. Por acaso uma vez li numa entrevista muita gira que era de um "gajo" que dizia que hoje em dia quem faz design são os programadores. Ou seja, tu tens o teu *software* e tu vais até onde o teu *software* te deixar, quase. Se o *software* diz que... E isso, por acaso é engraçado, porque naquela altura em que começou a aparecer o *dropshadow*, de repente toda a gente começou a usá-lo em tudo, não é? Podes fazer 3D, agora de repente aparecem 3Ds em tudo. Mas acho que sim. Claro que o *software* e a tecnologia influenciam bastante.

### **E achas que se pode dizer que existe design português?**

Acho que sim, claro que sim.

Cada vez mais internacional, mas acho que sim.

### **Consegues explicar a tua perspetiva do que é o design gráfico português?**

Bem, para além de ser feito por portugueses normalmente... São pessoas que têm a raiz cá em Portugal e onde a inspiração... Nem é a inspiração, é a base, o modo de pensar, tudo é muito português, sabes? E depois, muitos elementos... Existe uma rapariga que tem um *blog* que é o *You And Saturation*, sabes?

Ela costuma fazer umas coisas para a revista *Time* e tudo,

ela é portuguesa e anda sempre nas feiras a apanhar postais e coisas assim e costuma fazer ilustrações com essas imagens... Existe "portugalidade" e acho que se distingue o bom design português nessa raiz... Eu não sei explicar muito bem... É porque há muitos elementos são nossos, não é?

Tens menos medo de arriscar e acho que temos aquela coisa... O "desenrascanço" faz parte até do design, ou seja, se não dá para ir por aqui, vamos por ali, damos-lhe a volta de outra maneira... Opa, acho que sim... E se existe, continua a existir. E temos grandes designers bons e uma boa geração. Não sei explicar muito mais que isto.

### **Estás a falar em relação ao design feito por portugueses. E em relação aos designers estrangeiros a trabalhar em Portugal?**

É diferente, não é? É a educação e tudo, tudo é diferente, não é? Eu acho que quando a tua base é veres desenhos animados na RTP2 quando vais à escola e falas em designers portugueses também tens essa raiz, tu cresces doutra maneira. E acho que daí é que eu digo que tem de ser feito por portugueses nesse aspeto, não tenho nada contra estrangeiros estarem cá a fazer design.

### **E formalmente consegues encontrar alguma coisa que nos distinga de alguma maneira? Referes-te à metodologia ou em termos formais também consegues encontrar uma característica que nos possa distinguir de certa forma de outros?**

Não... Depois fazemos tudo da mesma maneira... Acho que é mais o método, é mais isso, não é? É mais esse lado...

### **Achas que a tua forma de fazer e conceber design está enquadrado então no que tu entendes por design português?**

Essa é boa! Epá, eu gostava de pensar que sim e, ao mesmo tempo, gostava de pensar que não. É que nós não somos cem por cento de uma coisa nem cem por cento da outra. É uma boa pergunta mas na realidade... Tanto eu, como tu, como qualquer designer, é uma mistura dos dois, não é?

### **Alguma vez citaste algum designer nos teus trabalhos? No que diz respeito à forma, ao pensamento, à metodologia...**



Sim... Há trabalhos em que eu “bebo” inspiração, mas por acaso é engraçado, não tanto em designers. Acho mais piada à arte...

E longe de mim achar que sou artista... mas vou muito mais às vezes buscar inspiração à arte e ao modo como às vezes tu dás a volta para produzir alguma coisa... Acho muito mais interessante isso do que às vezes se vai buscar no designer. Pronto, o designer... A gente consome muito o design gráfico e consome rapidamente, mas na arte é diferente, não sei... Na arte consigo encontrar mais substância, às vezes, para divagar um bocado.

**E em termos de design português, já citaste algum designer português? Sim, sim... Tenho de dizer o nome de cada? É complicado mas... bem,**

Os R2... Quando faço trabalho... Imagina, ou fachadas ou para... Coisas (...) exteriores (...) ou qualquer coisa, às vezes acho que... As propostas de trabalho que eles fazem ou o modo de pensar que eles têm das coisas, às vezes... Posso citar de alguma maneira ou de outra no trabalho.

**Consegues descrever de forma sucinta como é que abordas o projeto de design gráfico? Ou seja, em termos de definição de programa, metodologia, formas de trabalhar...**

Então é assim: acima de tudo, tento perceber o melhor possível, mas assim no melhor possível, fazer todas as perguntas e mais alguma a quem me aborda para trabalhar - o cliente. Tento perceber todas as nuances, o quê que eles aspiram, se ele já têm alguma ideia... Todos os contornos do projeto, todos os problemas, todas as questões e depois tento começar a pensar em possíveis caminhos. Ok? Depois de ter estado com eles, começa-se a pensar em possíveis abordagens para resolver o problema, antes de pensar no *approach* gráfico, ok? Ou seja, se tu me surges com um problema qualquer, eu tenho de pensar de como é que será interessante resolver este problema, muito antes de sequer pensar que vou seguir este *look* ou que vou seguir a camisola, também não será por aí. Depois aí, entra o estilo e começa a tentativa e erro de ir à busca de um estilo e tentar ver se ele se enquadra ou não.

Normalmente não procuro quem já tenha feito igual ou qualquer coisa do género. Não procuro nada disso, mas depois de tentar encontrar um caminho e de achar que pode ser aquele, é tentativa-erro, basicamente...

**Quais os teus trabalhos que consideras mais representativos da forma como tu pensas e como tu crias? Ou seja, aqueles que dizes que “és tu”?**

Olha, eu vou-te dizer, aquele que eu acho que seja mais “nós”, é um que nós fizemos numas casas de banho ali no LX Factory. Tens de ver no site, eu vou-te dizer qual é. Tens aqui um projeto que se chama *The From...*

Aqui era para fazer uma intervenção nas casas de banho e foram pedidos a vários artistas, designers e assim... À partida eram casas de banho industriais e nós tínhamos que o tema era a ligação entre o privado e o público, é o cruzamento aqui na casa de banho. Então o que nós pensamos em fazer foi utilizar cada um desses azulejos como se fossem caixas de correio, como se fossem e-mails e dava para o pessoal mandar mensagens, que é uma coisa privada, e ao mesmo tempo agarrar nas mensagens que, normalmente, o pessoal já escreve nas casas de banho, não é?

Ou seja, organizar pelo lado gráfico e sei lá...

Ter aqui um *twist* nesta brincadeira... Eu acho que isto representa bem às vezes aquilo que nós tentamos fazer, mas nem sempre somos capazes, não é?

**Tens mais algum projeto que queiras referir?**

O *Refilador*. Sabes qual é o *Refilador*? Foi uma linha telefónica que nós criamos para a primeira Experimental, a de 2005. Criámos uma linha telefónica para o pessoal ligar e poder refilar à vontade. Queríamos que não fosse uma coisa estática.

**Quais são os designers portugueses que consideras mais marcantes e porquê?**

Vou falar sobre os atuais. O Silva, é claro. Por causa daquela coisa da “portugalidade” que eu tinha falado há um bocado. Os R2, por juntarem a “portugalidade” com a internacionalidade. Depois, tenho três designers atuais que eu gosto bastante, que é... Eu gosto dos “Bárbara”, pela mesma razão que os R2. E gosto muito do Ballesteros e da Raquel Pinto.

---

## Síntese

A entrevista de Paulo Condez, por razões de logística, foi efetuada por *Skype*, no seu estúdio. A pedido do entrevistado, enviámos as perguntas que pretendíamos efetuar antecipadamente.

No que toca à *tecnologia*, Condez refere que o *software* condiciona a forma do designer fazer e pensar, pois ao usar determinadas ferramentas, o designer vai escolher o que lhe é permitido escolher, ou seja, ficará refém da tecnologia. “Tu tens o teu *software* e tu vais até onde o teu *software* te deixar (...). Se o software diz que (...) podes fazer 3D, agora de repente aparecem 3Ds em tudo” (Condez, 2013).

Sobre o *estado do design*, no que refere à globalização, Condez aponta para o surgimento de duas tendências. Uma em que existe uma uniformização formal dos trabalhos de efetuados pelos designers nacionais e uma outra em que, perante essa mesma uniformização, os designers recorram a soluções um pouco menos previsíveis. Refere também que uma das possíveis causas

para essa globalização possa ser a *internet* e o terreno comum que todos partilhámos. “Tens o caminho de que as coisas estão a ficar todas muito parecidas, (...) e depois tens outros designers que se tentam apoiar muito nas coisas que têm mais à sua volta, em vez de procurar tanto fora. (...) Eu acho que esta coisa da internet e dos computadores e não sei quê... Nós acabamos por ir colher a informação todos ao mesmo sítio” (Condez, 2013).

No *processo criativo*, Condez descreve-o, como sendo muito constante referindo acerca disso, que “depois fazemos tudo da mesma maneira” (Condez, 2013). No seu processo, segue uma linha onde a conversa com o cliente e o entendimento conceptual prévio é fundamental para avançar para a fase formal do trabalho onde procurará, só a partir desta fase, um estilo. Ou seja “eu tenho de pensar de como é que será interessante resolver este problema, muito antes de sequer pensar que vou seguir este *look*. Depois aí, entra o estilo e começa a tentativa e erro de ir à busca de um estilo” (Condez, 2013).

---

## Anexo 16

### Entrevista com Arne Kaiser

**Entevistado:** Arne Kaiser

**Entevistador:** João Tiago Santos

15 dez 2013

**Duração:** 45m

#### **Arne, então, para começarmos, qual é o teu percurso académico?**

O percurso académico: estudei Belas-Artes em Berlim, comecei em 1991 até 1995. Chamava-se Hochschule der Berlim de Künste. A minha ideia inicial foi tornar-me, eventualmente, também professor numa Escola ou numa Universidade. Durante o estudo, desenvolvi uma paixão pela fotografia, mas nesta Universidade não foi possível. Chegou a um certo ponto em que não podia ser fotógrafo. Não haviam muitos cursos, faltavam Cursos de Fotografia Criativa. Aprendi muito a técnica, mas percebi que na Escola de Belas-Artes, não conseguia realizar as minhas ideias e sonhos que, durante o estudo, se desenvolviam. Mudei para a Academia Gerrit Rietveld em noventa e seis, com a ideia de continuar a estudar Fotografia. Mas, entretanto, o Rietveld foi uma Academia muito mais aberta, em comparação com a de Berlim, as áreas mexem-se com muito mais comunicação, referência e trabalho, entre os estudantes de diferentes áreas e entre professores e estudantes de diferentes áreas. E assim desenvolvi um bocadinho o interesse pelo design gráfico, e porque realizei também a Fotografia. Pelo menos, neste contexto, lá em Amsterdão, foi uma área muito artística, onde a ideia base foi desenvolver um estilo pessoal e uma visão pessoal com este material de fotografia. E eu gostei muito mais da turma da área do design gráfico, que no holandês chama-se (...) – é tipo criar formas com os meios gráficos. Então, é muito mais abrangente. E teve tipo uma abrangência um pouco mais para o design de comunicação e tudo – a educação - foi à volta de desenvolver processos de pensamento, desenvolver pontos de partida e visões pessoais, para, num segundo passo, encontrar a forma adequada para desenvolver um projeto. Então foi muito

muito aberto e muito artístico e não foi, ao contrário do semestre que fiz na School of Visual Arts em Nova Iorque, porque este era mesmo uma Universidade para fazer portfólio. Os designers que trabalhavam lá têm (pelo menos nesta altura – em noventa e oito) uma base de educação muito técnica. Os projetos onde eles trabalham são muito orientados na realidade e têm pouca dimensão. São muito simples. Este é um Museu, este é um cartaz para a exposição “X” – fazes um cartaz. Portanto as pessoas que estudam lá saem e têm um portfólio feito.

Onde está lá tudo dentro o que um designer contemporâneo precisa. Mas está tudo abstrato, no mesmo tempo. Está tudo inventado. Isto, para mim foi muito interessante, porque assim tive a visão das duas áreas que no design, de facto, existem. Há escolas que dão preferência a este design-portfólio e outras que fazem a educação para um pensamento crítico – um ponto de partida mais individualista, mas artístico, para chegar a produtos mais individualizados e, talvez, mais surpreendentes. Terminei em noventa e nove e, neste ano, mudei-me para Lisboa.

#### **De Berlim tu foste para a Holanda, é isso?**

Exatamente.

#### **São bastante diferentes em termos de educação ou nem por isso (a Alemanha e a Holanda)?**

Completamente, uma vez que Berlim, nesta altura ainda era *Berlin-West*. A cidade começou a juntar-se nesta altura. E então, foi muito mais académico. As Belas-Artes em si, têm um sistema como aqui também, das aulas. Os professores são artistas consagrados que convidam artistas para trabalhar. No meu setor, na minha área eu

estudei por muitos cursos e não foi nestes ateliers. Eu fiz vários cursos (de pintura, etc.). Mas, de facto, foi muito académico, uma vez que as áreas foram muito separadas e o sistema foi muito mais anónimo, uma vez que havia uma grande quantidade de estudantes e a relação entre professor e estudante dependia muito da química pessoal. Se conseguisses conquistar um professor que achasses interessante, a relação tornava-se mais pessoal e interessante, mas em grande parte, tinhas um grande número de matrículas e eras obrigado a fazer certos papéis e a estruturar o estudo de uma certa maneira. Na Holanda foi totalmente diferente – nos quatro anos quase nunca fui confrontado com sistema de pontos ou de notas. Existiam avaliações do meu trabalho, mas foram muito mais uma apresentação do trabalho a um grupo de professores e o progresso e as ideias foram discutidos nesta turma. E eles decidiam em conjunto se havia, de facto, um progresso interessante e se, do ponto criativo e artístico havia um desenvolvimento e por ali continuavam os estudos. Ou não: houve pessoas que depois foram convidados a repetir o ano e precisaram de mais tempo. Mas foi muito pessoal – foi tudo por “tu” - fomos quinze estudantes só na minha área, foi super internacional. Hoje em dia tenho contacto com quase todos e trabalham todos em áreas... Uma vez que os estudos estavam muito abertos, este reflexo também de como as pessoas trabalham, hoje em dia... Eu sou quase o único a fazer design de edição e os colegas entraram na fotografia, na moda, no design interativo... Há de tudo!

#### **Ou seja, era aberto o teu curso na Holanda?**

Era muito aberto.

#### **Então, só para perceber melhor, tu fizeste a licenciatura na Holanda?**

Sim, foi lá que fiz o diploma.

#### **De que forma é que isso te moldou enquanto designer gráfico atualmente?**

Essa forma de ensino, e esse percurso na Academia? Foi muito importante, porque durante a minha formação, percebi a maneira de pensar os projetos, basicamente. E isso ainda hoje é assim.

#### **Que outras influências é que tiveste?**

Foi uma influência tão global durante estes dez anos! Claro que estava sempre interessado em ver exposições... Na verdade, aquela vida cultural não foi uma educação onde eu fui de manhã e sai e foi depois uma pessoa diferente, foi um estilo de vida desde o início. Foi completamente envolvido em visitas a Galerias, em trabalho com os artistas, fazer projetos fora. Aquela educação e aquela maneira de pensar abrangia a vida total: saía com colegas à noite, a minha mulher é do Curso básico que fiz lá na Holanda, por isso tudo estava ligado. E assim a influência não são “coisinhas” que posso explicar agora, porque se não falávamos durante dias, se calhar... (risos)  
Há muitos artistas que me influenciaram, muitos fotógrafos também, designers... Se viver uma vida cultural interessante, uma boa exposição influencia-me também. Há muita coisa.

#### **Achas que a tecnologia/software estão a influenciar a forma de fazer e pensar design gráfico em Portugal?**

Em Portugal ou em geral?

#### **Em Portugal e no Mundo também...**

Sim, eu acho que em geral sim.  
Acho muito interessante, quando comecei a estudar, ainda não havia este mundo digital que nós temos hoje. Na Holanda, na minha Academia, no meio dos anos de noventa e seis começaram a aparecer os primeiros Macintosh, mas foram máquinas horríveis e lentas. Não foi nada agradável gastar o dinheiro. Uma ou outra coisa fizemos lá, basicamente, para preparar filmes, que depois poderiam ajudar numa serigrafia. Foi muito mais uma ferramenta básica, mas foi uma ferramenta que teve a mesma importância (ou menos importância) que uma serigrafia, técnicas de inversão, processos mecânicos, pintura, desenho. E hoje em dia, é quase só digital. Todo aquele mundo que é *mundo-sensório*, completamente diferente para uma pessoa criativa, que tem que se mexer diferentemente, tem que desenvolver pontos de partida diferentes. Independentemente do material com que se trabalhe, hoje em dia é o rato e a mão direita e noventa por cento do corpo é desligado durante bastante tempo. E eu não posso imaginar que isto não é influência.  
E depois também o próprio *software*. Havia uma altura, quando o Quark Express teve sempre aquelas caixas com cantos redondos (tipo anos sessenta e setenta) e, de

repente, todos usaram este design - apareceu em todo o lado. Se calhar, sem muita reflexão, mas uma vez que estava lá, as pessoas gostam de brincar com aquelas ferramentas que são oferecidas e lá, realmente, pensam se é mesmo interessante ou não. Não somos autorreflexivos em relação às ferramentas que nos são oferecidas pelas grandes empresas.

Os *softwares* definem muito o fluxo de trabalho.

E depois claro, no visual, têm muita influência também. De repente aparece lá uma função de transparência... “Uau!”

Tens aquela função que, nos anos oitenta, toda a gente fez com slide com double expositors na fotografia, não é?

O planeamento do tempo e a colaboração com gráficas e com clientes também se influenciam muito.

Para mim os momentos mais agradáveis são ir à gráfica no fim, quando estou a ver os produtos a sair a as páginas a começarem a ser impressas. O ruído das máquinas, o cheiro das tintas, as pessoas a trabalhar (a comunicação) – adoro isso. Tem a ver com a nostalgia do tempo em que estudei, como isso estava sempre presente. Aquela ligação entre ideia e criação, hoje em dia é muito mais abstrata.

**Achas que se pode afirmar que existe design português? Como é que o entendes?**

O design português, em termos históricos, certamente existe. Acho que quando comesas, academicamente, a olhar para o passado, no momento, quando o fazes dá para encontrar pontos específicos interessantes e fazer ligações e contexto entre eles. Mas hoje em dia, não estou a ver um design típico português. Hoje em dia, com a internet e com a comunicação, infelizmente... Não sei se tem vantagens ou desvantagens, mas já se fala num design global (já não é um design internacional, esse é já do passado). Hoje falamos de um design global, com vantagens e desvantagens, mas eu acho que, de facto, existe, mas ainda tem que ser bem definido: o que é, se está bem, se está mal, como pode ser melhor ou como poderia funcionar. Mas hoje em dia o *network* e a interligação é muito, muito importante e quase nenhum pode integrar-se no nível nacional.

Uma coisa interessante é também pensarmos como é que esta ideia de nacionalismo surge. Obviamente há interesses numa imagem nacional – Portugal como marca. E esta é outra coisa, mas esta é a criação artificial, basicamente. É o marketing que funciona onde uma ideia é comunicada. Cada país quase que tem aqueles dois minutos de apresentação do país: “Visite-nos”.

Seja Portugal, seja Holanda, seja Croácia. São quase todos iguais: música gira, Hotéis, pessoas bonitas em *swimmingpools*. Isto é a identidade e depois há o título. Aí pode-se falar em identidade nacional, que existe e passa um interesse em criar produtos portugueses, com visual. Mas o design nacional (que nós falamos e que existia no passado, se falas no *swiss design* ou no *deutsch design*) começou nos anos sessenta ou setenta e teve uns momentos altos com aquelas exposições mundiais, em que se apresentaram a países diferentes e também já com design de comunicação. Mas acho que com a internet e com a chegada da comunicação global, como temos agora, é difícil falar num design nacional, uma vez que o design nacional tem que se definir e o interesse é que se define primeiro e depois, já com um *approach* académico olhas para trás e dizes: “Olha, lá na Holanda, nos anos setenta, foram os primeiros que fizeram isto – isto é típico holandês”. Isto para mim tem um valor, mas hoje em dia, é ao contrário: são valores artificiais por razões de marketing.

**Achas que o design gráfico português está a tornar-se mais global fazendo perder as potenciais características (que falámos há pouco) ou essa globalização está a conduzir os designers para uma busca de maior individualidade formal e conceptual, e, ao mesmo tempo, demarcar-se da internacionalização?**

Não dá para generalizar. Obviamente que há colegas aqui que fazem referências ou procuram no passado visual, encontrar um ponto de partida para o projeto e traduzem isto, muitas vezes e dão uma certa contemporaneidade a ideias ou a inspirações que eles encontravam. Mas depois, não posso dizer que há um colega, um designer ou um grupo de designers que fazem isto como estilo. Esses projetos, obviamente que têm referências, mas acho que não posso generalizar.

**Como é que olhas para o design português em comparação com o teu país de origem?**

Com o meu país de origem... A minha formação foi mais, nesta área, na Holanda, e eu, pessoalmente, olhando para o que se passa no mundo do design, acho que coloca uma visão muito egocêntrica, que é a minha visão. Obviamente que se pode falar no design suíço, que apresenta um pouco aquela rigidez e a procura de ordem e do minimalismo.

Depois pode-se falar, se calhar, de uma Escola Holandesa que procura a improvisação a partir de problemas, tentando encontrar soluções fáceis, simples ou mesmo económicas, também para projetos mais complexos. Eles têm uma grande flexibilidade e gostam de inventar novas soluções. A Alemanha é um país muito grande e há de tudo. Não estou a ver lá... Se calhar é muito importante o processo de evolução, certamente. Tem-se investido muito mais tempo em negociar os projetos com os clientes, fazer contratos, onde está definido quem é faz o quê. Então é muito mais formal a forma de trabalhar e, se calhar, isso reflete-se um pouco nos produtos, porque nós, muitas vezes, se calhar falta-nos um bocadinho a espontaneidade. Mas depois tem uma qualidade: tem muito rigor também. Mas não posso generalizar. A Alemanha também é tão grande e tem tantas facetas... Se vais a Berlim ou se vais a Hamburgo... Há cidades que têm especialidades: Hamburgo é marketing, Berlim é mais artístico. Tens focos lá também, muitas diferenças.

**Em termos de design gráfico, achas há muitas diferenças reais entre os Portugal e o teu país de origem ?**

Não, eu acho que não. Acho que até existe, para um país relativamente pequeno, uma grande qualidade aqui. Aquele mundo do design aqui ainda não está bem definido. Os designers não são organizados, estão bastante à solta, são muito individualistas, mas mesmo assim há muita qualidade. E, se calhar, em comparação, mais que na Alemanha.

**Na Alemanha existe alguma Ordem/Associação?**

Sim, Associações, claro. Há também organizações jurídicas de apoio, mesmo para *freelancers*. Há também seguros especiais e específicos. Há ainda listas de honorários, que ajudam. E aquelas Associações que dão listas para calcular os preços, para não ser o *Wild West* em que cada um faz o que quiser.

**Achas que Portugal é *Wild West*?**

Sim, mas pode ser interessante, pode ajudar.

**Achas que existem elementos formais ou características, em termos metodológicos, que te permitem identificar o design gráfico feito em Portugal, com o rótulo de design português? Ou seja, se consegues identificar aqui alguma coisa que nos possa caracterizar.**

Sim, existem tendências. Não sei se quero generalizar, mas tenho a impressão que existe um certo *playfulness* - gosto no jogo - e há uma qualidade muito boa em ilustração, e esta qualidade influencia de certeza o design. E eu estou a ver muitos projetos onde a ilustração influencia o design: até tipografia está desenhada à mão ou está alterado para ser mais floral... É mais um jogo de formas... Qual é a palavra certa? Acho que *playfull* é o ideal. Há também uma grande atenção aos detalhes...

**Achas que nós temos atenção aos detalhes cá em Portugal?**

Sim, sim, sim. Até tanto que se esquecem do resto. (*risos*) Se olhares para os rótulos das garrafas de vinho, isto diz tanta coisa. Quase metade dos números são poéticos e são interessantes – a poesia até é interessante – e depois os formalismos que faz, cinquenta por cento são feitos mesmo com muita dedicação e profissionalismo. Até parece que existe uma concorrência entre vários. Há muita dedicação para fazer diferente e para fazer melhor. É a mesma coisa com os (...): aquelas cenas que se fazem aqui e que estão nas esculturas ou vitrines, nos aquários, onde acontecem coisas dentro com som. É um grande jogo aqui. Eu nunca vi isto na Holanda nem na Alemanha. Isto são as coisas onde, de repente, se desenvolve uma paixão para um detalhe ou para um fragmento daquele Mundo da comunicação, que eu acho que é bastante típico português.

**Achas que já “aportuguesaste” o teu design?**

De certa maneira sim, mas estes são mais aspetos formais – têm muito a ver com compromissos em termos de material, de produção, de clientes. Mas tem sempre influência. Estou, se calhar, mais aberto para surpresas e aceito também coisas que acontecem que não estão previstas, uma vez que, muitas vezes, há uma certa confusão no Mundo do trabalho, que se pode refletir, de facto, na obra, mas também a pode tornar mais interessante. Portanto isso tem uma influência. Ao contrário do que acontece na minha imagem da Suíça, em que um livro está feito em três meses, aqui um livro está feito num mês e deste mês (e ainda são duas semanas para produção). Obviamente isto tem uma certa influência e o grande desafio é manter uma boa qualidade, mas muitas vezes, pode entrar um ou outro aspeto interessante, por causa deste fator do tempo, que dá uma certa vida ao projeto também.

**Consideras então que os clientes também são uma influência?**

Obviamente. Claro.

**Alguma vez citaste ou referiste algum designer num dos teus trabalhos, no que diz respeito à forma, pensamento ou metodologia? Ou seja, alguma referência que tiveste?**

Acontece sempre.

**E algum português? Já citaste ou referenciaste algum português ou pensaste nisso?**

Sim, acho que sim. Eu estou a ver como é que isto é feito aqui e há muita coisa que eu gosto. E claro, pondo esta questão... Se eu compro um tipo de letra do Feliciano, eu já uso uma peça dele. Não é uma citação, mas esta fonte de letra já faz parte do meu trabalho. Estou a adaptar-me a partir de uma atmosfera, de uma criação invenção de um colega dentro do meu próprio projeto. Então assim no design acontece sempre.

**Quais são os designers portugueses que consideras mais marcantes e porquê?**

Contemporâneo?

**É indiferente...**

Acho que já anotei alguns, de forma a não esquecer ninguém.

Há muitos que acho que fazem um trabalho interessante e muitos que têm um ponto de partida diferente e dão outra faceta – uma faceta pessoal – ao Mundo do design. Tens o Pedro Falcão, que faz um design de publicações muito interessante e que, se calhar, é o mais suíço dos portugueses, porque é muito rigoroso na execução dos projetos. Depois tens um grupo acho que interessante – os Vivó Eusébio – acho interessante o conceito coletivo. Acho menos interessante quando se torna design de produtos ou marketing, mas acho mais interessante quando se torna design para cultura ou para o Estado, para exposição. Lá é interessante ver quais são os resultados quando há mais pessoas envolvidas e trabalham em equipa. Não têm esta ideia de design do autor. Depois tens a Nada Design, uma dupla que são muito experimentais com tipografia, dão

muita importância ao uso e à manipulação das letras, que eu, pessoalmente, acho muito interessante. Os Barbara Says..., que inventam quase sistemas de comunicação e isso tem muito jogo, tem muito esse *playfulness* – é um ótimo exemplo para o que acho que eventualmente poderia ser português, uma vez que eles buscam, de vez em quando, coisas do passado (capas de revistas, cadernos de escola que tinham um design que eles acham interessante) e pode ser inspiração para desenvolver, muitas vezes, um completo sistema iconográfico à volta disso. E acho que é um pouco a especialidade deles. Há mais, mas assim já temos um bocadinho de umas áreas diferentes – cada um tem um pouco a sua especialidade.

**De forma sucinta podes descrever a forma como abordas um projeto de design gráfico em termos de definição de programa, métodos e formas de trabalhar? Para perceber a tua metodologia em termos de trabalho.**

Esta é uma pergunta complicada, porque é sempre diferente. Não há sistema nenhum.

**Vais-te adaptando conforme o trabalho que aparece?**

Exatamente. Sou sempre cordial com as pessoas que me contratam, pelo que não estou tanto como serviço, mas mais como apoio para a comunicação. Mas isso significa também que gosto de trabalhar com clientes que sabem o que querem, no sentido em que têm uma mensagem interessante e precisam do suporte da minha sabedoria para desenvolver um projeto de comunicação que ajude a transferir os conteúdos para o Mundo, de uma maneira diferente. Tem muito a ver com o *communication design*. Para mim são muito importantes as considerações de cada projeto, para ver como as pessoas envolvidas pensam, pois isso sempre adiciona umas facetas muito específicas neste projeto. Assim, raramente um resultado fica igual ao outro, porque cada um tem a sua influência. Imagina que tens que desenvolver um catálogo para uma galeria. Se desenvolves o projeto com um galerista, o catálogo seria completamente diferente do que se tivesse a desenvolver o mesmo catálogo com o artista, porque eles têm interesses diferentes e cada um quer comunicar uma coisa diferente. Então o meu trabalho é um bocadinho psicológico, para perceber que as pessoas querem fazer e comunicar e como é que eu, com o meu *background* posso puxar o projeto e desenvolver o projeto em conjunto.

**Quais são os teus trabalhos mais representativos, na forma como abordas o projeto – aqueles que tu dizes que és tu no trabalho?**

Acho que são todos. Obviamente, estou muito mais ligado com os recentes, porque ainda trabalham dentro de mim um bocadinho. Pronto, uma coisa está feita mas continua a trabalhar... Ainda olho para o resultado e penso: “Isto agora poderia ser diferente”. Para mim são muito importantes as variações e não posso escolher os catálogos que mostram mais, à minha maneira, que tudo correu bem: “Gosto do conteúdo e acho o tema interessante e consegui resolver o projeto de uma maneira linda”. Obviamente que tenho gostado destes projetos, mas depois depende também um bocadinho do conteúdo. Para mim é sempre importante a relação entre alguns livros, publicações ou slides que são giros, bonitos e visualmente interessantes, mas depois, se o conteúdo não é adequado, o livro já não tem este valor também.

**Tu não trabalhas só cá em Portugal, tens também clientes estrangeiros, não é?**

Trabalho basicamente aqui, mas tenho trabalhos pontuais fora também.

**Mais na área cultural ou empresarial?**

Cultura.

**Há quantos anos estás em Portugal?**

Estou desde 1999. Há catorze anos.

**Houve alguma razão em especial para vires para cá ou foi mesmo o rumo da vida que te trouxe cá?**

Sim... A vida. (*risos*) Já te disse, a minha mulher é portuguesa. Cada um tem o seu atelier e está em frente ao seu computador, e há pouca coisa que acontece em conjunto. Há poucos foros de discussão. Acho que cada um sabe um bocadinho do outro, mas os encontros e as discussões são muito raros.

---

## Síntese

A entrevista de Arne Kaiser foi efetuada por *Skype*, por razões de logística. Foi entrevistado em sua casa. Sobre a *tecnologia*, Kaiser refere que esta tem algumas consequências sobre o designer, que mais não seja, pelo facto de este estar relacionado com as questões físicas do seu trabalho. “Independentemente do material com que se trabalhe, hoje em dia é o rato e a mão direita e noventa por cento do corpo é desligado durante bastante tempo. E eu não posso imaginar que isto não é influência” (Kaiser, 2013). Refere ainda que existe o perigo das grandes empresas de software ditarem tendências alertando para o facto de os designers não refletirem em relação às questões formais que decidem seguir. “Não somos autorreflexivos em relação às ferramentas que nos são oferecidas pelas grandes empresas” (Kaiser, 2013). Sobre a questão do *estado do design*, Kaiser refere

que poderá ter existido um design com algumas características portuguesas no passado, mas que agora, fruto da globalização, já não faz sentido referir essa existência. Existe um design global, que faz parte de uma rede global de design, onde Portugal se insere. “O design português, em termos históricos, certamente existe (...). Mas hoje em dia, não estou a ver um design típico português. (...) Hoje em dia, com a internet e com a comunicação, já se fala um design global (já não é um design internacional, esse é já do passado)” (Kaiser, 2013). No decorrer da entrevista, Kaiser refere ainda que, no seu entendimento, o design gráfico português, tem uma grande qualidade.

Sobre o *processo criativo*, Kaiser refere que não tem nenhum sistema para abordar os trabalhos, porque, segundo ele, os trabalhos são sempre diferentes.

---



## Anexo 17

### Entrevista com Alejandra Jaña

**Entevistado:** Alejandra Jaña

**Entevistador:** João Tiago Santos

19 dez 2013

**Duração:** 35m

#### Alejandra, qual é o teu percurso académico?

Comecei a estudar no Chile, numa escola, mais ou menos com as mesmas características da escola onde acabei por fazer o curso, a ESAD. Estudei quatro anos e depois vim viver para Portugal e recomecei a estudar: fiz um curso com dezoito anos.

#### Ou seja, em termos de escolas anteriores foi uma escola no Chile e posteriormente a ESAD, aqui no Porto.

Tiveste outro tipo de influências como designer, além das escolas onde estudaste?

Bem, eu tinha já tinha feito outras coisas que me levaram a escolher o design como percurso académico. Estudei fotografia quando estava no Liceu, ainda. Outras influências que posso encontrar foram os meus pais: a minha mãe é ceramista e o marido da minha mãe é escultor. Depois, aqui em Portugal, conheci o meu marido, que é designer e que também influenciou o meu percurso. Tive ainda a sorte de ter tido professores que me deram motivação – o caso do Andrew por exemplo.

#### Achas que a tecnologia e o *software* estão a influenciar a forma de fazer e pensar design gráfico em Portugal?

Não sei se diria em Portugal, mas sim, acho que influencia a cada dia. As evoluções tecnológicas fazem com que nós pensemos de uma forma diferente. O nosso Martino&Jaña está a sofrer grandes mudanças a propósito do desenvolvimento tecnológico.

#### Mas estão a investir numa tecnologia diferente?

No fundo, queremos perceber quais são as novas tecnologias que temos como ferramentas à mão: tentar perceber como é que elas funcionam, para depois encontrarmos uma nova forma de juntar aquilo que nós gostamos (que é muito plástico, orgânico e muito mais físico) para isto que é virtual e muito mais frio, a ver se encontramos aqui um ponto de encontro. É isso. Dou-te um exemplo... Tivemos um projeto - que foi aquilo que nos abriu os olhos para esta questão da tecnologia - que foi o lançamento do programa cultural da Capital Europeia da Cultura, um projeto em formato editorial e que precisava de ser desenvolvido, desde raiz, em pouquíssimo tempo. E nós fomos forçados a pensar neste projeto, antes de termos sequer conteúdo. Antes de termos sequer uma orientação do que é que se queria disto. Portanto, tivemos que ir estudar como é que funcionava a tecnologia - neste caso a automatização de estilos e de paginação, etc. – e nós, no fundo, criamos este projeto sem conteúdo. E pensamos, mais ou menos, o que é que seria... Foi muito... Especulativo. Mas permitiu-nos poder fazer um projeto que demoraria alguns meses em apenas uma semana. E, no fundo, quando chegaram os conteúdos, nós criamos uma base de dados que depois, ela própria, se ligava ao webdesign e o design já tinha os estilos todos prontos e paginava automaticamente.

#### Ou seja, vocês também tentam repensar a tecnologia “no fazer e no pensar” o design. Não a aceitam por si só, há sempre um pensamento crítico à volta da tecnologia...

Sim, temos alguma ambição nesse sentido. Não o conseguimos sempre, necessariamente. Mas sim, temos uma atitude crítica em relação àquilo que a tecnologia nos oferece.

**Achas que se pode afirmar que existe design gráfico português? E como é que o entendes?**

Apetecia-me era responder-te com a mesma pergunta...  
(risos)

**Também pode ser. (risos)**

Vou-te contar uma história. Há uns anos, recebemos um e-mail de um designer muito conhecido, suíço que queria visitar o nosso estúdio. Vinha a Portugal (a Lisboa e ao Porto) ver vários gabinetes com a sua turma finalista da escola Estugarda, onde ele dá aulas. Vieram cá e nós fomos – acho – os últimos a serem visitados. E ele disse-nos assim... (isto vai parecer “super” bairrista, mas pronto). “Fomos a Lisboa e não nos surpreendemos. Visitámos este, este, este e o outro e não nos surpreendemos. Chegámos ao Porto e não estávamos a contar... Apetecia-nos ter mais tempo para visitar mais ainda”. A grande questão, disse ele, é que ficaram surpreendidos e com a sensação clara de que, se não tivessem vindo ao Porto e não tivessem tido o trabalho de perguntar a este quem é que recomendava e este recomendado a este e este feito um *network*... Nunca teriam conhecido o trabalho dos designers do Porto. Portanto, isto deixou-me a pensar e, no fundo confirmou uma suspeita. E uma suspeita que não consigo esclarecer. E sim, no Porto há uma espécie de característica que nos une. Não sei qual é, não fazemos nada por isso, mas eu diria que há qualquer coisa. Há um “cheirinho”... Mas é isto só! Nada que consigas... concretizar.

**É engraçado estares a dizer isso, a diferença entre Lisboa e Porto também é significativa em termos de design gráfico?**

É!

**E depois, considerar design português é o quê? Design de Lisboa? Design do Porto? Que tipo de design é que se poderá considerar o português?**

Pois... às vezes, pergunto-me se não será o que acontece também com a arquitetura, não é?

**Exatamente.**

É mais ou menos isso. E, é claro que a situação geográfica e cultural, que apesar de ser uma coisa muito pequenina,

acontece, não é? São fenómenos que acontecem. Por isso é que há cidades que crescem e, de repente, se transformam em coisas que ninguém esperava. E imagina que isto se contamina! Não desprezando a atividade e a dinâmica artística e cultural de Lisboa, acho que no Porto existe também uma resposta, de certa forma. E nós temos beneficiado disso – os designers.

**Achas que o design gráfico português está a tornar-se mais global, fazendo perder potenciais características ou essa globalização está a conduzir os designers para uma busca de maior individualidade formal e conceptual, e, ao mesmo tempo, demarcar-se de um estilo internacional que possa existir com a Globalização?**

Não te sei responder a isso. Acho que sim, se está a internacionalizar o design português. Acho que muitos de nós temos feito por isso também. Uns puxam os outros, claramente. Basta-nos ver amigos ou concorrentes, o que quiseres, a aparecer em determinados sítios para nós ficarmos também com vontade de tentar. Acho que fazemos muito pouco ainda, por mostrarmos o trabalho que estamos a fazer, porque é singular. Porque considero que há excelentes designers portugueses. Excelentes! E – agora vou falar, não como a chilena que já vive em Portugal há muitos anos, mas como chilena a olhar para Portugal de fora – acho que o português em geral é tímido: tem um receio qualquer. Não te sei dizer o que é, mas é uma espécie de pudor em mostrar-se e em dizer... Porque entre portugueses é mal interpretado. Mas acredito que esta internacionalização vai trazer grandes mudanças nos próximos anos, sobretudo porque (e já nos aconteceu) quando comesas a ter encomendas de fora, tu naturalmente, como designer (esta é a nossa função) tens que te pôr no papel de quem te encomenda. E isso claro que vai trazer mudanças.

**É engraçado – nas outras entrevistas que fui tendo, foca-se muito o papel do cliente. E quando se fala na questão do design português, fala-se muito nesta ideia do cliente – que é português – por isso é provável que o design também tenha que ter o tal “toque” português. É engraçado falares disso numa perspetiva internacional. Que, virando o prisma, podemos olhar para “dentro” e essa ideia da internacionalização também terá a ver com o tipo de cliente que vamos tendo e também com as ambições, como dizes.**

Pois!

**Como olhas para o design português comparando ao do teu país de origem?**

Não consigo comparar, porque o Chile não tem uma tradição em design. Temos uma influência americana no Chile. Depois, o país mais próximo, com alguma dinâmica é o Brasil. E o Brasil está agora, diria eu, a dar mais atenção ao design. Portanto, acho que no Chile ainda há muito trabalho a fazer. E se Portugal é periférico, imagina o Chile, que está lá ao fundo! *(risos)*

***(risos)* Sim. Mas não há assim uma grande história? Nenhum designer chileno que se tenha destacado?**

Agora, estão a começar a aparecer uns tipógrafos novinhos muito bons.

Na minha geração, ou pelo menos as pessoas que eu conheço e com quem tirei o curso quando comecei no Chile, a grande maioria veio para Barcelona. Somos a geração que mais saiu do país e muitos vieram para Barcelona e alguns para Madrid, por exemplo. Portanto, diria eu, que é a partir da minha geração que se está a começar a investir e a dar mais atenção ao design. E só agora se começam a ver um pouco os frutos disso. Acredito que também muito rapidamente (até porque como, economicamente, o país é forte e está com muita vontade de investir) vão-se “pôr a pau”. *(risos)*

***(risos)* Achas que existem elementos formais ou características metodológicas, que permitam identificar o design gráfico feito em Portugal com um rótulo português, como falámos há pouco?**

Acho que há um discurso. Nada em concreto, mas é um discurso... Falamos a mesma língua. E, claro, há uma cultura que se mostra no trabalho do design gráfico português. Entre nós influenciarmo-nos, falamos a mesma língua. Tem que ser! Eu não poderia dizer que não existe. Tem que existir! Se não, então não falamos. É um discurso que todos temos e que, de alguma forma, se revê no trabalho que fazemos. Estou aqui a olhar para os cartazes e isto poderia perfeitamente ser do Faria. Ele não faria nada disto, mas poderia ser. Portanto, há qualquer coisa aqui que nos vai...

**Contaminando? É o tal discurso português?**

Sim, é um discurso. Eu não diria formal, mas ele existe.

**Achas que já “aportuguesaste” a tua forma de fazer design?**

Estamos a falar de discurso e estás-me a ouvir falar. Eu sei que tenho sotaque, mas eu não noto nada. Juro-te que quando me ouço falar, parece que estou a falar como vocês.

***(risos)* Alguma vez citaste algum designer em algum dos teus trabalhos, no que diz respeito à forma de pensamento ou metodologia? Por exemplo, o João Faria, nos vinte anos de Vila do Conde, pôs aquela forma de melancia, uma citação direta ao Sebastião Rodrigues. Não tem que ser exatamente assim, mas alguma forma qualquer de citação que possa acontecer... já o fizeram?**

Que me lembre, explícita não. Quando começamos a trabalhar havia uma forma, que continuamos a utilizar muitas vezes, que é fazer muita pesquisa. Eu acho que todos nós fazemos muita pesquisa visual. Vamos apropriar-nos de coisas que não têm a ver com o trabalho mas que são inspiradoras. E, no início do nosso trabalho – há quase quinze anos – nós íamos procurar muito do design português. Agora, procuramos muito mais universalmente. Já nem sequer é global, é universal. Há muitas áreas, etc. Acho que é inevitável tu citares, mesmo que não seja de propósito.

**Neste caso as citações não são explícitas. Às vezes, não estás a pensar nisso, mas no processo surge “qualquer coisa” que poderá ser uma citação.**

Sim, é isso. Muitas vezes acontece olharmos para o trabalho finalizado e dizer: “Estamos a falar do Sebastião”, por exemplo.

O que é que acontece em termos práticos? É que, muitas vezes, acabas o trabalho sempre com muita pressão. Temos, cada vez mais, prazos muito apertados para trabalhar e esticamo-los imenso. Isto faz parte da nossa forma de trabalhar, fazemo-lo para podermos ter tempo de “deixar marinar”, de deixarmos o trabalho repousar e para o podemos rever *posteriormente*. E o que acontece, por vezes, é que ele sai e ainda está a ser apurado. Em algumas situações temos a sorte de fazer um cartaz que depois tem

uma série de outros suportes anexos que nos dão espaço para serem apurados. O que acontece é que, quando acaba o projeto, olhas para trás, e descobres que estiveste a dialogar com alguém e que isso é muito evidente. Mas que tenha sido assim de propósito, acho que não.

**Tem piada as palavras que vais utilizando: o “diálogo”, o “discurso”, são palavras muito interessantes em termos de design, que é uma forma também de ver o design.**

Sim, comunicação.

**Foste das primeiras pessoas que me disse que este discurso pode existir. Quais os designers portugueses que consideras mais marcantes e porquê?**

Esta pergunta custa-me responder, porque me vou esquecer e vou ser muito injusta. O Sebastião Rodrigues, o Victor Palla, o João Machado...

**Estás a ver por décadas? (risos)**

A seguir... Os que vieram a seguir... E, neste momento, estes que há agora, porque acho que são os que criaram realmente a consciência. Fizeram-nos ver que o design existia e deram-lhe forma (e muito boa forma). Quando comecei a estudar (e porque, como disse, no Chile não há grande tradição de design) o design era uma coisa assim muito ambígua e foram estes que me fizeram apaixonar. Antes não havia paixão nenhuma. Tiveram a capacidade de me deixar com a pele arrepiada. E isso acho que nos aconteceu a muitos – que os sentimos como nossas influências.

Dos que estão um pouco para trás de nós, acho que há muitos ainda a trabalhar e ainda têm muito para fazer. Posso estar a ser injusta no juízo que faço deles, mas tenho a sensação que alguns designers dos anos oitenta (e volto a repetir, posso estar a ser muito injusta) que ainda têm *atliers* a funcionar, ficaram um bocadinho ofuscados com este *boom* financeiro, e nota-se no resultado do trabalho. Acho que devem ter ganho muito dinheiro... sabe-se, claramente, que ganharam muito dinheiro mas depois, quando olhas para o trabalho, o início era muito adaptado (e reconheces logo), há um estilo, uma influência absolutamente evidente. Mas depois, parece que desapareceram. No trabalho não conseguem ir buscar nada...

Foi muito mais um trabalho comercial. E eu acho que agora isso está a mudar. Por isso é que te digo, se refiro especificamente quem é que eu acho que são os designers mais representativos... Acho que agora estão a fazer um novo trabalho. Estão-se a reinventar. E estão-se a reinventar claramente porque estão a precisar de o fazer. E agora somos muito mais...

**Falando agora de método. Já percebi que vocês gostam de ter prazos alargados, de ter tempo para perceber o projeto. De forma sucinta, podes descrever a forma como abordas um projeto de design gráfico, em termos de definição de programa, métodos e forma de trabalhar?**

A natureza dos projetos é completamente diferente. Às vezes há projetos que não custam nada e na própria reunião com o cliente descobres que é muito simples de resolver. Há outros que são complexíssimos. E, relativamente a esses projetos, nós tentamos dar-nos espaço para a reflexão – na medida do possível, é sempre bastante difícil. Essa reflexão é muitas vezes individual, mas nós somos muitos – seis – portanto, o que tentamos fazer é deixar claro que estamos todos a pensar neste assunto, mesmo que estejamos a fazer outras coisas. Depois pesquisamos, juntamos tudo e fazemos um banco de pesquisa bastante alargado. Depois começamos a trabalhar mais ou menos coletivamente. Costumamos espalhar ideias primeiro (preliminares) e depois estamos sempre a expor novas ideias até chegarmos a soluções, para todos podermos comentar. É um trabalho muito demorado, porque muitas vezes é por “tentativa-erro”. Avançamos e recuamos. Por isso é que fazemos muitos esforços por estender ao máximo os prazos. E porque também gostamos de apresentar soluções fechadas. eixamos o mínimo espaço possível para erros – até correndo o risco de que seja todo o projeto chumbado e se tenha que voltar a fazer. Só que nunca se volta o zero. Já passaste por muitas outras soluções, fizemos um percurso muito grande, temos a coisa muito fresca, sabemos o que é que funciona, sabemos que há outros caminhos para explorar, portanto não é voltar ao zero. E preferimos isso. Nós gostamos! E por isso é que, às vezes, dizem que somos um bocadinho arrogantes. E se calhar somos. Não tenho nenhum problema em dizê-lo, porque acreditamos muito na solução final. Fizemos um caminho, demos uma volta muito grande, discutimos muito... Nós temos grandes discussões à volta do problema que temos que resolver.

**Mas internamente?**

Internamente!

**Mas também com o cliente, não? Com o cliente a coisa já vai mais fechada...**

Sim. Com o cliente questionamos ao máximo possível. Com o cliente tens que ser o mais incisivo possível. Mas depois entre nós, internamente...

**Ou seja, não há propriamente a necessidade de haver uma individualidade no vosso projeto?**

Nenhuma. Há muitos anos que já nos deixamos disso  
(risos)

(risos)

Nós quando começamos com o João... Aliás, com a “Martino Jaña”, claramente estávamos à procura de uma autoria, precisávamos de nos afirmar. Mas é uma necessidade que acho que toda a gente tem no início. Tínhamos que provar quem eramos nós e que fazíamos bem. Agora (e acho que o João partilha exatamente da mesma opinião) não teríamos nenhum problema em mudar o nome. Aliás, já não se chama “Martino Jaña design”, chama-se “Atelier Martino Jaña”, porque já não somos só eu e o João. Agora, o que nos preocupa e o que nos motiva é que o projeto final seja bom, independentemente de se fui eu, se foi o João, se foi o Miguel, a Joana, o Filipe ou o Óscar a fazer. Já todos temos isso muito incorporado. Já somos “Atelier Martino Jaña”. É muito giro sobretudo como conseguimos partilhar os próprios ficheiros. Nós começamos a trabalhar, cada um num ficheiro para o mesmo projeto e depois, partilhamos os ficheiros. Outra coisa que fazíamos muito também era trabalharmos um ao lado do outro. E, enquanto um estava a fazer o cartaz, outro estava a fazer a brochura. E muitas vezes trocávamos.

**Para refrescar, no fundo, não é?**

Sim. E bloqueias ou ficas a tentar continuamente. Olhas para uma coisa que está a ficar bem e dizes: “Eh pá eu faria... Empresta-me lá o teu cartaz que eu vou dar aqui uns toques”. (risos) É giro porque é assim mesmo que trabalhamos.

**Isso é ótimo! Quais são os trabalhos mais representativos da vossa forma de pensar e de criar?**

O trabalho que temos feito para o Centro Cultural Vila Flor. Ou Guimarães, mas esse é um fetiche meu. Este projeto que mencionei há pouco – o programa – é um projeto muito giro. Oxalá o João fale melhor dele. E acho que entre o ano passado e este ano tivemos oportunidade de fazer um trabalho editorial extenso. Eu pegaria em tudo isso e diria: “isto é representativo do trabalho Martino&Jaña”.

**E a última pergunta: há quantos anos estás em Portugal?**

Cheguei em 1995.

---

## Síntese

A entrevista de Alejandra Jaña decorreu no seu estúdio, no seu espaço de trabalho.

Reconhece que a *tecnologia* e *software* estão a influenciar a forma de fazer e pensar design, não só em Portugal, acrescentando que internamente, no seu atelier, também estão a passar por um mudança estrutural, devido ao advento tecnológico. “As evoluções tecnológicas fazem com que nós pensemos de uma forma diferente. O nosso “Martino & Jaña” está a sofrer grandes mudanças a propósito do desenvolvimento tecnológico.” (Jaña, 2013) Sobre o *estado do design*, refere que em termos de *design português não existe nada em concreto que se consiga materializar, mas sente que existe, qualquer coisa que une design gráfico português*. “Eu diria que há qualquer coisa. Há um *cheirinho* (...). Mas é isto só!” (Jaña, 2013). Segunda Jaña o design gráfico português tem-se internacionalizado, e conseqüentemente tem-se tornado mais global. Para isso tem servido as referências ao design português em meios internacionais, desde prémios passando por publicações. “Acho que (...) se está a internacionalizar o design português. Acho que muitos de nós temos feito por isso também. (...) Basta-nos ver amigos ou concorrentes, o que quiseres, a aparecer em

determinados sítios para nós ficarmos com vontade também de tentar” (Jaña, 2013).

Quanto ao *processo criativo*, refere que poderá existir alguma semelhança na forma de pensar ou fazer o design em Portugal, pois existe o que considera um discurso, a mesma língua e também uma cultura que somando faz uma influência forte na forma como se aborda o design gráfico português. “Entre nós influenciarmo-nos, falamos a mesma língua. (...) Eu não poderia dizer nunca que não existe” (Jaña, 2013). Quanto à sua forma de encarar o problema de design, Jaña refere a questão de ter um espaço temporal confortável para a reflexão. É um trabalho que não tem autoria interna, uma vez que existe internamente uma grande colaboração, permitindo, na hora de apresentar ao cliente, apresentar um trabalho muito próximo do que eles entendem como final. Segundo Jaña (Jaña, 2013) “Esticamos muito os nossos prazos, que é para podermos ter tempo de marinar, e de deixarmos o trabalho repousar e para podemos rever. (...) É um trabalho muito demorado, porque muitas vezes é por “tentativa-erro”. Por isso é que fazemos muitos esforços por estender ao máximo os braços. E porque também gostamos de apresentar soluções fechadas”.

---

## Anexo 18

### Entrevista com João Martino

**Entrevistado:** João Martino

**Entrevistador:** João Tiago Santos

19 dez 2013

**Duração:** 32m

#### João, qual é o teu percurso académico?

Eu tirei o curso na ESAD em noventa e dois e saí em noventa e seis, salvo erro. E esse foi o percurso académico. Agora eu costumo dizer que o meu curso realmente foi os seis anos no Estúdio do Andrew, que foi meu professor na ESAD também.

#### Esse percurso moldou-te enquanto designer?

Julgo que se pode dizer que sim. Aliás porque - agora deixa-me então falar-te um bocadinho mais sobre isso - o que se passava naquela altura na ESAD, é que a ESAD estava-se a impor. Em noventa e cinco, noventa e seis saí, por exemplo, também o Faria, sai o Dino... E acho que não foi por acaso, que a ESAD se impôs e, na altura, se destacou tanto das Belas Artes, naquele período. Acho que a ESAD tinha uma visão muito certa do ensino e daquilo que eu acho que deve ser ensinado. No fundo, confiava nas pessoas. Se notava que as coisas estavam a andar bem, deixava o máximo de liberdade às pessoas para ensinarem à sua maneira, e isso marcou a diferença. Obviamente que o ano teve bastante influência nisso, mas acho que foi nessa altura que a ESAD “deu o salto”. E eu tive a sorte em estar lá nessa altura. Naquela altura, atenção... Supostamente... Naquela altura e ainda agora, não é? A primeira escolha era as Belas Artes. Supostamente deveriam estar a sair os melhores, não é? E os que tinham mais sucesso. Mas acho que, pelo menos, no mínimo, estava equilibrado. As Belas Artes com a sua centena de anos e a ESAD com os seus quinze anos. Portanto, acho que é marcante essa altura. Essa altura e o que tem vindo a acontecer agora, mas agora acho que as coisas estão um bocadinho diferentes, até pelo próprio Sistema de Ensino.

#### Que outras influências tiveste?

Eu costumo dizer... Nas influências, obviamente que o Andrew foi uma grande influência e, ainda por cima, eu fiz o curso na altura em que, quem estava em alta era o Carson, o Ed Fella, etc., que obviamente me influenciaram imenso. Eu costumo dizer que, mais importante que isso tudo, foram sempre os meus outros interesses, paralelos. Sou um amante da astrofísica (é aquilo que eu vejo todos os dias) mas, ao mesmo tempo, do teatro, cinema, música, etc. E isso é que eu acho que me influenciou em ver as coisas dessa maneira. Claro que é sempre um cruzamento destas inspirações.

Eu lembro-me de uma vez ver um espetáculo da Olga Roriz, visualmente muito interessante. Era muito simples: ela só estava vestida de vermelho e tinha uma contraluz e era passado todo numa banheira. E era sempre os vermelhos e os pretos. E eu lembro-me de estar meses só a usar vermelho e preto, porque estava com aquela imagem.

#### **Achas que o design gráfico está a tornar-se mais globalizado (ou global) fazendo perder potenciais características ou essa globalização está a conduzir os designers para uma busca de maior individualidade formal e conceptual, e, ao mesmo tempo, demarcação internacional de design português?**

Eu acho que não existe muito um design português. Eu acho que nós, portugueses conseguimos, muito rapidamente, recuperar anos de atraso, para nos pormos a um nível muito considerável, a nível de qualidade no panorama internacional. Claro que nós temos um problema: ninguém nos conhece, não é? É esse o maior drama dos portugueses. Se calhar menos agora. Mas eu

lembro-me, por exemplo, que nós tivemos uma visita há uns anos atrás, de um designer daqueles... Estou a tentar lembrar-me do nome dele, mas é daqueles mais sagrados. Eu depois digo-te.

Mas, basicamente, é daqueles designers mais conhecidos. E ele chegou cá com uma turma. Ele é suíço mas dá aulas em Estugarda e veio cá visitar Portugal. Ele disse que visitava várias cidades e dedicou aquele ano a Portugal. E ele, é engraçado que nos disse, que principalmente a cena do Porto... Eu agora acho que as coisas estão mais... Lisboa aproximou-se um bocadinho dos estúdios gráficos do Porto. Acho que se nota agora que somos mais iguais. Aqui há uns anos havia mesmo uma maneira de trabalhar e uma estética muito diferente, entre Lisboa e Porto. Lisboa era mais marcada pela publicidade, propriamente dita e o Porto era mais pelo design gráfico. E ele visitou os grandes estúdios em Lisboa e depois veio ao Porto e disse-nos algumas coisas interessantes, que nos levaram a reagir a isso. Disse-nos, por exemplo, que Lisboa, a nível de design gráfico, tem bom potencial e estava equilibrado. Mas ficou surpreendíssimo com o Porto. Ele disse que a única cena que estava a ver parecida com o que estava a acontecer no Porto na altura (estamos a falar de 2006) era na Holanda, o que, para mim foi um enorme elogio, porque o design holandês, se não é o melhor anda lá perto. Pelo menos, tem aquela história da tradição e, ao mesmo tempo, mistura sempre essa tradição com uma inovação muito grande. Como te falava num projeto, acho que isso tem sempre a ver. É das coisas mais importantes ou que têm maior potencial para desenvolver. Mas pronto, disse-nos isso, que foi interessante e disse uma segunda outra coisa: que era impossível de nos conhecer se não viesse cá, porque não sai nada do Porto. De Portugal não sai nada para o exterior. E acho que, mesmo quando sai, não se nota e não se sabe que é português. Isso levou-nos, por exemplo a abrir o nosso portfólio no Behance. Foi a reação que nós tivemos a isso. E, neste momento, nós somos Behance (...). Temos mais de um milhão de visitas – um milhão e muito. E é engraçado, que depois temos *feedback* disso. Porque sempre que vem... então, nos últimos anos, em que foi muita gente para fora e quando regressam dizem-nos que, para todo o lado onde vão, conhecem o nosso trabalho. E é engraçado, porque pelo menos começa a sair alguma coisa.

Mas, nessa altura, foi isso que ele nos disse. Agora, hoje em dia, quando eu olho... Eu acho que está a acontecer isso no design e está a acontecer isso em qualquer área: eu faço aqui hoje e alguém na China ou nos Estados Unidos

está a ver ao mesmo tempo. Portanto, as influências são realmente globais. Se calhar, a nossa maneira de pensar e a nossa maneira de trabalhar, a nossa personalidade e o facto de sermos latinos, marca alguma diferença portuguesa, mas não há nada muito evidente, acho eu.

### **E achas que este mundo global, faz-nos perder características, ou não?**

Eu acho que não estamos a fazer nada disso. Acho, que acima de tudo o que nós procuramos (e isso é uma qualidade) é que os trabalhos tenham qualidade. Não estamos tão preocupados se ele é português ou se tem essas características ou não. Acho que o que o transforma no design português somos mais nós, que somos portugueses e pensamos como um português e somos latinos, pelo que vemos as coisas dessa maneira.

### **Achas que a tecnologia e o software estão a influenciar a forma de fazer e pensar design gráfico em Portugal?**

Sem dúvida. Eu acho que para mal e para bem. Para bem, porque realmente é mais fácil e abrem-se um sem número de oportunidades novas, inclusive em áreas novas. Para mal, porque eu acho que o design em geral... A ferramenta deixa sempre uma impressão digital impregnada. O computador está lá, de alguma maneira. Se tu utilizas o computador, pode ser muito bom o trabalho, mas marca-o, de alguma maneira. Como marca se for o pincel ou se for o lápis, mas o que se passa é que cada vez é mais o digital. Se bem que há uma contracorrente, nos últimos anos, para voltar atrás. Mais uma vez, acho que o projeto mostra isso.

### **Achas que se pode afirmar que existe design gráfico português?**

Acho que não. Estava a pensar nas pessoas que eu penso que marcam alguma diferença. Acho que nós (seja os R2, ou mesmo os “Bolos Quentes”) temos uma atitude um bocadinho rebelde, mas não vejo como caracteristicamente português... Quer dizer, aquilo podia estar a ser feito na Holanda ou em Londres e não há nada realmente que o distinga.

Acho que, na maioria dos países não existe essa distinção, tirando talvez a Holanda. Eu, por exemplo, já não reconheço um design britânico - já está tão misturado que já nem o reconheço. O francês talvez, mas nada de muito



consistente nem marcante, como era há uns anos atrás, em que era muito evidente de onde é que vinha cada um.

**Achas que a tua forma de fazer e conceber design está enquadrada no que entendes por design português?**

Acho que está enquadrada naquilo que eu entendo que é a procura de qualidade. Agora, se é português ou não... Há. Há coisas que são, mas são projetos específicos. Eu estou-me a lembrar de alguns *posters* que fiz para esta série, em que a utilização do vermelho e do verde, o ir buscar influências dos *posters* políticos dos anos setenta tiveram obviamente... Está impregnada a História Portuguesa e de como nós estávamos. Aquilo foi uma maneira de nós fazermos um bocado uma crítica do que se estava a passar - desta crise toda. Esta fuga toda para o estrangeiro, que não a entendo muito bem. Eu sou um revoltado contra esta saída das pessoas e desta procura do Santo Graal lá fora, que acho que se pode encontrar aqui e, se calhar, quem fica é que ajuda o país a sair disto. Obviamente que há muita gente que é obrigada a sair, mas outros não e vão para pior, em vez de irem pra melhor e poderiam estar a lutar como nós estamos. Eu não tenho nada contra uma experiência lá fora, nem tenho nada contra quem vai lá para fora. Conheço algumas pessoas incríveis e têm ótimo trabalho e o facto de saírem já estava neles. Era algo que era algo que é muito verdadeiro para eles. O que me irrita não é isto. O que me irrita é ter-se tornado quase “modinha”. A pessoa até pode estar muito bem cá, mas tem que ir e depois tem que descobrir que realmente o Santo Graal não está lá fora, e então depois volta. Se calhar isto é natural, mas irrita-me um bocadinho a glorificação do emigrante, que acho que é um bocado... Eu vou-te dizer uma coisa e não vais transcrever isto, mas acho muito saudável alguém que é reconhecido lá fora. Agora, eu vejo e leio muitas vezes o facto de pessoas mais ou menos medíocres, que chegam lá fora e encontram um emprego mais ou menos medíocre e depois vêm cá para dentro e parece que são os maiores. Isso irrita-me um bocadinho, confesso. E acho que podíamos olhar mais para o que está a acontecer e para as pessoas. Temos tantos “gajos” a fazerem ótimo trabalho. Estava-me a lembrar, por exemplo da Márcia, que nas Belas-Artes tem uma linguagem muito própria. São pessoas que estão a começar e a marcar realmente diferenças importantes e ninguém fala dessas pessoas. Acho que era mais justo falar-se nessas pessoas.

**Parece-te que existe um provincianismo e que é preciso haver um reconhecimento internacional?**

É! Mas é por aí. É exatamente isso. Estou-me a lembrar do Ricardo Leite – todo o percurso dele está a ser fantástico. Sempre foi o que ele quis fazer. Tem tudo a favor disso. E trás para cá muita coisa... Nesse aspeto não tenho nada contra. Sou completamente a favor. Só me irrita nele é essa glorificação do emigrante.

Nós temos boas experiências com os alunos de Erasmus. Eu tive grandes alunos de Erasmus aqui há uns anos e são pessoas que estão a dar muitas cartas agora. Vinham seis meses mas acabavam por ficar o ano todo, porque sentiam que estavam mesmo, mesmo a aprender. Portanto, acho que não estamos muito mal.

Eu no ensino, acho que estamos a dar passos muito errados, naquilo que é realmente importante. Acho que estamos a correr atrás de todas as normas que nos impõe – certo - mas nós portugueses, sempre fomos bons a dar a volta às regras, principalmente quando elas não fazem sentido. E acho que há muita coisa que está a acontecer, que não faz sentido nenhum. Quer dizer, quando fomos à avaliação no Centro do Ensino, acho que está tudo dito. É um erro tremendo. Nunca pode ser a avaliação, tem que ser a aprendizagem: interessa-nos, essencialmente, que os alunos saiam a saber. A avaliação é secundária.

E, se querem realmente fazer uma avaliação justa e que realmente sirva para alguma coisa, deviam ir ver os alunos que saem e o que é que eles estão a fazer. Podem julgar se o caminho está certo ou não e podem avaliar.

E eu acho que se estão a fazer alguns erros... Mas isso levava-nos a uma outra conversa completamente diferente. (risos)

**Alguma vez citaste algum designer em algum dos teus trabalhos, no que diz respeito à forma, pensamento ou metodologia? Qualquer uma destas formas...**

Com certeza que sim. Estou a tentar é... Todas aquelas influências, obviamente que, se estou a ter uma abordagem, muitas vezes me estou a lembrar de designers (sejam aquelas influências da minha formação, sejam os Carson's ou então seja o Andrew, tanto a nível metodológico como a nível de forma.

**E designers portugueses, já referiste alguma vez?**

Sim...

Estou sempre a fazer, acho eu. Por exemplo, o Faria, obviamente o Vítor Palla e o Sebastião Rodrigues... Principalmente também nas aulas, como estamos sempre a falar deles... É natural. Mesmo a nível de comparação como a nível metodológico, mais uma vez, os R2...

**De forma sucinta, consegues descrever a forma como abordas um projeto de design gráfico em termos de definição de programa, métodos e formas de trabalhar?**

De forma simples eu digo-te como é que abordo um projeto sempre – seja ele muito pequenino ou seja ele muito grande. Eu penso sempre: “do que é que eu preciso?” e de “quem é que preciso?”. Isto é de forma mais simples. Depois, obviamente que cada projeto me pede uma abordagem diferente. Se me pedem um *poster* para um concerto, com certeza que a minha investigação, ou o meu esforço metodológico, vai ser completamente diferente do que, por exemplo, o programa para a “Capital”, que para mim, foi um dos maiores exemplos daquilo que deve ser o design. E acho que nós percebemos imenso ao desenvolver esse programa.

**Quais são então os teus trabalhos mais representativos, da forma como vocês pensam e criam?**

Obviamente que o nosso percurso é marcado pelo Centro Cultural Vila-Flor e pelo Guimarães-Jazz. E acho que foi isso que nos tornou mais visíveis. Mas o sinal de maturidade veio com o Programa da “Capital”, porque tivemos a ir muito mais além do que simplesmente fazer um livro. Foi uma análise muito madura, de anos e anos de experiência, que nunca poderia ter sido feita de outra maneira. A “Capital” estava um caos e tinha mudado de Diretor. A estrutura foi basicamente toda renovada, pouquíssimo tempo antes daquilo começar. Portanto aquilo começou em dezembro (foi a abertura oficial) e a nova Direção entrou em funções no início de setembro. Não havia tempo para nada. E estamos a falar de um programa que tinha mais de seiscentos eventos. Se eu te disser que eles não tinham uma base de dados, tinham estes seiscentos eventos em ficheiros *word* espalhados, por várias pessoas. Nós passamos o primeiro mês e meio, dois meses a pedir informação, e eles não davam, porque não conseguiam dar. Aquilo que nós fizemos foi: basicamente analisamos e percebemos que eles não iam

ter a informação a tempo, portanto todo o nosso esforço tinha que ser para, mal ela chegasse, fosse o melhor aproveitada possível. Portanto preparamo-nos antes. E então o que é que nós planeamos? Primeiro, fizemos uma base de dados nossa (interna), feita à nossa medida para aquele projeto, portanto nós sabíamos, que mal a informação chegasse, a primeira coisa que nós íamos fazer era introduzir todos os dados na base de dados. Depois, como eu já tinha investigado a estante a nível de métodos de automatização, de tarefas repetitivas, em paginação, e já tinha desenvolvido até ferramentas, que já não usava há uns anos, mas obviamente tinha essa experiência e trouxe-a. Eu sabia que, mal obtivesse esses dados, conseguia transportá-los para o *software* de paginação, da maneira como eu queria, conseguindo paginar tudo o que é repetido automaticamente. Nós pensamos, por exemplo – e tu és designer, percebes perfeitamente que - se um evento tem uma data, um título, uma categoria, tu tens que pôr estilos nisto tudo vezes seiscentos eventos, portanto tens seiscentos títulos, seiscentas datas... É muito *time consuming*...

Portanto, eu consegui fazer isso tudo automaticamente. Ao mesmo tempo comecei a trabalhar com o Kid, que é designer essencialmente, mas também com o Caue, a trabalhava com o Kid e é programador, e como eles nos diziam que não sabiam como estavam as fotografias e etc, nós começamos a pensar que, se calhar podíamos fazer ilustrações baseadas na visualização da informação. Isto antes e termos qualquer informação, percebes? Então fizemos a base de dados – sabíamos quais os dados que íamos ter – e previmos que aqueles dados nos iam dar imagens da visualização da informação. Isto tudo feito em tempo record. Ao mesmo tempo, mesmo a construção do livro... Também, como sabíamos que ia ser difícil arranjar as imagens, previmos que a paginação tinha que utilizar imagens muito pequeninas e imagens grandes, porque as muito pequeninas, nós sabíamos que íamos ter que as “sacar” da net e elas não iam ter resolução. Mais uma vez, isto antes de vir a informação. Portanto, nós preparamos isto tudo e mais, levamos uma “carrada” de livros, porque o cliente não nos estava a ver fazer nada (apesar de não dar a informação) e estava a começar a entrar em pânico. E nós pegamos numa caneta, levamos os dez livros e explicamos isto tudo, como estávamos a fazer. E uma coisa fixe de trabalhar com o Carlos Martins é que é um ótimo interlocutor para este género de coisas, porque percebe logo o que é que estamos a fazer. E a reação foi logo de alívio.

Mas mesmo assim foi engraçado, porque preparamos isto tudo e chega realmente a informação, mas eles estavam convencidos que ia ser uma porcaria – que era impossível fazer uma coisa em condições. Este livro demoraria, no mínimo, no método normal, dois meses a fazer – para fazê-lo bem.

Nós fizemo-lo em quatro dias. Dia e noite, mas quatro dias. E eles, quando viram a primeira maquete, isso entusiasmou-os e então, meteram-se no nosso estúdio a fazer correções. Pensaram: “Ó pá, isto vai ficar mesmo bem, portanto não pode ir com eles”. (risos)

Mas eles próprios, não se permitiram a eles mesmos levar as coisas assim tão mal. Então, começaram a andar ao contrário: a corrigir e a querer e a contratar corretores e pessoal só para corrigir texto, connosco ali... Foi um trabalho incrível, percebes? E mesmo o próprio conceito de livro, tu já o viste não já? Tinha um aspeto de *dossier*, porque nós resolvemos assumir isso: “ok, se o trabalho não está acabado, então vamos mostrar isso no próprio objeto, para que pareça um *work in progress* e não um trabalho final. Portanto, até ao fim, foi onde nós utilizamos toda a experiência, todo o raciocínio, a nossa maneira de ver as coisas e aquilo que nos achamos que é realmente *design thinking*, quer dizer, a parte anterior (não só formal, mas que tem a ver com o método e tem a ver com a maneira tu pensas e como é que vais comunicar). E correu muito bem na altura. Aliás, os problemas surgiram depois disso... (risos)

Ah, por exemplo, nós quando começámos a desenvolver coisas, aí é que começou a correr mal, porque já não era este o projeto. Nós, paralelamente a isto, estávamos a trabalhar com o Carvalhais (das Belas Artes) e estávamos a criar um código com possível reconhecimento, através de aplicações móveis e etc., mas para tudo. Aquilo era um *software* para fazer o design todo da comunicação da “Capital” e em que tu podias apontar o telefone e ele reconhecia-te e punha-te na agenda, punha-te no mapa, etc. Isto estava feito. As primeiras coisas que saem no ano são simulações já desse *software*, porque o *software* já estava a ser construído (estávamos em cima da hora), só que aqui é que começou a correr mal, porque acho que eles não perceberam... Tiveram medo e então não apostaram. Então voltaram atrás e destruíram tudo. Foi pena, porque ia ser, na altura... Agora nós já estamos a fazer algumas coisas com *interactive print* e (...), que são sistemas de reconhecimento da página do livro... Mas, na altura era completamente novo e... ia marcar completamente

também a “Capital”... e acho que ia demonstrar, mais uma vez, que o design é mais do que só formal – é a maneira como tu pensas. Foi muito, muito frustrante. E as pessoas todas do estúdio ficaram muito afetadas, na altura. E depois também não nos levou para um caminho interessante, porque depois então abandonamos a comunicação da “Capital”. Ficamos tão desiludidos que já não dava para fazer outra coisa. Mas ficamos encarregues de fazer a parte editorial – dos livros – da “Capital”, que também nos interessava fazer. E pronto, é um outro suporte.

### **Quais são os designers portugueses que consideras mais marcantes?**

Obviamente Sebastião Rodrigues e Víctor Palla são incontornáveis, mas contemporâneos... Eu posso dizer até quem eu considero influências (e já falei de alguns e por razões diferentes). Acho que o João Faria foi muito importante, na altura e motivou muito os designers no Porto para fazerem melhor e mais bem pensado. Obviamente a R2 - o Artur e a Lizá - marcaram também, mas pelo exemplo da maneira como se conseguiram (eu não gosto da palavra) “internacionalizar”. Acho que também foram bastantes importantes. Obviamente que também podia falar do João Nunes, mas eu acho importantes, na prática, neste momento, desde os “putos” - os “Musa” e há outro que nunca me lembro do nome, de Lisboa – acho que estão a ser boas influências e estão a levar o design português um bocadinho mais longe. Mas até os “Bolos Quentes”... Sabes que a minha grande falha é a memória. Tenho uma péssima memória. Então para nomes é horrível. Sabes o quanto é necessário um professor ter boa memória. Eu nunca tenho. Felizmente agora tenho a ferramenta do computador. (risos)

### **Entrevistador: (risos) É sempre uma grande responsabilidade... Não queres esquecer-te de ninguém ou ser injusto.**

E mais do que isso, pode ser incorreto. De certeza que me vou entretanto lembrar de alguém mais importante que estes todos...

---

## Síntese

A entrevista de João Martino decorreu no seu estúdio, no espaço reservado para lazer. Martino solicitou o guião das entrevistas que lhe iriam ser feitas, que foi então enviado antecipadamente por email.

Sobre a hipotética influência que a *tecnologia* e o *software* têm sobre a forma de *fazer* e *pensar* o design gráfico em Portugal, Martino afirma que por um lado estas tornam acessíveis novas oportunidades e novas áreas de atividade para o designer, mas que ao mesmo tempo condicionam tecnologicamente o trabalho do designer. Segundo Martino esta influência existe “sem dúvida. Eu acho que para mal e para bem. Para bem, porque realmente é mais fácil e abrem-se um sem número de oportunidades novas, inclusive em áreas novas. Para mal, porque (...) a ferramenta deixa sempre uma impressão digital impregnada.” (Martino, 2013)

Sobre o *estado do design*, Martino afirma que considera não existir um chamado design português, uma vez que este se posiciona num nível internacional, ressaltando a falta de reconhecimento que o design português tem. “Eu acho que não existe muito um design português. (...) Estava a pensar nas pessoas que eu acho que marcam alguma diferença,

(...) temos uma atitude um bocadinho rebelde, mas não vejo como caracteristicamente português... (...) podia estar a ser feito na Holanda ou em Londres e não há nada realmente que o distinga.” (Martino, 2013). Martino refere ainda que a era global veio trazer uma nova configuração no design mundial e português uma vez que existe um terreno comum de influências, ou seja, as fronteiras visuais são mais ténues, permitindo que um trabalho feito em Portugal seja visto no estrangeiro imediatamente. Segundo Martino (2013), “acho que está a acontecer isso no design (...): eu faço aqui hoje e alguém na China ou nos Estados Unidos está a ver ao mesmo tempo. Portanto, as influências são realmente globais.”

Sobre o *processo criativo*, Martino prefere ter sempre uma perspetiva global sobre o problema, através da gestão das necessidades. Isto é, de quem, e do que precisa para conseguir fazer um determinado trabalho com sucesso. Adota ainda uma metodologia diferente consoante a tipologia do trabalho. “Penso sempre: ‘do que é que eu preciso?’ e de ‘quem é que preciso?’. (...) Depois, obviamente que cada projeto me pede uma abordagem diferente” (Martino, 2013).

---

## Anexo 19

### Entrevista com Hugo d'Alte

**Entevistado:** Hugo d'Alte

**Entevistador:** João Tiago Santos

23 dez 2013

**Duração:** -

#### Qual o seu percurso académico?

##### Esse percurso moldou-o enquanto designer?

Estudei Design de Comunicação na ESAD - Matosinhos entre 1994 e 1999 e depois (com um ano de intervalo mais ou menos) continuei na Holanda, com o mestrado “Type & Media” na Academia Real de Belas Artes e Artes Aplicadas em Haia (2000-2002). Sobretudo o período de 2 anos na Holanda marcou-me muito, nos métodos de trabalho, na maneira de pensar no design...

##### Que outras influências teve?

Também fui absorvendo valores estéticos dos países que fui visitando com os meus colegas de curso, das conferências de design que visitamos enquanto alunos, as visitas aos estúdios de design (Karel Martens, Tessa van der Waals, Robin Kinross, Bran de Does, Fred Smeijers, etc) e claro, fui influenciado pelos meus colegas estrangeiros.

##### Acha que a tecnologia/ *software* estão a influenciar a forma de fazer/ pensar o design gráfico em Portugal? De que forma?

A única forma de isso acontecer seria se os problemas de design estiverem na própria tecnologia (design digital, web), mas isso é verdade para o design em qualquer parte. Mas se a pergunta é: se o *software* influencia as soluções visuais — então nesse caso diria sim, mas isso também é verdade para o design em todo lado.

##### Acha que se pode afirmar que existe design português? Como o entende?

Nos dias de hoje não acredito nisso, é uma das consequências da globalização. O que se vê em Portugal é semelhante ao que se vê em Helsínquia ou em Berlim, ou em Nova Iorque. Porque os problemas do design também são semelhantes e os valores estéticos também são cada vez mais próximos. E porque as referências e inspiração são as mesmas para toda gente (no mundo ocidental pelo menos, talvez em algumas regiões de África ou na Ásia isso não seja verdade).

##### Está atento ao design gráfico que se faz em Portugal? Por alguma razão especial?

Sim, porque conheço muita gente ligada ao design em Portugal, e as vezes vou colaborando com alguns deles (R2, Pacífica, Henrique Cayatte, João Bicker da FBA), e também por curiosidade, gosto de seguir as coisas novas que se vão fazendo.

##### Acha que o design gráfico português está a tornar-se mais globalizado/ global fazendo perder potenciais características ou essa globalização está a conduzir os designers para uma busca de maior individualidade formal/ conceptual e ao mesmo tempo de demarcação internacional do design português?

Respondi a isso na pergunta 5. — Não me parece que exista um “design português” e se calhar nunca existiu, pelo menos desde que se utiliza a palavra “design gráfico”. Os designers portugueses sempre acompanharam as tendências globais. Os temas podem ser locais, mas as soluções visuais sempre estiveram ligadas a tendências globais (assim como nas outras artes, desde a pintura ao cinema).

**Como olha para o design gráfico português, comparando com o do país onde trabalha?**

No geral não vejo grandes diferenças, talvez na Finlândia exista mais o hábito de desenhar e ilustrar sem a ajuda do computador. Mas isso também é uma tendência global, está é mais avançada em alguns países. Acho que que a tendência é a de recuperar métodos mais tradicionais de trabalhar; é uma resposta a saturação das soluções resultantes do uso abusivo do computador para resolver problemas visuais. O João Faria por exemplo já anda a fazer isso há uns anos.

**6. Acha que a sua forma de fazer/ conceber design está enquadrada no que entende por design português?**

Não... porque não acredito no “design português”.

**7. De forma sucinta, pode descrever a forma como aborda um projeto de design gráfico, em termos de definição de programa, métodos, formas de trabalhar?**

O design em si é um método. Penso que em todos os processos criativos o método é sempre semelhante:

1. Após receber o “brief” (o resumo do problema de design) começo por fazer investigação, recolha de material e inspiração, recolha de informação que poderá auxiliar a resolver o problema.
2. Depois, estando confiante que explorei o melhor que podia, tento aplicar esse conhecimento no desenvolvimento de uma ideia, um conceito, algo abstrato mas que ajudará a desenvolver e justificará as soluções visuais.
3. Tendo uma ideia, começo a fazes estudos, desenhos, testes de preparação para a solução final; nesta fase (senão antes) poderei apresentar propostas conceptuais ao cliente para ter a certeza de que estou a caminhar na direção certa. Se o cliente for experiente poderei já na fase 2 apresentar o conceito ao cliente (por escrito), juntamente com referências visuais.
4. Se o cliente estiver contente com a ideia e os estudos (e der a aprovação do trabalho por escrito) passo então a parte de finalização do trabalho para depois enviar para a produção.

**Alguma vez citou algum designer num dos seus trabalhos, no que diz respeito a forma, pensamento, metodologia,... ? Se sim de que forma o citou (para o caso de não referir nenhum português) E português?**

Não compreendo muito bem a pergunta mas que eu me lembre não, embora os ensinamentos do Bruno Munari, do Paul Rand, ou do Gerrit Noordzij (por exemplo e para citar alguns) estejam sempre presentes na minha maneira de fazer as coisas. Em termos de inspiração há muita gente que me inspirou ao longo do tempo e em determinadas fases, e todos os dias descubro inspiração nova; pode ser no design ou noutra forma de expressão artística.

**Quais os designers portugueses que considera mais marcantes? E porquê?**

O Sebastião Rodrigues claro, que foi dos primeiros com esse título e por isso abriu caminho para quem veio a seguir, e também se calhar colocou o design português pela primeira vez no palco global. O Mário Feliciano foi um dos pioneiros da tipografia digital. Nos anos 90 o João Machado, o Antero Ferreira foram bastante marcantes para mim pessoalmente. E atualmente o João Faria (com o qual trabalhei) e os R2 são dos designers portugueses que mais admiro.

**Quais os seus trabalhos mais representativos? De como pensar/ cria.**

Essa é uma pergunta difícil, já faço isto há muito tempo e deve haver coisas que fiz e nem me lembro... e depois houve alturas que fiz mais embalagem, outras mais cartazes ou coisas para música... ou identidades... ou tipografia... Por exemplo em tipografia gosto do que fiz com o tipo de letra Rolland por ser mais ligado a Portugal (foi depois redesenhado para a identidade do Centro Português de Design a pedido do Henrique Cayatte, e também na identidade das comemorações do centenário da República Portuguesa através do João Bicker da FBA). Na altura que trabalhei com o João Faria fiz muitas coisas para música (Zen, Coldfinger) que ainda gosto. O cartaz para a *Voyager 05 da Experimenta Design* acho que resultou bem. E há muitas identidades que fiz com as quais estou contente. Penso que a campanha de lançamento da Nokia N-Series que fiz na Finlândia foi um trabalho importante.

**Como acha que o seu país de acolhimento vê o design gráfico português?**

Penso que o design português é relativamente desconhecido. Mas há sempre excepções, geralmente

peessoas que estiveram em Portugal ou conhecem designers portugueses pessoalmente.

### **Há quantos anos está fora de Portugal**

Eu saí de Portugal no final de 1999, por isso quase 14 anos (2 anos na Holanda, meio ano em Barcelona e o restante na Finlândia).

---

## **Síntese**

Hugo d'Alte, aquando da resposta ao nosso convite, sugeriu que a entrevista fosse respondida por email, pois sentia-se mais à vontade para responder se assim fosse. Foi então acordado que lhe enviaríamos as perguntas para o seu email, ao qual respondeu na totalidade da entrevista.

Sobre a *tecnologia* d'Alte refere que o software influencia o design na generalidade, mas também o gráfico. “Se o software influencia as soluções visuais — então nesse caso diria sim” (d'Alte, 2013)

Sobre o *estado do design*, d'Alte afirma que vai mantendo a ligação a Portugal, pela sua curiosidade enquanto profissional, mas também colaborando com alguns estúdios nacionais. Segundo d'Alte, “conheço muita gente ligada ao design em Portugal, e às vezes vou colaborando com alguns, e também por curiosidade,

gosto de seguir as coisas novas que se vão fazendo” (d'Alte, 2013). Acredita que não haja design gráfico português, enquanto um estilo, considerando isso uma consequência da globalização. “O que se vê em Portugal é semelhante ao que se vê em Helsínquia ou em Berlim, ou em Nova Iorque. Porque os problemas do design também são semelhantes (...) e porque as referências e inspiração são as mesmas para toda gente” (d'Alte, 2013)

Sobre o seu *processo criativo*, indica que “o design em si é um método” (d'Alte, 2013), referindo que costuma utilizar sempre o mesmo método para executar um trabalho de design gráfico. Apresenta o seu método de forma clara, explicando as quatro fases do seu trabalho: O *brief*, a conceptualização, a formalização da proposta com aprovação por parte do cliente e finalmente a execução.

---





## Anexo 20

### Entrevista com Vera Tavares

**Entevisado:** Vera Tavares

**Entevisador:** João Tiago Santos

08 jan 2014

**Duração:** -

#### 1. Qual o seu percurso académico?

##### a) Esse percurso moldou-o enquanto designer?

##### 2. Que outras influências teve?

O meu percurso académico e extra-académico moldou-me bastante como designer, sim. Licenciiei-me em história, variante de história da arte. Fui fazendo a licenciatura, sempre com um certo grau de insatisfação e de dúvida. Por isso, lá pelo segundo ano, inscrevi-me num curso de desenho, no Ar.co. A minha ideia era aprender a desenhar para no futuro fazer um curso de restauro. É claro que depois as coisas correram de maneira bastante diferente. As aulas de desenho abriram-me muitos horizontes mas eram também muito frustrantes, porque eu nunca tive muito jeito para o desenho, nunca tive muito jeito de mão, pelo menos. Acabei por fazer alguma ilustração e publicá-la em periódicos, e até cheguei a fazer uma banda desenhada, mas vendo a coisa à *posteriori* acho que já nessa altura era muito mais designer que ilustradora, embora o design gráfico não estivesse ainda no meu horizonte. A primeira vez que pensei a capa de um livro foi precisamente a capa do meu livro de BD, mas não foi aceite, até porque a editora tinha uma linha gráfica de capas pré-definida, concebida por um atelier de design gráfico. E a primeira vez que o design gráfico entrou no meu horizonte foi precisamente com uma possibilidade de emprego nesse atelier. Mas fui preterida por outra candidata. Eu não sabia sequer trabalhar devidamente com os programas de computador. Trabalhava um bocadinho com o Illustrator e com o Photoshop de uma maneira autodidata e completamente condicionada às coisas que eu queria fazer (como a BD, por exemplo) e, portanto, com imensas limitações e de uma maneira bastante tosca. Passado pouco tempo, surgiu uma hipótese de estágio -

no tempo em que os estágios ainda eram remunerados -, numa agência de marketing direto - no tempo em que ainda existiam agências de marketing direto. Acabei por lá trabalhar uns 3 anos e foi essa a minha escola: uma escola prática.

Antes de responder às próximas perguntas devo avisar de que não tenho um pensamento sistematizado sobre o design português. Sou uma praticante de design, especificamente de design gráfico, e melhor ou pior, só de design gráfico falarei. O pensamento que possa ter acerca da atividade que pratico é sobretudo um pensamento decorrente dessa prática e dos problemas, dúvidas ou descobertas que nela me vão surgindo. Só nesse âmbito deve ser considerado. É pouco fundamentado em leituras ou num conhecimento sólido e abrangente sobre design.

#### **Acha que a tecnologia/ *software* estão a influenciar a forma de fazer/ pensar o design gráfico em Portugal? De que forma?**

É impossível não influenciarem, em Portugal ou em qualquer outro lado, pois as ferramentas e suportes que se utilizam são inerentes ao trabalho que se produz.

A tecnologia/ *software* influenciam as maneiras de pensar pelo facto de nos conformarmos a elas, por um lado. À partida o designer deve conformar-se ao suporte a que se destina o seu trabalho, o que o obriga a pensar de maneira diferente se está a produzir uma capa de um livro para ser impresso em papel ou se está a conceber um jornal digital em que os elementos visuais até podem ser interativos ou em que se podem fundir imagens e som.

Mas até podem influenciar por reação. Por exemplo, acho que a facilidade e a rapidez facultadas pela tecnologia também provocam um certo cansaço, pelos vícios que

criam de mecanismos de trabalho demasiado repetitivos, automatizados, enfim, demasiado formatados. O melhor exemplo que encontro desse tipo de reação é o surgimento de alguns ateliers de impressão em que se fabricam livros de forma muito artesanal, com tipografia tradicional, com processos manuais de impressão e costura, etc, em resumo, tudo processos que obedecem a outro tipo ritmos, a um outro sentido do tempo (o Homem do Saco é o exemplo que melhor conheço, mas outros haverá).

**Acha que o design gráfico português está a tornar-se mais globalizado/ global fazendo perder potenciais características ou essa globalização está a conduzir os designers para uma busca de maior individualidade formal/ conceptual e ao mesmo tempo de demarcação internacional do design português?**

A esta questão eu, muito honestamente, não sei responder. A sensação que tenho é que as coisas tendem a tornar-se cada vez mais fluidas, pois mesmo as tentativas de demarcação/ diferenciação, ou a busca de maior individualidade formal/ conceptual, não sei se estão sobretudo sujeitas a uma afirmação do que é um design português. Não me parece, mas na verdade não sei. No mínimo estamos bastante presos a matriz europeia, ou “ocidental”.

**Acha que se pode afirmar que existe design português? Como o entende?**

Creio que sim, mas como disse anteriormente, não sei o suficiente sobre o assunto. Seja como for acho temos toda a utilidade em afirmá-lo, não só porque disso depende o conhecimento da sua história no nosso país - e precisamente o conhecimento das suas especificidade mas também daquilo que o liga ao que se faz noutros sítios do mundo. Mas sobretudo para que possamos projetar o que queremos que seja o design português, de que maneiras pode o design, em Portugal, comprometer-se com a vida da comunidade, de que maneira pode contribuir para melhorá-la. Isto implica pensar no design de uma forma menos individualizada e mais interdisciplinar.

**Acha que a sua forma de fazer/ conceber design está enquadrada no que entende por design português?**

Não sei mesmo mesmo responder a esta pergunta. Suponho que de alguma maneira há-de estar, mas não sei.

**De forma sucinta, pode descrever a forma como aborda um projeto de design gráfico, em termos de definição de programa, métodos, formas de trabalhar?**

Como me dedico sobretudo a fazer livros, é disso que devo falar. Primeiro é preciso conhecer o conteúdo do livro. Isto pode implicar apenas uma leitura mais abreviada, de uma introdução ou mesmo só uma conversa com o autor. Em princípio os livros de ensaio ou de história, ou trabalhos de investigação em geral, são explícitos em relação ao que nos pretendem transmitir, o que dispensa uma leitura aprofundada.

O caso dos livros de ficção ou de poesia é diferente e mais complexo e nunca deixo de os ler com bastante atenção, porque estes não são livros que digam com clareza ao que vêm, implicam um trabalho de interpretação e este trabalho para mim é fundamental. Depois, geralmente há uma procura mental de uma imagem que possa conter um significado importante do livro. É frequente essa imagem estar contida no próprio texto, por isso é bom lê-lo, porque às vezes aparece apenas como um pormenor visual, mas que se pode tornar muito significativo. Por vezes consegue-se chegar a uma imagem que por ser mais polissémica, parece poder conter quase o todo o livro e isso é uma sorte. Geralmente tento chegar a um símbolo e dar-lhe uma forma bastante depurada. Desenho sempre as letras e cada vez menos consigo recorrer a fontes já fabricadas, embora muitas vezes me baseie nessas fontes. É a única forma pela qual consigo fazer com que os elementos todos encaixem, mesmo que os meus *letterings* tenham alguns defeitos. Há um lado de falha que para mim também é importante preservar, um lado artesanal, não automatizado, que também me leva a querer sempre desenhar sempre as letras. A escolha das cores também deve ser significativa.

**Alguma vez citou algum designer num dos seus trabalhos, no que diz respeito a forma, pensamento, metodologia,... ? Se sim De que forma o citou (para o caso de não referir nenhum português) E português?**

Citação direta e consciente, não me lembro. Influencias formais sim, claro, imensas, de portuguesas e de não portuguesas. O exemplo que mais acarinho é o João da Câmara Leme, que é sobretudo ilustrador.

**Quais os seus trabalhos mais representativos? De como pensa/ cria.**

Vou nomear alguns livros que desenhei e que me parecem mais representativos, sem nenhuma ordem de prioridade especial: *O Retorno*, *Álvaro Cunhal: Política, História e Estética*, *O Tempo das Criadas*, *Mais Um dia de Vida*, *Livro do Desassossego*, *Cinza*, *O Fim da Música*, *Traição* (são todos da Tinta-da-china, claro).

---

**Síntese**

Vera Tavares, após o envio do nosso convite para entrevista, pediu para a entrevista ser respondida por email, pois sentia-se mais à vontade para responder se assim fosse. Foi então acordado que lhe enviaríamos as perguntas para o seu email.

Quanto à *tecnologia*, refere que acha impossível que na influencie a forma de fazer e pensar o design gráfico, uma vez que é através dele que se efetuam os trabalhos de design. Segundo Tavares, “A tecnologia e o *software* influenciam as maneiras de pensar pelo facto de nos conformarmos a elas” (Tavares, 2014). Tavares julga também que a simplicidade e rapidez da tecnologia podem surtir alguma fadiga, referindo que tem surgido alguns ateliês que vão fazendo um contraponto ao excesso de tecnologia contemporânea. “O melhor exemplo que encontro desse tipo de reação é o surgimento de alguns ateliês de impressão em que se fabricam livros de forma muito artesanal” (Tavares, 2014)

Sobre o *estado do design*, Tavares (2014) refere que “a sensação que tenho é que as coisas tendem a tornar-se

cada vez mais fluidas”, mais globais, ocidentais. Diz ainda sobre a questão do design português, que se não existe, deve pelo menos ser mais estudado para podermos ter uma noção mais completa. E podermos então avançar para novas formas. Acha também muito importante a relação do designer com a vida da comunidade, e de que forma o designer a pode melhorar. “Isto implica pensar no design de uma forma menos individualizada e mais interdisciplinar” (Tavares, 2014).

No *processo criativo*, apresenta como exemplo o livro, que segundo Tavares, é a isso que mais se dedica. Tenta sempre partir para o trabalho o mais informada possível. “Isto pode implicar apenas uma leitura mais abreviada, de uma introdução ou mesmo só uma conversa com o autor.” (Tavares, 2014). Seguidamente tem o momento de conceptualização da imagem para a capa. “Por vezes consegue-se chegar a uma imagem que por ser mais polissémica, parece poder conter quase o todo o livro e isso é uma sorte” (Tavares, 2014).

---



## Anexo 21

### Entrevista com Vivó Eusébio

**Entevisado:** Vivó Eusébio

**Entevisador:** João Tiago Santos

11 fev 2014

**Duração:** -

#### Qual o seu percurso académico? Esse percurso moldou-o enquanto designer?

Fizemos todos o curso de cinco anos em Design de Comunicação, na Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, onde nos conhecemos e começámos a trabalhar enquanto coletivo. No 4º ano, quatro de nós fizemos Erasmus durante esse ano completo e, tendo contacto com outro método de ensino, podemos concluir que o ensino nas Belas Artes foi determinante no nosso percurso. Nem que seja por nos termos conhecido; pelos exercícios proporcionarem trabalhos de grupo; e por termos percebido que a nossa dinâmica de grupo funcionava, que tínhamos gostos semelhantes e valências complementares.

#### Que outras influências teve?

Além do percurso académico, tendo todos nós nascido entre 1981 e 1983, temos alguma ligação à cultura popular dos anos 80 e 90, em especial à música, TV e cinema dessas décadas. Dentro da nossa forma de trabalhar e conviver enquanto colegas e amigos, o humor também é um componente importante. Não sentimos que estas referências se reflitam de forma muito explícita na nossa produção, mas no dia-a-dia vamos revisitando o Michael Jackson, o António Variações e os Onda Choc, rimos com o *Barco do Amor*, a *Tieta* e o *Tal Canal*, e quando nos descrevemos como atelier, é comum referirmos o *Capitão Planeta*. Tal como nessa série de desenhos animados, os talentos particulares de cada um de nós resultam num todo melhor e mais completo.

#### Acha que o design gráfico português está a tornar-se mais globalizado/ global fazendo perder potenciais

#### características ou essa globalização está a conduzir os designers para uma busca de maior individualidade formal/ conceptual e ao mesmo tempo de demarcação internacional do design português?

Sim, o design gráfico português está mais globalizado mas não nos parece que essa globalização esteja associada a uma possível perda de características, até porque não sentimos que haja um reconhecimento dessas características. Há autores portugueses que estão a ganhar reconhecimento lá fora, pela sua incontestável qualidade, mas ainda não vemos traços particulares que nos distingam de outros intérpretes. O acesso global à informação e facilidade, cada vez maior, com que as coisas (e as pessoas) viajam, contribuem para que as influências se misturem e as fronteiras se esbatam. Talvez muito por essa razão, hoje podemos reconhecer mais facilmente uma “linha de autores” do que propriamente uma “linha identitária de um país”.

#### Acha que a tecnologia/ software estão a influenciar a forma de fazer/ pensar o design gráfico em Portugal? De que forma?

Não entendemos que a tecnologia/ *software* estejam a influenciar, particularmente, o design gráfico português. A tecnologia permite encurtar os tempos de concepção e produção dum objeto o que à partida é uma grande vantagem. Por outro lado, pela percepção de que qualquer objeto gráfico pode ser executado “de um dia para o outro”, cai-se num facilitismo que prejudica a qualidade gráfica de qualquer trabalho.

Cada vez temos menos tempo para pensar nos projetos, o que é algo que nos incomoda profundamente e por isso

tentamos mostrar aos clientes as consequências negativas que daí resultam. No entanto, há razões de outra ordem para que os tempos dos projetos sejam encurtados, que nada têm a ver com a tecnologia mas com questões de orçamento/ pagamento.

**Acha que se pode afirmar que existe design português? Como o entende?**

Não cremos que, presentemente, se sinta uma identidade particular no design gráfico português. Está, com certeza, a tornar-se mais globalizado e com maior visibilidade mas o seu reconhecimento não nos parece associado a uma identidade particular e única. A sua qualidade é inegável mas esta demarca-se pela qualidade de um autor ou outro, e não por um conjunto de elementos ou características que o tornam “português”.

No que toca ao design de produto, por exemplo, esse caminho já está a ser trilhado, através do uso de materiais e tipologias que nos são familiares e únicas. Mas achamos que para o design gráfico português ter uma demarcação internacional precisa de procurar características ou métodos que nos são únicos.

**Acha que a sua forma de fazer/ conceber design está enquadrada no que entende por design português?**

Como não sentimos que exista um “design português”, a nossa resposta terá de ser negativa.

**Alguma vez citou algum designer num dos seus trabalhos, no que diz respeito a forma, pensamento, metodologia,...? Se sim De que forma o citou (para o caso de não referir nenhum português) E português?**

Não nos recordamos de, a título profissional, recorrermos a alguma citação de um designer. No entanto, lembramo-nos sempre de Sebastião Rodrigues quando falamos do nosso trabalho, mais especificamente de uma palavra, que é também um modo de estar/ fazer. Falamos de “parcimónia”, associado ao processo de design. Duma procura de parcos recursos, que resultam em soluções ponderadas e simples.

**De forma sucinta, pode descrever a forma como aborda um projeto de design gráfico, em termos de definição de programa, métodos, formas de trabalhar?**

Gostamos sempre de dar muitos e pequenos passos, sejam eles para um projeto iniciado por nós ou comissariado. Queremos sempre reunir com o cliente, analisar com ele o *briefing* e, como muitas vezes é necessário, refazer ou completar essas notas de intenções. Para nós é muito importante que o cliente se sinta envolvido e também responsável pelo projeto. Sentimos cada projeto como uma colaboração de ambas as partes, onde o envolvimento e responsabilidade terão de ser partilhados.

O conceito que criamos para o projeto é discutido por todos, dentro do coletivo, para *posteriormente* um de nós (ou mais) assumir a fase de conceção. Sempre que necessário, voltamos todos a discutir a progressão do projeto. Por norma acompanhamos a produção do objeto final, a menos que tal não seja possível.

**Quais os seus trabalhos mais representativos? De como pensar/ cria.**

É inevitável que nomeemos os projetos em que tivemos uma maior atuação e envolvimento. Em que o design gráfico foi pensado na raiz do projeto e onde este conseguiu manifestar-se num maior número de objetos/ações. Nesse sentido, teremos de mencionar o “Jornal dos Arquitetos”, pois foi um projeto que acompanhámos ao longo de quase três anos, de onde resultaram doze revistas. Tínhamos reuniões com a equipa editorial todas as semanas para o acompanhamento de cada número, onde tudo era debatido e o projeto gráfico influenciava o projeto editorial, e vice-versa.

Também o projeto gráfico e paginação de uma coleção de livros para a editora Athena é representativo dum processo e maneira de trabalhar que nos agrada. Fomos chamados para criar de raiz uma coleção de ensaios sobre arte, que atuasse em três formatos diferentes: livro de bolso, médio formato e catálogo. Infelizmente, ainda só conseguimos concretizar dois livros no formato médio, mas sentimos que criámos uma lógica seriada e coerente, e ainda assim respeitando as particularidades de cada texto.

Mais recentemente tivemos a oportunidade de projetar o design expositivo de uma exposição de arquitetura colonial. Além de ter sido um desafio muito interessante para nós, é algo que queremos repetir: projetar num espaço de 3 dimensões, trabalhar um percurso e um modo de expor, os materiais, a sinalética expositiva e claro, toda a comunicação gráfica e como a transitamos, por exemplo, para um catálogo de exposição.

### Quais os designers portugueses que considera mais marcantes? E porquê?

É inevitável mencionar Sebastião Rodrigues e o trabalho de edição e design incrível de Paulo de Cantos.

Sebastião Rodrigues, pela já mencionada parcimónia; pela exigência e acompanhamento das provas à boca da máquina; pelo rigor e simplicidade; pela estilização das formas e escolha de cores.

Paulo de Cantos, pela originalidade e independência; por ser um designer capaz de “cozinhar” uma publicação na sua totalidade; pelas suas magníficas ilustrações, compostas apenas com caracteres de chumbo.

Também não queríamos deixar de mencionar o trabalho de Jorge Silva. Pelo incrível trabalho enquanto diretor de arte; por colocar designers e ilustradores a trabalhar em conjunto; por abrir o caminho ao reconhecimento dos designers portugueses.

---

## Síntese

Os Vivóeusébio, após o envio do nosso convite para entrevista, pediram para a entrevista ser respondida por email, pois assim poderiam todos partilhar uma resposta comum a todos os elementos.

Sobre a *tecnologia*, os Vivóeusébio não entendem que esteja a influenciar a forma de fazer design gráfico, no entanto registam o facto de a tecnologia permitir uma maior facilidade em trabalhar e que isso pode colocar em causa a qualidade de trabalho que entendem ser necessária para a execução de um bom trabalho de design gráfico. Segundo os Vivóeusébio, a tecnologia cria a “percepção de que qualquer objecto gráfico pode ser executado ‘de um dia para o outro’, cai-se num facilitismo que prejudica a qualidade gráfica de qualquer trabalho.” (Vivóeusébio, 2014)

Quanto ao *estado do design*, pensam que o design gráfico português está mais global, e com isso mais visível no estrangeiro. Afirmam que, “o design gráfico português está mais globalizado mas não nos parece que essa globalização esteja associada a uma possível perda de características, até porque não sentimos que haja um reconhecimento dessas características” (Vivóeusébio, 2014). Não acham contudo que existam características suficientes no design que se efetua em Portugal, para lhe

chamar português, pelo menos na atualidade. Referem também que o acesso à informação permite a existência de um lugar comum de influências, e com isso um atenuar de fronteiras e, conseqüentemente, afirmam que poderá existir uma *linha de autores* ao invés de uma *linha nacional*. “O acesso global à informação (...) contribuem para que as influências se misturem e as fronteiras se esbatam. “Talvez muito por essa razão, hoje podemos reconhecer mais facilmente uma ‘linha de autores’ do que propriamente uma ‘linha identitária de um país.’” (Vivóeusébio, 2014) Quanto ao seu *processo criativo*, afirmam a importância de reunir com o cliente para melhor compreenderem o *briefing*, mas também para que ele se sinta envolvido com o projeto, “sentimos cada projeto como uma colaboração de ambas as partes, onde o envolvimento e responsabilidade terão de ser partilhados” (Vivóeusébio, 2014). No que toca ao trabalho conceptual, este é bastante partilhado internamente, sendo depois executado por um dos designers do estúdio. “O conceito que criamos para o projeto é discutido por todos, dentro do colectivo, para posteriormente um de nós (ou mais) assumir a fase de concepção. Sempre que necessário, voltamos todos a discutir a progressão do projeto” (Vivóeusébio, 2014).

---





## Anexo 22

### Entrevista com R2

**Entevisado:** Lizá Ramalho

**Entevisador:** João Tiago Santos

13 fev 2014

**Duração:** 1h53m

#### Qual é o teu percurso académico?

Andei na Escola Francesa, depois frequentei o Francisco Torrinha, no ciclo preparatório, na altura havia. Depois fui para o Garcia da Orta. No nono ano escolhi Arte e Design. Depois fui para a Soares dos Reis e fiz o técnico-profissional de Artes Gráficas. Não que eu quisesse esse curso, porque eu queria fazer cinema e queria seguir um técnico-profissional que havia - Audiovisual. Mas eu creio que não havia (e por isso é que não fui) na Soares dos Reis. Havia só na António Arroio. E portanto tive de ficar no técnico-profissional de Artes Gráficas. O que é que acontece? Eu gostei muito, até porque aprendi serigrafia, aprendi composição em chumbo, aprendi essas coisas... Fotocomposição... Foi fantástico nesse aspeto. O meu problema era que depois, tu no décimo segundo ano, quando fazias o técnico-profissional, tinhas cerca de onze cadeiras, enquanto que as pessoas que iam pela via de ensino normal tinham três. Era muito mais difícil tu teres uma média de dezoito, dezanove, para poderes entrar numa universidade se tu continuasses no técnico-profissional. A competição era muito injusta e daí que, tendo em conta que eu queria continuar os meus estudos, tive que regressar. Foi uma incursão, que foi boa, mas tive que regressar ao normal, e voltei para o Garcia da Orta e depois concluí. Entrei para as Belas Artes e entrei para o Conservatório de Cinema em Lisboa. Entrei para Lisboa em ambos, porque estava com vontade também de sair lá da cidade.

O concurso que eu passei para entrar no Conservatório de Cinema foi das melhores experiências que eu tive na minha vida. Eles lançavam três temas e tu podias escolher um. Eu não me lembro dos outros dois, mas escolhi "Fuga de Casa". Não que tivesse a ver comigo,

não foi por isso que eu quis ir para Lisboa (*risos*) que eu estava lindamente e dou-me muito bem com os meus pais, não tenho problemas a esse nível. (*risos*) Mas eu conheci uma pessoa que tinha saído de casa mesmo, portanto consegui um depoimento verídico de uma pessoa que fugiu. E voltando um bocadinho ao contexto, tu escolhias um tema e tinhas de ter uma sinopse, tinhas que fazer uma investigação, tinhas que fazer um e tinhas que, entre outras coisas, fazer uma crítica a um filme que estivesse nas salas, tinhas que escolher três filmes importantes que te fizeram ir para o cinema, escolher porque é que querias ser realizador de cinema (ou pelo menos ir para cinema) e creio que era tudo. E depois, se fosses selecionado perante a apresentação desse projeto, ias a uma entrevista. Depois se fosses selecionado na entrevista, tinhas quinze dias de aulas. Se tivesses bem é que entravas para o Conservatório. Foi uma experiência fantástica. Eu soube disto não a três meses - tinhas três meses para preparar a tua proposta - mas soube a dois meses. Na altura não havia computadores, era um contexto tecnológico muito diferente, daí que eu tive que... Até arranjei uma pessoa que me "batesse" tudo à máquina, na altura... Muito rapidamente, porque eu não tive tempo e pronto, fiz "Fuga de Casa", fui falar com uma psicóloga que me passou alguns livros de teorias da adolescência, etc, que foram importantes para mim, porque eu também estava no fim da adolescência e foi interessante ter isso e pronto, fiz essa investigação. O até fiz em fotografia, arranjei um cenário, o meu pai fez de ator, arranjei a mãe de uma amiga minha a fazer outro, uma casa de outra pessoa... Montei esse cenário e fiz o todo em fotografia, para mim isto foi uma das grandes experiências. Eu só vou falar nisto, porque eu sempre quis fazer cinema e não design gráfico. Pronto, e depois entrei para as Belas Artes

também de Lisboa. Porquê que eu escolho as Belas Artes de Lisboa? Porque a minha família faz-me alguma pressão e na altura diz-me: “Tu se fores, podes sempre fazer as Belas Artes, depois se quiseres fazes filmes. Mas para já, tira as Belas Artes que é mais seguro”. E eu, que até nunca fui muito de... Fui sempre muito pelo que eu achava, pronto, acabei por ceder e ir para as Belas Artes de Lisboa. Fui para Lisboa um ano, gostei, fui uma experiência muito boa, mas pronto, depois também havia o peso financeiro que isso tinha para os meus pais e regresssei ao Porto. Na altura não havia equivalências a quase nada, portanto tive de repetir o primeiro ano. Tive equivalências a uma ou duas cadeiras, era tudo completamente diferente: Lisboa do Porto. E depois, claro, escolhi design, fiz as Belas Artes todas. Depois o que é que eu fiz assim mais? No último ano das Belas Artes fiz o curso de Som e Imagem da Católica ao mesmo tempo. Depois disso, já estávamos a trabalhar - nós começamos a trabalhar estávamos no segundo ou no terceiro ano - fui para Barcelona fazer... Não cheguei a ir fisicamente constantemente, mas fiz o D.A. - Diploma de Estudos Avançados - que é um programa de Doutoramento de dois anos: com um ano curricular, em que aí sim ia às aulas e fazia trabalhos e depois há um segundo ano em que tu fazes uma Tesina, que corresponderia eventualmente a um Mestrado, mas que, não sei porquê, não há também equivalências... Tenho um grande problema com equivalências e portanto, não é Mestrado, não é nada. Quer dizer, é alguma coisa...

**Em Espanha é considerado Mestrado, mas cá em Portugal não é.**

Não sei, acho que nem lá aquilo é... Não percebi nada, com o que é que se está a passar com isto, também não estou muito preocupada, mas não sei se... Acho que não é um Mestrado, é um Diploma de Estudos Avançados. Defendi perante um júri de Doutorados... tive nota... não sei, é assim a vida. Portanto tenho um percurso académico... Acho que se fica por aí. Porquê é que decidimos fazer o Doutoramento em Barcelona? Porque o Doutoramento em Barcelona dava-nos bases teóricas que achávamos que estavam um pouco a faltar e foi um complemento. Tomamos essa decisão, creio eu que foi no ano 2002, depois do onze de setembro. E o onze de setembro foi assim um momento... E por incrível que pareça, estamos em Portugal, no Porto, mas o telefone deixou de tocar no atelier e achamos que era uma altura que tínhamos de

aproveitar para aprofundar a parte académica. E pronto, o percurso a seguir é o Doutoramento, com uma bolsa da FCT. O Artur... Agora sou o Artur Rebelo. (risos) Então, o Artur Rebelo, deixa-me ver, andou no Lúmen, no Flori, em pequenino... Depois andou no Francisco Torrinha também... Andou no Garcia da Orta e depois foi para as Belas Artes. Depois fez comigo o resto, o Doutoramento. Se quiseres interromper, diz, fala mais, menos...

### Que outras influências tiveram?

Influências e que complementam um bocado o percurso académico, e muito importante, foram os Congressos a que nos assistimos: fomos ao ICOGRADA de 1995, creio eu, que foi em Lisboa, na altura. Isso foi muito importante para nós, principalmente uma aula que o Bruno Monguzzi deu. Temos os Congressos, que são um grande momento e um grande marco. Vimos a importância que o ICOGRADA teve para nós, e a partir daí e sempre que podíamos... Porque cá não havia grande coisa, houve esse que foi uma grande coisa, mas depois não houve desenvolvimentos e depois deixou de haver. E portanto, não havendo Internet como existe hoje... Que outras coisas mais? Fomos a ATypI em Lyon de 1998 - muito importante mesmo, principalmente a parte de tipografia - de repente percebermos a importância que a tipografia tem. Eu acho que a de Lisboa faz-nos perceber como o Bruno Monguzzi até onde é que o design está presente. Uma visão menos... “Design for business” que se calhar era aquela que tínhamos um bocado na altura, pela vertente académica nas Belas Artes. Não quer dizer que fosse toda, mas havia um bocado aquela tendência. Também há um momento muito “yuppi”, muito... O contexto português na altura e essas coisas todas. O que é que nós temos? Temos assim a tipografia muito importante. O Pierre Bernard foi... Só para te dar uma referência já mais concreta, o Pierre Bernard, o trabalho dele não para a Grapus porque ele aí apresenta outra coisa, porque ele já não era Grapus aí, mas uma intervenção que ele fez sobre o Centre Georges Pompidou - esse projeto todo que ele apresentou que nos marcou, até porque ele mostra tudo do princípio ao fim, explica-o todo muito bem, e a importância deste tipo de tipografia. E aí comprámos o livro do Bringhurst *The Elements of Typographic Style*, que acabou por ser aquela bíblia inicial da tipografia. Depois, assim outra grande coisa... Eu ganhei um concurso, que era uma bolsa que se pedia para ir ao estrangeiro, que era *Ir e Descobrir*, que havia

na altura da Fundação da Juventude. Era um programa europeu em que podias escolher um país da Europa, que tinha a ver com a tua formação para aprenderes mais. Eu participei e tinhas que fazer um projeto, consegui obter a bolsa e pagavam-nos três dias em Londres, que foi o sítio que eu escolhi. Conheci o Alan Fletcher e portanto, isso foi assim outro grande momento. O Artur foi comigo, porque as despesas eram apenas um pouco mais irmos os dois e portanto, o Alan Fletcher recebeu-nos no seu atelier maravilhoso, que é ao lado de casa dele e esse modelo acabou por nos marcar um bocadinho em termos de trabalho. Ele recebeu-nos com um copo de vinho, falou, explicou-nos, mostrou-nos o trabalho de dois designers, do (...) e do... Como é que se chama aquele inglês... Aquele que faz aquela coisa com a tipografia de chumbo e de madeira... O Alan Kitching! Apresentou-nos o trabalho dele e deu-nos dois documentos, um do (...) e outro dele, temos a carta assim... Por acaso não tenho ali na parede, mas é documento que eu tenho. Pronto, então apresentou-nos o trabalho deles, falou-nos do porquê é que ele gostava de trabalhar num sítio mais calmo, na relação com a casa e essa proximidade e tal, e isso marcou-nos bastante.

**Entrevistado: Mas essa bolsa já incluía essa ida a um atelier de um designer?**

Incluía. Era um projeto em que tu montavas e dizias e tinhas e-mails que na altura, não eram e-mails, eram faxes e cartas de troca... Aí, tudo era diferente. Os tempos completamente diferentes. Isso é a parte que agora tem piada. A parte nostálgica da coisa, mas era diferente, não é? Tudo era diferente. E então, tínhamos que fazer cartas, mandar e recebíamos as respostas ou fax, para agilizar as coisas, ter acesso às moradas e montavas um dossier. Esse dossier apresentavas, tinhas que mostrar provas que as pessoas que te iam receber, o que é que ias aprender... Era um “projetozinho”. E pronto, fomos a Londres com isso e eu penso que é assim, do início, estes pontos-chave, agora claro que há coisas que nos marcaram muito nessa altura... Foram as revistas, não é? *A Eye* foi uma revista que nos acompanhou sempre ao longo da carreira, foi assim aquela que assinamos sempre, com umas interrupções, claro que há uns apontamentos em *Emigre* mas depois a *Eye* é aquela revista que nós... Depois há uns livros também que foram importantes, aquele “G1” marcou-nos muito. Eu depois mostro-te. Eu tenho pouca memória mas é mais fácil se os tirar. Há imensos livros que nos marcaram muito. Dentro

do design gráfico, o trabalho da Paula Scher marcou-nos imensamente, *Paper and Creator*, obviamente a relação texto-imagem... O que é que nos marcou assim...? Estou a pensar nos primórdios...

Influências... Não me lembro assim muito bem, tenho que olhar para os livros para me lembrar quando é que os comprei...

Também fiz rádio, posso-te dizer.

As capas de discos foram uma influência muito grande e acho que foram minhas e do Artur e aí há um aspeto que se toca, acho que sim.

Eu tive um programa de rádio, na rádio Atlântico em Matosinhos. Na altura havia rádios pirata, não tinha saído a lei e tinha um programa à sexta à noite que se chamava “Extroversão” e depois tive um programa ao sábado de manhã, tinha para aí dezasseis ou dezassete anos. E como é óbvio, não no da manhã, porque aí eram coisas mais... Era música “porreira” mas era mais da manhã, não é? O de sexta à noite era a música que nós ouvíamos. Isto começa com, em termos musicais, o “Som da Frente” que nos marcou - a mim, não posso falar pelo Artur, não sei. E depois começo a comprar, quando tinha doze: os B52, depois um bocadinho mais tarde The Smiths e depois vem o normal, The Cure, depois aquela fase dos Sex Pistols e aparecem essas coisas todas, Bauhaus, This Mortal Coil... Quer dizer, acaba por ser a música que passava no Batô e o programa sexta à noite, que não fazia com regularidade, nós alternávamos, não eramos sempre... E pronto, tive uma passagem assim breve. Depois, tive uma amiga minha que continuou pela rádio... Pronto, claro que a música teve isso, mas o cinema para mim, provavelmente, em termos de... Marcou-me muito porque era a minha grande paixão. Eu formei o Cineclube do Porto, na altura e fiz muitos cursos, não falei nisso, mas fiz muitos cursos no Instituto da Juventude: fiz três cursos que havia, que era Iniciação, Aperfeiçoamento e Especialização de Cinema em que também tínhamos, pronto... Víamos filmes, tínhamos *workshops* de História do Cinema e pronto, claro que isso a mim... Era o que eu queria, não é? O cinema... E a fotografia sempre também foi sempre muito importante para mim.

**Achas que a tecnologia e o software estão a influenciar a maneira de fazer e pensar o design gráfico em Portugal?**

Em Portugal e no Mundo. Acho que a tecnologia sempre esteve completamente ligada à forma de trabalhar. Nós

somos de uma era em que não tínhamos, quer dizer, os computadores surgem e tudo era muito complicado e muito difícil. Nós para gravarmos um ficheiro numa disquete ficávamos à espera, não é? Para gravar um livro... Nem digo um livro... Eram disquetes com elásticos, porque dividíamos a informação por várias. Era tudo muito complicado e o início, antes disso, eram as fotocópias, era o encanto por algum equipamento que nos permitia obter alguns efeitos, como o fax, como a fotocópia: o ampliar, o reduzir... Mas repara, chegamos, usando rolos de slides que revelava como filme normal... Para ficar com as cores alteradas. Cheguei a filmar e a mudar as cores na televisão para fotografar depois e ter as coisas distorcidas e havia máquinas de fotocópias em sítios, em Matosinhos e no Porto, claro, e no Brasília, em que tu conseguias, mediante os operadores, que eles dominassem aquele equipamento ou que quisesse contigo experimentá-lo, para conseguires os efeitos que depois se conseguissem facilmente com o Photoshop. Mas depois havia, no início, algumas pessoas que já tinham acesso, outras não tinham, por questões financeiras, por questões de conhecimento, por tudo isso, não é? Era um mundo novo que surgia. E portanto, a tecnologia está sempre ligada, para mim, pelo menos, à forma de fazer design e se pensarmos na tipografia então, desde os tipos de chumbo, dos espaços, isso está sempre. Depois, em Portugal acho que isso é transversal. Agora, de que forma hoje em dia, estamos numa nova forma de entender isso, em que a programação e os designers que programam e a relação entre a programação e a parte que pode ser generativa, aí então pode interferir muito mais e o design participativo e tudo o que tem a ver com isso, isso claro, vai mudando e até agora continuamos a fazer muitos livros mas nós sabemos que, por exemplo, imprimir papel timbrado é uma coisa que já são muito raros os cliente que me pedem...

E se, por exemplo, pensares em termos de logótipo e de identidade, agora convém pensar como é que ele vai ter movimento, pensar se ele pode ser reativo... É uma coisa que tu antes não pensavas, porque os meios em que os aplicavas não eram necessários. Agora pensa a esse nível.

### **Achas que se pode afirmar que existe um design português?**

Esta é que é difícil. Ai, um design português... Olha, por acaso eu trouxe aqui uma entrevista... Trouxe porque pedi à Filipa para imprimir. Foi um número que saiu, que nos

contactaram com o nosso trabalho - depois eu posso-te arranjar estas coisas - e perguntaram: "Como é que você define o jeito português?"... Eu acho que eles começaram em 1995 na Sociedade... Eu acho que tipografia...(Lê) "Cada vez mais uma perspectiva universal"... Ah, "a peculiaridade de cada região, cada vez mais o design é visto como uma perspectiva universal, ele é pensado e feito para atender ao mundo globalizado. Há trabalhos cuja origem é difícil de identificar, mas ainda existem alguns projetos que carregam um determinado contexto cultural de forma mais visível. A questão prende-se no facto de toda a bagagem cultural carregar influências de outros povos. Viajamos e os artefactos que nos rodeiam têm as maiores diversas proveniências. Para além desta movimentação frenética de produtos, temos uma vida fragmentada tão analógica e digital, percorremos, em segundos, culturas distintas. Comunicamos através de interfaces semelhantes com pessoas diferentes". Eu acho que é isso, é também um bocado, voltando aquela conversa de aquilo que é e que não é. Acho que há coisas que obviamente é impossível as pessoas fazerem "tábua rasa" do contexto em que trabalham, das influências, etc. Certo é que, na formação académica que nós tivemos, tivemos acesso ao trabalho dos nossos professores, ao trabalho que estava nas ruas do Porto e nem digo ao trabalho de Lisboa, na altura, porque temos de ver que o contexto não é o de hoje, com a Internet, etc, nem publicações sobre design nem nada disso, como agora estão a surgir e isso tudo. Portanto, o acesso que nós tínhamos às referências dentro da disciplina - que eram muito importantes - eram, fora os professores das Belas Artes que eram os nossos professores na altura, o João Nunes, tínhamos o João Machado e tínhamos as Pã Design, porque não eram professores na altura. E eram estas pessoas que tinham trabalhos na rua, para além dos nossos professores de design e isso era o que nós tínhamos de referências de design português, para além do Sebastião Rodrigues, cuja exposição nós vimos no ICOGRADA em 1995, quando foi o Congresso e havia na Gulbenkian exposição sobre o trabalho dele. E depois temos o catálogo desenhado pelo Robin Fior. Isto é a nossa base de formação, portanto, tudo o resto, é de fora. Claro que havia a pasta medicinal Couto, estás a ver? Mas claro que havia as latas de sardinha e a tipografia na cidade, aliás, eu e o Artur no quarto ano, havia um trabalho que o Adriano Rangel deixava livre e as pessoas se propunham a fazer, e o trabalho que nós fizemos, na altura, foi um levantamento da tipografia da baixa do Porto, que depois acabou por

funcionar como uma referência nossa. Para fazer o trabalho daquele logótipo do Porto 2001 que ficamos em terceiro lugar, nós fomos buscar, precisamente, tipografias da baixa do Porto e temos aquelas das Caves, que olhamos para Gaia e temos aquela escala, daquelas letras enormes e isso, pronto, é nosso. E temos também os azulejos da Maria Keil e vamos ao metro a Lisboa e temos alguma coisa, não é? Mas a nível da disciplina não é sistematizado, nem explicado, nem teorizado... É assim... E depois pronto, temos o modo de ser português e toda a parte cultural, que não é do design gráfico... E estou a falar no início da carreira e não agora. Bem gostaríamos nós de ter conhecido melhor o trabalho dos outros designers e que houvesse mais trocas e que se tivesse... Mas não havia e havia muito pouca coisa. Tudo era novo para nós, não havia a FNAC. Nós para comprar livros íamos a Espanha, eu e o Artur. Juntávamos dinheiro... Não é como agora. A quantidade de livros sobre design que havia era muito reduzida e a biblioteca da escola, não é... Percebes? Eu lembro-me, na altura, de memória, em termos de revistas, para além das que eu mencionei havia a *Graphis*, que era assim aquela revista, caríssima, que ninguém tinha hipótese de... super cara... O acesso às coisas era mesmo difícil, mesmo uma assinatura de uma revista era preciso aquele cupão que tu quase que não sabia como é que eu chego lá e como é que eu sei, portanto, era muito difícil, não é?

Por isso é que quando nós vamos de repente à AtypI Lyon, há uma livraria de design, que está no congresso e nós entramos lá, e nós tipo: “que mundo!” E eles haviam, mas o acesso... Eles não chegavam cá e atenção, que o Porto não é Lisboa! Portanto, isto tudo para falar no... Porque é preciso as referências, não é? Também é uma coisa que se constrói, mas depois há isso. E há uma permeabilidade muito grande, que eu acho que tem a ver com a dimensão e com a posição geográfica do país, não sei se (...) é completamente periférico. Tu sentes a tua dimensão, muito pequena e tu sentes o teu posicionamento e sentes a ditadura que tu tiveste, e isso tudo faz com que tu sejas completamente aberto ao que vem de fora. E isto não é tu pessoalmente, mas é o país. O português - o Portugal é essa visão, de tudo o que vem de fora é excelente e fantástico neste contexto. Mas nós agarramo-nos muito ao Sebastião Rodrigues, porque era o que havia na altura. (risos)

A influência... As pessoas viajam e os designers viajaram e a Segunda Grande Guerra fez com que emigrassem muitos crânios para os Estados Unidos e isso faz com que as coisas se desenvolvam lá e as pessoas também, mudando

o seu ambiente, até lhes dão uma perspetiva nova sobre as coisas. E sabendo nós, antes do Sebastião e tudo o que há (e sabendo o que sabemos, porque falta investigar muito mais sobre isso), todas estas influências de designers estrangeiros que vieram cá, ou de pessoas que foram para fora e isso começa com os artistas, quer dizer, as coisas funcionam assim. A cada dia as coisas mudam e as invenções também, tudo é assim, tudo se move. Mas há traços com certeza que têm a ver... As pessoas acham sempre que tem que ser quente, aquilo que nós fazemos, não é? Eu lembro-me de, recentemente, até saber de alguém que conheço - um designer qualquer estrangeiro, um suíço, acho eu - que queria um designer português, porque precisava de mais calor no seu trabalho. Há aquelas imagens e conotações que os países têm de como é que as pessoas se veem e o que é que caracteriza a cultura do meio de outra e aí, então, há aquela imagem. Mas isso também estamos a falar de estereótipos em relação às mulheres, é a mesma coisa, do que é que se procura. Eu acho que isto é uma discussão muito interessante, mas é muito complexa mesmo de perceber. E eu tenho muita dificuldade em perceber o que é que de mim... Então eu tenho duas culturas e consigo perceber em termos de educação, de visão, de sistema e de processo, o que é que é mais português e o que não é, porque tenho o outro lado por comparação. E nos processos de trabalho, é muito mais fácil explicar as coisas e depois podemos ver é como é que elas se... Qual é o resultado e como é que isto se materializa. Mas quando eu olho para um trabalho de uma japonesa... Porque estou a pensar numa japonesa em que me fascinou a delicadeza, o rigor, o aperfeiçoamento... Tu pensas na calma, no tempo e é como tu a imaginas. Agora, se calhar também é um estereótipo. Mas depois, por acaso, no caso dela, consegui saber e perceber que de facto é assim. Ela tem muito tempo e muita calma e o rigor e a perfeição são coisas culturais e coisas que são procuradas. Aqui, o que é que nós somos? Somos desenrascados, temos que despachar as coisas rapidamente, temos que fazer “trinta por uma linha”, porque temos de fazer trinta profissões e não somos bem pagos em nenhuma, porque ninguém está em pleno numa coisa a cem por cento... Mas porque também somos desorganizados e o país é desorganizado visualmente, porque depois a arquitetura é: como é que as coisas não são pensadas, como as coisas são disfuncionais... E eu acho que nós vivemos neste caos burocrático e isso é impossível que não nos marque. Agora, depois pensar como é que isso se traduz na

linguagem e... Nos processos, percebo e sei e identifico claramente. Depois, também podemos ter uma tentativa de reação a isso, ou seja, já que isto é tão assim, vamos tentar até... E podemos até ser quase mais frios do que seríamos à partida, porque tentamos compensar. Quer dizer, aqui há tanta coisa que se pode tirar que eu não sei... Agora, sobre os processos e as formas de trabalhar, organização e isso tudo, vejo que é um problema que nós temos e um problema tem sempre um lado positivo e negativo. Isto não é uma visão negativa das coisas. É uma característica. Traz-nos alguns problemas, que sabemos que traz, mas há um aspeto que pode ser positivo nisso, que é: se nós soubermos que temos amanhã uma entrega não entramos em pânico, porque estamos habituados a trabalhar e somos muito flexíveis e reajustáveis, e quando as coisas mudam não bloqueamos. Portanto, isso é o lado positivo, creio eu, da coisa.

**Em termos formais, achas que podemos dizer que existe design português?**

Há uma coisa que eu acho que, pelo menos, sinto e já me disseram do nosso trabalho, que tem uma característica e que eu vi no trabalho do Távora (o arquiteto) que é, não sei, alguma humanidade. Lá esta, a questão da presença, as coisas talvez tenham... É muito difícil e acho que não tem tanto interesse procurar as coisas em termos de... Até do uso das cores. Os traços formais, depois às vezes, tu podes ser tão marcado por uma referência externa, que é muito difícil... Eu acho que isto é mesmo uma questão bastante complicada de resolver que é esta, desta tese. (*risos*) Talvez esse lado mais... E poderá haver outras coisas que, se calhar, nós não atribuímos a um traço mas isso obrigava... Eu também para afirmar coisas, gostava de ter feito um estudo sobre elas e, de facto, eu penso nisso às vezes, mas preocupo-me mais nos contextos de trabalhos francamente, porque aí tenho parâmetros muito fáceis de comparação e estou sistematicamente a comparar isso e, como partilho muitas influências com os meus colegas estrangeiros (que são influências que tanto eles como eu tivemos) e não partilho os mesmos contextos que eles porque os meus clientes não são... A percentagem de clientes estrangeiros que eu tenho é residual mesmo... Não tenho esse termo, porque senão poderia fazê-lo. E por isso comparo muito... Não sei se me estou a explicar bem. Comparo muito os meus contextos com os contextos de trabalho deles. Em termos de abordagem, pronto, temos essas referências.

É tão simples quanto isso. Aliás, basta ver (e isso tem muito a ver com a maneira de ser)... Há ser católico e há ser protestante, que aqui já faz uma grande diferença e há a cultura que tu tens. Tu, no norte da Europa, as pessoas quando defendem o seu projeto, têm uma segurança que as pessoas no sul não têm e eu gosto de estar de estar a observar nas conferências. Eu noto na maneira (e posso falar nas pessoas e na maneira como elas se apresentam, salvo raras exceções, porque há sempre)... Eu acho que há uma falta de segurança na maneira de apresentar o trabalho, há uma necessidade de humildade aqui, senão és logo mal visto e completamente assassinado. E tu és criado assim. E eu como eu tenho as duas culturas, aí vejo um bocado... E não quer dizer que a cultura francesa seja norte da Europa, que não é. As pessoas de cá acham norte, mas os do norte acham que os franceses são do sul, isto depende sempre da perspetiva onde estás. E depois a França é grande e tens diferenças. E nós temos essa... Porque nós já vamos para fora a achar que somos pequenos (esse é um problema que nós temos) e quando não temos suficiente segurança e não nos apresentamos com essa segurança, isso distingue-nos. E porque é que eu disse isso?... Disse em relação ao cliente, porque nisso passa-se a mesma coisa. É também, e isto é importante, não é só porque tivemos uma ditadura que nos fez ser assim também, porque nos reprimiu e a ditadura aqui tem um papel muito importante... Não que eles não fizessem propaganda a Portugal e não tentassem enaltecer Portugal e até, com o António Ferro, etc, tiveram isso... Mas eras pequeno e não tinhas acesso às coisas. Porque depois aqui também temos o contexto, nós somos um país pobre. Nós tivemos dinheiro a entrar, mas somos um país pobre. É como eu dizia, da mesma maneira que tu tens trinta mil profissões, tu tens de aceitar trinta mil trabalhos para te sustentares porque o mercado português é mínimo. Nos Estados Unidos, imprimir um livro quantos exemplares é que são? Quanto é que custa o design e como é que ele se dilui? E como é que é em Portugal? O impacto de um trabalho de um designer em Portugal na capa de um livro... Qual é a tiragem? Dos catálogos de Serralves são impressos mil exemplares. Serralves é um Museu importante, não é? E são mil exemplares. Isto mostra a nossa dimensão e esse mercado pequeno. Quanto é que se pode cobrar por aquele projeto, para ele fazer sentido para o cliente? E há também todo o resto: se a profissão existe há muito tempo, se conseguiu ser respeitada... As coisas estão a melhor e a crise é outro fator. Até à crise

as coisas estavam a melhorar, porque ela vem lançar muitas questões novas sobre... Terríveis e dramáticas. Eu recentemente fiz uma entrevista aqui no escritório e apercebi-me do descabro que anda aí, em termos de pagamentos. Agora, nós temos aqui...a nova escravatura. Temos aqui com os clientes essa questão. Eu acho que há muitas, não será só uma, é a questão financeira que é muito importante aqui, é a questão cultural que há e tem a ver com várias questões, a ditadura há de ter sido responsável por uma parte delas mas não a única, mas mesmo esta estrutura de sociedade muito hierarquizada em que havia o Senhor Doutor, o Juiz... O médico... Quer dizer, nós temos isso muito marcado, ainda. E depois há ali o que faz os bonecos, que ainda era assim que nos víamos e eu lembro-me... Então no início da carreira, aquilo era mais complicado do que o é agora, porque apesar de tudo, Portugal tem outras coisas fantásticas, mas ao mesmo tempo, há alguns rasgos de coisas... Olha pronto, temos o Manoel de Oliveira, temos uns rasgos de coisas que são possíveis serem feitas cá, talvez por causa do caos e de outras... Também permite, às vezes... O não haver regras também tem outras vantagens. Mas, no geral e na qualidade de vida, na qualidade do projeto e na qualidade da profissão, aí é muito o dia a dia dos designers. Isto não sei onde é que nos estávamos e qual era o tema...

#### **Estávamos na pergunta do design português.**

Ah, isto para chegar aos clientes, só para te dizer... Comparativamente sei de pessoas que trabalharam e colegas, que quer dizer, é logo: "O quê? Queres que mude isto e aquilo? Então enviaste-me os textos com 15 dias de atraso? Então tu recebes a proposta com 15 dias de atraso". É logo isto e sei que em França, tenho colegas meus que cada alteração é cobrada. Se isto for assim, tu em vez de perderes (isto tem muito efeito na prática, porque tu estás a fazer um livro), sei lá, um mês para trás e para a frente: corrigiste aquilo e te entregarem os textos já todos direitos como deve ser e haver apenas uma revisão, o teu tempo não é absorvido por uma parte do trabalho, que não te compete a ti fazer, porque as pessoas quando te entregam os textos deviam-nos entregar revistas e depois havia uma última revisão. E não é no atelier, já com a paginação feita que as pessoas... Mas isto é... E como nos não sancionamos os nossos clientes, compactuamos com isto, todos nós, porque é cultural, senão isto e aquilo... E a crise agora acho que só vai piorar, neste aspeto, as coisas. Eu acho que isso

tem um impacto muito grande, porque poderíamos todos estar... O facto dos holandeses terem sido subsidiados e poderem sair da escola e estarem a experimentar as suas linguagens, a explorar, a pensar e a ler, etc, e terem isso tudo, e nós saímos da escola e temos de trabalhar... Isto do ter de trabalhar, ganhar dinheiro para pagares as contas no final do mês, obriga-te a fazer uma série de cedências e tem que surgir. Isso marca completamente o processo e não te dá tempo para pensar. Tu estás absorvido naquilo: em fazer quinhentas mil correções para trás e para a frente. Isto não te dá o tempo que precisas para te organizar, discutir com os teus colegas e com os teus pares... "Não, reparem, estes estão a começar a abusar e vamos todos querer criar aqui uma"... Porque andamos tão mergulhados neste troca e "põe e tira" que não temos tempo para mais nada.

Portanto as repercussões ao nível da profissão são muito grandes, mas isso tem a ver com o contexto, isso não tenho dúvidas.

#### **Achas que o design gráfico português está a tornar-se (existindo) mais globalizado, fazendo perder potenciais características ou essa globalização está a conduzir os designers para uma busca maior de individualidade formal, conceptual e ao mesmo tempo a demarcação internacional do design gráfico português?**

É também uma pergunta... É sempre a minha opinião, sendo que eu gosto sempre de estar sustentada, mas eu tenho a certeza que o facto de sermos um mundo global, isso tem influências, obviamente. Toda a gente tem acesso a mais informação, mas isso também permite que... Havendo tanta coisa as pessoas, por um lado, perdem-se muito à procura, não há aquele filtro que havia antigamente, em que publicava... Havia um filtro... Nós entramos numa livraria cheia de livros e o tempo que eu ia precisar para aperceber-me dos livros existentes, já essa seleção tinha sido feita por essa livraria dos melhores títulos. Se for para a net eu perco anos e anos e passo a minha vida nisto. E posso tropeçar por um monte de coisas sem interesse e passar ao lado de clássicos essenciais e incontornáveis. Portanto, não há esse filtro que havia naquela altura, que havia pouca coisa, e pronto, estando ele pelo menos de vez em quando em algum sítio que tu pudesses ter acesso: uma biblioteca no estrangeiro ou... (porque eu não fiz Erasmus, mas quem o fez...) num congresso em que tu tens reunido uma série de coisas...

Tu de repente tens acesso, mas isso permite também que vás encontrar coisas que, de outra forma, podiam nunca ter sido publicadas. E portanto permite também buscar coisas muito particulares - esse teu olhar de ir procurar vai-te mudar e fazer com que tu também tenhas referências distintas, não é? Que não sejam as mesmas para um conjunto de pessoas e isso permite... - estes núcleos mais pequenos, de acesso a informação e coisas que são publicadas - e isso acho que aí tem um lado muito positivo. Agora é lógico, quanto tempo é que passamos a ir procurar e a viver online e quanto tempo é que vivemos o nosso território? Porque nós quando vamos online temos um interface que é semelhante a todos... É aquele interface que partilhamos todos e não nós interessa se estamos a ver um site de um português, não é? Até porque há muitos portugueses que tem o site em inglês, portanto nem é pela língua que vais identificar. Portanto, tu andas a navegar por ali e não tens tanta noção de onde é que isso... Talvez ainda haja uma grande barreira que é a linguística, porque nós andamos sempre num mundo anglo-saxónico, pelo menos aquele que tem a ver com a língua e aí sim, há o outro mundo asiático, que nós não temos, não é? E há outros continentes por descobrir que nós... (a América do Sul por exemplo) e andamos ainda um bocado virados para aí, creio eu.

Nessa viagem que tu tens, é claro que a língua ainda vai ser a língua inglesa, que será aquela que todos nós vamos dominar e falar e vamos a procura de referências aí. Isto em relação ao tempo que tu passas no mundo global e no digital e quanto tempo é que tu estás aqui no analógico. Agora, por outro lado, o que que se está a passar? Eu acho que este “revisitar a história” que está a acontecer agora vai fazer, obviamente, com que nós, quando estudemos alguém, acabemos por funcionar como referências e então aí, eu acho que sim. Por outro lado, este olhar para a nossa história que está a acontecer agora, vai fazer com que as pessoas também queiram integrar isso - não tudo, mas alguma coisa - na sua cultura e vai fazer também um conjunto de referências que vão buscar. Depois, lá está, essas referências, se elas próprias foram buscar noutros tempos... Mas é lógico que essas contaminações todas existam. E isto, acho que vai acontecer mais com os designers portugueses do que com os outros, porque os outros não vão andar aqui tão obcecados com a nossa história como andamos nós, porque isso é um problema mais nosso do que deles. Eles estão preocupados com a história deles.

Portanto, acho que isso nós vamos fazê-lo e acho que, nesse aspeto vai ser interessante ver, porque é que isso acontece. O Sebastião Rodrigues foi muito importante naqueles anos. Mas há outros. E por exemplo, eu e o Artur fazemos homenagem a alguns no nosso trabalho. Nós quando fizemos o (...) aqui o Paulo Canto foi uma inspiração. Não é uma inspiração, é uma referência. O Emil Ruder também é uma grande referência...

### **Achas que a vossa forma de fazer e conceber design está enquadrada no que se entende por design português?**

Bem, eu acabei por falar um bocadinho na questão de haver referências no que nós fazemos...Acho que isso é muito interessante e acho que o design também é muito isso. O design é isso. É isso mesmo porque não é tábua rasa. Eu acho que é interessante neste “revisitar a história” e tal, as pessoas estarem a... Tenho a certeza que isso vai de alguma maneira... Alguns designers portugueses vão incorporar, vão ser referências para eles, que vão adquirir, seja em que momento da sua aprendizagem ou carreira, porque, é assim: eu sou influenciada constantemente. Não é influenciada, mas há trabalhos que me marcam e que acabam por ser referências para mim. E não só apenas do design gráfico, aliás, há um bocado nós falamos de cinema, de literatura também, por exemplo, George Perec, influenciou-nos. Foi uma referência importante para nós. E estamos a falar de literatura (de escrita) e existe uma forma de pensar e que se nota que há esta referência por trás em alguns dos nossos projetos e este é inconstante. Nós nunca paramos de estudar, de aprender e de fazer contactos com obras. E a arte contemporânea, há bocado não se falou, mas para nós tem sido mesmo um lugar onde nós vamos e interessa-nos saber mais: perceber, os conceitos, perceber a forma como eles são materializados também... Então, se achamos que isto se enquadra no que entende por design português? É a nossa forma de fazer... Quer dizer, eu acho que aqui nós temos a única influência em termos de... Eu tenho o outro lado, da outra cultura, mas nós somos designers portugueses e aprendemos com o design português. E a forma como nós trabalhamos, pensamos e para quem temos trabalhado estes anos todos são para cá e nos contextos nacionais, com as problemáticas daqui e pontualmente fora (mas é pontual, é uma percentagem pequena). A nossa forma de fazer...



**Alguma vez citaste alguns designers num dos vossos trabalhos no que diz respeito à forma, ao pensamento e à metodologia?**

Claro que sim.

**E portugueses?**

Claro que sim. E sempre que posso...

Olha, portugueses, designers... Sebastião e Campos. Aqui também... Pronto, acho que não há assim muito mais. Agora, claro que tu, quando vês as fachadas da ermida pensas um bocadinho naqueles edifícios do Estado Novo que têm aquelas letras que saem do próprio edifício. Isso é o vernáculo, isso é outra coisa também, não é? Isso então, nós vamos buscar muito referências... Maria Keil também foi uma grande referência...

Lembrei-me de outra coisa, agora aqui. Ah, do vernáculo, porque então aí assim, isso tem a ver com o ser português e com a parte da profissão e tu ires buscar referências fora, e aí temos muito e isso influencia-nos muito. Nós temos muitos trabalhos em que primeiro, porque temos um levantamento de documentação e isso está no nosso projeto de arquivo (...) em que nós compilamos muita coisa que nos temos, e fizemos uma base de dados com esses documentos. Nós temos uma coleção de documentos que guardamos, temos reproduções de coisas que não podemos trazer, portanto, temos: fotografias, documentos e objetos e aí temos livros de autores desconhecidos que guardamos, anónimos (quer eles se vissem como profissionais quer não se vissem), e temos também design feito por pessoas que até é feito voluntariamente e vamos buscar referências a isso. Nós temos por exemplo aqui o “Playground”, que eu não sei se está aqui. Sabes qual é? “Playground” são cinco computadores no meio da relva. Pronto, isso é uma imagem que nós encontramos, nós não fizemos aquilo, não é “photoshopado”, aquilo é mesmo assim...

**Não foram vocês que mudaram aquilo?**

Não. Aquilo é em Portugal, por isso é que Portugal é fantástico. (risos) Aquilo foi no meio de “nenhures”, de repente paramos e vemos uns casinhotos meios abandonados... e ao lado estava um em que vivia uma família e o pai dos três miúdos tinha-lhes feito uma zona de recreio e essa zona, os miúdos estavam lá a brincar, era aquilo tal e qual, nós não movemos uma palha.

**Eu pensei que vocês tivessem feito uma instalação.**

Não. Aquilo estava lá assim e nós fomos falar com eles e tal, registamos o espaço e aquela imagem, para nós, é incrível. Eles não tinham água corrente em casa, eles não tinham energia e o pai faz aquilo para os miúdos brincarem. Aquilo é Portugal no seu melhor. (risos) E em Portugal tu encontras e há lugares assim, há mais que um. E nos visitamos esses sítios e, às vezes, vamos várias vezes, recorrentemente, ver como é que está. São as nossas deambulações por Portugal que alimentam muito a nossa prática. Isso tem a ver com mais um projeto pessoal que serve de apoio, mas há ocasiões em que, parte daquilo são conceitos, que vamos buscar e, às vezes, é tal e qual aquela imagem que fizemos e isso, as pessoas acharem sempre que é *fake* é que também depois leva àquele projeto nas letras na paisagem... Este é mesmo *fake*, o verdadeiro sabes onde é que ele está, não sabes? Não?

**Não.**

Eu explico-te. Está escondido na guarda do livro. Não tenho aqui o livro, mas eu posso-te depois mostrar. Aquilo no fundo, vai buscar uma definição que achamos muito bonita e que encontramos de um autor português sobre a palavra “amor”. Eu depois explico-te melhor esse projeto se quiseres. O nosso interesse por Portugal e por aquilo que é a cultura portuguesa acontece a esse nível, porque é algo que nós sempre encontramos, no fundo, na paisagem urbana e rural: coisas que nos interessam e que vamos fotografando, e isso é Portugal - porque está aqui e é feito aqui mesmo e isso tem esse lado. Agora, por acaso, em relação às características formais, e voltando um bocadinho a isso, a ideia de “desenrascar”, acho que é uma coisa que é um traço português que se nota também no nosso trabalho, porque o (...) baseia-se (e parte um bocado da Maria Keil) tem como referência o trabalho dela, mas tem também umas imagens de azulejos que nós fotografamos aqui na zona do Porto em que há aqueles remendos. Foi por aí que nós fomos. E esse lado, acho que se pode sentir um bocado no trabalho, pelo menos, eu olho para o nosso e vejo. É um lado um bocado cru que nós temos no nosso trabalho e eu acho que isso também é um traço um bocado português... Em França se fossemos para os estereótipos e tem aquele vídeo muito interessante, que temos o... Como é que chama? Ai, ele é super conhecido, o alemão que desenha fontes... O mais conhecido, que fez o livro que só os estudantes... De iniciar a tipografia...

### O Spiekermann?

O Spiekermann! Tem um vídeo, não sei se já o viste a falar de dois cavalos franceses...

### Sim.

Pronto, se formos um bocadinho por estes casos estereótipos, se calhar há alguma crueza, que tem a ver com isto e que tu vês nesta paisagem que, se calhar, sentes aqui. E eu acho que a arquitetura também é uma referência que devemos, pelo menos nós, pôr aqui no trabalho, porque nós temos trabalhado muito para arquitetos portugueses e entretanto fizemos um trabalho sobre o Távora, depois fizemos aquele cartaz, portanto acabamos por, não só na disciplina de design gráfico, mas também ir alargando um bocado mais a coisa. Há artistas portugueses e também há arquitetos portugueses. Há também essa alguma... Nós vivemos nestes espaços, nós vamos a Serralves, vamos à casa do Chá, vamos às piscinas de Leça, é impossível nós não sermos permeáveis, isso ia acabar por nos... É aqueles, o branco, acaba por estar aqui de alguma maneira, sente-se isso, acaba por se sentir isso. É alguma crueza... Mas depois não quer dizer que... O que eu acho é que, se calhar cada, um vai beber às coisas locais, coisas diferentes, percebes?

Há trabalhos de designers portugueses que se calhar têm outras características menos formais, que tu se calhar não ligas e dizes: "Ah, já não é". Mas se calhar vais encontrar outros indícios, talvez na metodologia ou outra coisa, que eles foram buscar determinadas características. Não vamos todos buscar à mesma coisa... Acho que há uma coisa também que tu notas e estou-me a lembrar agora ao falar: são as fontes. Nós usamos fontes do Feliciano também porque é lógico que ele sendo português e fazendo, e outros designers de tipos portugueses que sempre tivemos essa curiosidade de ver e isso também é uma coisa que vais ter, mas também vais ter alguma coisa de francês pelo meio, porque eu tenho essa ligação e temos uma relação... Aliás, o nosso logo, as duas letras, aquela La Metrô, ela foi oferecida pelo Dave Pollard e nós, primeiro trocamos trabalho e depois é que nos conhecemos e agora somos amigos, percebes?

É assim uma coisa... Mas porque fomos ao congresso TYPO em Lyon, porque havia um livrinho que dizia *Lettre française* e trazia os tipos de letra de designers franceses e nós paramos naquela e mandamos-lhe um e-mail a

perguntar por quanto é que ele vendia a fonte, porque nós gostávamos de usá-la. E ele perguntou para que é que era e nós dissemos: "Olha, é...". E ele: "Ah, se for para não sei quê, eu ofereço-vos." E deu-nos a fonte e então, por ter esse lado emocional também... Porque estas coisas também têm um lado emocional, mas isso é um traço português.

### Português?

Não será só português... Esta visão da relação humana com o cliente, esta coisa muito apaixonada e muito não sei quê, em França também existe. E aí França é sul. Em algumas coisas também é sul. Talvez não na forma de cumprimentar, é que há coisas que começam pela maneira de como tu te cumprimentas, lá em França é o... É o "passa bem", mas depois dás três beijinhos em alguns sítios, quando és amigo. Aqui dás beijinhos sempre e isto começa assim, a relação profissional, mas tu depois, tens sítios em que o trabalho é o trabalho e o resto é o resto. Tu vais fazer uma exposição ou vais dar uma... Eu estou contigo mas depois tu vais para o teu hotel porque eu vou ter com a minha família, há uma separação muito grande entre o que é que é o trabalho e o que é o privado.

Isso é cultural, mas tem a ver como a nossa forma de nos relacionarmos. Isso nota-se muito nos congressos: a maneira como as pessoas veem se tem uma relação mais... Se te aproximam, depois ficamos amigos...

Mas a abordagem às coisas... "Vamos tomar um café com ele porque ele é simpático e gostamos daquela pessoa". Não é tanto porque me interessa por isto e por aquilo, porque estou aqui em trabalho e o trabalho...

Nós guiamo-nos pelo humano. Eu acho que em Portugal o emocional nos negócios, as coisas são... Até com os fornecedores eu vejo isso e aí, às vezes, até com algum deles era melhor haver alguma... porque isso depois pode ser complicado em algumas situações. Mas estamos sempre a fugir um bocado... Mas acho que já te conseguí dizer umas quantas coisas de traços no nosso trabalho que via.

### Quais os designers portugueses mais marcantes? Quais serão os mais marcantes e porquê?

Ui... É muito complicado. E depois, marcantes em que circunstâncias, não é? Para não ser injusta... Eu acho que, independentemente do grau de "portugalidade" que eles tenham... Não tem a ver com isso...

Eu vou nomear, mas depois vou ter que acrescentar alguns

que me vou esquecer. E depois gostava de ver isto com o Artur, porque quero que ele também esteja de acordo. Quer dizer, eu até posso ir atrás e começo logo pelo João Machado, quer dizer, ele marcou o design português e... Mas houve tantos e eu tenho que os dizer todos, mas vou-me esquecer de alguns. O João Machado, eu acho que ele é importante para nós, porque naquela altura, ele tinha uma grande quantidade de trabalho exposta na cidade. Foi marcante a nível internacional porque sabemos que ele foi dos designers que conseguiu estar presente naquelas Bienais cartazes... Acho que ele está presente. Já não vou falar do Sebastião... Depois houve trabalhos marcantes, não tenho na memória. Queria estar a fazer isto por ordem cronológica para não me esquecer, e depois o Artur ajuda-me a rever isto. Eu até fiz um levantamento. Depois tens aquele trabalho todo que estava nos maços de tabaco, que é do Garcia, não é? Isso é tudo o que é marcante e que está muito presente no teu quotidiano, que acaba por fazer parte daquela imagética toda do que é o design gráfico que tu usas, como esse dos maços de tabaco e essas coisas que foram desenhadas do... Aquele que fazia aquelas coisas dos hotéis? Aquelas placas que estão na cidade... Acho que é suíço de origem.

#### É o Kradolfer?

O Kradolfer! São coisas que tu reencontras em fotografias que tu fizeste quando tinhas quinze anos e que não sabias quem é que tinha feito aquilo. Isso foram coisas que me marcaram porque fazem parte de referências que tu tens e depois vens a saber quem foi. O primeiro “logo” dos CTT... Tudo isso são coisas que marcaram e que são ícones para nós, são um conjunto de ideias. Agora, já vindo para cá, para os tempos de hoje. Pelo meio devo-me estar a esquecer de uns quantos, e eu diria sem dúvida que temos, e já falei dele no nível das fontes, o Feliciano, marcou-me imensamente. O que é que marcou mais? Havia o trabalho do João Nunes também. Há aquele cartaz dele com a fotografia do Pedro Lobo que é um coração da banheira. Acho que é, esse também foi um cartaz que marcou muito aqui na cidade. Quando ele apareceu foi assim um momento marcante.

Depois mais à frente temos, por ordem cronológica, vou saltar para a nossa geração. Estou aqui a deixar um poço de certeza. Há a revista “Capa”, que acho que marcou muito. Está-me a faltar, mas depois eu lembro-me. Depois temos o *Público* - o jornal. Temos o trabalho do Silva, que

é anterior a nós. Estou-me a esquecer. Pronto, acho que o nosso grupo e a nossa geração são: o António (...), os Barbara Says..., e o João Faria... Temos o Carlos Guerreiro (e eu acho que ele é capaz de ser um bocadinho antes de nós). Como é que eu tenho tão má memória? Quem é que me está a faltar da nossa geração que tenha marcado muito? Olha, vou ter que depois pedir ajuda ao Artur, ele completa. Estou a ter uma branca.

#### É a pressão de ter que dizer nomes. (risos)

Eu falei do Cayatte?

#### Sim, do Público.

De quem é que eu não falei? Estou a tentar fazer assim uma... Ah, o Andrew, quando ele aparece aqui e faz as coisas para o carro elétrico... Não, para o CPF Aí marca muito. Quem temos mais? Está-me a faltar muita coisa.

#### De forma sucinta, podes dizer como abordas o projeto de design gráfico em termos de definição de programa, método e forma de trabalhar? Ou seja, no fundo, qual a vossa metodologia?

Portanto como é que nós trabalhamos? Nós temos uma abordagem um bocadinho, no fundo, a palavra que sintetiza é o “diálogo”. Eu e o Artur nem sempre vamos juntos à reunião com o cliente, muitas vezes vai apenas um e depois o outro transmite. A partir do momento em que recebemos aquilo que o cliente pede, começa a haver um diálogo. Mas esse diálogo não é só com conversa, às vezes tem momentos em que não estamos a dialogar, tem momentos em que está um para um lado e outro para o outro e depois juntamo-nos e vamos falando. Constrói-se assim por “camadinhas”, vamos fazendo camadas de trocas e falamos e discutimos e voltamos... e a coisa vai crescendo assim. Nós chegamos mesmo a fazer uma coisa... e eu sei que é uma pergunta que as pessoas querem saber sempre, que é quem faz o quê, mas não é possível... Nós trocamos os ficheiros, o ficheiro nem sai do computador, nós simplesmente sentámo-nos e trocamos. É que o ficheiro nem anda de um lado para outro, nem sequer há essa coisa de depois tu veres quantas horas ficou no computador ou quantas modificações foram feitas e analisares... Não tens como, porque nós saltamos de lugar e depois regressamos aos nossos, porque não

vamos estar a instalar as fontes e então andamos assim. E depois há momentos que em passa para o outro e andamos sempre nisto. Isto é a forma de trabalhar. Como é que nós os dois trabalhamos? Discutimos e analisamos. Depois, obviamente, que quando começamos um projeto, interessa-nos sempre investigar bastante à volta dele, e é também, não apenas por acreditamos que é importante, mas também porque nos dá bastante prazer a parte experimental. A nossa pirâmide tem uma base muito grande, porque nós nos divertimos muito nesta fase e aquilo que nós exploramos aqui, na base da pirâmide, é tão interessante e tão importante para a prática, quer seja para responder a este projeto como para depois alimentar... Porque no fundo, os projetos são assim não é? Tu vais buscar aqui, depois vais buscar ali e vais buscar não ao projeto terminado mas também a tal base da pirâmide, aos “processozinhos” todos. Depois temos, obviamente, um outro tipo de momento (e estes momentos depois não são estanques, estão sempre a terem interações entre eles) que é o de olhar para outras coisas. E este olhar para outras coisas implica olhar muito para arte contemporânea e para o vernáculo, que é um dos nossos objetos... Olhar, às vezes, para outros processos e aí é mesmo ir buscar. Porque é que nós fazemos isso e em que momentos é que fazemos? Nós fazemos isso, às vezes para ilustrar coisas, por exemplo, se nós estamos a ter quatro ou cinco conceitos... No fundo tens o programa de desenho do cliente, em que te diz: “É preciso fazer isto ou aquilo” e pronto, vamos investigar e ler... Depois vamos interpretar isto, porque nós posicionamo-nos um bocadinho com intérpretes daqueles conteúdos e vamos interpretar aquilo que ele diz e vamos chegar... Dependendo do projeto, porque obviamente que os graus de presença nossa e de adição de um eventual conteúdo ou camada nossa, a coisa, depende do tipo de projeto em questão. Portanto, há limitações que determinados projetos fazem com que tu tenhas uma participação maior, em termos de autoria de conteúdos (porque pode existir isso) ou até de estrutura - muitas vezes nos acontece discutir com os autores sobre o índice, outras vezes percebemos que não há... Ele não quer isso e nem vamos ter hipótese, podemos tentar sondar, outras nem sequer achamos que isso é pertinente ou até porque não faz sentido, porque nem sempre faz. Às vezes faz, outras não faz. E portanto tem a ver com isso. E para não me perder, tem a ver com os primeiros, a interpretação. Depois, estes tais conceitos que nós achamos que serão importantes e que serão conceitos

ou abordagens que serão traduzidos numa abordagem gráfica. Quando estamos a falar nesta tentativa de traduzir conceitos, às vezes até pela negação, vamos buscar imagens de processos e de vernáculo para ilustrá-los: “Isto não, isto assim é muito frio, não será tanto por aí”. Ou vamos buscar, estás a ver? “Isto é que é interessante. Este conceito como está resolvido mas não nos interessa isto ou aquilo”. É no fundo, esta discussão ou começamos a gerar logo coisas e aí, usamos como recurso a fotografia como a tipografia, que é um elemento essencial e um momento muito grande, porque ao escolher e começar a tentar a perceber quais são os tipos de letra que vamos usar, já estamos, no fundo, a encontrar um contexto visual para a coisa e isso ajuda-nos a materializar e a perceber se é mais por aqui ou menos por ali. Depois, podemos não ter acertado exatamente no tipo de letra e depois vamos afincadamente fazer algo mais exaustivo, mas pelo menos pensamos: “Ok, vamos procurar uma egípcia e depois dentro das egípcias vamos procurar duas ou três, mas para já, não é bem isto”. E, se calhar, há de nós que vai procurar e o outro depois que discute. Não vamos os dois andar a procura, pronto. E depois voltamos a discutir e, no meio disto tudo, há sempre aquela coisa de analisar o processo e de perceber... porque às vezes tu ao analisares e discutires muito se está a correr bem ou não, também... Afastares-te, saíres fora, voltar a olhar, que é para virar a página, por as coisas na parede, distanciar... E às vezes há um que se distancia um dia e depois volta, e depois o outro é que se distancia que é para haver sempre uma certa frescura e poder...haver pensamento crítico... Crítico e discussão, até consenso. Quando há consenso, está feito e passamos para outra etapa de trabalho que é completamente diferente, que isto é tudo a ideia e a sua formalização. Depois passamos para as fases seguintes.

Para mim é a parte mais importante...É o fundamental, mas depois claro que existe toda a necessidade de apresentar ao cliente isto e portanto, fazemos aquilo que é necessário para explicar isto e apresentamos ao cliente, recebemos o *feedback*, reagimos a ele, aceitamos ou não, discutimos ou não, propomos outra coisa... Atenção que nós, às vezes, achamos que é necessário fazer um *contrabriefing* e portanto, do início, pelo que o cliente nos passa, nós por vezes propomos outra coisa e sabemos que podemos estar a perder aqui um tempo, que depois será necessário recuperar, mas que eu acho que foi essa vontade de arriscar com o cliente e de sempre que achamos necessário (também acho que somos pagos para isso)

propôr uma coisa que vá ao encontro. Interesses que tenham a ver com isso, tentamos também... Há uma coisa eu acho que caracteriza um bocado o trabalho: nós saímos bastante da nossa zona de conforto, de forma um pouco sistemática até, e estamos sempre a explorar outras coisas e interessam-nos muitas coisas diferentes e daí que tu tens ecrã, papel e betão. Não fazemos só livros, em termos de suportes, meios materiais e tal, porque interessa-nos isto e fazemos investigação e falamos com consultores porque, por exemplo, de betão à partida não percebia nada e agora já percebo alguma coisa. Mas, como é óbvio, eu se vou fazer trabalho, então vou investigar e vou descobrir coisas sobre este material, como é que se faz e cuidados a ter. Claro que depois, como eu estou a trabalhar em tipografia e, se calhar, a pessoa que me vai indicar será provavelmente um arquiteto ou um engenheiro, ele sobre isso (...) e temos de fazer testes e então vamos fazê-los e portanto isto é a parte fascinante e, no fundo, nós estamos sempre a aprender. É a parte maravilhosa desta disciplina.

**Da perspetiva de um designer português, da vossa perspetiva enquanto portugueses, o que é fazer parte da AGI?**

Nós nunca tínhamos ouvido falar da AGI até que fomos a um júri numa escola e vimos que havia algumas pessoas que falavam nisso e sabíamos que algumas pessoas que pertenciam. Foi a primeira vez que nos sondaram, porque para seres membro tens de ser convidado e não havia nenhum português que pertencesse à AGI na altura. Sondaram-nos: “Ah vocês deviam pertencer à AGI, não sei quê, não querem?”. Nós não fazíamos a mínima ideia do que era na altura e não reagimos muito, também já foi há muitos anos. Depois, mais tarde, houve uma outra pessoa que nos abordou e que nos disse: “Vocês têm que entrar, não sei quê...” e pronto, realmente viemos a saber que não havia nenhum membro português na AGI e dissemos: “Isto é genial. Para nós, é uma oportunidade, porque é uma maneira de por Portugal no mapa da AGI e no design internacional na perspetiva deste grupo”. Portanto, aquilo é um bocado para quem já tem carreira e tens que ser convidado por alguém, tu não te propões, é ao contrário, o teu trabalho tem de extravasar tanto o teu contexto nacional, para que as pessoas te convidem e digam: “Eu acho que tens que ser membro da AGI”, pronto. Agora na parte seguinte, o teu trabalho é posto perante um júri e podes ser recusado, que é parte mais complicada de lidar. (risos)

E então, nós preparamos as coisas: os slides, o curriculum, tudo e mandamos, e olha, também pior coisa que pode acontecer é um não, no fundo. E também nos disseram: “Têm a certeza que querem os dois? É mais difícil”. Ou era os dois ou não era, quer dizer, pronto. Então mandamos e entramos para a AGI. Assim foi e para nós foi muito importante, foi uma forma de... Nós já tínhamos o nosso trabalho conhecido a nível internacional, portanto não é que possa fazer grandes comparações entre os impactos que isso possa ter, mas eu acho que é muito bom para nós e para Portugal. Tivemos oportunidade também de apresentar o nosso trabalho em Chicago e isso sim foi incrível. Normalmente fazes lá conferências, mas tens alguns designers que estão a ver, mas a maior parte são recém licenciados... Mas não tens ali à tua frente de repente os teus heróis todos para te ver falar. Tens uma plateia cheia, porque quando falas num congresso da AGI as pessoas que te estão a ver, aquelas cento e tal pessoas são todas pessoas que... Não são os teus ídolos todos, mas está ali seguramente uma parte deles e que estão todos nos livros da escola, portanto para nós isso foi uma emoção muito grande e foi uma oportunidade. Aliás, mesmo quando pensamos enviar para o júri já era uma oportunidade de ver, que eu acho que é sempre interessante. Tu às vezes estás na tua prática, fechado a fazer o teu trabalho, tens o *feedback* dos teus clientes, pronto, agora tens formas de, online, perceber se as pessoas gostam ou não gostam. Mas antigamente não tinhas isso e portanto, isso foi sempre o que nos levou um bocado a ver: “Olha, vamos ver o quê que acham, qual é a reação”. Às vezes há frases sobre o teu trabalho, há comentários que são um olhar de alguém que está noutra país que não te conhece de parte nenhuma, não sabe quem tu és, nunca te viu, não andou contigo na escola, não quer saber de nada, só quer saber do teu trabalho e diz qualquer coisa. Isso para nós era uma perspetiva interessante e portanto, foi sempre com este espírito... Quando fomos lá, tivemos a receção, depois da conferência e foi muito bom e importante para nós fazer parte...

**Foi em Chicago que vocês se tornaram membros então?**

Não, foi um ano antes. Tu és tornando membro no Congresso anterior, em que tu não podes ir porque não és membro. Eles juntam tudo, fazem o júri e é uma comissão que analisa o trabalho e o curriculum.

### **Então todos os congressos têm nomeações de novos membros?**

Sim, penso que todos os congressos têm nomeações de novos membros. Poderá ter havido na história algum Congresso sem nomeações, mas à partida há esta ideia, mas será muito no passado também, isso tiver acontecido. E portanto, depois da nomeação, fomos apresentar em Chicago. Acho que é muito bom, porque também te permite aproximar de algumas pessoas que admiras o trabalho, trocar ideias... Também é importante, porque o teu país passa a existir nesse mapa e permite abrir portas - porque tu não abres só a tua porta para ti, abres a porta, como é lógico, para todos os outros, percebes? E a seguir já havia a AGI em Portugal e já podemos, nós portugueses, começar a ter novos membros que são propostos. Claro que quando tu abordas uma pessoa, ela tem de pensar se quer ser membro ou não, porque também é uma decisão, tu só vale a pena seres membro da AGI se estiveres disponível e vontade de ir aos congressos, porque senão qual é o interesse em seres membro?

E nem toda a gente, por exemplo, tem essa disponibilidade e portanto, as pessoas têm de ponderar e quando são convidadas fazem a ponderação: tem-se uma conversa, fala-se, etc. E depois temos esses encontros anuais que são importantes, e agora já há mais membros que se encontram, nós o grupo português dos membros, neste momento sou presidente eu... (risos) E encontramos-nos, fizemos um retiro em agosto, (ou foi em julho ou agosto, foi no verão). Foi bastante interessante porque que discutimos coisas e eu acho que é importante. A AGI que nós organizamos aqui em Portugal foi um desafio que nos foi lançado e foi um desafio muito grande. Ocupou-nos muito da nossa vida e foi a primeira vez que houve um modelo assim AGI no Porto: fomos nós que propusemos, também a Paula Scher tinha assumido a direção e ela queria fazer um bocadinho diferente. E quisemos dar uma amplitude maior e abrir mais, e, portanto, o Congresso para estudantes - que antigamente era numa escola muito circunscrito, o professor que dava aulas lá arranjava um auditório e fazia assim uma coisa pequenina - de repente passa a ser uma coisa aberta a toda a gente. Achamos que, de repente: "Porquê é que só viriam os estudantes e porquê é que não viriam todos?" Fizemos uma publicação e uma exposição e quisemos também encontrar um momento em que os membros se pudessem encontrar com público em geral. A inauguração da exposição foi no Palacete Pinto

Leite, em que os dois grupos se podiam juntar e pronto, foi difícil, mas foi importante.

Acho que valeu a pena e foi um contributo que demos. Também conseguimos num dia trazer... Porque é uma oportunidade também para os países, porque repara, nós por um preço que foi muito baixo e fizemos questão que o fosse, (porque se comparares os preços com Barcelona foram muito diferentes)... Fizemos um preço muito acessível para os estudantes e conseguimos trazer onze pessoas que, para trazer noutras circunstâncias... Porque também é isso seres membro da AGI: é também estares disponível para ires a outro país, pagando alguns custos tu próprio.

Podermos fazer isso para os portugueses, para nós, foi uma oportunidade, percebes? Pronto, e foi uma maneira de conhecer o país. A seguir a isso tivemos imensa... Até para o turismo, para muita coisa e isto tem repercussões e põe Portugal no mapa e abre portas a muitas outras coisas. Depois se as pessoas quiserem desenvolver e (...), nós podemos lançar coisas, mas não podemos fazer tudo, como é óbvio. Cada um tem de fazer um bocadinho.

O nosso papel é, sempre que houver oportunidade, obviamente, que estaremos aqui para isso, para fazer este tipo de coisas.

### **Achas que ser membro da AGI está a tornar o design português mais global ou se está a demarcar-se da globalização, marcando a diferença com o design português?**

Estamos-nos a pôr no mapa e agora em qualquer evento da AGI tens sempre uns oradores portugueses a falar, quer dizer, isto é mesmo pôr Portugal no mapa. Eles vieram todos cá, isso foi a primeira coisa, que foi fantástico e apresentares a cultura portuguesa, que o fizemos enquanto eles estiveram cá. Claro que a exposição tinha que ser com membros da AGI, porque a ideia é essa, mas houve esta inauguração e houve as conferências e houve um *workshop* que nos fizemos e que, depois eles não replicaram, mas que foi também uma oportunidade. O *workshop* até foi mais dirigido, (tínhamos esse enfoque), para as pessoas que estivessem no final do curso, nos mestrados e nos doutoramentos ou na prática, porque achávamos que era uma maneira de pôr diretamente em contacto, pessoas que já tinham trabalho com pessoas que estavam a ser líderes de (...), os (...), com os que estiveram aí e isso era uma outra oportunidade que dávamos. Qualquer pessoa se podia inscrever. Por questões de limitação de

espaço, teve que ser um bilhete mais caro, mas, qualquer pessoa que quisesse mostrar o seu trabalho a alguém que é crítica e está muito próximo de alguém que está noutra país e contexto, conseguiu ter esse acesso. Foi aí que conseguimos estabelecer pontos de encontro para abrir e para mostrar e para as pessoas participarem e poderem perceber esta... A festa foi de arromba. Aliás, eles não se esquecem disso, eles foram todos de camioneta para Matosinhos comer sardinhas. E depois tivemos duas festas, porque nós fizemos uma festa suplementar. No fundo, tu tens primeiro o Congresso, em termos temporais, depois é o AGI Open. Cada um pode organizar como entender, mas isto permitiu que estivessem cá todos os membros para a inauguração, porque para o AGI Open só vêm os que falam, para o Congresso vêm todos. Portanto, todos eles estão cá e conseguimos um momento na exposição que fizemos a inauguração. Pronto, primeiro um *preview* só para os membros mas depois abrimos as portas completamente e as pessoas tinham que ir (...) para (...) podia estar aqui toda a gente e tinha uma festa que acabou... Quando acabou... (risos) Por acaso não foi assim “híper tarde”, porque tínhamos limitações, mas para eles aquilo foi... E fizemos outra festa que foi fantástica, estavam todos os nossos estudantes, colaboradores, toda a gente ali a falar com os membros, a beber vinho e aquilo foi... Tu vês designers estudantes que estiveram... Nós sabemos dos nossos, porque eles nos vieram contar que estiveram a falar com a (...), estiveram a falar com várias pessoas sobre... Criaram-se laços, foi mesmo interessante ver isso. E depois, conseguimos que a exposição fosse a Coimbra e a Lisboa e, por incrível que pareça (em Lisboa ela ficou até para a Experimental), soubemos que teve imenso público fora da área do design, que eram muitos médicos que foram ver a exposição, porque eles tinham de mapear o processo deles. Houve imensos... Não sei porque foram todos e ainda quiseram pôr a exposição lá (...) ...

**Achas que a questão de vocês fazerem parte da AGI vos permite internacionalizar mais? Ou seja, isso tem algum impacto no vosso trabalho? Ou nos clientes?**

Bem... Sabes que os clientes, quer dizer, isto na AGI é entre pares e não tão virado para os clientes. Eu sei que há alguns países em que a AGI é tão conhecida, que extravasa o mundo do design, mas aquilo à partida é entre os pares e para os pares, mas nós não temos essa noção do ponto de vista prático.

E depois há uma coisa: a nossa internacionalização começa antes da AGI e portanto não conseguimos dizer que é a mesma coisa.

Nós regularmente vamos dar conferências e *workshops* fora e estamos presentes em Bienais e fomos premiados muito antes da AGI. Portanto a AGI não é um marco para nós, até porque a AGI é suposto já teres alguma consagração e agora, hoje em dia, com a internet não há... Qualquer pessoa acede ao teu trabalho. Para tu seres conhecido fora de portas, antigamente era diferente do que é agora. Agora todos nós estamos fora de portas e temos um site aberto, a partir daí... Depois há pessoas que estão no Behance e todas estas plataformas que permitem outras coisas. As realidades estão sempre a mudar por causa destes desenvolvimentos.

**E, para fecharmos, quais são os vossos trabalhos representativos da forma que vocês criam e pensam?**

(...), *I Love Távora*, *Seis igual a Zero*, talvez, não sei... *Estes percursos inacabados*, *Letras na Paisagem*, *A Casa do Conto*, a exposição do Souto Moura e *As Ermidas*. Pronto, depois pode haver mais cartaz ou menos cartaz... Depois depende de qual é o critério, mais representativos, mais conhecidos e os que marcam pontos chave foram estes. Agora temos uns mais recentes que são: o *Life Of Man* e o *CCC*.

---

## Síntese

A entrevista aos R2, decorreu no estúdio dos entrevistados contando, maioritariamente, só com a presença de Lizá Ramalho, uma vez que Artur Rebelo, por questões profissionais imprevistas, não pode estar presente como combinado. Contudo, Ramalho assegurou que pelo conhecimento que tem das ideias de Rebelo, o conteúdo das as respostas que deu seriam partilhadas por ele em termos de conteúdo. O guião das entrevistas foi enviado previamente por email.

Quanto à *tecnologia*, Ramalho refere que esta tem um papel importante no desenvolvimento formal e também conceptual do design gráfico, não só português, mas também internacional, “em Portugal e no Mundo. Acho que a tecnologia sempre esteve completamente ligada à forma de trabalhar” (R2, 2014). Refere que, pelo facto do computador pessoal ter aparecido, tipograficamente foram potenciados um cem número de opções que antes não existiam, bem como incitou ao aparecimento de novos paradigmas como o caso das identidades visuais que atualmente, em comparação com épocas anteriores, se tornam mais dinâmicas, “agora convém pensar como é que ele vai ter movimento, pensar se ele pode ser reativo... É uma coisa que tu antes não pensavas, porque os meios em que os aplicavas não eram necessários” (R2, 2014).

Sobre o *estado do design*, Ramalho refere que a questão da contextualização, que apesar dessa peculiaridade de cada região, não remete o designer para um trabalho

apenas local. O design é cada vez mais visto com uma perspectiva universal “ele é pensado e feito para atender ao mundo globalizado” (R2, 2014), ou seja, considera que o design português não existe, é global, apesar das suas especificidades, resultantes do seu contexto, uma vez que estes condicionam a maneira de fazer e pensar o design gráfico. Achando assim que não considera possível fazer-se “*tábua rasa* do contexto em que trabalham, das influências, etc” (R2, 2014). No que refere à *AGI*, considera que a entrada para esta associação permitiu colocar Portugal no mapa do design gráfico internacional. “Isto é genial. Para nós, é uma oportunidade, porque é uma maneira de pôr Portugal no mapa da AGI e no design internacional na perspectiva deste grupo” (R2, 2014). Sobre o *processo criativo*, Ramalho afiança que a palavra que descreve melhor o trabalho entre ela e Rebelo, é o *diálogo*. Um diálogo em vários níveis, desde a conversa sobre o trabalho, até à partilha de ficheiros de trabalho onde mexem livremente no trabalho um do outro até chegarem à resposta que entendem ideal para um determinado problema. É este diálogo que permite “haver sempre uma certa frescura e poder... crítico e discussão até consenso” (R2, 2014). Ramalho refere ainda a importância da relação com o cliente como a vontade contínua de passar o seu trabalho para fora de zonas de conforto, “estamos sempre a explorar outras coisas e interessam-nos muitas coisas diferentes e daí que tu tens ecrã, papel e betão.” (R2, 2014).

---



## Anexo 23

### Entrevista com Pedro Falcão

**Entevistado:** Pedro Falcão

**Entevistador:** João Tiago Santos

13 fev 2014

**Duração:** 34m

#### Qual é o teu percurso académico?

Olha, eu não tenho nenhum curso. Eu entrei em Tomar em 1992, na Escola Superior de Tomar. Tinha-me candidatado a Lisboa às Artes Plásticas, mas não consegui e a segunda posição era Tomar e fui lá parar, ao curso de Design. Não me lembro bem como é que se chamava o curso. Estive lá cerca de... Não estive um ano sequer. Isto foi em 1992. Entretanto, eu na altura, tinha duas bandas de rock, que era uma coisa muito entusiasmante na altura. Numa delas fazia parte o João Paulo Feliciano e a outra fazia parte o Mário Feliciano, que é um designer tipográfico. Nessa altura quando fui parar a Tomar, senti-me um bocadinho deslocado e longe, portanto não tinha tanto acesso àquele meu projeto principal que eram as bandas, se bem que obviamente, estava a entrar na universidade e era bastante importante. Eu, na altura, estava mais direcionado para as artes plásticas. Portanto, a mim interessava-me muito a pintura nessa altura, se bem que já tinha uma cultura visual enriquecida: tinha acesso a boas revistas de arte e de design. O facto das bandas e da cultura rock também traziam muito do grafismo, etc... Ao estar em Tomar, estava um bocado deslocado e o curso era um bocado mais complexo do que isso: tinha uma cadeira que era Matemática, e eu tinha deixado a Matemática creio eu no décimo primeiro ano (porque entretanto tinha escolhido Geometria Descritiva) e aquilo era matemática a seguir ao décimo segundo ano e ficava completamente perdido. Para além de ter Física também, creio eu... Por um lado, sentia-me um bocado deslocado em termos de distância, por outro também me sentia deslocado nas disciplinas que tinha pela frente, que eram difíceis, tanto a de Matemática como a de Física. Mas, por outro lado, tinha um lado muito cativante, que era a disciplina de Fotografia e as

próprias disciplinas oficinais: serigrafia, tipografia ainda com materiais de chumbo, *offset*... Estava ali num *mixed feelings* entre o querer vir embora e o querer ficar. A minha opção, nessa altura, foi pedir transferência para as Caldas da Rainha, que é a minha cidade natal, e estava mais perto de Lisboa. A transferência só se podia proceder no ano seguinte, mas foi-me concedida. Entretanto deixei-me ficar durante mais alguns meses e depois cheguei só a ir para frequentar o curso de Fotografia. O curso, quer dizer... Não era o curso, era a disciplina que existia nesse ano e eu fui lá, porque de facto eles tinham umas condições extraordinárias: tinham imensos ampliadores, tinham papel... Fui o meu contacto com a Fotografia - o meu percurso depois também tem um período de fotografia. Nessa altura, a transferência para as Caldas da Rainha, para Artes Plásticas precisamente, onde estive três anos. No terceiro ano, o Mário Feliciano que já era designer tipográfico... Ele tirou o curso no IADE, já não me recordo se foi em 1995 (falha de gravação) convidado que era a "Surf Portugal", uma revista de surf. Também é um desporto que eu pratico e na altura praticava. Ou seja, vi-me entretanto com um convite de trabalho antes de ter terminado o curso. Ora bem, estava num curso de Artes Plásticas e era um bacharel, portanto, na altura ainda não havia esta equivalência dos cursos de cinco anos que equivalem hoje em dia a um mestrado, não é? Já não é uma licenciatura, não é? E fiquei um bocado encostado à parede de certa forma, entre o começar a trabalhar imediatamente sem curso ou continuar o curso e provavelmente não vir a ter trabalho, porque as Artes Plásticas não são um propriamente emprego. E decidi vir para Lisboa ter com o Mário Feliciano para fazer uma revista. Era um projeto que me interessava - eu tinha imensa curiosidade em saber como é que se fazia uma revista, ou qualquer coisa

que fosse gráfica, mas sobretudo uma revista - que era um desafio grande. E entretanto vim parar à empresa do Mário, que na altura se chamava Secretonix isto em 1995... E por lá fiquei até ao final 2005, portanto foram dez anos. Portanto, eu não tenho propriamente um curso, não tirei nenhum curso académico apesar do contacto com a universidade (...) como a ESAD das Caldas da Rainha, no curso de Artes Plásticas.

#### **Tiveste outro tipo de influências enquanto designer?**

As influências estão muito anexadas ao rock e à cultura do surf, aquelas culturas mais marginais. Lembro-me que na altura, para mim o design era mais influente, que é um designer completamente inimitável, é o David Carson. Ele próprio também surfista e ligado à música, portanto era uma coisa que para nós, tanto para mim como para o Mário Feliciano.

A minha geração de designers sentia-se bastante fascinada. Claro que é uma influência que tu não podes repetir, digamos assim. O design do David Carson é muito específico, qualquer semelhança era uma cópia ou uma... Era óbvio portanto. Penso que o que esteve mais perto tenha sido o Sebastião Rodrigues. Efetivamente, ele usava muitos elementos da nossa cultura portuguesa, num período bastante rico e bastante difícil em termos de produção e de técnica e, de facto, ele aproximava-se muito da cultura portuguesa e talvez a identidade mais nacional que nós temos, em design, é o Sebastião Rodrigues. Mas acho que efetivamente, nós como designers provavelmente andamos à procura da nossa identidade, mas talvez essa identidade não seja tanto as nossas raízes, mas mais a nossa identidade pessoal no meio do design que é global. Não sei se me faço entender...

#### **E achas que a tecnologia e o software estão a influenciar a forma de fazer e pensar o design gráfico em Portugal?**

Eu acho que não. Eu acho que o que está associado às novas tecnologias é o objeto final ou o produto final dessas aplicações. Mas eu acho que isso não influencia o designer. Portanto, eu se me recordar dos designers precisamente como o Sebastião Rodrigues, a grande diferença que existia entre eles e entre nós hoje em dia, acho que era o tempo: ou seja, nós conseguimos fazer mais rapidamente aquilo que eles tentavam fazer na altura. Por um lado, o facto de ele ter mais tempo ou de levar mais

tempo a fazer o seu trabalho provavelmente faria com que fizesse menos, mas seria mais sólido eventualmente, porque provavelmente teria mais tempo para pensar nele. O meu problema hoje em dia é, à velocidade em que as coisas andam, sinto-me um bocado oprimido pela falta de tempo e, geralmente as soluções gráficas, sofrem com isso. Não me parece que se faça melhor design por nós termos ferramentas mais sofisticadas. Eu acho que nós fazemos muito melhor design se pensarmos melhor e se desenvolvermos um trabalho de investigação, ou seja, se tivermos mais tempo acho que conseguimos fazer melhor trabalho. Agora, eu acho que as novas tecnologias só nos facilitam em termos de velocidade. Obviamente no produto final, quer dizer, agora desenhar com iPad, fazer uma aplicação, claro que isso tem uma funcionalidade diferente. Desenhar para a web também. Surgem novos suportes e novas formas de mostrar o trabalho, mas isso é inerente dos avanços tecnológicos. Eu acho que não somos melhores designers agora do que quaisquer outros há 100 anos.

#### **Achas que se pode afirmar que existe design português? E como é que o entendes?**

Estás a falar em design em termos gerais?

#### **Design gráfico, design de comunicação...**

Eu acho que essa tem a ver com a pergunta anterior. Eu acho que não existe efetivamente um design português. Acho que temos bons designers que podem ser bons tanto aqui como lá fora. É um bocado como a arquitetura, quer dizer, não me parece que a arquitetura do Siza seja portuguesa. Eu acho que é muito boa. Ou a do Eduardo Souto Moura. Agora, se nós olharmos para a nossa arquitetura da altura do Estado Novo, essa efetivamente é uma arquitetura tipicamente portuguesa. Ou seja, a partir do momento em que as fronteiras se abrem, nós deixamos de ser nós próprios, começamos a misturar-nos com os outros e isso agora neste momento não parece que exista design português. Existe design português porque ele é feito em Portugal, mas não se identifica com a cultura portuguesa, acho eu.

#### **E achas que a tua forma de fazer e conceber design, está enquadrada nesta maneira de tu entenderes o design de comunicação português?**

Prende-se com a mesma questão: eu não me sinto... Eu sou um designer português e trabalho em Portugal, mas não sinto que o meu design seja português. Eu acho que o meu design até pode ter mais expressão no norte da Europa do que propriamente no sul. Por exemplo, eu acho que o meu design se identifica menos... Ou o meu design não interessa por exemplo tanto ao David Carson como interessa provavelmente a um (...), ou seja, eu identifico-me mais com o norte da Europa e com o estilo internacional, do que propriamente com um design mais emotivo, como é o caso do David Carson. Portanto, nessa perspetiva, tem a ver mais com a minha personalidade como designer não tanto com o facto de ser designer português...

Eu acho que as pessoas provavelmente, algumas delas, já conseguem olhar para um trabalho meu e dizer assim: “Bom, isto provavelmente será do Pedro Falcão porque tem estas características”, mas é porque eu criei esses meus mecanismos a desenhar e eu tenho já esses vícios a desenhar e as pessoas conseguem identificá-los como sendo meus, não tanto como sendo um designer português.

Porque se eu mostrar este design lá fora, eles não o identificam como Portugal, identificam-no como, eventualmente, um trabalho bem feito em termos de design.

**Alguma vez citaste algum designer nos teus trabalhos no que diz respeito à forma, ao pensamento, à metodologia?**

Sim, o David Carson por exemplo, em alturas mais distantes, mas o Paul (...) por exemplo. O Paul (...) interessa-me bastante. O Paul como designer, pensador, é muito prático, muito objetivo e muito rico também. Acho que é um bom exemplo. Não estou agora assim a recordar-me de mais nenhum mas tenho imensos designers, sei lá, Richard (...), sei lá, o (...), o Emil Ruder, (...), o George (...)... Josef Müller Brockmann, que é um designer que eu gosto imenso também. Portanto, são tudo designers que eventualmente citaria em trabalhos, com certeza.

**E portugueses, já citaste algum?**

Entrevistador: Bom, talvez os designers que eu me identifico mais em Portugal sejam os R2, que é a Lizá e o Artur Rebelo. Também gosto bastante do trabalho do Jorge Silva, se bem que numa perspetiva diferente, o Barbara Says... com o António Silveira Gomes, o Marco Balesteros...

**Mas estás a falar-me de designers marcantes em Portugal, certo?**

Sim.

**A minha pergunta era no sentido de já teres citado alguma vez um designer português no teu trabalho.**

Português não.

Refiro-me a designer relevantes em Portugal, quer dizer, pelo menos com carreiras promissoras. Marcantes, o Jorge Silva, sem dúvidas e os R2. Os outros, acho que ainda é preciso um bocadinho para perceber... Até porque em termos de estilo eles estão ali um bocadinho circunscritos: não sei como é que eles se vão desenvolver em termos de linguagem, para onde é que eles se vão dirigir, se aquele tipo de linguagem tem resistência ou não, portanto, acho que é preciso esperar um bocadinho mais... É preciso tempo para perceber. Mas de qualquer forma são coisas que me despertam interesse e acho que são interessantes.

**Queres acrescentar mais alguém?**

Eu assim de repente... Quer dizer, designers gráficos sim. Estou-me a lembrar do Mário Feliciano que também era bom designer mas ele abandonou o design gráfico e dedicou-se exclusivamente ao *type design*. Quer dizer, provavelmente não estou a ser justo, agora não me estou a lembrar de mais nenhum. Com certeza que há mais, quer dizer... Não me estou a lembrar dos mais velhos. Sebastião Rodrigues é incontornável, não é? Este talvez seja, para mim, o mais importante, o que tem o trabalho mais português, de certa forma, e mais importante em termos de design. Quer dizer, depende dos outros todos, temos o Vítor Palla que fazia capas... Temos, sei lá. Eu nem sequer me estou a recordar desses nomes. Agora, neste momento, são os que me suscitam mais interesse. Claro que em termos de investigação há muita coisa para fazer. O próprio Jorge Silva está a fazer esta coleção da qual eu faço parte também, tem aqueles livrinhos. E ele próprio está-me a dar a conhecer coisas que eu não conhecia, como o Fred Kradolfer, acho que é assim que se diz. É um trabalho extraordinário. Eu conhecia coisas que não sabia que eram dele sequer. Eu próprio não os identificava, portanto, nesse aspeto o Jorge Silva está a fazer um trabalho incrível. E bastante importante para a nossa cultura de design.

**De forma sucinta, podes me descrever a forma como abordas um projeto de design gráfico em termos de definição de programa, método, formas de trabalhar, ou seja, perceber um pouco como trabalhas.**

Bom, eu tenho-me especializado estes últimos anos a fazer livros. O processo de trabalho de um livro é muito específico. É um método que provavelmente coincide com a maioria dos outros trabalhos, no início, não é? E depois em termos de desenvolvimento, eu diria que a parte mais importante será a estrutura do livro, que é quase como se fosse a montagem de um filme. Portanto, começa normalmente, pelo contacto com o cliente ou com um convite, geralmente as coisas surgem por convite. Felizmente, a maioria das pessoas que vêm ter comigo já sabem mais ou menos que tipo de trabalho é que eu faço. De certa forma, facilita. Também te posso dizer que tenho evitado trabalhar ou fazer projetos que eu sinta que não possa atingir aquilo que eu acho que deva atingir como designer gráfico, às vezes sinto que há clientes que vêm à procura de coisas que eu não lhes posso dar e eu, em vez de tentar fazer com que isso coincida, tento-me desviar precisamente, porque sinto que não tenho... Não é uma questão de capacidade, mas sinto que não vou concretizar, ou não me sinto tão bem a fazer esse tipo de trabalho. Mas portanto, partindo do princípio em que sou convidado para um projeto é tentar analisar, perceber qual é que é o tipo de problema, mesmo em termos de livro, porque nós temos vários tipos de livro com os quais podemos resolver o problema em si. A partir do momento em que está identificado o género de publicação que queremos fazer, faço sempre uma pequena pesquisa, se bem que a maioria dos trabalhos feitos já estão mais... Em termos de objeto final, as minhas pesquisas estão praticamente feitas, ou seja, eu consumo também muitos livros que falam sobre livros, sobre designers, é daí que eu me alimento efetivamente. Passados estes quase 20 anos, já resolvi mais ou menos a maioria dos problemas em termos de livros, portanto, depois é uma questão de perceber onde é que eu encaixo aquilo que eu sei melhor para desenvolver. A partir do momento que sei aquilo que vou fazer, ou pelo menos, que proposta é que vou apresentar, depois há um trabalho mais de coordenação editorial: é preciso ir falar com a pessoa que realmente coordena o livro para ver como é que as coisas funcionam e a partir daí começo a apresentar uma estrutura e geralmente, eu tento desestruturar os livros de forma a criar uma estrutura que não seja típica -

mas obviamente isso também depende do cliente, porque há clientes que trazem já ideias muito concretas - e a partir desse momento em que encontramos a estrutura efetiva é uma questão de paginar e de construir o livro na sua essência. Depois a parte que também me interessa muito e a qual eu não posso descurar é a parte de produção, que é também parte fundamental para o meu trabalho. Ou seja, eu não sou aquele designer... Eu sou um designer que faço praticamente tudo. Eu desde a relação que tenho com o cliente até ao livro que sai da gráfica, sou eu que trato de tudo. Ou seja, as pessoas também percebem que a minha envolvimento no processo **é a cem** por cento. Portanto, a parte de produção é fundamental. Eu ter um livro que está mal impresso ou que está mal acabado, para mim, metade do projeto é deitado fora, ou seja, esse trabalho não funciona e não resulta como objeto final. É fundamental que ele seja bem impresso e bem acabado e, como te disse, eu desde a primeira reunião até ao fim, só fico mesmo descansado quando o livro é entregue impresso e está bem impresso. Portanto, isso faz parte do meu processo de trabalho. De qualquer forma, é um processo normal. Não há aqui nenhum truque nem nenhuma magia no que toca a... criação, não é? Portanto, eu já tenho desenvolvido o meu próprio estilo e ao início é intuitivo e depois ele vai-se sedimentando e vou percebendo melhor e porquê. Muitos sucintamente também, o meu trabalho sobrevive muito da tipografia, portanto, da escolha acertada do tipo de letra que é legível e que entra no livro para responder a um tipo de especificidades, seja para ler longamente ou para ler em espaços mais curtos. Todas essas conjugações é que fazem com que o meu trabalho funcione. Também tenho uma característica que é uma certa invisibilidade, ou seja, o facto de eu trabalhar muito com artistas e os artistas são pessoas criativas, geralmente trazem muitas ideias e o próprio trabalho fala muito por si. Eu acho que o meu trabalho funciona mesmo bem quando ele se torna invisível, ou seja, quando as pessoas olham para um livro e veem o trabalho do artista e não o trabalho do designer. Eu acho que quando se vê o trabalho do designer é porque ele está um bocado acima do que o que se pretende. Portanto, nesse aspeto isso também cria um bocado o meu estilo, ou seja, o facto de eu ter esse registo acaba por, de certa forma, na maioria dos grandes casos de problemas que eu tenho de resolver, eu tenho (...), ou seja há logo uma parte que tem a ver com essa invisibilidade como designer, que resolve logo parte do problema: ou seja, sendo artistas acaba por ser... Artistas e instituições ou

mesmo arquitetos, ou seja, o design de um livro para mim, tem de ter esse nível certo de invisibilidade, que é para o trabalho poder respirar e poder sobressair. Uma pessoa que não perceba de design gráfico tem que olhar para o livro e não perceber que há ali coisas que estão a mais, que estão a sobressair. Claro que o design está lá... Um designer quando olha percebe que ele está lá. Mas para as pessoas que não percebem de design é bom que não se veja, percebes? Isso é transversal no meu método.

**Pedro, para fechar, uma vez que já respondeste a última pergunta, mas fazemos outra pergunta aqui. Quais são os teus trabalhos mais representativos da forma como tu pensas e como tu crias?**

Olha, fiz agora um livro recente que é bastante representativo. Portanto, um bocado mais do que costume fazer, foi um trabalho que fiz agora para o Julião Sarmento, que se chama "Índex". Eu já fiz alguns livros com o Julião, por acaso este é um problema comum agora a vários artistas. Repara, a maioria dos artistas tem livros, não é? Fazem uma exposição aqui, depois fazem uma exposição acolá, ou seja, fazem monografias, fazem livros antológicos, fazem livros que têm a ver com exposições, etc. Portanto, acaba por acontecer, a artistas que já têm uma carreira consolidada, terem dezenas e dezenas de livros. Quando vão fazer uma exposição pode ter eventualmente mais um conjunto de obras, mas vão ter de colocar as obras dos anos anteriores, obras essas que já estão em mais uma carrada de livros, portanto, que livro fazer para uma pessoa que já tem dezenas de livros sobre o seu trabalho? Como é nós vamos resolver esse problema? E curiosamente, depois de algumas conversas com o Julião e depois de alguns livros que fizemos, ele deu-me completamente carta branca porque repara numa coisa, a maioria dos clientes quando vem ter com o designer pede-lhe para resolver um problema, mas é um problema que já vem meio resolvido, ou seja, a maioria deles já sabe o que é que quer.

Exatamente. Já sabe que livros quer, que imagens é que vai lá por, como é que aquilo funciona, como é que o livro se abre, o quê que está na capa, portanto a maior parte do problema já vem resolvido. E isso é logo um constrangimento para o designer. Constrangimento na medida que o designer pode dar input a esse livro de forma a que ele seja diferente. Então o Julião, a determinada altura, veio ter comigo e disse: "Olha, tenho

aqui este livro para fazer e quero que sejas tu a fazer, quero que sejas tu a escolher, faz o que entenderes". E esse trabalho, por acaso é representativo, na medida em que me deu oportunidade de me manifestar como designer, mas entrando no lado editorial, ou seja, na conceção, onde eu participo também. Quer dizer, neste livro eu participo a cem por cento, mas na maioria dos casos, tenho participado em alguns. Se for chamado a desenhar um livro - ou seja, editorialmente - escolho também perceber como é que uma estrutura pode funcionar, adicionando ou subtraindo coisas que não foram escolhidas, etc. Ou seja, formas de potenciar o resultado final desse livro. E neste caso, o Julião a dar-me essa carta-branca, eu "desbunde" completamente o livro, ou seja, eu agarrei no trabalho dele e desmontei-o. Desde fotografias que transformei, imprimi com cores diferentes, sobrepos... Ou seja, foi um bocado como se fosse um DJ e o trabalho do Julião fosse som... Imagina que a obra do Julião era som e esse é mostrado ao público de determina maneira e eu agarrei nesse som dele todo e "remisturei-o". Ou seja, misturei um som que geralmente funcionava sozinho e misturei-o com outro que funcionava com outras coisas, criando uma nova... Não é uma nova linguagem, mas criando um novo som através do som do Julião Sarmento. E isso, de facto, foi muito gratificante porque o resultado foi espetacular. As pessoas ficaram extraordinariamente satisfeitas com o livro, incluindo o próprio artista, que ficou com um livro que não tinha, a partir de obras que estão nos outros livros todos. Isso, de facto, nesse aspeto é um trabalho que, neste momento, me deu mais gozo fazer, precisamente onde eu tive essa liberdade. Isso também tem a ver com o facto de eu ter atingido uma certa maturidade, porque isso não era possível acontecer há vinte anos. Há vinte não, há vinte foi quando eu comecei, mas há dez anos não era possível... Isso também vem de uma necessidade da maioria dos artistas agora que têm carreiras consolidadas, ter este problema que é: "Que livro fazer depois de eu já ter dez, quinze ou vinte livros sobre o meu trabalho?"...

**Tens mais algum trabalho que seja assim representativo?**

Bom, eu gosto muito de coleções. Gosto muito de agarrar numa espécie de uma matriz e utilizá-la, não até à exaustão, mas em que ela tenha pequenas modificações, ou seja, perceber qual é que é a resistência dessa matriz. E nessa perspetiva eu gosto muito de coleções e se tu reparares nalgumas das minhas coisas, às vezes em

livros ou... Estou-me a recordar do “Chiado Oito”, onde eu fiz um dossier onde tem umas brochuras lá dentro e essas brochuras têm sempre várias premissas que funcionam para todos, ou seja, isso também me interessa como designer. Ao contrário de alguns meus colegas e provavelmente de quem escreve sobre design, eu acho que o design não tem propriamente que estar a responder graficamente ao problema em questão, ou seja, é um bocado como estar a mascarar graficamente a coisa para ela ser parecida com essa coisa. E o quê que eu construí aqui no “Chiado Oito”? Eu concebi uma matriz que acabar por ter uma certa invisibilidade, porque o que nós temos de substituir é o trabalho do artista. E ao substituir o trabalho do artista nós só estamos a ver a diferença que existe de número para número é o trabalho do artista... Porque existe aquela matriz que é sempre igual de número para número. E isto, passado cinco, dez, quinze números dá uma resistência que me interessa. E, às vezes, eu vou muito por esse lado: tentar dar resistência pelo *endurance* e não criar um trabalho de raiz logo muito denso. E, geralmente, isso acontece quando há coisas que vão acontecer novamente, portanto, quando há exposições que funcionam de mês a mês ou de dois em dois meses, é criar uma espécie de uma estrutura e depois modificá-la pelo conteúdo e não pela forma. A forma mantém-se. Pronto, isso é uma característica minha. Já vi trabalhos parecidos em que o diferenciava geralmente era tudo. Ou seja, o designer aproximava-se do trabalho do artista, tanto tipograficamente, como em termos de escolhas de materiais, e depois esses efetivamente são todos diferentes uns dos outros. Isso também é uma maneira de resolver o problema e eu também acho graça, mas identifico-me mais com estruturas, com construções matemáticas. E isso pronto, tem muito a ver com o modernismo, efetivamente. Ou seja, com o lado funcional e para mim (e eu tenho quase a certeza) são coisas mais intemporais. Ou seja, o estilo é identificado, é quase um estilo invisível, que tem uma estrutura, mas depois é intemporal. Ou seja, eu acho este estilo daqui a dez anos continua a funcionar. E um estilo que se aproxime muito, ou que seja muito através da moda, ele funciona por ciclos.

É o caso do que aconteceu ao David Carson. O David Carson quando apareceu era uma coisa extraordinária, mas depois desapareceu. Muito provavelmente irá aparecer outra vez. É um bocado como a moda: a moda funciona por ciclos. O que também não me espanta, porque a nossa Terra é redonda e anda à volta do Sol, que

por sua vez, está no sistema solar e esse sistema solar está numa Via Láctea, que depois também anda à volta de qualquer coisa. Portanto, as coisas acabam por voltar ao mesmo sítio mas em locais diferentes, não é?

E a moda é isso. Portanto, o meu trabalho é um bocado mais nessa... Ou seja, acaba por ser mais intemporal, mas não tem aquela coisa da moda e da aquela coisa do “Wow, agora isto é que está a dar” e assim. Isso funciona muito bem para alguns designers mas depois eles acabam por ter que se reinventar, digamos assim, para depois conseguirem outra vez... Claro que o David Carson, incontornável como ele é, muito provavelmente ele surgirá outra vez, porque as coisas, de vez em quando, explodem e depois acalmam e provavelmente agora estão a precisar de explodir outra vez. E como este design novo agora que está a aparecer, este não-design ou o design feio ou um design que utiliza raízes quase... Que têm um bocado a ver com estas coisas, ou seja, de que qualquer um pode ser designer, não é? Se tu agarrares no, sei lá, estou-me a lembrar daquelas coisas da música, como se é que chama aquele site da música onde podemos por música... Não me recordo do nome... Sim, tu podes... Não é o Facebook, mas é uma coisa da música, em que tu podias fazer e “costumizar” a tua página, ou seja, tinhas vários fundos, podias mudar... Ou seja, podias adaptar aquilo ao teu estilo e as pessoas acabam por ser tentadas quando estão a tentar fazer isso.

### O MySpace?

MySpace, exatamente. Portanto, o MySpace é isso, tu tens o teu espaço e tu podes “costumizar” o teu espaço, mas não é tipo havendo 2 ou 3 templates. Aquilo tem várias coisas que podes meter no fundo, tem a ver com isso, ou seja, tu reparares nesse espaço. As pessoas acabam por ser designers, ou seja, isto de facto começa a mostrar uma certa revolução da maneira como o design aparece, portanto eu prevejo que mais dia, menos dia, ele comece a explodir e tenha outra vez uma era tipo David Carson, mais emotivo.

---

## Síntese

A entrevista de Pedro Falcão foi efetuada por *FaceTime*, no seu estúdio.

Falcão não considera que a *tecnologia* possa influenciar o designer, acha no entanto que esta influencia o objeto final, “acho que o que está associado às novas tecnologias é o objeto final ou o produto final dessas aplicações” (Falcão, 2014). Não pensa que se faça melhor design como consequência da sofisticação tecnológica. Defende que a tecnologia acelera o tempo para fazer determinado trabalho, e isso pode implicar menos reflexão. E aí sim, vê uma diferença com o passado sem computadores. “Não me parece que se faça melhor design por nós termos ferramentas mais sofisticadas. Eu acho que nós fazemos muito melhor design se pensarmos melhor e se desenvolvermos um trabalho de investigação, ou seja, se tivermos mais tempo acho que que conseguimos fazer melhor trabalho. (...) Acho que as novas tecnologias só nos facilitam em termos de velocidade.” (Falcão, 2014)

Sobre o *estado do design*, Falcão não entende que exista efetivamente um design gráfico que se possa tipificar

como português. “Ou seja, a partir do momento em que as fronteiras se abrem, nós deixamos de ser nós próprios, começamos a misturar-nos com os outros e por isso agora neste momento não parece que exista design português. Existe design português porque ele é feito em Portugal, mas não se identifica com a cultura portuguesa” (Falcão, 2014).

Sobre o *processo criativo*, apresenta a sua metodologia para o design de livros, uma vez que é a sua área de especialização, embora fosse semelhante nas outras áreas do design. “É um método que provavelmente coincide com a maioria dos outros trabalhos” (Falcão, 2014). Expõe o seu processo através de fases. À primeira fase, a da conversa com o cliente, sucede a da conceção de uma ideia, e finalmente a discussão com o cliente e posterior produção. Falcão valoriza a da produção, sendo um muito exigente quanto ao resultado final do seu trabalho. “a parte de produção é fundamental. Eu ter um livro que está mal impresso ou que está mal acabado, para mim, metade do projeto é deitado fora, ou seja, esse trabalho não funciona e não resulta como objeto final” (Falcão, 2014).

---





## Anexo 24

### Entrevista com Nuno Coelho

**Entevisado:** Nuno Coelho

**Entevisador:** João Tiago Santos

28 fev 2014

**Duração:** 46m

#### Qual é o teu percurso académico?

Ok, muito simples. Tirei o curso de Design de Comunicação em Artes Gráficas aqui nas Belas Artes do Porto. Depois fiz uma pós-graduação em Master pela Universidade de Barcelona, com aquele protocolo que eles têm aqui, com a Alquimia da Cor. Por acaso, quando comecei esse curso estava convencido que estava a tirar um mestrado e depois saiu um bocado inválido e um *gajo*, pronto... Não quero comentar isso. Ou seja, aquilo foi pré-Bolonha, só depois do curso é que fiquei a saber que, com Bolonha, aquilo era uma pós-graduação e já não era um *master*. Depois tirei o Doutoramento em Arte Contemporânea na Universidade de Coimbra, que foi o que terminei agora em julho.

#### Esse percurso moldou-te enquanto designer? Ou seja, o percurso de licenciatura, mestrado e doutoramento?

Tirando a licenciatura, eu acho que não. Eu acho que essa pós-graduação em Master, comecei a tirá-la, exatamente porque já estava a trabalhar há alguns anos depois de ter concluído a minha licenciatura, e estava a sentir falta do estímulo que eu senti durante a escola, ou seja, a minha rotina profissional era um bocado... Os projetos eram todos diferentes, mas depois havia ali uma certa rotina e sentia a falta de andar a ler e a investigar, ou seja, fazer outras coisas senão o trabalho quotidiano profissional, por isso acho que isto foi mais ao contrário: foi mais à procura de um estilo pessoal, do que propriamente algo para me ajudar na vida profissional. O doutoramento... Acho que ainda é um bocado cedo para falar disso, mas sinto que mudou completamente a minha perspetiva sobre o design, isso sim. Agora quantificar isso ainda é difícil.

Ainda é muito cedo, mas sei que mudou radicalmente, até porque eu próprio agora sinto que estou numa fase de questionamento de muita coisa. Por exemplo, por razões técnicas, que era para mim impossível. Eu já há três anos que não faço trabalho de design (tirando um projeto) e neste momento por acaso não sei se vou voltar assim tão cedo. Estou todo numa fase introspetiva, acho eu, chamemos-lhe assim. (*risos*)

#### Que outras influências tiveste?

Que outras influências tive ao longo da minha vida?

**Sim.**

Para mim as coisas são um bocado claras... Agora como sistematizar isto? Eu costumo dizer que quase todas as minhas influências para os meus projetos, vêm de todas as áreas, menos do design. Primeiro, porque eu também sou um bocadinho defensor da ideia que o design não existe sem outras áreas do conhecimento. Pronto, acho que isso é um bocadinho óbvio. Eu costumo dizer que a minha maior inspiração é caminhar na rua, sei lá, como é que hei de explicar isto...? Qualquer coisa do espaço público pode ser influência, por exemplo, estávamos aqui a ver este símbolo da Galp e é um bocadinho isso... Eu hoje estou assim bocado "coiso", que hoje dormi muito mal... Deixa-me pensar um bocadinho melhor. Sei lá, por exemplo, o caminhar na rua, uma conversa com os amigos ou a situação política, qualquer coisa pode ser inspiradora para fazer um trabalho. Quer dizer, eu estou a pensar nestas coisas porque eu olho muito para o design, não como apenas uma posição técnica de resolver um problema proposto por um cliente, mas também como o poder narrativo do

design. Ou seja, antes de seres um designer, és uma pessoa e antes de seres pessoa, és um cidadão e tens uma certa maneira de olhar para o teu entorno. E tu podes usufruir da tua prática profissional para contares, contestares ou transmitires alguma ideia. Não tens que estar a espera da figura de um cliente para fazeres uma resposta a um pedido. E daí, eu acho que, enquanto designers, as pessoas têm de ter um poder mais crítico do seu entorno e poderem produzir, através da sua prática (neste caso o design) algo que permite atingir um certo fim. Daí, como traduzir certas situações, por exemplo, eu agora falei da política: como traduzir, por exemplo, uma mensagem política que não tem de ter necessariamente a ver com partidos políticos num objeto. Um objeto entre aspas, porque pode não ser um objeto físico mas um objeto de design de comunicação. Não sei se isto está a fazer sentido ou se me estou a enrolar um pouco... Por exemplo, eu agora, um bocado mais no papel de professor em vez de designer, é isso que eu tento estimular nos meus alunos. Sei lá, quando eu lanço um tema que depois tem de ser formalizado numa peça, a minha primeira aula é sempre: “esqueçam a peça, vamos falar do tema, esqueçam que isto é uma aula de design”. Obviamente, temos de pensar muito bem naquilo que vamos trabalhar, para depois saber o que fazer disso, porque há sempre aquela tendência em pensar já na tentativa de formalização daquele objeto. Obviamente que vai haver um projeto, mas temos de pensar em comunicar. Nas minhas aulas eu lanço sempre projetos especulativos, não tem de ser uma coisa muito típica de um objeto de design, mas isso para formular exatamente essa maneira de pensar... Valorizar o pensamento para tentar concretizar depois aquilo numa forma mais eficaz de a comunicar. Por isso, isto agora aplicado a um pedido de um cliente, ou seja, cada caso é um caso, mas também podemos ir buscar inspiração para realizar um determinado trabalho, exatamente desse nosso entorno, dessa nossa perspetiva, de muitas áreas. Outra coisa que eu também costumo dizer e acredito profundamente nisto, é que, para alguém ser um bom designer tem de ter um grande conhecimento de todas as áreas: antropologia, sociologia, política... Tudo, cultura geral. E acho que, sem esse território por onde nos podemos expandir, nós não podemos ser bons naquela prática, por isso, o “caminhar pela rua” acaba por ser uma metáfora para conhecer tudo o que nos rodeia. Outra influência importante são as viagens, não no ponto de vista de ir ver coisas de design diferente, mas de ver perspetivas diferentes de vivências quotidianas.

### **Achas que o design gráfico português está a tornar-se mais global ou globalizado, fazendo perder potenciais características?**

Eu acho que as duas. Eu acho que estes efeitos globalizantes de maior acesso à Internet, mais publicações, etc, provocam estes dois processos ao mesmo tempo. Eu lembro-me que tinha 18 anos - ou foi no primeiro ou segundo ano -lembro-me de ter acedido à Internet pela primeira vez e confesso que, naquela altura, eu não reconhecia nenhuma importância naquilo. Obviamente, que eu agora não consigo imaginar a minha vida sem Internet, mas as referências... Nós na altura... Eu estou a falar de 1994, 1995. Em 1994 entrei nas Belas Artes em Escultura, fiz um ano (esqueci-me de dizer isso) depois é que fiz Design. Ou seja, em 1995, quando eu comecei a frequentar o curso de Design, a Internet não fazia parte da minha vida. Onde é que eu ia buscar as referências do mundo do design? Às revistas, aos poucos livros que chegavam cá, às viagens lá fora, que são uma grande inspiração minha..

Ou seja, de repente, a Internet vem-nos inundar de imagens. Primeiro, isso pode ter um efeito perverso, porque, muitas vezes, essas imagens que nos chegam com tanta facilidade, vêm sem o contexto agarrado, ou seja, vêm sem a legenda. Muitas vezes olhamos para aquelas imagens do ponto de vista puramente estético e não pesquisamos quem é que as fez, quando é que as fez, em que contexto, para quem, etc. Isso é muito importante porque isso é que nos dá o código certo para descodificarmos aquela imagem. Eu acho que muitos designers e muitos estudantes de design ficam muito por essa superficialidade da análise da imagem: olham para ela apenas pelo aspeto formal e estético e isso pode provocar uma certa hegemonia nas questões formais. Eu vejo muita tendência, por exemplo, eu parto sempre dos meus alunos, porque é um grupo de pessoas com quem tenho contacto diário, mas penso que isso é um bocado transversal quando falo com colegas, que é um bocado a tendência de olhar para uma certa imagem e tentar mimetizar aquilo de uma certa forma, no contexto do trabalho que eles têm que fazer naquele momento. Então, por isso mesmo, é que eu, hoje em dia, sinto que há uma grande globalização a esse ponto, ou seja, é muito difícil olharmos para um trabalho e tentarmos perceber uma certa identidade cultural daquele trabalho. É que pode ter sido feito na Argentina, no Japão, em Portugal

ou nos Estados Unidos. Por outro lado, ajuda a descobrir exatamente o que é que é essa questão da demarcação ou suposta demarcação do design, digamos, de marca. Ou seja, aquele que é próprio de uma determinada cultura, porque, provavelmente, muitos designers começaram a tentar redescobrir a sua própria cultura, exatamente como fator diferenciador em relação ao outro. Provavelmente isso é uma coisa já consequência dessa hegemonia visual, para agora tentarmos demarcarmo-nos disso. Entre um e outro, há coisa interessante: provavelmente um dos efeitos da globalização da Internet terá sido exatamente romper estas fronteiras geográficas... “isso é design tipicamente português, isto é design tipicamente norte-americano, este é inglês” etc, mas provavelmente, nós começamos a encontrar pessoas que pensam como nós, noutros sítios do planetas. Provavelmente agora as fronteiras já não são geográficas, mas são mais... Como é que se diz?...

De grupo, sim. Eu posso partilhar os meus gostos musicais, de cinema, etc, com uma pessoa que está do outro lado do planeta com uma pessoa que está aqui perto. É “tribal”

Certas estéticas agora são um bocado transversais, já são um pano cultural, já ultrapassam aquilo que é uma cultura geográfica de uma determinada região. Estamos também a assistir a esse fenómeno.

#### **Achas que a tecnologia e o *software* estão a influenciar a forma de fazer e pensar o design gráfico em Portugal?**

Nunca me tinham colocado essa pergunta. Obviamente que a tecnologia é sempre uma limitação, mas isso sempre foi, historicamente. E obviamente influencia... Sem querer contar como uma coisa positiva ou negativa, obviamente influencia a forma de pensar. Agora de que forma assim concreta... Assim coisas concretas acho que não consigo identificar, agora posso-te dar uma resposta assim mais geral de que, neste caso, o *software* que é uma tecnologia mais recente...

A minha resposta é assim um bocado genérica: é que a tecnologia sempre influenciou a forma de se fazer o design gráfico. Uma coisa curiosa a que estou a assistir, é que agora também parece que está a haver um retrocesso nas questões tecnológicas: agora está-se a revalorizar outra vez o processo tipográfico, está-se a ir buscar aquelas máquinas que, entretanto, ficaram um bocadinho obsoletas, tipo o (...). Não tenho assim uma opinião muito formada sobre isto. Eu, provavelmente, enquadraria esta

revalorização destas técnicas antigas, num movimento um bocadinho maior – que é a própria revalorização da nossa história. Isto, trazendo para o contexto gráfico em Portugal, a todos os níveis, que é um bocadinho aquilo que eu falo na minha tese: eu vou à questão das marcas mas que, hoje em dia, estão a revalorizar muita coisa do passado.

Por exemplo, na minha investigação, como é que eu contextualizo isso? Entretanto já passaram... Agora vai-se comemorar os quarenta anos do vinte e cinco de abril. Portanto, há uma inteira geração já nascida depois do vinte e cinco de abril, que já se relaciona com o passado de uma forma diferente.

E já não associamos coisas daquela altura, como sendo daquela pessoa. Por exemplo, o (...) é do início do século vinte, mas só começou a ser difundido muito mais tarde. Se não estou em erro (eu não te vou dizer de cor) é dos anos cinquenta ou sessenta... Provavelmente, nós agora relacionamo-nos de uma forma diferente com o passado, exatamente porque nós não o vivemos. Ou seja, na altura eram as únicas coisas que existiam e que estavam disponíveis, e que uma pessoa associava muito ao contexto do país. Provavelmente agora, nós temos conhecimento do passado, não por experiência própria, mas por “rícochete”. Temos uma maneira diferente de nos relacionarmos com esse passado.

#### **Achas que se pode afirmar que existe design gráfico português? E se sim, como é que o entendes?**

Isto era mais uma pergunta para um teórico. Esta pergunta está mal colocada, devia estar no outro questionário. (risos). Eu não tenho uma opinião assim muito formada porque eu acho que, deliberadamente, nunca pensei nesta questão do design português e se ele existe. Provavelmente, porque eu já não penso (não sei se é do facto de ser eu ou de ser da minha geração) tanto em termos geográficos. Provavelmente, porque eu já cresci nessa fase de Portugal não ser um país isolado. Quando eu penso em fazer projetos ou fazer exposições, já não penso só em isolar-me cá dentro. Eu acho que isso da identidade... Acho que qualquer livro de História do Design em Portugal diz que nunca houve uma identidade muito forte. Acho que, na altura em que se produziu mais design em Portugal (à custa do Estado Novo), os designers gráficos eram artistas plásticos. Acho que a única pessoa que começou a trabalhar em Portugal, com formação

em design, nem se quer era português - que era o Fred Kradolfer. E foi ele que veio aqui contagiar... Agitou as águas! Foi uma pedrada num charco. Ou seja, o próprio termo design em Portugal, só apareceu em mil novecentos e setenta, se não estou em erro. O primeiro curso de design em Portugal que é de sessenta e nove - que é o da IAD - nem sequer se chamava design. Ou seja, o design em Portugal, ainda é uma disciplina muito recente. Ou seja, se não havia essa cultura de design em Portugal, e de repente, vem a Revolução Democrática, e depois (em oitenta e seis a União Europeia), e depois a internet, e depois etc, etc, etc... De repente, eu acho que nunca houve assim uma identidade forte no que toca ao design português.

Há particularidades, mas essas particularidades, tu também encontras lá fora. Há coisas muito específicas portuguesas, mas acho que acabam por ser uma derivação do que propriamente uma linguagem muito própria nossa. Por exemplo, há aquela questão do Estado Novo que era alinhar o modernismo com questões típicas e tradicionais, mas que é um casamento um bocado estranho. Mas que resultou, e isso acaba por ser uma característica portuguesa. Mas aquilo eram correntes modernistas, não era uma coisa exclusivamente nossa. Portanto agora, na era da internet, acho que se pode falar muito menos numa identidade nossa, porque agora também vamos... Eu olho para uma peça de design... Muitos designers portugueses fazem peças, que eu reinseriria numa corrente muito mais "não portuguesa".

**Achas que a tua forma de fazer e conceber design está enquadrada no que entendes por design português?**

Provavelmente por ser indefinida. (*risos*)  
Ou seja, se eu acabei de dizer que o design português não se pode definir... Isso era um tema para uma tese de Doutoramento, que é o que tu estás a fazer, não é? (*risos*)  
Isto leva muita filosofia (*risos*). É assim, partindo da definição de design que eu acabei de mencionar, que eu acho que não é uma definição, é uma indefinição. Aquilo em que eu posso definir a minha forma de fazer design, provavelmente está enquadrado nisso - uma certa indefinição. Se bem que eu, nos meus processos de design e nos meus trabalhos eu tento sempre ir buscar aquela questão, que a mim me diz muito, que é o próprio vernáculo: ir buscar características portuguesas do design. Por exemplo, se todas as peças de design que eu fazia,

na sua grande maioria, era para um contexto português, então porque é que eu vou buscar as referências estrangeiras, só porque são mais exóticas? Então, se vamos buscar aquela referência, é para explorar um pouco as meta-narrativas. As pessoas vão perceber melhor a apropriação de um determinado objeto, porque já têm o conhecimento prévio do objeto. E então, vão reagir de uma forma mais intensa àquele objeto. E eu acredito nessa questão de o designer poder vir repescar referências já pré concebidas. Portanto, sim.

**Alguma vez citaste algum designer nos teus trabalhos, no que diz respeito à forma, pensamento e metodologia? Se sim, de que forma citaste?**

Sim.

**E portugueses? Já alguma vez o fizeste com algum português?**

Ah, boa pergunta! Fizeste-me pensar agora...  
Eu diria que sim. Não tanto no que diz respeito à forma, mas talvez mais no pensamento. A mim aconteceu-me uma coisa muito interessante: eu acho que o designer, na forma de pensamento, que mais se aproxima à minha, é um designer inglês - o Daniel (...). Não sei se te é familiar... Isto porque, quando tive contacto, da primeira vez com o trabalho dele, eu fiquei um bocado arrepiado, porque havia muitas coisas que ele fazia e que eu também andava a fazer. O que eu achei interessante, é que ele conseguiu concretizá-las de uma forma... Como é que eu hei de explicar..? Havia exercícios que eu fazia por brincadeira, mas que nunca tinha feito uma exposição, ou feito um livro, ou qualquer coisa com aquilo. Eram coisas que eu fazia...

Fazia, porque fazia. Nunca reconheci o potencial em formalizar aquilo. E eu, quando vi pela primeira vez, o trabalho dele, fiquei muito arrepiado, exatamente porque havia coisas muito coincidentes. Não era só a questão da formalização, mas era também o pensamento que estava por trás da concretização daquela peça: por exemplo, começar a colecionar coisas com que nos cruzamos todos os dias que, quando nos cruzamos uma vez não têm valor nenhum, mas que quando vemos todas colecionadas, de repente há ali uma narrativa qualquer. Por exemplo, uma coleção que eu comecei a fazer - porque vi no trabalho dele - comecei a colecionar fotografias dos autocarros...

Se uma pessoa vai ali para a Batalha, vê todos os tipos de autocarros, daqueles com carreiras para todo o lado. Nenhum deles tem as riscas iguais. Não sei se já reparaste nisso...

**Entrevistador: Não, nunca reparei nisso. É uma questão de identidade?**

Não é identidade, é porque são aleatórios. Os autocarros são assim e depois têm assim umas riscas... (exemplifica)

**Mas depende da empresa?**

Todos eles são diferentes. Mesmo da mesma empresa! E eu uma vez comecei a questionar quem é que decidia estas riscas. E comecei a colecionar essas coisas dos autocarros... Mas eu nunca expus isso. Guardei para mim. E, de repente, ao colecionar, por exemplo fotografias das pedras da calçada. Por exemplo, imagina a calçada e tens uma tampa de saneamento...

**(risos) Estão sempre trocadas.**

Originalmente isto fazia... Mas agora estão sempre trocadas. E eu coleciono este tipo de imagens. E, de repente, eu vejo o Daniel (...) a utilizar este tipo de pensamento (de colecionar coisas do espaço público), mas depois a formalizar aquilo em exposições ou em livros. Eu acho que me aproximo muito, neste caso, ao pensamento dele. Agora, tentar pensar num português, acho que não. Acho que só foi a esse nível.

**Tu começaste a produzir, já Portugal estava democratizado. Nas tuas respostas reforças a internacionalização..**

Sim, sim.

**De forma sucinta, podes descrever a forma como abordas um projeto de design gráfico, em termos de definição de programa, métodos e formas de trabalhar? Portanto, tens uma proposta e como é que resolves o problema?**

Primeiro, eu costumo dizer que cada projeto de design em que eu estou envolvido, metade é autoria minha e metade é autoria do cliente, porque mesmo que o programa seja

muito indefinido, está a partir dele. Portanto, obviamente que todos os projetos de design, são condicionados exatamente pela pessoa que está atrás da encomenda. Desta forma, nesta perspetiva, eu tento sempre com que o projeto de design seja muito acompanhado pelo cliente e que ele se reveja, não só nos resultados formais finais, mas também no próprio processo. Provavelmente há muitos designers que podem não trabalhar assim, mas eu tento muito com que ele participe ativamente no processo. O trabalho, obviamente, eu vou usá-lo no meu portfólio (e vai ser um trabalho que me vai definir) mas, no fundo, o trabalho é para o cliente se sentir identificado com ele, porque é ele que o vai usar na sua comunicação. E depois, isto também tem um efeito *posterior*, que é a própria duração daquele (...) tem mais probabilidades daquela entidade se reconhecer e ter mais longevidade. Então, a primeira coisa que eu faço, quando sou abordado para um trabalho, é: deixar o cliente falar, conhecer o cliente, o seu espaço, que tipo de projeto é que ele pretende... Ter mesmo uma conversa. Eu tento... Esta questão de (posso agora contradizer-me um bocado) não olhar muito às fronteiras geográficas... Quanto mais contacto presencial (pessoa-pessoa) tu tens com o cliente, melhor. Eu acredito muito na empatia entre as pessoas. Já fiz trabalhos em que eu nunca vi a cara do cliente – coisas por internet, com clientes estrangeiros – mas, para mim é sempre muito estranho, porque parece que o cliente é uma entidade abstrata. E eu acho que quando tu conheces a pessoa pessoalmente, pode-se criar ali um laço, que vai muito para além da questão de dares melhor a resolver um problema. Portanto, para mim é muito importante conhecer a pessoa, antes de saber se o projeto vai avançar ou não, marco logo uma reunião para conhecer a pessoa e tudo o que é pedido. Quando um programa não vem muito bem definido da parte do cliente, sou eu que faço o programa, mas depois, o primeiro contacto é trabalhar o programa com ele. Não é tentar ter a aprovação dele, mas é tentar incorporar medidas que venham do cliente. Quando eu digo que o programa vem indefinido eu diria que, pela minha experiência, é quase sempre. Foram raras as vezes em que um cliente vinha com uma ideia muito clara do que queria e do que não queria. Isto não foi (...), pelo contrário, vinham as coisas mais organizadinhas obviamente, e não tive o trabalho de fazer o programa. Regra geral, quando vejo que o cliente não tem referências, não é capaz de te apontar três exemplos das práticas (por exemplo: “Eu tenho como referência esta entidade, ou aquela ou aquela”), normalmente o que eu faço, no início, é alguns trabalhos

exploratórios... Não é apresentar três propostas diferentes ao cliente... No fundo acaba por ser, mas é mais três esboços, para perceber qual é a linha que ele pretende seguir. Isto é mais para eu não estar a desenvolver um trabalho e depois, de repente, o cliente, pura e simplesmente não querer. É mais para eu criar pistas para mim. Normalmente, nas primeiras reuniões, eu apresento alguns esboços, para perceber qual é a linguagem dele e, para ele também, me conseguir encaminhar e, depois, o trabalho vai sendo aprovado fase por fase. Pronto, este é o método que eu comecei a fazer já há muito tempo. Regra geral é sempre... Tenho conseguido bons resultados.

Não imponho uma estética. Eu normalmente tento é perceber que... Sei lá, por exemplo, há pessoas que têm maior cultura audiovisual e conseguem explicar ideias abstratas. Mas há clientes que não têm essa capacidade de conseguir explicar conceitos abstratos, e aí eu tento formalizar certos conceitos numa imagem, para ele perceber se é por aí ou não. Por acaso, nos últimos anos, antes de eu ter feito uma pausa para poder tirar o Doutoramento, eu já tinha uma carteira de clientes a quem eu já não precisava de explicar esse método de trabalho. Já eram pessoas que me eram próximas, ou que se aproximaram por questões profissionais (porque depois eu ficava amigo dessas pessoas), ou mesmo pessoas que eu já conhecia e que se aproximaram por questões profissionais. A certa altura eu trabalhava já com, mais ou menos, o mesmo número de pessoas, por isso já não era preciso explicar este método de trabalho.

#### **Quais são os teus trabalhos mais representativos dessa forma de pensar e criar?**

Ok. O bilhete postal. (risos) Ou seja, exemplos concretos? Olha, eu diria que, esta pergunta por acaso até é fácil. Porque esta, já pensei nela muitas vezes. (risos) Eu diria que os exemplos mais representativos são: primeiro, os *flyers* que eu fiz para as minhas noites chamadas *Compact Discotec* no “Triplex”, porque, apesar de eu já andar a fazer *flyers* para... Antes disso, fazia *flyers*, de uma forma regular, para o “31” e fazia para algumas noites mais esporádicas em vários bares. Quando eu me transformei no papel de cliente de mim próprio, pude fazer aqueles *flyers* que nunca tinha conseguido nos outros. E não é porque eu não tivesse tentado, porque eu lembro-me que, por exemplo, há um ou dois *flyers* (ou talvez três) que eu fiz para o “31” - e que se encaixam perfeitamente na linguagem que eu desenvolvi para esses *flyers* da *Compact Discotec* - que

não era bem aquilo que o cliente queria. O cliente deixou, aprovou e produziu-se, mas sempre com a nota de que não era bem aquilo. Pronto, e depois no *Compact Discotec* pude fazer exatamente a minha exploração. Portanto, *Compact Discotec* exatamente, porque ali pude explorar um pouco certos conceitos que eu queria ter explorado e nunca tinha tido a liberdade e o fazer. E segundo, naquela questão das narrativas - quando o design pode ser uma forma de contar uma narrativa, que vai para além da questão formal - o outro projeto que eu era capaz de dizer que era representativo, foi um projeto que eu dividi em dois meses, porque foi uma exposição e um livro. É um projeto chamado “Uma Terra sem gente para gente sem Terra”, que foi uma exposição interativa sobre a Palestina e que depois, dois anos mais tarde, deu origem a um livro. Aí sim, usei o design como uma forma de contar uma história que eu queria contar pelo meu interesse individual. Pronto, não sei se é preciso explicar o projeto...

#### **E quais são os designers que consideras mais marcantes e porquê? Os designers portugueses que consideras mais marcantes?**

Boa pergunta. Contemporâneos?

#### **Podem ser contemporâneos, mas também podem ser mais para trás.**

É engraçado que, quando me fazem este tipo de perguntas eu hesito sempre. É como me perguntarem qual é a minha banda preferida... Há tantas...

“Quais os designers que considero mais marcantes?”

Em primeiro lugar, eu queria referir o Fred Kradolfer, pela importância, exatamente por causa daquele efeito, que nós estávamos a falar da pedrada no charco. Mas ele, lá está, não é um português. Ele é um estrangeiro que veio mexer com o contexto português. A mim, fascina-me muito o poder de síntese formal da sua parte e do uso das cores. A simplicidade e aquela consciência muito simples. Identifico-me bastante com aquilo. Invariavelmente o Sebastião Rodrigues, pela importância e no contexto... Por acaso agora cruzei-me com um livro dele, que eu já tenho: “O Alfarrabista”. Em três pontos: Kradolfer, Sebastião... E assim mais contemporâneos... Depois, com o uso massificado com a internet, uma coisa que ela também veio trazer de positivo foi este sentido polissémico das linguagens: não havia uma única linguagem dominante e, de repente, havia várias.

Quando eu estava ainda a estudar nas Belas Artes, o David Carson foi uma grande influência, com aquelas coisas saturadas e as *layers* e *overlays* de informação, que tornava aquilo completamente ilegível. Os nossos professores, na altura, da Universidade passavam-se! (*risos*) Obviamente, quando eu fui estudante as minhas referências eram um bocadinho essas, assim mais saturadas. Se bem, que eu também pautava-me um pouco pelo oposto. Os meus trabalhos nunca foram muito saturados. Eu até me pautava pouco pelo minimalismo. Uma coisa era saber apreciar... Mas por acaso não tentava (...) esses resultados.

Eu não posso dizer que tivesse assim um designer marcante quando era mais novo. E acho que, à medida que fui crescendo, ou seja, começando a trabalhar profissionalmente, nunca tive uma referência... Estou a falar da perspetiva individual, mas também do ponto de vista coletivo: acho que em Portugal nunca tivemos as referências.

Provavelmente cada um teve as suas. Eu acho que nunca fui muito de... Como é que eu hei de explicar? Nunca fui muito de olhar sempre para o mesmo lado, durante muito tempo. Por isso é que eu acho que esta pergunta é muito difícil de responder, porque eu nunca tive um designer marcante (ou eu não acho que nenhum designer seja marcante). Provavelmente, cada um é, num determinado aspeto. Por exemplo, estávamos a falar do Artur Rebelo e da Lizá – eu acho que, se tiver que responder obrigatoriamente a esta pergunta, eu diria que os R2 são, provavelmente, o estúdio que eu mais acho marcante neste sentido. Acho que o trabalho deles, exatamente por causa da atividade prolífera deles, por terem conseguido internacionalizar, de uma certa forma... Acho que arriscaria essa resposta.

E porque sinto agora, porque, quando os encontro na Universidade de Coimbra, pelas conversas que vou mantendo, reparo exatamente nessa questão de eles serem como uma referência.

---

## Síntese

A entrevista de Nuno Coelho no estúdio do entrevistador. Sobre a *tecnologia*, Coelho explica que desde sempre esta influenciou a forma de fazer e também, por consequência, pensar o design gráfico. “Obviamente que a tecnologia é sempre uma limitação, mas isso sempre foi, historicamente. E obviamente influencia... Sem querer contar como uma coisa positiva ou negativa, obviamente influencia a forma de pensar” (Coelho, 2014b). Porém, ainda sobre esta temática, Coelho afirma que se está a voltar à utilização de técnicas mais antigas de produção, “agora está-se a revalorizar outra vez o processo tipográfico, está-se a ir buscar aquelas máquinas que, entretanto, ficaram um bocadinho obsoletas” (Coelho, 2014b).

Quanto ao *estado do design*, Coelho diz que não olha para o design gráfico português como algo fechado em si mesmo, “eu já não penso (não sei se é do facto de ser eu, ou de ser da minha geração) tanto em termos geográficos. Provavelmente, porque eu já cresci nessa fase de Portugal não ser um país isolado” (Coelho, 2014b). Afirma ainda que o design gráfico português se enquadra em linhas mais internacionais, podendo ter apenas algumas nuances das

internacionais, que não considera serem suficientes para afirmar a existência de um tipo de design gráfico português. “Há particularidades, mas essas particularidades, tu também encontras lá fora. Há coisas muito específicas portuguesas, mas acho que acabam por ser mais uma derivação do que propriamente uma linguagem muito própria nossa” (Coelho, 2014b).

Coelho, sobre o seu *processo criativo*, menciona a importância do cliente no seu trabalho, dizendo que este tem um papel preponderante no resultado de design obtido. “Costumo dizer que cada projeto de design em que eu estou envolvido, metade é autoria minha e metade é autoria do cliente, porque mesmo que o programa seja muito indefinido, está a partir dele” (Coelho, 2014b). O seu trabalho, frisa Coelho, está centrado na resolução de um problema de design, de satisfazer uma necessidade de um determinado cliente, mais do que uma resposta estética. “Desta forma, (...) eu tento sempre com que o projeto de design seja muito acompanhado pelo cliente e que ele se reveja, não só nos resultados formais finais, mas também no próprio processo.” (Coelho, 2014b).

---





## Anexo 25

### Entrevista com João Machado

**Entevisado:** João Machado

**Entevisador:** João Tiago Santos

22 jun 2015

**Duração:** ±3h

Realizou-se às 18:00, hora marcada para o efeito. A conversa durou aproximadamente 3h.

O entrevistado estava disponível e apresentou de forma muito ligeira o espaço de trabalho.

A entrevista foi feita em *off*, pelo que apenas pude retirar apontamentos da nossa conversa.

Foi também seguido o guião da entrevista, mas foi aplicado de acordo com a conversa.

Tentei sempre que ele fosse tocando nos pontos em questão para poder entrar em conjunto com os restantes entrevistados.

A conversa foi muito interessante e reveladora de grande interesse para a entrevista/ documentário em vídeo que poderia efetuar.

JM foi sempre muito simpático e afável, e extremamente generoso na forma como apresentou as suas ideias e os seus princípios de design.

A conversa teve três momentos:

- 1 - o início da conversa onde explicou o seu percurso, e a forma como entende o design gráfico
- 2 - apresentação de artes finais dos seus trabalhos, e apresentação do processo de design
- 3 - Apresentação de documento digitais onde foi apresentado o processo de todo o seu trabalho digital

O que pretende nos seus cartazes é provocar alguma coisa no espectador

- Queria comunicar pela ilustração
- Não queria utilizar fotografia
- Não queria valorizar muito a tipografia
- Referiu que gostava de deixar margem para a especulação
- Idealmente era uma imagem sem palavras
- Não ser completamente explícito

Quando um cartaz consegue cumprir com estas questões JM sente-se realizado

## Síntese

João Machado, recebeu-nos no seu estúdio, mas advertiu desde logo que não permitia registo áudio ou vídeo, pelo que apenas pudémos retirar notas. Assim, o que apresentarmos aqui são o resultado de um conjunto de apontamentos que tirámos. Apesar de não se tratar de uma entrevista completa.

Sobre a *tecnologia*, Machado desde sempre abraçou a novidade e, ainda hoje, tenta estar na linha da frente. Veja-se como exemplo a aplicação para *ipad* que criou com os seus trabalhos. Considera que o *software* lhe permitiu alcançar alguns objetivos, mas continua a trabalhar nele como se trabalhasse à mão, tomámos por exemplo os cartazes que ele nos apresentou com milhares de linhas, feitas todas elas em computador, mas com uma aparência

manual. E isso entusiasma-o, a capacidade de não perder o registo ilustrativo e o desenho dos seus trabalhos.

No *processo criativo*, atualmente, apesar de o seu atelier fazer diversificados materiais gráficos, Machado dedica-se em exclusivo aos selos e aos cartazes, onde pode ter uma maior liberdade criativa e menor intervenção do cliente. Refere também que os clientes quando o contactam “já sabem para o que vão”, isso dá-lhe uma maior margem de manobra para poder liderar todo o processo criativo e, conseqüentemente, obter o resultado que melhor convém ao problema. Quanto ao seu trabalho, afirma que o objetivo primordial nos seus cartazes é provocar uma reação no espectador.

---

## Anexo 29

### Lista de matérias das entrevistas vídeo

#### Susana Fernando, 30 mar, 2015 Atelier do designer

##### Câmaras

Uma máquina fotográfica *Digital Single-Lens Reflex (DSLR)* que filma com a resolução de 1920x1080 pixéis (*Full HD*), com capacidade de controlo totalmente manual da imagem, nomeadamente no que diz respeito ao ajuste de brancos e contraste, saturação e focagem, e com um software instalado que permitia o reinício automático do registo de vídeo sempre que este fosse interrompido a cada período de 10 minutos (uma limitação técnica frequente das máquinas DSLR) (câmara 1);

Uma máquina fotográfica semelhante à anterior, mas com resolução de vídeo limitada a 1280x720 pixéis (*HD*) (câmara 2);

Uma máquina fotográfica compacta que filma com a resolução de 1920x1080 pixéis, mas que pelas suas características, possui demasiados automatismos técnicos em relação à calibragem de imagem, dificultando os ajustes de brancos, contraste, saturação e focagem (câmara 3).

##### Objetivas

Objetiva zoom grande angular, 11-16 mm, com abertura de diafragma fixa  $f/2.8$ , que se revelou útil tendo em conta que o espaço do escritório onde foi filmada a entrevista era excessivamente exíguo;

Objetiva fixa 50 mm, com abertura máxima de diafragma  $f/1.8$ , que dadas as suas características de luminosidade,

permite o registo de imagem com distância focal reduzida, tendo sido importante para enfatizar o carácter emotivo nos planos de corte;

Objetiva zoom 18-135 mm, que apesar de pouco luminosa dada a sua limitação na abertura de diafragma ( $f/3.5-5.6$ ), revelou-se bastante útil principalmente na segunda sessão de filmagens, pela sua versatilidade no zoom e sistema de estabilização de imagem, tendo em conta que o contexto era muito informal, no qual a designer apresentava os seus trabalhos em pé e muitas vezes movimentava-se no espaço.

##### Áudio

Um microfone *direcional* não profissional ligado diretamente à câmara 1, que tinha o objetivo de registar o som da entrevista;

Um gravador áudio não profissional e portanto limitado em termos de filtragem sonora, ou seja, não permitiu filtrar os ruídos com eficácia, mas que tinha como objetivo registar som ambiente.

##### Restante equipamento

Dois tripés de fotografia.

## João Faria, 26 mai, 2015 Ateliers do designer

### Câmaras

Uma máquina fotográfica *DSLR Full HD*, com a resolução de 1920x1080 pixéis, com capacidade de controlo da imagem totalmente manual e com um *software* instalado que permitia o reinício automático do registo de vídeo, contrariando uma limitação técnica frequente destas máquinas (câmara 1);  
Uma máquina fotográfica *DSLR* com capacidade de filmar em Full HD, com a resolução de 1920x1080 pixéis, controlo total no ajuste da imagem, nomeadamente no equilíbrio de brancos e contraste, saturação e focagem (câmara 2);  
Uma máquina fotográfica *DSLR* semelhante às duas anteriores na resolução e controlo de imagem, mas com a possibilidade de focagem automática durante o registo de vídeo, por deteção de movimentos, reconhecimento de rosto ou por multitoque diretamente no ecrã LCD (câmara 3).

### Objetivas

Para além das três objetivas utilizadas nas filmagens do episódio piloto, nas filmagens deste novo episódio foi usada uma objetiva zoom grande angular 18-35 mm com abertura máxima de diafragma, fixa a todo o comprimento do zoom, de *f/1.8*, o que, pelas suas características luminosas e de grande nitidez, fez com que fosse a utilizada no plano fixo principal do registo da entrevista;  
Também foi utilizada, mas de forma muito pontual, uma objetiva zoom 18-55 mm, de abertura máxima de diafragma variável (*f/3.5-5.6*).

### Áudio

Para além do mesmo microfone direcional ligado diretamente à máquina que servia o plano fixo (que continuámos a utilizar para facilitar o sincronismo na fase da montagem), foi utilizado um microfone direcional shotgun de gama profissional, apoiado num tripé, apontado ao entrevistado e ligado a um gravador de áudio;  
Um gravador áudio de gama profissional com capacidade de gravação em múltiplas pistas e de filtragem de ruído;

### Restante equipamento

Para além dos dois tripés de fotografia que já tinham sido usados nas filmagens para o episódio piloto, nas filmagens para este novo episódio usámos um *slider*<sup>1</sup> com 80 cm de comprimento, para a realização de planos em curtos movimentos de *travelling*;  
Foi ainda adquirido equipamento de auxílio no controlo de luz, como um kit de refletores e espalhadores e um iluminador de LED, mas que acabaram por não ser necessários, tendo em conta as favoráveis condições de luminosidade que foram encontradas no espaço onde decorreram as filmagens.

1 *Slider* é um equipamento de estabilização de movimento *travelling* da câmara de filmar, de comprimento reduzido, composto por uma barra horizontal onde circula uma cabeça de tripé através de um sistema de rolamentos.

## **Jorge Afonso, 18 jun, 2015**

### **ESAD**

#### **Câmaras**

Foram apenas utilizadas duas das máquinas fotográficas DSLR que já haviam sido utilizadas anteriormente. Uma foi a mesma máquina para o plano fixo, tendo em conta a necessidade do software para reiniciar a gravação do vídeo a cada 10 minutos de interrupção da máquina (câmara 1). A outra máquina utilizada foi a que tinha a possibilidade de focagem automática durante a filmagem, o que permitia a sua fácil movimentação no espaço, pois a focagem da imagem seria constantemente reajustada (câmara 2).

#### **Objetivas**

Também foram utilizadas as mesmas objetivas que foram utilizadas no vídeo anterior, com especial destaque para as grande angular e a que permitia estabilização da imagem, também útil para os planos com movimento de câmara.

#### **Áudio**

O equipamento utilizado para a captação de áudio manteve-se igual ao utilizado no vídeo anterior.

#### **Restante equipamento**

Ao equipamento de suporte para as câmaras, como os tripés e o *slider*, foi adicionada uma base com rolamentos para tripé<sup>2</sup>, que se revelou útil para a recolha de planos em movimento nos corredores da ESAD;

Desta vez, foi utilizado um kit de refletores e espalhadores de luz, bem como um projetor de luz LED, uma vez que foi necessário compensar a insuficiência luminosa da sala onde decorreram as filmagens.

## **Bolos Quentes, 10 jul, 2015**

### **Atelier dos designers**

#### **Câmaras**

Foram utilizadas novamente duas máquinas fotográficas DSLR, com resolução de vídeo Full HD (1920x1080 píxeis), uma com capacidade para restabelecer a gravação de vídeo da entrevista sempre que esta é interrompida pela máquina (câmara 1), e outra com possibilidade de focagem automática, que facilitava na movimentação da câmara no espaço (câmara 2).

#### **Objetivas**

Foi utilizado essencialmente o mesmo conjunto de quatro objetivas: duas grande angular, uma zoom versátil e com estabilização de imagem e uma fixa, normal, mas muito luminosa.

#### **Áudio**

O equipamento de gravação de som foi o mesmo utilizado no vídeo anterior, ou seja, composto por um microfone direcional ligado a um gravador, ambos de gama profissional, juntamente com um segundo microfone direcional, mas não profissional, ligado à câmara 1.

#### **Restante equipamento**

O equipamento auxiliar para as filmagens foi também igual ao anteriormente utilizado, composto por dois tripés de fotografia, um *slider*, uma base com rolamentos para tripé, um kit de refletor e espalhador de luz e um projetor de luzes LED.

<sup>2</sup> Esta base é habitualmente utilizada para acoplar um tripé, permitindo que este se movimente no espaço. Este é um equipamento que muitas vezes é complementado por um sistema de carris que permite um melhor controlo da direção da câmara. No caso deste trabalho, foi utilizado apenas a base com rolamentos onde é acoplado o tripé.

**Eduardo Aires, 12 out, 2015**  
**Atelier do designer****Câmaras**

Foram utilizadas novamente duas máquinas fotográficas DSLR, com resolução de vídeo Full HD (1920x1080 píxeis), uma com capacidade para restabelecer a gravação de vídeo da entrevista sempre que esta é interrompida pela máquina (câmara 1), e outra com possibilidade de focagem automática, que facilitava na movimentação da câmara no espaço (câmara 2).

**Objetivas**

Foi utilizado essencialmente o mesmo conjunto de quatro objetivas: duas grande angular, uma zoom versátil e com estabilização de imagem e uma fixa, normal, mas muito luminosa.

**Áudio**

O equipamento de gravação de som foi o mesmo utilizado no vídeo anterior, ou seja, composto por um microfone direcional ligado a um gravador, ambos de gama profissional, juntamente com um segundo microfone direcional, mas não profissional, ligado à câmara 1.

Foi utilizado um microfone de lapela para a captação do som do entrevistado

**Restante equipamento**

O equipamento auxiliar para as filmagens foi também igual ao anteriormente utilizado, composto por dois tripés de fotografia, um *slider*, uma base com rolamentos para tripé, um kit de refletor e espalhador de luz e um projetor de luzes LED.

**António Modesto, 17 fev, 2016**  
**Atelier do designer****Câmaras**

Foram utilizadas novamente duas máquinas fotográficas DSLR, com resolução de vídeo Full HD (1920x1080 píxeis), uma com capacidade para restabelecer a gravação de vídeo da entrevista sempre que esta é interrompida pela máquina (câmara 1), e outra com possibilidade de focagem automática, que facilitava na movimentação da câmara no espaço (câmara 2).

**Objetivas**

Foi utilizado essencialmente o mesmo conjunto de quatro objetivas: duas grande angular, uma zoom versátil e com estabilização de imagem e uma fixa, normal, mas muito luminosa.

**Áudio**

O equipamento de gravação de som foi o mesmo utilizado no vídeo anterior, ou seja, composto por um microfone direcional ligado a um gravador, ambos de gama profissional, juntamente com um segundo microfone direcional, mas não profissional, ligado à câmara 1.

**Restante equipamento**

O equipamento auxiliar para as filmagens foi também igual ao anteriormente utilizado, composto por dois tripés de fotografia, um *slider*, uma base com rolamentos para tripé, um kit de refletor e espalhador de luz e um projetor de luzes LED.

## **Non Verbal, 19 fev, 2016**

### **Atelier do designer**

#### **Câmaras**

Foram utilizadas novamente duas máquinas fotográficas DSLR, com resolução de vídeo Full HD (1920x1080 píxeis), uma com capacidade para restabelecer a gravação de vídeo da entrevista sempre que esta é interrompida pela máquina (câmara 1), e outra com possibilidade de focagem automática, que facilitava na movimentação da câmara no espaço (câmara 2).

#### **Objetivos**

Foi utilizado essencialmente o mesmo conjunto de quatro objetivas: duas grande angular, uma zoom versátil e com estabilização de imagem e uma fixa, normal, mas muito luminosa.

#### **Áudio**

O equipamento de gravação de som foi o mesmo utilizado no vídeo anterior, ou seja, composto por um microfone direcional ligado a um gravador, ambos de gama profissional, juntamente com um segundo microfone direcional, mas não profissional, ligado à câmara 1.

#### **Restante equipamento**

O equipamento auxiliar para as filmagens foi também igual ao anteriormente utilizado, composto por dois tripés de fotografia, um *slider*, uma base com rolamentos para tripé, um kit de refletor e espalhador de luz e um projetor de luzes LED.





## Anexo 27

### Entrevista em vídeo com Susana Fernando

**Entevistado:** Susana Fernando

**Entevistador:** João Tiago Santos

30 mar 2015

**Duração:** ±3h

O meu nome é Susana Fernando e tenho quarenta anos e vivo no Porto há quarenta anos, também, mais ou menos: não nasci aqui mas é como se tivesse nascido. E estudei nas Belas Artes. Estudei na Soares dos Reis, depois fiz o curso de Design Gráfico... Design de Comunicação na Faculdade de Belas Artes e quase, quase a seguir a ter terminado comecei a dar aulas na ESAD, onde trabalho até agora. Nestes anos desde que terminei, em noventa e oito, até hoje, tenho conseguido conciliar esse trabalho na escola – de dar aulas – com o trabalho de atelier, não é? Já tive alturas com mais intensidade, outras... Depois também por outras questões da vida, não é? De querer estar mais disponível para a casa, para os filhos, essas coisas, que se tem conseguido manter isso numa boa medida (*ri-se*) sempre possível... Sempre uma medida possível de considerar a fazer Design, não é?

(Risos)

#### Que outro tipo de influências é que tiveste?

Pois, ou que vou tendo...

#### Ou que vais tendo.

Pois. Eu acho que... Não sei se a pergunta também é muito do Design, não é? Mas não é, não é? Não pode ser, não é? Eu acho que a questão do visual, mesmo se pensarmos só nas influências que vêm do que é visual, virá do Design, virá do Design que tem dois anos ou que tem cinquenta, mas acho que muito das artes visuais, não é? Mas... Do cinema, da fotografia e do cenário, no qual trabalhamos. Eu no outro dia queria lembrar-me duma... Onde é que eu vi isso... Eu acho que foi num vídeo... Não consegui... Ainda fui procurar... Que é um Designer que dizia, “nós

não trabalhamos”... Tu se calhar vais-te lembrar... “Nós não trabalhamos com uma... Nós não temos uma folha em branco, nós não começamos com uma folha em branco”, não é? Aquela... “A nossa folha em branco é a cidade”. Não é? E eu acho que isso já são as influências, portanto, não sei se... Aí a questão é de, influências ou referências, não é? Mas as influências é tudo isto, não é? Que serve para comunicar. Mas isso no visual porque eu acho que depois... A música, não é? Ou a filosofia. Pronto, isso constrói-te como pessoa e também como designer, não é?

**Sim. Pois. Respondeste há bocado, estavas a falar de filosofia, depois as questões que eu estou a dizer... Ou seja, não é só visual.**

Não é só visual.

#### Há mais outras, outras coisas que podes...

Pois: a literatura, a poesia... Nem eu sei... Provavelmente até se procurasse muito, com esse cuidado, conseguia fazer ligações de coisas que fiz e perceber uma influência, porque às vezes... Ou uma metáfora, ou uma lógica, não é? De abordagem, do ser mais subtil, ou então ser mais berrante numa declaração. De querer dizer as coisas doutra maneira e pode ser... E acho que aí, pronto, lá está, pode ser na literatura, pode ser... Na questão da filosofia eu acho que é... Aí há uma coisa que misturo muito que é o tu construíres-te como pessoa e nessa pessoa também pode estar um designer, como pode estar um músico ou um cineasta. Eu acho que há coisas que não têm mesmo fronteira, não é? A questão de ter uma fronteira ténue, acho que não tem: uma coisa tá dentro da outra, não é? Uma coisa que te ajuda a ser uma pessoa melhor ou a crescer, necessariamente, te

ajudará a ser um profissional também, não é?

**Pois, e a questão de cidade? Também falávamos da questão de cidade... Ou seja, não há uma folha em branco... Há um papel também social. Ou seja, também tens essa questão da influência, também pode ser a cidade dar-te a ti mas também podes... Também tu és da cidade, também acabas por ser uma influência para...**

Sim, sim, sim.

**Ou seja...**

Até com essa mesma relação da folha em branco, não é? Onde tu vais trabalhar. Eu acho que aí até vejo muito nessa questão, agora, eu quando ouvi a frase, acho que até era mais nesse sentido, não é? A nossa folha em branco é este espaço, agora, é o que estava a dizer, também daí tu absorves coisas, não é? Também absorves códigos...

**Sim.**

...Que depois vais usar. Mas sim, vejo também aí um... É um palco, não é? Onde... Maior, menor, a escala... Acontece uma intervenção, não é?

**Pois. Estava a ver isso... Estou a dizer isso porque tem ali aquela toca, tem ali aquilo na porta. (aponta para a porta)**

Ah!

**Ou seja, também há esse papel, não é? Não é só o papel de designer-cliente, mas também há uma questão que pode também ser às vezes...**

Pois. Este aqui, não é? (aponta)

**Sim.**

Pois. Se não fosse designer também ia querer ir pra rua, não é? Ou também... Como designer, se calhar, podes ter meios de trabalhar alguma coisa visual que comunique, não é? Mas sim, acho que aquilo que o... O que podes ir fazendo, ou que vais fazendo com o teu trabalho, comunica alguma coisa, mas também tem uma influência do que passa a ser conhecido, do que tu podes usar também, não é? Eu acho que é muito difícil pensar individualmente assim, não é? Um designer faz isso

mas, no conjunto constroem-se formas de comunicar para as quais as pessoas, depois, também terão formas de reagir.

**Agora se calhar passávamos para uma parte mais de processo, para perceber melhor... Como é que tu descreves a tua forma de trabalhar o projeto gráfico?**

Assim...

**Sim, ou seja...**

...Com algum pragmatismo. Como é que acontece, não?

**Como é que tu abordas o projeto? Ou seja, a partir do momento em que recebes. E vamos partir do princípio de que estamos a falar de um projeto que tem cliente, não é? Ou seja, de alguém que deve ter uma proposta, tem um programa. Não és tu que o defines, é alguém que vai definir o programa, ou seja: “temos determinado trabalho” e como é que... A partir do momento em que... Primeiro, em que dizem... Contactam até ao momento em que aquilo sai? Ou está nalgum mercado ou está nalgum lado...**

Sim.

**...Ou seja, qual é o caminho que tu geralmente... E estamos a falar nisto no sentido mais... Ou seja, no princípio do que aquilo que tu fazes, das práticas que tu... Naquilo que tu terás de fazer mas as práticas que tu fazes, não é?**

Sim, sim, o que eu acho que acontece, não é?

**Sim. O que acho que acontece, mas pensarmos num projeto que seja, lá está, um projeto simbólico para ti. Podemos mesmo pegar num projeto e dizeres: “Ok, eu vou pegar neste projeto específico que eu acho que há uma referência para mim ou é um exemplo”. Ou então falamos muito numa forma mais generalista. Agora aqui é um pouco...**

Pois. Se calhar começo assim mais generalista... E depois vejo assim uma...

**Ok, ok.**

Porque eu acho que o que me esforço sempre, não é? Tento fazer bem é, perceber o que é que é preciso, não é? Porque

isso normalmente não vem de uma forma muito clara, não é? Aquela história do: “Ah! Eu preciso duma capa dum disco”, não é? E tu podes pensar assim, mas eu acho que hoje essa questão é logo muito: “Um disco? Mas tem que existir um disco? E tem que existir uma capa?”. Um CD não é propriamente um objeto que as pessoas possam desejar muito ter, não é? Portanto, é logo isso, não é? Portanto, mas não é dizer: “Ah! Esquece”. É: “Ora bem, o que é que é preciso?”. Porque às vezes nisso: “preciso de uma capa”. Tu percebes que eu preciso ter uma imagem ou associar um objeto, não é? Há dois... Os que eu trabalhei com o Manel, os dois, não é? Este aqui, em que não era um livro: “quero um livro”. Mas nessas questões de: “Pá, uma capa, mas porque é que é uma capa?”. “Mas tem que existir um CD”. Pronto, então tem que ser CD, não é noutra formato, não é num download ou numa pen ou numa USB ou isso. Mas acabou por ser um livro. Portanto, a que vem... Acho que... Como essa... O perceber o que é que alguém quer, se calhar. Este é um exemplo em que está tudo mais misturado, não é? Porque depois é uma banda, não é? Em que há uma envolvimento e tal. Mas noutras questões também pode ser: “Eu preciso de um cartaz e tal”. E chegamos à conclusão que não precisa de comunicar alguma coisa e até ajudar a perceber que um cartaz não é o melhor exemplo naquele caso. Pronto, por isso eu acho que isso é o início e muitas vezes isso... Ou quase todas, não passa por riscar, não passa por ter “moodboards” nem... (risos)

**Sim, sim, sim.**

...Não é? Não passa sequer... Passa só por conversar ou escrever, não é? Portanto, porque às vezes as trocas também são por e-mail ou por... São propostas em que ainda nem necessitam de ganhar uma forma, não é? De uma peça gráfica, é questão de pensar no problema e arranjar o enunciado, ajudar... Porque... Não é? Eu quando digo: “Isto não nos chega muitas vezes feito”, acho natural, não é? Porque, se calhar é também pra isso que nos procuram. Pronto, e depois, mesmo essa questão de entender, não é? Desta aproximação que não precisamos... É ótimo quando são casos como este de sermos amigos, mas não precisamos de ser amigos mas o estarmos próximos é que eu acho que é o ir percebendo e interpretando. Porque mesmo às vezes coisas que nos custam ouvir, não é? Que são aquelas caricaturas do cliente com o design do: “Ah e tal, eu gosto mas quero isto em azul”. (risos) Mas isto às vezes pode querer dizer

alguma coisa, não é? Ou dizerem assim: “Olhe, eu gosto mas a letra tem que estar maior”. Mas também daí temos que perceber que leu com alguma dificuldade. Pronto, e depois é talvez o tentar alterar, sendo fiel àquilo que nós propomos, e também correspondendo àquilo que está à espera, ou que estão à espera. Mas nisso que falas do processo eu até estava... Eu acho que, por exemplo, aqui este é duma revista e que, “pá”, isto tem que existir logo, não é? Que são os textos impressos, ler o melhor que conseguir porque às vezes o volume não dá para...

**Sim.**

...Tirar duas semanas para ler e depois depende dos conteúdos, portanto. E começa por aqui e se há imagens, ver, ou seja, eu acho que aí são... Num disco, acho que é a mesma coisa que é: ver o que tens, que nome é que tens, que material é que tens mas...

**Ouves o disco?**

Sim, se puder, sempre, não é? Quando eu digo “se puder” é porque há casos em que me podem pedir para começar a trabalhar e dão-me o nome, ou isso, e daí a uma semana ou duas é que... Neste caso do Mário Laginha isso aconteceu – ouvi um bocadinho mais tarde e não ouvi completo, nem o final, não é? Ainda estavam a trabalhar mas é absolutamente necessário, não é? O ouvir. Mesmo quando são algumas coisas que eu acho que já conheço e já consigo... Mas é um disco novo, não é? Pronto, e aqui o ler, não é? Ou conhecer, e... Lá está, é uma revista mas porque é que é? Neste caso há um formato que eu tenho que seguir. Mas porque é que tenho que seguir? Como é que chego à conclusão: “Não, esta é uma coisa que tenho que trabalhar com”... Tentei perceber o que temos em cima da mesa, não é? O que é que são os textos, o que é que são as imagens, o que é que...?

**E nessa altura tu fazes em conjunto com o cliente ou fazes... Ou seja, essa discussão, essas dúvidas, vais colocando... É dialogado ou vais tu fazendo esse trabalho no gabinete e depois passas essas dúvidas para o cliente? Como é que muitas vezes é feito?**

Ah! Ou seja, se é mais regular, não é? Ou...

**Sim, sim.**

Acho que depende da proximidade, às vezes, até aquela formalidade que convém marcar uma reunião, então eu tenho que escrever um *mail* e demoro mais a escrever um *mail* porque tenho que... *(Risos)* E aí acho que depende da facilidade com que possas ter em telefonar... Mas eu acho que evito, sendo essa facilidade de pegar no telefone: “Olhe, e se não fosse assim?”. Acho que talvez aquela questão também de dar tempo para... Olha, o meu... Outro caso dum... Mais ou menos recente, tem poucos meses, com o Nuno – que também foi uma capa dum disco – e havia uma série de coisas, avançamos noutra solução que lhe parecia a mais óbvia, com uma vontade grande que ele tinha, e eu a tentar ajustar... Mas pronto, a dada altura, eu não estava muito contente e fiz um saco – eu depois mostro-te a capa, porque o disco até, pronto, não sei se o tenho aqui mas pronto – com a cara dele e para lhe enfiar na cabeça. Sei lá, meses.

**Sim.**

E pronto, eu não lhe liguei a dar... Não é? Primeiro tinha, lá está, o Nuno também é uma pessoa que eu conheço melhor, mas também não queria que ele fizesse uma ideia e começasse a tentar decidir se gostava da ideia ou não sem ver e, portanto, passou mais foi por fazer o saco o melhor possível e testar com outra pessoa com o saco na cabeça e perceber que eram imagens horríveis, ali no terraço, numa cadeira em tronco nu e não era ele, não é? Mas eu... E, de repente, parecia que era uma pessoa condenada...

**Sim.**

...À morte, não é? Ou um carrasco, assim ali uma mistura, e pronto... Depois, também, controlar isso até ter a certeza e poder propor. Mas aí também estamos a falar numa fase um bocadinho... Não é? Agora à frente, não é? Porque tu já estás aí... Aí sim, não estás a “mastigar” o enunciado, embora isso também não seja tão estanque, mas já estás à procura de soluções. Pronto, mas então acho que é assim... Eu acho que é... É o... Nem é o: “Ah, eu quero dar alguma coisa que não é exatamente a que me estão a pedir”. O objetivo não é esse, mas a verdade é que acontece muitas vezes e eu acho que até sou flexível nisso, não é? Às vezes, há vontades, porque: “Ah, tem que usar a imagem, queremos muito que esta imagem...”. “Mostra”. Estou-me a lembrar de um trabalho que era um *workshop* internacional de engenharia eletrónica à volta da investigação das

fibras óticas e não sei quantos, e num universo até que me deixou logo alerta assim de: “Vou tentar saber o que é isto e imaginar que há imagens...”. Mas a cidade do Porto, a cidade do Porto, e eu não conseguia estar de acordo: “porque é que a cidade do Porto?”. Mas depois de tanta insistência, tanta insistência... E de eu perceber que ali havia uma importância...

**Sim.**

*(Risos)*... Pelo facto de dar... Na cidade do Porto, acho que comecei a não conseguir ignorar essa... E então conseguimos, até acho que resolver, e eles também gostaram, porque mostrámos o Porto com luz, com arrastos e isso que foram fotografias da Adriana – Adriana Oliveira – e com... Também, é fácil falar e com quem é fácil trabalhar. Eu estava-vos a dizer de ir à ponte D. Luís...

**Sim.**

... Até era nesses ensaios, ver o que é que são as imagens à noite...

**Sim.**

... Não é? Porque queríamos... Eles, lá está, acabaram por... Eu acho que lhes fiz a vontade. Agora, eles se calhar se imaginassem uma imagem, de dia, da torre dos Clérigos e tal, mas consegui mostrar a luz e...

**Também te propões a dar uma perspetiva diferente, não é? As pessoas às vezes têm uma ideia que querem: “Tem que ser o Porto”, “tem que ser o Porto”, “tem que ser o Porto”. Mas, se calhar, tu tentas sempre pensar de uma maneira diferente, não é? Aquela expressão “out of the box”, não é? Que é muito... *(Risos)* que é aquela coisa mas não, mas é...**

*(Risos)* Mas sabes que eu acho que é isso que mais me alicia no Design, não é – no Design Gráfico – e noutras disciplinas também, mas que é o encontrar uma outra forma de contar as coisas, não é? E é uma alternativa e que, normalmente, tem a grande vantagem de trazer outras, não é? E quando digo uma outra, não é? Uma alternativa a quê? Pronto, se calhar, a essas... Sei lá, às coisas, às vezes, serem ditas com palavras e não se precisar de usar palavras, não é? Ou serem ditas com números e não... Isto no caso da infografia...

**Sim, sim, sim.**

... Não é? Que também é uma área do Design que eu tenho uma paixão. Acho que me tenho dedicado um bocadinho mais e se calhar, até, em termos de investigação do que propriamente, até, ter assim tantas oportunidades... Acho que oportunidades vou tendo, ao longo do tempo, não é?

**Sim.**

Com alguns trabalhos que são só de visualização de informação mas, em muitos casos, que são aspetos que tenho que resolver dentro de... Não é?

**De outros... De outro tipo de trabalhos.**

De uma revista e que depois tenho que mostrar...

**Sim.**

... Ou é uma exposição e há um organigrama ou um *mapa mundi*...

**Sim, sim, sim, sim.**

... Não é? E...

**Preferencialmente, vais virando por essa...**

Vou. E acho que foi aí que eu acho que comecei a também, a encantar-me, um bocado, com essa área, com esse potencial de contar as coisas de uma outra maneira, não é? Que permite informar mas, também, há uma sedução nessas imagens que é o valor grande daquilo que nós fazemos, não é?

**Não sei. Ou seja, (...) então, pronto. Já chegamos à fase de... Temos a primeira parte que é o contacto com o cliente, é mais ou menos a proposta, recebes, fazes uma espécie de... Ou seja, olhas para o problema que tens, comunicas com o cliente, não é? Mas aí já tens o processo... Já temos aí um processo criativo, não é? Ou seja, já estás a trabalhar no enunciado que tens...**

**Sim.**

**...Mas de uma forma criativa, já se pode falar dessa**

**maneira, não é? Ou seja...**

Sim, sim. Acho que aí é preciso essa criatividade, aliás, para... Pronto, algum pragmatismo, se calhar, de perceber a importância, não é? De arrumar as ideias. Mas eu acho que até a forma de dispores o problema precisa de criatividade, não é? E, às vezes, é essa... Eu acho que em tudo, não é? Às vezes até o teres... Arranjares uma maneira de teres ferramentas, de dispores as imagens de uma maneira que permita ver alguma coisa ou de as passares muito rápido num ecrã para perceberes, não é? Acho que temos que ser criativos, também, para a forma como usamos as ferramentas ou, se calhar, principalmente... Porque essa, eu acho que é uma armadilha grande se não formos... (Risos). É usarmos as ferramentas da maneira mais óbvia, não é?

**E, mais uma vez, a questão de olhar sempre: contar sempre uma história da maneira... De uma outra maneira.**

De uma outra maneira, pois.

**E depois, a partir daí, como é que... Ou seja, a partir do momento em que está tudo mais ou menos estruturado – em termos de programa está delineado – como é que tu partes para o trabalho? E agora aí a questão mais processual.**

Pois, sim. Sim, e nem sei se não parti já, não é?

**É isso: a questão de...**

... Esta história de... E as imagens, aquelas imagens, não é? Às vezes isto... Eu acho que acontece, dizem-te uma marca, um nome, não é? E até, sem queres, estás logo a ver se tem ascendentes e descendentes e... Se a caixa alta ou a caixa baixa e parece... E numa fase em que até parece muito prematuro... (Ri-se) Mas é irresistível, não é?

**Sim.**

Portanto, acho que desde aí que podes até começar a criar imagens, não é? Porque sabes que tens uma palavra e que vais ter que resolver aquela... Vais ter que ter uma imagem para aquela palavra. Mas depois, de facto, acho que há uma altura em que, aí, esse processo começa, não é? Como eu estava a dizer assim: "Isto já está tudo arrumado, eu já

sei o que é que posso fazer, já sei as limitações que tenho em termos de produção...”. Em termos do tal formato e de produção, neste caso até são algumas e, portanto, ainda não decidi nada, não é? O papel ou a encadernação, mas já juntei isto tudo para ter o espaço onde vou trabalhar. E depois acho que há o começar a fazer, não é? Mas aí começo por quê, não é? Se for um livro posso nem começar pela página, não é? Posso começar por um mono, não é? E de perceber o volume, não sei, mas... Ou ao mesmo tempo, não sei, acho que não é muito compartimentado.

**Sim, sim, sim, sim.**

Mas, em muitos casos, é aí... Não é? Não estou a falar de processo mas assim do lado mais pragmático, não faço por – que é uma coisa que, também, sinto que tenho eu que fazer, a maior parte das vezes – estabelecer fases quando são coisas que são mais longas e propor: “Não, neste momento temos que reunir, ver trabalho, aprovar ou não”. E “siga”, não é? E quantas fases, quantas provas, provas em que... Com que rigor? Não é? Há coisas que podem ser, até, vistas em ecrã...

**Claro.**

... Não é? Se forem para ecrã, como é óbvio, claro...

**Sim.**

... Mas há algumas coisas que são feitas para papel e que, a dada altura, até podem ser vistas em ecrã à distância, mas, pronto, aí acho que é o estabelecer de fases, quando é que é visto, o que é que é aprovado e continuar... Mas gosto de ir tendo esse *feedback*, não é?

**Tu... A questão da aprovação, ou seja, há uma constante relação com o cliente ou vais... Tens um processo longo e depois... Geralmente...**

Pois. Não sei...

**Varia muito.**

Eu acho que sim.

**Pronto.**

E, também, eu acho que nem sei o que é que é longo, não é? (*Risos*) E o que é que é curto. Mas eu acho que sinto é que, quando já estou a avançar muito – ou já estou a avançar – e ainda não estou segura... Isto, imaginem que é um livro, não é? Se aquilo já está aprovado ou combinado, não é? Que é aquilo que vai... Que está a corresponder àquilo que pretendem. Mas aí parece-me que sim, que até... Que eu preciso que isso aconteça e que seja aprovado e depois, questões que têm que ser salvaguardadas, não é? De entendimento, não é? Mas, noutras alturas também sou capaz de achar que eu prefiro longo, porque há alturas também que não me apetece nada parar e mostrar uma parte, porque sinto que tenho que pegar no bolo todo para...

**No que é que vais gerindo, também.**

...Não é? Às vezes até coisas como... Pode ser um congresso internacional ou *workshop* ou um ciclo, mas que tu não queres mostrar ainda uma peça porque sentes que pensar nas outras também vai ter uma influência naquela. Portanto, e aí não me agrada o compartimentar, aí agrada-me mais a ideia de estar segura de tudo para poder propor, não é?

**E tu privilegias a questão do contacto pessoal com o cliente ou é indiferente?**

Pessoal, assim, presencial, não é?

**Sim, presencial. Ou é indiferente? Achas que é importante?**

Não, indiferente não é, de maneira nenhuma, não. Ou seja, eu faço isso às vezes e com pessoas que estão no Porto.

**Sim.**

O falar pelo Skype, não é? Por *mail*, o *mail* é... Portanto, daquilo que puder ser... Isto também como dou aulas, há uma boa quantidade de horas da semana que eu não atendo o telefone e não respondo. E as pessoas com quem eu trabalho sabem isso logo que me conhecem, não é? Ou quando estão... “Pá”, conhecem ou eu faço por isso, para que conheçam qual é a minha disponibilidade e, portanto, isto muitas vezes há coisas que se vão acumulando. Um dia que eu não estou porque estou em mais aulas e tal e ainda não cheguei... Mensagem. Pronto, mas não fugindo ao que tu estavas a dizer: portanto, às vezes é prático o Skype e o

telefone, mas não consigo achar que isso é igual ao estares sentado numa mesa e à volta de um trabalho e falares e isso. Eu prefiro. Então, se for para apresentar um trabalho, aí acho que nem ponho outra hipótese de...

**Sim, para apresentar mesmo...**

Não estou a dizer que nunca o tenha feito...

**Sim, sim, sim.**

... Acho que já o fiz até muitas vezes. E é a urgência e tal, e depois: “É melhor mandar uma prova, mas podemos ver”. Mas muitas vezes resisto a isso porque... Faço essa resistência porque querem: “Ah, mas manda qualquer coisa”, e eu não gosto, não é? E o trabalhar, não é? Acho que com qualquer pessoa... E eu também não sei se não serei a pessoa que investi mais nisso – no trabalhar à distância – que outras que o façam que consigam...

**Claro.**

...Contornar coisas que eu ainda posso bloquear um bocadinho.

**A questão do processo, depois entretanto... Ou seja, temos a questão do... Eu percebo pelo que está aqui, não é? Tipo, és muito manual, gostas muito de tirar o caderno e escrever e desenhar, ou seja, faz muito parte disso, não é? Ou seja, partes imediatamente para o trabalho ou vais pensando, maturando as ideias à volta do desenho? Sei lá, fazer e pensar ao mesmo tempo...**

Se preciso de fazer, pois.

**Se precisas... Dessa ideia...**

Eu, para te ser franca, gostava que fosse mais assim, não é? Porque tu veres isto também é porque é o que está visível. Houve umas vezes que não fiz e não há nada ou há umas provas assim... Umas impressões, pronto, mas o... Eu acho que é essa necessidade do fazer e ajudar a pensar.

**Sim.**

Também acho que se cria, ou pelo menos, não é? Eu acho... As coisas ficarem ou tu cortares, o imprimir, ou às vezes

até um erro de impressão ou isso, que te dão oportunidade de ver as coisas e, portanto, é mais uma maneira de poderes perceber aquilo que tu estás a pensar, na intenção que tens, portanto, mesmo até que seja uma coisa que é um diagrama, há alturas em que eu, por exemplo, não estou a conseguir e acho que cada vez... Eu passo mais horas no computador do que no estirador ou ali no meio dos papéis e das tintas, porque gosto de ali estar, mas adoro a rapidez do computador porque, mesmo quando venho e digitalizo, depois há uma série de coisas que podes fazer com rigor e isso, e de uma forma muito fácil, não é? Que é depois passar para o digital. E passo muito tempo, para além de que há muita coisa que é... Que nem... Paginação e etc. Quanto muito faço uma impressão, corrijo alguma coisa que pode passar por cortar, ou isso, mas é quase tudo...

**Mas antes disso, tu fazes no desenho, tipo, fazes testes... Tu já falaste, nos testes de mono, ou seja...**

Sim, sim.

**...Vais procurando, em termos de tato, não é? Uma coisa (...).**

Pois, e às vezes... Eu ia-te dar um exemplo. Não posso dizer que seja sempre, sempre. Acho que há coisas – e dentro do trabalho que fazemos – que até já são mais rápidas, não é? Perceber o que é que pode resultar e, portanto, não obriga a... Mas ia dar-te um exemplo que é, sei lá, tenho um diagrama para resolver, um diagrama que eu não percebi. Dão-me uma coisa que eu acho difícil de ver, estás a ver? Assim uma... E eu tenho que... Ainda não percebi a ligação que posso fazer entre aquelas partes, depois cruzam-se ali uma com a... Estás a ver? Certas e não sei quantas, ainda não é... Às vezes o fazer em transparência ou... Não é? Ter coisas na mão ajuda-me a...

**A perceber melhor.**

Devo... Isto não é um projeto de Design mas quando nós mudámos para esta sala, a outra era muito maior e esta... Não tínhamos a certeza disto caber aqui...

**Se cabia. Sim.**

...E então fizemos um “tetrís”, não é? (Risos) Fizemos umas medidas, assim, dos móveis e começámos assim a...

**A tentar encaixar as peças.**

... A tentar encaixar. E tudo está... De certeza que há alguém: “Ui, mas isso, eu fazia isso no Illustrator com mais facilidade”. Pronto, e se calhar eu também... Há coisas dessas que posso fazer, de estar a perceber, mas esta relação traz outra coisa. Pronto, se calhar é isso: é outra coisa, não é o melhor nem pior. Mas, portanto, eu estava-te a dar este exemplo porque este não é propriamente a plasticidade do sujar a caneta ou desenhar com marcador ou não sei quantos, não é?

**Sim, sim, sim, sim.**

É o mesmo do objeto, ajudar. Que pode ser uma maquete ou qualquer coisa... Ajudar a pensar, não é? Porque às vezes essa... E depois o desenho final vai ser o vetor limpinho, não é?

**Pois, sim mas o... A base está numa...**

Este objeto pode-te ajudar.

**E depois da questão, ou seja, a fase é essa, ou seja, o processo é um processo contínuo não é? De fundo de aprovação, diálogo com o cliente, não é? Há sempre um diálogo?**

Sim.

**E acompanhas depois o trabalho em produção? Ou seja, a partir do momento em que...**

Pois, isso faço sempre que posso.

**Ok.**

E acho que só não o faço quando é, “pá”, fora de Portugal, aí nunca... Acho que nem nunca aconteceu, no caso dos discos, não é uma questão que valha a pena ser discutida, se vão fazer na Bélgica, não é? Ou Holanda. Quando são as editoras, que já têm isso muito bem... E com o controle de impressão que me deixa tranquila, portanto, quanto muito posso precisar de uma prova que mandem, pelo correio ou DHL, mas aqui em Portugal também pode acontecer se for Lisboa... Depende do trabalho, não é? Há... Sei lá, se eu imprimir um MUPI em Lisboa não sei se...

**Sim.**

... Isso também... *(Ri-se)* Mesmo se o orçamento considerou essa fatia para o...

**Sim, sim.**

... Acompanhamento de produção. Depende, mas se for um... Estava a dizer um livro e este até foi impresso em Lisboa mas...

**Vieram cá.**

... Fizemos tudo pelo correio.

**Sim.**

Aqui, também há muitas vezes que não vou à gráfica, não é?

**Sim.**

E há trabalhos até que... O acompanhamento, portanto, é só afinado quando é entregue para impressão e depois vejo o final, em muitos casos, gosto de ir mesmo à “boca” da máquina. Mas isso, eu gosto de produção gráfica. *(Risos)* Portanto, mesmo que não fosse para o trabalho eu ia gostar...

**Sim.**

... De ir à gráfica, isso não podia ser sempre mas aprendi muito. Eu acho que ou levamos aquilo... Acho que é muito, muito... Porque não... Era sempre... Acho que foram as minhas aulas de produção gráfica, não é? E se tivesse... Se fosse ao fim da tarde e eu pudesse ficar lá um bocadinho...

**Pois.**

... E se houvesse gente para me aturar ainda melhor.

**E já aconteceu de salvares coisas ao final, tipo, na “boca” da máquina? Não...**

Acho que sim.

**É?**

É. A questão da afinação da cor, não é? Tu veres... Afiar uma coisa que até nem tens... Como às vezes eu, há uns tempos, dizia ao impressor: “Não, não, mas sou eu que



decido”. “Mas isso não foi o Pantone que deu”. “Mas fui eu que dei, porque não é uma referência Pantone que tem que estar de acordo com uma identidade”.

**Uma referência pra ti, sim.**

... Que eu ia decidir, portanto, e estas coisas acho que... Depois aquilo, não é? Uma coisa é veres isto, de repente, estás a ver uma área impressa de um metro quadrado e tu...

**Sim. Vai ficar completamente diferente, sim.**

E pronto, acho que se decide. E também olha, me lembro de um trabalho que tinha umas partituras, e com super urgência, por coisas feitas, não é? Porque o tempo é uma coisa que não nos ajuda, muitas das vezes, e de, na chapa, ver que havia notas – eram livros de partituras ou que tinham partituras, e que não tinha, não sei o nome, mas devem ser as “hastes” das notas, nas chapas. Não tinha... Pronto, foi na chapa que já vimos porque isto: “Ah, mas porque é que não viram na prova?”. Já nem me lembro se vimos prova. Há trabalhos que não são feitos, portanto, como deviam, não é?...

... **Sim, sim.**

São... Pronto, mas...

**Tu falavas que tinhas... Há pouco, estavas a dizer que tinhas o teu arquivo de *sketchbooks*, tinhas isso tudo, ou seja, continuas a manter esse ritual? Ou seja, de registar? Ou seja, de manter um...**

Sim. De ter um caderno? Eu acho que nunca tenho um, tento, às vezes, que seja um ou que tenha uma agenda ou porque compro uma agenda em papel e que depois começa a ficar muito gorda... (*Risos*)

**Sim.**

... Porque é principal...

**Sim.**

... Eu meto lá coisas, que podem ser os *tickets*...

**Sim, sim, sim.**

...Ou pode ser uma fatura que depois que não me posso esquecer de pagar mas o... Pronto, não sou... Não tenho... Quando tu dizes a palavra “arquivo” é que eu acho que não é...

**Não é...**

... Não se ajusta porque eu não acho que tenha método nisso. Por isso, olha, há bocadinho, estava a ver este aqui, não é? Isto deve ter aqui coisas importantes, e que é um caderno que devia estar dentro de outro, não é?

**Sim, sim, sim, sim.**

E depois retomo uns ou depois há um, agora... Às vezes encontro uma lógica, não é? Portanto, tenho um A4 que dá para umas coisas e porque tem umas folhas que são boas para escrever. Uma coisa que fiz, agora até a propósito de andar a pensar numa... A pensar, não é? E isso tem mais a ver com investigação, que eu acho que não disse no início, não é? Mas pronto.

**Sim.**

E que é... E que também acho que tem a ver com a folha em branco, não é? Em que fiz eu o caderno para escrever em cima de coisas que eu já escolhi como uma referência. (*Levanta-se e vai procurar o caderno*).

**Sim, sim.**

Eu acho que ele está aqui, João. Desculpa. Porque se ele estiver aqui... Porque ele anda comigo. Pronto, estás a ver? Este é um outro de...

**Sim, já existia qualquer coisa antes e tu vais...**

... Misturadas. Este é agenda... Pois e este que ainda não está muito escrito...

**Mas já tem... Já está com coisas.**

... Que tem a ver com a infografia e... A fazer um exercício de tradução. (*Risos*) Mas pronto... E que eu não sei, pronto, criei este caderno e que depois, lá está, anda dentro de outros, mas eu acho que isto até... Acho que é mais ultimamente (sei lá, no último ano) que ponho assim uma lógica de compartimentar mas não é muito rigoroso.

**Sim.**

Que acho que às vezes também nos abandona, aquele que estava a mostrar, se calhar, era só um daquele ano...

**Entendo. Sim, sim.**

... Não é?

**Sim, sim.**

E fui mais rigorosa nisso, depois, lembro-me disso de numerar para não arrancar as páginas que não gostava. Porque depois...

**Ah, obrigavas-te mesmo a ficar com ele, então, independentemente se era bom ou mau, ficavas.**

Sim, eu numerava as páginas. Isto porque depois... Como há aqueles que são um bocadinho mais vaidosos, não é?

**Sim.**

Tu também... Aquilo está-te a dar jeito mas também te estás a aperceber do caderno que estás a fazer, e eu acho que há alguns que, tenho que admitir, que, se calhar, tenho... Estou com esse gosto de...

**Sim, sim, sim.**

... De ir criando um objeto, também. Mas, pronto, não é muito metódico. Agora, guardo-os, não é? Não tenho... Portanto, não lhe chames “arquivo”, chama-lhe “despensa”. (Risos)

**Uma pequena despensa.**

Uma despensa, não é? De...

**Um conjunto. (Ri-se)**

Olha, eu isso até gostava que estivesse aqui à mão porque, há uns tempos que, agora, nesta recente mudança, deitei uma série de coisas foras, e, a dada altura, tinha uma pasta, que tenho aí, que diz: “restos valiosos”. (Risos) Portanto, há os restos mas depois... E os restos valiosos são aparas, pontas de negativo, e, dizer, eu... Ai, não é?

Estamos a falar mais de Design mas eu, há trabalhos de ilustração que faço que aí vou mais explorar essa parte, não é? E passa, sem dúvida, mais por mexer e por...

**E consideras-te mais designer de comunicação ou designer gráfica?**

(Ri-se) Eu gosto mais de Design Gráfico.

**Ok.**

Acho que... Gosto das duas palavras e gosto da palavra “gráfico”, não é? Mas acho que Comunicação até é mais abrangente, não é? Sei lá se é, não é?

**Sim.**

Depois é o que nós... A disciplina tem um nome, não é? Mas não precisa de passar propriamente pelo significado que tem a palavra “gráfico”, não é? Acho que quem diz “Design Gráfico” não está a pensar só em grafismo, não é? Ou o que é gráfico, não é? Mas gosto mais de Design Gráfico, mas só por isso mas...

**Sim.**

... Às vezes, lá está, até corrijo, que acho que aconteceu há bocadinho, não é? A dizer: “Ah, fiz o curso de Design Gráfico... Ah, Design de Comunicação!” (Risos)

**Artes Gráficas.**

Artes Gráficas. (Risos)

**Agora ficas... Sim.**

**Acho que é Design de Comunicação agora.**

Deve ser só Design de Comunicação.

**Design de Comunicação.**

**É.**

Artes Gráficas, eu também acho, não é? Lembro-me de outra coisa...

...Já não me lembra a mesma coisa do Design Gráfico, não é?

**Sim, sim. Quais são os trabalhos mais representativos? Ou seja, da forma como tu... Do processo que descreveste ou da forma como tu achas que é aquilo que tu és, ou seja, o que é que... Os trabalhos que te identificam enquanto Designer Gráfica?**

Designer Grá... (Risos) Não sei, deixa-me pensar.

**Vamos ver a hipótese, (...).**

Pois é, ajudava aqui a folhear...

**Sim.**

Olha, mas tem que ser um trabalho?

**Não, uns trabalhos, pode ser plural.**

Ou um género, sei lá.

**Se algum trabalho não identifique...**

Olha, estamos a falar de quinze anos, dezasseis, não é? E eu, hoje, a minha vontade era logo dizer-te: “visualização de informação”, que nem é aquilo, se calhar, que eu tenha... Não... Que tenho mais... Não é? Se fores juntar as tais... Não é? Os tais... Pontualmente, aquilo que eu tenho que resolver numa exposição ou tenho que resolver... Mas olhando assim para o futuro eu gostava... Acho que, também, ao fim deste tempo, sinto alguma vontade de fechar um bocadinho este campo todo do Design Gráfico e até me focar mais na infografia, não é? Gostava! A parte da ilustração, acho que nunca ponho de parte, não é?

**Sim, sim.**

Mas, agora não... Estou a fugir à tua pergunta, não é? Mas, respondendo, se calhar, houve alturas em que eu, sei lá, trabalhei durante algum tempo com câmaras, e, se calhar, aí era capaz de me identificar com esse trabalho, não é? Da agenda...

**Mas era...**

...Cultural.

**...A forma como tu, ou seja, a questão aqui é virada para o teu processo, não é? Os mais representativos perante o teu processo ou da forma como tu...**

Pois.

**... Achas que se deve trabalhar.**

Pois.

**Pode continuar a ser os mesmos mas eu gostava que pensasses um bocado dentro dessa lógica, não é? Sei lá...**

Sim, estou a pensar.

**Queres ir pensando? Vamos falando, depois até podemos voltar à pergunta...**

Não, é que aqui, mesmo estes de visualização de informa... Ou de, sim, de visualização de informação. Neste processo acho que tem, sabes? Neste processo, que se vê aí muito, que é esta questão da tradução, não é? Eu folheio aqui e vejo logo uns, por exemplo, com a INESC Porto, ou o INESC TEC, que é o nome das... Que eu trabalho já há algum tempo – e de forma regular – e continuo. Mesmo quando reduzia algum do trabalho do atelier, mantenho. E eles têm unidades de investigação em que não têm nada visível, não é? Têm unidades de investigação com a robótica, e estás a ver o espetáculo, não é? De imagens que podes ter porque os objetos mostram muito da tecnologia, não é? E daquilo do que fazem, não é? E do potencial. Mas depois têm unidades de investigação com cenas de logística, não é? Em que é “software” e não há... Pronto, e como outros de telecomunicações em que o objeto é uma caixa. Pronto, eu gosto mesmo disso, desse desafio, que passa por primeiro perceber: “mas então o que é que isto faz?” Ou: “o que é que é?”. Ou: “qual é a grande vantagem?”. E isso, e tentar fazer uma imagem... Tentar e algumas... Parece-me que até conseguimos, não é? É muito nesta equipa, por isso é que eu agora estava dizer: “Será que este ilustra bem, ou mostra bem, aquilo que eu...”, que é o... Pronto, muitas vezes são coisas que as pessoas com quem eu trabalho têm que se esforçar, também, para me traduzir porque eu não tenho conhecimentos...

**Exatamente, sim.**

Isto, tu sabes, não é? Isto é exigente pela informação, não é? O estares informado com todos os enunciados que vão surgindo, mas também é muito aliciante, não é? Aprendes.

**Acho que sim.**

Os meus conhecimentos de sistemas de logística são muito superficiais (*risos*) MUITÍSSIMO, não é? Mas também obriga a essa pessoa ter que me explicar, portanto, ele já está a fazer uma parte do trabalho, eu depois ainda faço outra que é: “Pronto, mas isto ainda pode ser mais sintetizado? Ainda pode ser mais simples? Ainda pode ser mais acessível? Ou...”. E trabalhar no visual, esses, eu acho que ilustram... E, depois, eu também não vejo... Eu, quando digo: “eu não vejo”, porque às vezes sinto que é vista, sim, esta área, ou estas imagens, da visualização de informação como, assim, um campo estéril, não é... Estéril não é o nome, mas frio, não. Acho que há mesmo possibilidade de emoção...

**Pois.**

... E de sedução, e acho que a sedução, então, é mesmo necessária nestes casos. (*Risos*)

**Já alguma vez citaste algum designer nos teus trabalhos? Da forma que... Ou metodologicamente ou mesmo graficamente, alguma citação que tenha havido ou alguma coisa que tu tenhas pensado, tipo: “«Pá», fazia sentido ter aqui alguma coisa”, ou: “é mesmo...”**

Pois. Eu acho que se... Quando tu perguntaste, eu pensei logo: “Eu já o devo ter feito”. Mas não é: “já o devo ter feito”, se eu fizesse acho que teria que...

**Que te lembrar.**

... Que me lembrar...

**Pois.**

... Não é? Porque acho que é isso que tu estás a perguntar...

**É isso, sim, sim, sim.**

... Não é? Portanto, é óbvio...

**Isso é uma sensação...**

... Que não posso... Há imensas referências, de certeza, das coisas todas que me influenciaram, não é? Ou seja, das Artes Plásticas, não é?

**Pois é. A tal questão da influência que estás sempre a receber.**

Olha... Pois, olha, agora estava... Mas não é uma citação, eu lembro-me de um cartaz de leilão, lembras-te? De leilão de arte. Um leilão de arte... Lembro-me porque lembro-me de, na altura, tu comentares.

**Pois, provavelmente. Agora assim...**

Que tiveste um *mail* simpático sobre isso.

**Ah, sim.**

Este. Eu, nesta altura, lembro-me de pensar no Tàpies...

**Ok.**

...E não fiz nada, não é? Porque não tenho aquela...

**Plasticidade.**

...Plasticidade, não é? Com mais volume. Mas eu lembro-me de pensar no... Tenho um cartaz de arte e de pensar como é que um artista podia fazer um cartaz, etc. Essas coisas assim e pensar no Tàpies, também porque tenho um livro, há muitos anos, na prateleira e eu qualquer coisa que quero... Cartazes do Tàpies... Porque fui uma vez à ARCO e acho que o livro estava barato. (*Risos*) E era sobre cartazes do Tàpies. Pronto, mas não é uma citação porque aqui, não é? Acho que é... Se fosse teria que... Acho que cito mais o... Sim, acho que sim, a rua e o acaso, não é? Eu acho que aí teria que dar mais exemplos de ilustração que... Essa ideia de ilusão, sabes? De fingir, de: “Faz de conta que isto é um papel muito velho, faz de conta que isto esteve enterrado cem anos”, e, às vezes, está enterrado, mas uma semana, não é? E eu... É até um jogo que me agrada, não é? Fazer... Essa é uma parte muito “conhaque” não é? (*Ri-se*) Às vezes é trabalho, às vezes é conhaque, essa é mesmo muito conhaque. Eu acho que, se não tivesse trabalho, podia ser assim um *hobby* meu, não é?

**Sim. Qualquer coisa.**

De fingir e... Pronto, e às vezes nem é fingir mas é apanhar coisas que já estão assim com essas marcas e... Mas no meu trabalho de ilustração acho que...

**Ou seja, mais na ilustração do que propriamente no trabalho...**

Sim.

**... No império gráfico.**

Pois. Olha, há aqui uma, até do Humberto Delgado, que eu... Aí veio muito pela influência de uma visita ao Arquivo Distrital do Porto... Ó “pá”, fotografias, da visita do Humberto Delgado ao Porto, impressionantes. Aquilo é comovente até. E, pronto, era para uma imagem do filme, da exibição do filme, etc. E houve uma série de coisas que me inspiraram no arquivo, não é? Nos documentos e tal, e que depois usei como elementos gráficos, não é? Fosse a fita-cola, o clip, ou a ferrugem do clip, ou...

**Sim.**

... A máquina de escrever e que, depois, foi tudo usado mas, claro, simulado, não é? E por coisas... Papéis soltos mas que depois no... Já no suporte digital que se juntam, não é? Portanto, não...

**Ok, Estou a perceber.**

... Colagens que não existem, não é?

**Claro, digitais.**

São digitais, claro. Não existem em papel.

**Sim. Como é que tu defines a evolução do Design Gráfico em Portugal? E, uma vez mais, a questão de... Isto não é propriamente muito... É desde que estamos a falar... É pós- vinte e cinco de Abril, não vamos para trás, nem para... Não é nenhuma questão histórica, é mesmo... Quanto é que tu tens ou... Muito a tua percepção de como é que as coisas vão evoluir ou como é que evoluíram desde que tomaste consciência que existe Design, por exemplo, ou...**

Pois, de quando comecei a estudar, não é?

**Pode ser por aí.**

Pois, há uma noção do que foi para trás mas não é com uma... Sempre, para mim, não é com uma visão muito recente, não é? Nem é quando me apercebi que gostava de Design ou queria fazer Design porque acho que aí nem olhava, assim, para trás, não é? Foi mais tarde. Mas, não, eu noto uma diferença grande, até se pensar de quando eu comecei a trabalhar, não é? Ou agora, ou hoje, não é? Já passados dezasseis... Acho que é dezasseis anos. Mas como, não é? Estás a dizer como é que eu vejo, ou o que é que é, essa evolução.

**Sim. Fala um pouco dessa...**

Pá, eu vejo é... Não, é uma... “Pá”, vejo mais, não é? Vejo mais Design, não é? Vejo...

**Sim.**

... E sinto mais essa necessidade de, não é? Das instituições, de uma parte... Há esta parte muito visível que nós... É fácil comentarmos uns com os outros que é a parte, muito visível, que é a parte do Design de Comunicação das instituições, nomeadamente aqui da cidade, mas depois há algum contacto que vou tendo, também, com uma parte empresarial. Tenho a mesma sensação de que cada vez é mais necessário, cada vez é mais...

**Uma maior consciência.**

É uma maior consciência e é mais usado. E que faz com que as três, – Ou todas as partes, quando estava aqui a tentar dizer um número – o designer, o cliente, mas depois também o público, que sejam mais exigentes, não é? Que se envolvam mais, o que faz com que as coisas vão evoluindo. E eu não estou a saber dizer bem como, não é? A evolução visual...

**Sim.**

...Mas, sem dúvida, que noto essa evolução.

**Consegues-me dizer os Designers que consideras mais marcantes para ti? Portugueses. Já agora, um pouco em termos de Portugueses.**

Agora é que me apanhaste assim... (Risos)

**E porquê? Também, já agora. Tipo, ou seja, podes falar dos históricos, isso aí é o que tu quiseres, em termos de Designers...**

Então vou dizer o mais fácil. *(Risos)* O Sebastião Rodrigues. Não, mais fácil de dizer porque, como é óbvio, é entenderes um homem que viveu na altura em que ele viveu, que fazia aquilo que ele fazia, e como, não é? E com a qualidade que nos faz pensar hoje e, portanto, aí... E depois é fácil nomear esse, não é? Nem te sentes a excluir...

**Ninguém.**

Não é?...

**Sim.**

... Muitos, não é? Há outros, como é óbvio, não é? Mas estou a dizer aquele que eu acho que é mais conhecido e reconhecido... Não sei se reconhecido, não é? Isso depende. Agora, não, acho que há outras influências naturalmente, mesmo dos designers que são da tua geração. Há, claro que há. Não posso dizer que ponho alguns como ídolos, não é?

**Sim.**

Mas acho que é muito difícil nomear, não é? Precisava, também, de pensar nisso mais tempo, não é? Mas, pronto, Sebastião Rodrigues é... *(Risos)*. É uma referência, não é?

**Sim, sim, sim, sim.**

Mas... E nem é a questão... Portanto, é óbvio que o trabalho também é uma referência, não é? Mas eu acho que é o fazer, não é? O responder a alguma coisa como ele respondia numa determinada altura é que, é óbvio, que tem que ser, não é? Uma referência...

**Sim.**

... No nosso país ainda não é... Nós assim: “Isto é novo”, não é? Nós não...

**Sim. Mas mesmo atualmente consideras que ainda existe... Ou seja, o Sebastião já foi, não é? Mas há designers que continuam a ter esse tipo de protagonismo, vá, não é? Conseguem ter esse protagonismo.**

Sim, mas eu até acho que algumas... Até, às vezes, como conduzem um projeto, não é?...

**É isso.**

... Como têm mão em algum projeto, ou outras vezes, também, o discurso que têm sobre. São... Não é-me fácil, agora, dizer nomes...

**Nomear.**

... Não é? Nomear, por excluir, por não...

**Pesquisar.**

... Mas, pá, assim...

**Pesquisar. *(Risos)*.**

E eu estou a dizer da minha geração e mais novos, não é?...

**Sim.**

... Porque eu também já olho para designers...

**Pois, isso tinha a ver, também, com a pergunta seguinte que é: se tens estado atenta ao Design Gráfico que se passa em Portugal, no Porto, também. Ou seja, estás atenta? Faz parte de ti estar atenta ao que está a passar e perceberes... Já percebi pela questão da evolução de que sim, que notas que há uma... “Pá”, a consciencialização da parte do cliente mas em termos do que...**

Do que...

**Do que é feito.**

Até dos nomes, de quem é, não é? Eu acho que sim, acho que é... Não é difícil. Primeiro, porque não é uma cidade, assim, também, muito grande, não é? Não estamos a falar de um mundo de muita gente mas dou aulas, não é? Trabalho numa escola, tenho muitos colegas designers, é uma coisa que é fácil de fazer parte da vida de todos e ser partilhada. E tenho amigos, também, não é? Portanto, há bocado quando falávamos da cena do Porto, não é? “Um é teu amigo, o outro é”... Não é? Portanto, amigos, mas, agora, conhecidos... Portanto, é um meio... Pronto, mas

também não é só isso, por isso eu acho que o esforço maior até pode ser, porque aí estamos a falar, não é? Destas... Os que estão na camada...

(...)

... Mais à frente da cidade, não é? Mas da parte empresarial e isso faço por estar atenta, também, eu acho que o facto de dar aulas é uma responsabilidade, também. O estar...

(...)

... Mas também não é um esforço, acho que acontece não é?

**Sim.**

E o... Pois.

**Achas que com esta era... A questão da Globalização e o Design português, ou seja, esta questão, que nós estamos a aproximar muito – ou seja, tem a ver, também, com a cena portuguesa – de uma cena internacional? Ou estamos, também, a lutar um pouco e a criar elementos que nos distingam do...**

Do...

**... Que é feito lá fora? Ou seja...**

Que sejam mais...

**... Cada vez estamos mais iguais ou cada vez... Ou seja, até me podes dizer que são as duas coisas a acontecer ao mesmo tempo, mas é para perceber um pouco, nesta linha global, e mesmo com a questão dos “softwares”, a ideia dos “softwares” que poderão também uniformizar mais a forma de fazer e, por sua vez, também, a forma de pensar... Achas que estamos a seguir o barco ou estamos, também, a tentar sair um bocadinho?**

Pois. Olha, eu, a tendência...

**Depois faço (...) também se quiseres, em relação a isto.**

Pois. Não sei, eu acho que também há uma coisa que eu... Que tu sabes, mas que ainda não falámos: eu tenho Skype e *mail* e isso mas não tenho Facebook, não participo

em redes sociais – o que eu acredito que seja uma coisa que, também, possa dar outra visão sobre as coisas, não é? E manter as pessoas mais informadas – isso é a parte boa – mas também dispersar um bocado em alguma informação daquilo que eu vou vendo, não é? Lá está, não como utilizadora mas, também, percebendo o que é que é o... O que é que foi, acho que já se pode dizer, o “fenómeno Facebook”, o que é que foi.

**Sim. (Risos)**

Agora vai morrer, nunca mais morre mas acho que...

**Que vai morrer. (Risos)**

... Vai morrer, não é? Pronto, e aí, às vezes, assim, um bocado de fora, eu, não sabendo bem do que estou a falar, mas acho que há aí umas coisas – não estou a dizer que seja do Facebook – mas desta coisa que aproxima as distâncias geográficas, não é? Que é... Na Internet, há assim umas tendências, não é? E não é uma coisa que eu ache muito interessante e aqui sinto... E depois há... Não é preciso muito para tu, também, estares um bocadinho mais... Antecipares, não é? Mas há um *delay*, sempre, nesses recursos, que me faz sentir... É óbvio que nós podemos falar de influências, de referências, mas quando são essas tendências, soa a uma coisa muito superficial, muito tonta até, que é, depois, essa... Eu acho que estou a fugir um bocado à tua pergunta, mas...

**Deixa lá.**

... Se calhar, até está mais dentro do que se faz ali mas... Embora a sensação que eu tenho é que tem sempre um atraso qualquer que também não é... Não está assim tão em sintonia e que eu não percebo porquê, não é? Não percebo, lá está, numa coisa que é preciso uma abordagem, é preciso responder. Pode haver uma coisa que eu também serei permeável a isso, como é óbvio, não é? De uma abordagem mais... Um grafismo mais do tempo em que estás, não é? Mas há coisas que sinto assim que, talvez veja... Como as tais tendências, e que vejo como muito superficiais, agora... Mas eu consigo lembrar-me de coisas que, se calhar, são mais nossas, não é? Porque são coisas pontuais, é um designer, ou alguém ou um trabalho. Aquilo que vemos na rua, ó “pá”, é o... Só o café, não é? Não se chama café, não é? (*Ri-se*). É porque nós temos muitos

e... Não é? Agora estava a tentar lembrar-me, assim, de um nome mas, se calhar, também, não sei se é bom lembrar-me do nome de uma marca mas. (risos) Há muitos *wine bars* e tu pensas: “Ah, para os estrangeiros perceberem”... Mas, “pá”, “vinho” é uma palavra bonita, não é? Portanto...

**Sim.**

E isso... Não é? Eu estou a dizer a palavra, ou o CD, mas, depois, aqueles ornamentos e tal, aquele Design...

**Gourmet, como se chama um bar agora...**

Gourmet. Bate certo, também, com isso, é um *wine bar* que não precisava de ser aqui no Porto, podia ser...

**Em qualquer lado, sim.**

Em qualquer cidade ou qualquer... Eu, não, há uns meses, estive em Roma e, também, pensei nisso, não é? Porque em Roma, acho que é mais fácil, ainda, pensarmos, quer dizer, em português também, na perda que é, não é? Nós queremos é ver *gelatos* e *vino*...

**Vinos. (Risos).**

...E *trattorias*, não é? De repente, se começassem a mudar aquilo, não é? As pessoas querem é... Portanto, aqui, se calhar, também querem ir a uma taberna ou uma adega...

**Sim.**

... Ou a uma casa de...

**De pasto.**

De queijos, não é?...

**Sim.**

... De pasto, não é? Pois. Bom, pronto, mas o quê? Acho que sim, esta globalização é esta coisa que contagia muito, mas... E acho que isso tem mais... Acaba por ter mais força do que as tais forças contrárias...

**Contrárias.**

... Não é? Que é o ser uma coisa mais... Que surge aqui por um motivo, não é? Que não podia surgir noutra motivo, mas...

**Mas tu achas que existe isso?**

Acho que existe. Eu acho que aqui... Agora, afastei-me muito, não é? Nós, acho que, durante a conversa, estivemos sempre neste registo dos designers, aqueles que nós conhecemos, aqueles que toda a gente sabe quem é e agora afastei-me um bocadinho, que é o que tu vês, não é?...

**Sim.**

... Que nem sabes bem quem é, não é? Qual foi o gabinete, ou se foi um gabinete e tal, mas isto é... Mas, pronto, mesmo neste mundo todo dos designers e isso, há essas forças, mas que não sei se serão, hoje, as maiores, não é?

**Falaste um bocado da questão das redes sociais e tudo, isso fez-me lembrar uma questão que ficou... Em termos de processo, acabamos por não falar assim tão profundamente, que é a questão das... Ou seja, tu, quando partes para o trabalho, fazes pesquisa? Que tipo de pesquisa fazes?...**

Ah, pois.

**...Usas a “internet” como fonte de pesquisa? Como é que a coisa funciona?**

Pois. Claro que uso, não é? E quando digo isto, acho que só me sinto mais fora, mesmo nessa parte das redes sociais, e mais fora que abre páginas, estou a fazer uma pesquisa ou a ver, até às vezes... Ou o cliente e vou ver a página do Facebook e não... Nesse tipo de empresas e isso, abres e vês facilmente, não é? Portanto... Mas, claro, a “internet” é valiosa desde... Para ver uma enciclopédia ou como ires, sei lá, ver o que se faz em algum lado, a parte mais técnica, mais teórica, sacar um texto sobre alguma coisa, claro. Mas, pronto, há bocadinho, dei-te esse exemplo do Arquivo Distrital, não é? Que é uma coisa muito específica, uma sorte que tive, também, e, lá está, apetecer-me-ia sempre ir lá visitar e ver aqueles documentos mas foi uma pesquisa importante para perceber a dimensão do... Que era uma coisa que me interessava, só por ser portuguesa. (ri-se)



**Sim, sim.**

... E por conhecer a nossa história...

**E por ser o episódio, também, que era.**

... E por ser do Porto. Mas ali, esse universo, lá do Arquivo e dos documentos que havia, e interessava muito as imagens que podia usar, não é? As imagens de fotografias com as duzentas mil pessoas na rua e não sei quantas. Pronto, mas acho que muita pesquisa passa pela “Internet”.

**E tem muita pesquisa visual, também, suponho.**

Sim...

**Sim.**

... Mas aí, lá está, se eu for pensar: “Onde é que eu tenho a pesquisa?” Tenho numa pasta. E os ficheiros, há um ou outro que pode ser uma digitalização ou fotografias que tiro, não é? Não, fotografias bastantes, não é? Agora, depende da pesquisa que é, não é? A questão... Não é muito esta coisa, não sei se... Que às vezes vejo os alunos fazerem de, vão ver... Têm que fazer um livro e vão ver livros feitos, não sei onde é que encaixo isso, não é? Se calhar, pode passar por ver livros, não é? Para ver... Se calhar, não é o caso de livros mas, se calhar, até se tiver que... Imagina que eu tinha que fazer um porta-chaves, não sei, acho que nunca fiz mas... (Risos). E de repente, tinha que ir ver como é que são...

**Perceber a mecânica da coisa, realmente.**

...Como é que são os porta-chaves, não sei. Pronto, porta-chaves é um exemplo estúpido mas pronto, porque não é uma coisa que me assusta assim... (Risos).

**Sim, sim, sim.**

Pronto, mas sou capaz de... Agora, as referências, sei lá, se estamos a falar de símbolos, não é? E tenho que ir buscar, não é?...

**Ok.**

...Tenho que ir... Ou seja, que são da eletrónica, ou seja... E aí é maravilhoso o universo todo que tens, não é?

**Sim.**

Mas acho que os livros ainda... Não é? E muitas vezes o ir a alguns locais, não é? Porque esta coisa do visual, tu estás sempre a alimentá-la, não é? Assim mesmo... Porque isto não vais... Não vês coisas, não registas coisas só com o propósito já delineado mas, depois, quando há questões muito concretas, não é? Dos papéis que são papéis de parede (isto a propósito, até, do trabalho de um aluno) se calhar, passa por ir ver, sei lá, por ir ver, até, ruínas onde os papéis possam estar descascados, não sei, acho que é...

**Ok. Sim, isso faz parte, também... Só para perceber um bocado como é que tu funcionavas em termos de...**

Pois, pois.

**... Da pesquisa, não é?...**

Sim, sim. Mas aí... Não...

**... Porque...**

... E até essa relação com a “internet”...

**... A pesquisa é fundamental, não é? No trabalho.**

Claro, mas eu acho é que há... Se houver coisas que eu possa ir ver, não é? Acho que prefiro. Não vou ser... Não acontece sempre, por uma questão...

**Sim.**

... De tempo, não é? mas...

**Mas preferes ir ou forçares-te sentada a ver, não é? Preferes estar no sítio e ver as coisas, tocar nas coisas...**

Se eu te disser assim: “Estou a ver carrinhos de linha”, não é? Ou pastéis. “Pá”, é muito fácil eu ir ver...

**Claro.**

... Não preciso de estar a ver... E noto, eu acho que aí, é uma questão, como tu também, se conheces, que é o nós, às vezes, vermos... Porque combatemos muito isso nos alunos e não percebemos... Mas porquê? É muito fácil, não é?

**Sim.**

Se tu precisas de um garfo e pensar num garfo e estás a ver garfos na “internet”, não é? Eu, se calhar, vou. Olha, há uns tempos, estava a ver, era, chaves e encontrei coisas mirabolantes de chaves e tal. Mas não...

**Mas se for chaves toda a gente encontra, não é?**

... É difícil apanhar uma chave, aqui, e pegar nela, não é?

**Sim.**

Portanto, é bom ver, também, as imagens e isso mas acho que procuro muito e tento ter algum método de organizar algumas fontes, não é? Fontes...

**Sim, fontes visuais.**

... Não é? Onde tu podes ir buscar a informação. Tento ter isso. Acho que não sou... Também acho que poderia... Tenho, assim, a aperfeiçoar para usar melhor, não é?

**Sim, falaste de uma pasta onde colocas coisas, uma pasta no computador onde tens uma espécie de arquivo, não é arquivo porque agora, a palavra arquivo... (Risos). Mas...**

Não, não. Mas eu no computador posso chamar arquivo...

**Ah, aí já podes pôr “arquivo”. Ok.**

... Porque sou muito...

**És muito organizada. Ok. Pronto.**

Não, mas eu aí dizia-te, uma pasta de pesquisa, eu acho que tenho em todas as pastas de trabalhos.

**Ah, ok. Não tens uma comum a tudo onde vais depositando todos e todos os que precisas.**

Há algumas, por exemplo, assim, aquelas em que ponho pictogramas, ou...

**Pronto, e depois vais...**

... Também, “restos valiosos”.

**... Vais categorizando, então, as coisas.**

Sim, sim. Mas aí eu acho que é muito disperso, essa... Essa sim, acho que é difícil de manter organizada, agora, tenho, sempre, é por projeto e aí é uma pasta que tem o nome “pesquisa”, com um código qualquer do cliente, mas depois... Que dentro, já pode... E aí é muito... Pronto, lá está, e eu dizia-te... E, onde eu guardo, é aí. Mas ali eu tenho método. (Risos)

**Achas, também, que se pode dizer que há um Design português? Há uma forma de fazer coisas..?**

Sebastião Rodrigues. (Risos) Não...

**Que alguém considera aquilo uma espécie de modernismo folclórico, portanto, também, há quem sugira que Sebastião Rodrigues...**

O Sebastião Rodrigues.

**... É um modernista com folclore português, portanto...**

Que é o nosso português.

**Que é o nosso português.**

Por isso é que é o nosso português. Porque é que é... Por isso é que pode ser Design português. Sim, essa lembrança a pergunta de há bocadinho, não é? Não sei, não te sei responder assim, acho que tinha... Pode ser daqui a uns dias? Eu respondo...

**Sim, não tenho...**

Sabes, fico com aquela ideia assim, é que a questão do ser português, é óbvio, há aqui um cenário onde que as coisas acontecem, e esta é portuguesa, a maneira de ver e as circunstâncias. Portanto, é óbvio que há, não é? Esta nossa maneira de fazer as coisas, seja com prazos, seja com atropelos, não é? Também terá aí uma parte, seja uma reação aos tempos que estão... Hoje, eu acho que também encontramos disso. Agora, se é uma coisa... Se eu disser assim: “Mas isto só podia acontecer cá”, acho que tenho que pensar mais, e pensar em mais casos para ter...

**Sim.**

... Sabes? “Isto é tão daqui, é tão”... E que não é propriamente... Não é? Quando eu penso, assim, em designers com trabalho com uma grande visibilidade e são do Mundo, não é? Mas, também, se calhar, terão coisas... Não sei, acho que tinha que pensar um bocadinho melhor...

**Sim.**

... No que é que é ser português e em que é que isso pode ser visível e depois pensar nos trabalhos.

**Como é que olhas para o futuro do Design Gráfico em Portugal? Como é que olhas para o futuro?**

Como é que olho...

**Já falámos da evolução, agora, como é que tu olhas para a frente? Tipo, mesmo nas questões de... Enquanto docente, não é? Ou seja, teres uma perspetiva que... Como é que isso funciona? Enquanto profissional, e isso interessa-me, se calhar, mais, até porque é...**

Pois, como Designer.

**Enquanto Designer, como é que olhas para isto?**

Pois, olha, primeiro, acho que não me tenho dedicado assim tanto, a pensar ou a discutir isso, não é? Acho que nem no passado nem no... Mas, também, não muito para a frente. Uma coisa assim que me faz pensar quando falas da escola é – às vezes, sinto que isto, é óbvio que é muito fácil tirarmos estas conclusões do mundinho assim que está à nossa volta – que já houve um momento mais saudável em que os estudantes tentavam ser diferentes dos professores, não é? Acho que era um passo maior, não é? E, às vezes, assim, neste... Mas é como te digo, é assim, não estou a dizer assim: “Não”... É uma sensação muito... Que está muito à minha volta e muito perto de mim e não estou a dizer dos meus alunos mas, mesmo essa postura de... Sabes, havia assim entre uma geração e outra uma vontade de quebrar mais.

**Um confronto maior.**

Sim. E quando vês, assim, uma geração tão conformada e: “Eu quero ser igual”. Ou: “Eu quero fazer”... E que não tem que ser o confronto, também, não é? Mas pode ser, é, o...

Pronto, é aquela questão que eu quero mesmo acreditar, é que vão ser melhores do que nós, não é? Mesmo... Os nossos alunos, não é? Têm que ser melhores este ano, têm que...

**Têm que andar para a frente.**

Têm que andar para a frente. E vão ser e têm tudo para ser e, pronto, acredito. Pronto, mas assim, quando... Como é que eu vejo? Não sei, olha, vejo, necessariamente, muitas mudanças pela tecnologia, pelos... Não é? As mudanças que nós já sentimos, não é? Mesmo até a questão, aqui, o que é um designer, não é? Ou o que é que faz, não é? Ou o que é que pode fazer? Com que suportes é que trabalha? Portanto, não vejo o papel desaparecer mas vejo que possa ter um lugar, não é? Em alguns objetos diferentes mas, pronto, acho que é uma coisa muito fácil de sentir, com consequências muito diretas na mudança do Mundo e da tecnologia, não é? E da mudança do que é, portanto... Isso aí, pensar depois no Mundo e no futuro não é... É preciso apanhar um ânimo antes, não é?...

**Sim.**

... Antes de abrir a boca para não carregar ainda mais no desânimo mas espero que as coisas melhorem mas não sei, não é? Já não sei. Já não sei o que é que vai ser o futuro. (Risos)

**E a questão, também, agora... Ou seja, isto devia ser a última pergunta, aquela que te fiz agora mas há uma pergunta que, também, queria-te falar que é a questão de... E, principalmente, na questão do Porto. Há duas... Ou seja, parece que há, realmente, uma presença de escolas, quase que podemos dizer que há escolas, aqui, não é? Tu falavas um bocadinho na questão de os alunos quererem ser iguais aos professores mas, se calhar, tu vens de uma esc... Eu vejo isso, um pouco, de uma réplica que parece que há um eco em determinadas...**

Escolas.

**...Escolas e, se calhar, outra... Na escola que nós vimos, pronto, é comum a... Que, se calhar, não seguíamos tanto esta linha do eco. Ou seja, não havia tanto um eco daquilo que os professores faziam. Achas que isso é real ou é uma...**

Que não havia?

**Sim.**

Estás a falar, se calhar, uma diferença...

**Ou seja, se calhar, no nosso tempo havia... Ou seja, será que a escola... A própria escola faz diferença? Se calhar, que nós vimos...? Ou seja, tu vês... Agora, vamos colocar nomes às coisas, tipo, a Márcia que sai de uma linha mais... E, no caso da Casa da Música, concretamente, se quisermos pegar...**

Por já termos...

**... Tinha uma linha muito mais ESAD, se calhar, uma linha muito mais João Faria, aquele experimentalismo todo, manual e tudo, e, de repente, passa para uma linha completamente diferente, porque podemos ver as coisas... Se calhar, o experimentalismo, se calhar, desaparece ou... Achas que acontece, realmente? E não temos que colocar nomes, que isto aqui depois vai ser editado, esta parte toda, mas...**

Não, mas eu acho que o que tu acrescentaste arrumou o que eu... Não é? Ou pôs, assim, no sítio o que eu tinha dito. Porque eu estava a generalizar, e, se calhar, porque trabalho numa escola, numa dessas, que é a Matosinhos, não é? Mas se pensar nas Belas Artes eu já não posso pensar... Não estou tão à vontade porque não percebo, mas, se calhar, ainda é como nós a conhecemos, de haver mais essa reação, não é?

**Sim, sim. No sentido da reação.**

Pronto, Não quer dizer que tu não tenhas... Aprendas ou reconheças e admires, não é? E consideres os teus professores mas há uma vontade de fazer outra coisa, não é? E pronto, eu acho que, se calhar, tens razão, acho que não é uma questão de tempo, se calhar, é uma questão de...

**Escola.**

...Escola, talvez. Não sei, mas, também, era bom que aquela escola... Sei lá, nem sei se se pode dizer "escola" com aquele sentido que acho que no início estavas a dizer, não é? De ser uma escola, acho que não... Portanto, acho que é dar algum protagonismo a alguns trabalhos que podem ter mais visibilidade, mas há outros designers, há outras coisas

a saírem, não é? E, com certeza, também farão... Não é? Porque aqui estamos a falar dessa questão que tu dizes do João Faria, são os cartazes do teatro e são os cartazes do teatro e é o teatro, ou seja, as coisas que estão na rua, não é?

**É isso.**

E o cinema, não é?...

**Sim.**

Portanto, depois o que tu vês, como consequência daquilo, também, é um cartaz de teatro, não é? O cartaz de teatro, (ri-se) Portanto... Mas aquilo tem consequência noutras coisas que são menos visíveis...

**É isso.**

...Não é?

**Sim. Mas será que essa percepção... Ou seja, será que a escola, realmente... Sei lá, como ele pode-te dizer que: "Ok, podes mimetizar alguma coisa, ou segues"... Mas tens que avaliar o teu cliente, tens que ver as posturas. Ou há um forçar de outro... Poderá, às vezes, as escolas forçarem, um pouco, uma solução, sem ser uma forçar soluções...**

Sim, sim, sim.

**...Não é? Mas, neste caso, a solução é aquilo que tu dizes desde o início, que, se calhar, e achei piada, porque tu falas muito, não é na forma de ver mas é na forma de dizer, fazes sempre muito a questão de: "Forma de dizer, forma de dizer", e, se calhar, não há só uma forma de dizer as coisas, há muitas formas de ver as coisas, não é? E de...**

Pois, e é mais aberta... Sim, mas, também, será... Eu acho que é isso... Ó "pá", eu estou a pensar nisso agora contigo...

**Eu estou a pensar agora...**

...Porque eu...

**...Saiu-me. (Ri-se)**

Mas até acho que está a ser fixe. Que é alguma rebeldia... Não é "rebeldia", o nome. Alguma... Pronto, não dou...

Agora, acho que não vou encontrar a palavra, mas esta ideia do... Sabes? Também, é papel do estudante não se conformar...

**Conformismos, não é?**

... Assim tanto, com o que o professor diz ou o que o professor faz, portanto... E acho que isso, se calhar, é mesmo uma coisa mais da Escola das Belas Artes, sabes? Do...

**Mas especialmente artes... Mais artística, se calhar. Uma coisa mais artística.**

Sim, mas não tem obrigatoriamente que ser.

**Sim.**

Não tem, não é?

**Não, não tem.**

Porque a questão é... Se calhar, uma vontade de questionar mais, não é? Se for isso é muito saudável, não é? Mais do que aquilo que nós... Mas eu acho que, também, e se calhar nós os dois, ainda mais, estamos a falar de uma escola que, hoje, conhecemos muito bem e outra que conhecemos muito bem há...

**No passado. Exatamente.**

...Há mais tempo, porque cada vez parece mais que foi no mesmo tempo, não é? (Risos)

**Sim. (Risos)**

Quando tivermos oitenta, então, estamos juntos. (Risos) Fomos da mesma turma. Mas pronto, mas, olha, eu acho que vamos falar mais disso, desta... Porque é uma... Eu acho que é uma forma de estar da escola, terá a ver com os professores, terá a ver com a tradição da escola, não sei.

**Sugeriram-me isto no tom de conversa, estavam a sugerir esse tipo de...**

Sim, sim. Porque eu acho que nem está correto generalizar, não é? E, até, tu começas a pensar: "Mas será assim na

escola de jornalismo? Será assim na escola de"... Não é? Esta questão do Mestre, e que é assim... Vão ao Mestre, não é?...

**Sim, sim, sim, um bocado.**

... Uma coisa que... Se calhar, porque eu estudei nas Belas Artes, não é?

**Sim, sim.**

Até... E porque depois, aqui, estamos a falar de coisas que são muito visuais – desculpa, muito plásticas – portanto, não... Eu acredito que haja coisas que até me tiveram influências e que é a minha maneira de pensar, coisas que eu hoje disse e que vêm daí, não é? Pronto, mas mesmo essas tens que as questionar. Agora, se pegas num pincel ou pegas numa tipografia digital...

**Sim, sim, fixe. Sim.**

...Eu acho que foi, assim, uma coisa... Pronto, ó "pá", isto... Mas... É, está bem, sim, já... O Daniel também já esteve...

**Não, não, não.**

Já terminámos?

**Acho que podemos terminar, temos onde terminar. Portanto, podemos continuar a conversa. (Risos). Sim, em termos das perguntas, sim.**



## Anexo 28

### Entrevista em vídeo com João Faria

**Entevistado:** João Faria

**Entevistador:** João Tiago Santos

26 mai 2015

**Duração:** ±3h

#### Pronto, quando quiseres apresentar-te... O teu nome...

O nome? Falo para ti, não é? Chamo-me João Faria, João Miguel Couto Faria, nasci em Estarreja, Aveiro, sou designer gráfico e leciono “Projeto” na ESAD, Matosinhos. Qual é o teu percurso académico?

Completo? Licenciatura? Fiz a licenciatura em Design de Comunicação na ESAD em Matosinhos entre 1989 e 1993. Tinha estudado no Liceu Rodrigo de Freitas no Porto.

#### Ensino secundário?

Na secundária, sim.

#### Que outras influências teve?

Influências em que sentido?

#### Enquanto...

Enquanto designer? Enquanto a atividade que exerço desde 1994, não é? Desde que acabei o curso. Há uma relação forte com a música, na maior parte das vezes. A música, eventualmente o cinema e um bocadinho a literatura, acabam por ser os raciocínios mais... Os elementos com os quais se estabelecem mais facilmente ligações em relação ao facto de ser designer gráfico ou de ser designer gráfico da forma que eu fui sendo, mas, parece-me que como o passar do tempo dou conta que talvez a influência maior em relação ao querer ter sido designer gráfico... Ou a partir de determinada altura na adolescência ter apontado o design gráfico como hipótese de uma realidade de trabalho e de profissão, tenho impressão que mais do que

a música, o cinema ou essas coisas que eu estava a dizer – literatura e banda desenhada – possa ter sido o desporto, nomeadamente o desporto de alta competição. Eu fiz natação de competição desde muito novo, depois também andei no polo aquático e nunca deixei de praticar desporto. Tive sempre uma paixão muito forte e uma necessidade de estar constantemente com a atenção colocada nos grandes eventos desportivos. Naturalmente os Jogos Olímpicos, mas não só, outro tipo de manifestações desportivas, umas maiores, outras mais pequenas, desde o desporto em direto na televisão a assistir em tempo real. Portanto, participar de alguma forma, senão assistindo ao vivo. E portanto, todas as componentes do desporto estão... E é nisso que eu penso cada vez mais com o tempo: é que, de facto o desporto tem uma componente... Qualquer bocadinho de desporto está cheio de design gráfico. Eu acho que foi de facto essa influência, desde o momento em que começamos a recortar revistas, uma influência maior... Desde que se começaram a comprar revistas e a recortar para forrar as capas do liceu... Àquilo que se mimetizava como desenho nas mochilas, as marcas, os nomes das equipas, isto e aquilo... Claro que a partir de determinada altura a música acaba por ser... Os aspetos de comunicação visual, o design gráfico ligado à música, as capas, tudo o que é componente gráfica da indústria musical teve uma influência maior. Mas pronto, talvez sejam esses os dois eixos principais, adicionando a isso o cinema como fonte não tão direta em relação ao design gráfico, mas como um elemento preponderante na formação estrutural e depois na forma como conceptualmente processo ou realizo o design, o projeto, a metodologia projetual.

**Também tem piada porque tu realmente trabalhaste com música, trabalhaste com cinema...**

Sim, fui trabalhando com... Não é cinema. Neste momento não trabalhamos... Quer dizer, vamos trabalhando, mas não exatamente como, por exemplo, trabalhei com o teatro em que havia a necessidade de, para um objeto teatral, desenvolver uma identidade visual e um conjunto de materiais gráficos específicos para esse momento. O cinema, neste momento, acontece aqui no atelier, porque fazemos um festival de cinema e porque trabalhamos com pessoas ligadas à área, mas raramente temos de fazer objetos tão específicos como seja o cartaz de um filme, por exemplo. É muito diferente. Comparativamente com a música podemos estar a falar, pronto, realmente um festival de música que é diferente de estar a fazer a capa de um disco, não é? Eventualmente gostaria de fazer de outra forma, mas já se tocou um bocadinho nessas capelas todas. É engraçado que dessas... Essa coisa de já se ter... As influências não aconteceram... Ou seja, em termos de percursos, apesar de já... No caso... Eu trabalho desde noventa e quatro – trabalho desde noventa e três aliás – durante o curso já trabalhava, já te disse isso uma vez... Já fiz essa referência, já fiz publicamente, trabalhei no atelier no escultor João Machado – o designer João Machado – umas semanas enquanto fazia o segundo ano na ESAD. Naturalmente ter tido esse contacto com o João Machado foi importante e estimulante, mas foi muito curto! De qualquer das formas, eu acho que posso dizer que é a partir desse momento que vou começando a exercer, aos poucos, o design gráfico. Mas só em noventa e seis – num período que estive na Duodesign (dois anos que estive na Duodesign) depois saí e fundei a Drop e, portanto, já lá vão quase vinte anos, não é? Portanto, isto para dizer que nestes vinte anos, aquilo que nunca fiz e se calhar me interessaria fazer por gosto, foi realmente um trabalho mais ligado ao desporto. Tenho feito indiretamente, se calhar para colmatar isso, como projeto de sala de aula, porque... Não sei, por um lado também evitamos na sala de aula, dar coisas demasiado relacionadas com o que fazemos e o facto de fazer na sala de aula o desporto, também é sinal que esse desporto não está no atelier, porque se não, se calhar não deixava que se espelhasse para não criar conflitos de interesses e coisas que às vezes possam surgir. Mas de facto desporto... Muito pontualmente. Fizemos aí uma coisa pequenina este ano, que ainda está para sair, mas pronto, não é com a dimensão eventualmente... Que às vezes me deixa com pena ver... (risos) A matéria gráfica ligada ao desporto que anda para aí, mas pronto, isso é outra coisa.

**Vou fazer uma questão. Tu falas muito em design gráfico, és designer gráfico, mas também há agora a questão do design de comunicação: situas-te mais no design gráfico ou no de comunicação?**

Design gráfico. Por um lado até para ser um bocadinho mais “bota-de-elástico”, um bocado mais conservador e ser chato, lá está o chato... Embora chato, chato, teria que ser como os arquitetos e dizer desenho gráfico, não é? “O que vocês fazem é desenho gráfico”. Já não é desenho, é design. E design gráfico, acho que... Uma das coisas que... Um exercício que eu acho que é bastante... Que eu gosto de fazer, que me interessa fazer, é perguntar a alguém se acha... Pronto, antes dizer que uso esse estratagemas para explicar o que faço. As pessoas acham que não sabem o que fazemos, mas se lhes confrontar uma capa de um livro ou uma capa de um disco e lhes perguntar... Ou perguntar essa pessoa que profissional (de que área, de que profissão) é que acha que elaborou, concebeu aquela capa, torna-se relativamente fácil perceber que as pessoas são capazes de dizer se a capa é dominada por uma ilustração, um ilustrador. Ou se não souberem dizer a palavra ilustrador dizem um desenhador, mas querem dizer um ilustrador. Quando esse objeto é dominado por um fotógrafo, o que acontece muitas vezes: “Ah, é um fotógrafo. Uma fotografia é de um fotógrafo”. Mas quando tem elementos gráficos, porque não são figurativos, e nomeadamente elementos gráficos predominantemente verbais, se calhar não sabem dizer que foi um designer, mas já percebem que não foi um ilustrador nem um fotógrafo e já é uma capa de um designer, e, de um designer gráfico. E eu acho que nesse momento... Nem sequer é um designer gráfico, isso foi um designer de comunicação, mas isso já é assim uma coisa, pronto... E eu acho que aquilo que fazemos, até porque a estrutura que temos é muito pequena, a relação com os clientes que temos é muito próxima e não temos hipótese de ter até outro tipo de relação mais distante e mais empresarial. A coisa é feita nos moldes muito pessoais. Acho que o design gráfico se adapta muito melhor a esta dimensão do trabalho que fazemos do que aquilo que acaba por parecer querer ser um design de comunicação. E não um designer de comunicação, visual pelo meio, já seria mais específico, mas pronto. Também não é por preconceito... Não é nenhum preconceito em relação... “Ah, porque não sou designer de comunicação”. Não, porque me sinto muito mais... É uma relação muito mais caseira, muito mais terra a terra, com o design



gráfico e com a ideia do que possa ser o grafismo ou do quê que é gráfico num determinado sentido... Do que a comunicação visual, que pronto, pode parecer muitas vezes assim um “monstro” um pouco mais indefinido e difícil de explicar e até de promover... Quer dizer, como é que eu me promovo enquanto designer de comunicação? Chego ali ao... Como é que eu... É uma coisa que estou a pensar assim um bocado à toa, mas vocês pegam nisso e cortam, não é? Apresentar-me como designer de comunicação... Tinha que ter um site. Já como designer gráfico é uma trabalhadeira, quanto mais como designer de comunicação.

**Pronto, nas próximas perguntas é para explicares a forma como abordas um projeto gráfico. Em termos de definir o programa, os métodos, a forma de trabalhar... Ou seja, no fundo, os passos desde que entra um trabalho aqui: tu recebes um trabalho, um cliente contacta-te... Dá-te um programa para trabalhar, não é? É preciso determinadas as coisas... Definem o problema, não é? Depois como é que fazes? Vais investigar? Como é que preparas a investigação? Como é que preparas um trabalho para apresentar depois ao cliente...? Os avanços e os recuos... A experimentação, o estudo... Depois como é que se executa? No fundo é um bocado a produção final. Falar um bocado disto.**

Sim.

**Com algum caso... Se quiseres demonstrar com algum caso, podes perfeitamente fazê-lo.**

Um dos casos até está na parede, mas... Até está mais que um na parede. Mas, de qualquer das maneiras, sobre os trabalhos eu acho que posso dizer duas coisas diferentes ou quase antagónicas sobre eles: uma é que eles são todos diferentes uns dos outros e, ao mesmo tempo, é que eles são mais ou menos iguais entre si. Quer dizer, não há... Se formos analisar o processo e, nomeadamente, a forma como lido com o trabalho, com o decorrer da encomenda, como é que ela se desenvolve, como é que se vai propondo, contrappondo e, particularmente negociando, porque na verdade é isso que nós fazemos permanentemente: negociar com os outros, negociar com nós próprios... Por mais diverso que seja o tipo de trabalho que estejamos a fazer acabamos também por sermos nós a responder e portanto, por haver muito em comum entre eles.

O primeiro aspeto é como é que o trabalho surge, não é? Porque é que um trabalho vem aqui parar? Porque é que alguém está interessado em trabalhar connosco. Acho que vale a pena sublinhar que os trabalhos normalmente vão surgindo aqui, porque um puxa o outro. Nunca aconteceu por questões que não sejam outras que não alguém ter assistido a um processo de trabalho ou, meramente ter gostado de um resultado final e ter tido vontade de, tendo a necessidade de realizar um trabalho de design gráfico, pedir que fôssemos nós. Portanto, isso leva logo a que as expectativas sejam tremendamente realistas num determinado aspeto e, portanto, isso já nos põe num patamar de diálogo entre quem nos solicita o trabalho relativamente honesto ou pelo menos, eu vejo como honesto, como justo... Não há... Se, em determinada, altura o nosso trabalho se desenvolveu muito na área da música, uma música trazia a outra música e portanto, as expectativas... Pronto, havia um território de expectativas que ambos reconhecíamos, eu e o meu cliente e portanto, a negociação tornava-se mais fácil à luz desse território ou nos limites desse território. E eu acho que todos os processos têm acontecido assim, portanto, em comum eu acho que têm logo isso, não é? Um certo respeito, um certo... Não chegam aqui, batem à porta e: “Ah, precisava de um logotipo e tal”. As coisas não se passam assim, não é? Pronto, isso é uma questão. Depois, em termos de iniciar o trabalho e eles são tão diferentes quanto também é aquilo que nos estão a pedir. Se é um livro ou se é uma imagem gráfica para um espetáculo de teatro ou se é um folheto para uma fábrica, para uma empresa, para uma companhia que produz um produto industrial, não é? Porque também temos algum trabalho numa área do industrial e não apenas na área da produção cultural. A ver se não perco, estas coisas, aliás, a ver se não me prolongo. Normalmente, o que acontece é que a experiência... A primeira coisa a ditar no diálogo com o cliente, a ditar uma certa organização, é a própria experiência. A experiência leva-me a saber conduzir o processo e isso lima muitas falhas. Há uns tempos, uns rapazes, que também conheces, apareceram-me aí a dizer que queriam fazer um livro, mas não sabiam como fazer um livro. E eu tinha alguma experiência com o fazer livros. E portanto, foi-me permitido de algum modo – não é foi-me permitido – aconteceu no processo, desde o momento inicial, participar numa construção onde pude utilizar a experiência para, digamos, preparar e guiar aquilo que, no fundo, depois se pretendia que fosse como resultado final. Quer dizer,

estou aqui a ser um bocadinho redundante, mas, no fundo, o que quero dizer é que: já não é anormal acontecer que ao fim destes anos de experiência, eu não seja consultado apenas para caracterizar formalmente um texto que me é dado como uma coisa fechada e acabada, mas que me solicitem um bocado mais do que isso: que me peçam opinião sobre o texto, como é que o texto deve ser organizado (se por inteiro, se por partes) – a nível mesmo da própria escrita – se deve ser fragmentado, se deve ser contido, se deve ter intervalos, como é que isso funcionará no livro, como é que o organizamos, como é que segmentamos a sequência, como é que sequenciamos os próprios conteúdos, etc. Ou seja, já não é anormal que, no tal patamar de diálogo com o cliente, deixem de me solicitar uma participação um pouco mais ativa e não tão apenas espectador à espera que me venham com um conteúdo final para dar forma. Portanto, como a participação é relativamente temperana, pelo menos naqueles que são os projetos que nós vamos considerando mais interessantes e que nos tornam cúmplices, a parte de pensar, digamos, as possibilidades e os limites do próprio projeto acabam por estar mais definidas ou, pelo menos, mais informadas dentro daquilo que a própria memória do design pode conceder ou oferecer ao desenvolvimento desse objeto, dessa coisa, não é? Que no fim, se há-de chamar um livro mas também se pode chamar um cartaz para isto ou até um desdobrável para uma feira de um produto industrial. Mas essa participação acaba por me levar – a tentar ser pragmático – a que aquilo que poderiam ser apenas horas de mero desenho se multipliquem também por horas de participação e de diálogo permanente com o cliente. Pronto, isso é um aspeto. Se no caso como de um livro destes, que passou por muitas horas de discussão, de orientação, de ajudar a organizar o próprio material, porque no fundo é um livro de monografia, um conjunto de uma obra fotográfica que é vastíssima mas que era impossível de a tornar toda livre e portanto, houve que criar parâmetros de seleção e de escolha e, mais do que tudo, organização de uma sequência de uma amostra dessa obra fotográfica como válida, ou como pelo menos, representativa de um conjunto muito maior que está arquivado. Portanto, essa orientação foi muito feita, pronto, por diálogo (essencialmente por diálogo) e não tanto por desenho. No caso, por exemplo, do espetáculo de teatro, aquilo que é mais normal suceder, para dar um caso muito específico... Estas conversas realmente, muito condensadas nós se

partirmos para elas a pensar que podemos sintetizar e dizer alguma coisa em pouco tempo... Eu acho sempre que sou capaz, mas depois não sou, não é? Depois acabo por me estender, mas se tivesse de contar assim de uma forma mais básica – não é básica, mas sintética – como é que fui processando e adaptando, como é que fui sistematizando (se calhar é a palavra mais correta) o processo de desenvolvimento de um cartaz, no caso do teatro, passa por assistir o mais possível à própria criação do espetáculo, se é que isso me é possibilitado, não é? Se for um espetáculo, no caso do São João, se era um teatro produzido no Teatro São João, se era numa companhia independente, se se estavam a constituir... Portanto, assistir e nomeadamente o ter acesso ao texto: não só lê-lo, mas ouvi-lo já numa fase de ensaio – os atores a dizerem o texto e poder perceber aquilo que está dito. A par disso, naturalmente, as conversas com o encenador e o que acontece, pronto, era um exemplo disso que eu tinha, pronto. Há para aí alguns e aqui é apenas uma amostra... O mesmo texto que serve aos atores para ensaiarem, eu pego numa cópia e vamos lendo o texto e vamos anotando ideias, seja por escrito, seja por pequenos desenhos ou pequenos apontamentos, mas o desenho, de facto, vai servindo... O desenho e a escrita! O retirar ideias, o sublinhar palavras que possam parecer palavras a representar ideias chave... Isto tudo no sentido de um diálogo com o encenador que, no fundo, é quem está a dar uma visão e está a representar uma visão do próprio texto. E portanto, se chegar aqui e achar que esta parte de alguma forma tem qualquer coisa que possa ser interessante, já vem de acordo com a ideia que foi transmitida pelo encenador que, se calhar, está aqui algures nas palavras do mesmo texto... (*começa a folhear o texto*) Por acaso não é o mesmo texto, mas de um mais recente em que o... São palavras do encenador! Fala em “purgatório”, “cenário privado”, uma “ante câmara”, “um afogado pela TV”, “vida social”, “telenovela”, “britânico morre em vão”... Eu sei que são tudo palavras que, às vezes, nem são eles a falar diretamente comigo, são coisas que ele está a dizer aos atores durante o ensaio na direção da encenação, na direção de atores, coisas que transmite e depois eu próprio aproveito, porque estou lá para captar, estamos lá para ouvir – temos essa possibilidade – e acabamos por apontar. Depois, quer dizer, desta mistura vão surgindo, se calhar desenhos cada vez mais definidos sobre as possibilidades... Neste caso é desenhos mas também podiam ser... Neste caso até há muitas repetições,

há uma procura de qualquer coisa que parece que se acredita que possa estar ali... E nesse caso, até diria que ainda passou por, não apenas desenhos pequenos, mas por um conjunto de desenhos maiores, por uma procura formal que teve uma envolvente de parede e uma escala maior, na qual nós posteriormente acabamos por, ao assistir ao novo ensaio... Eu achei que, se calhar, não era bem aquilo e quando até já estávamos quase satisfeitos com uma proposta, resulta um recuo e um sentido de que a coisa não estava a ser completamente honesta ou, mais uma vez justa com o próprio texto e não era isso que lá estava, nem era isso que o encenador estaria a trabalhar e portanto, resolveu-se recuar e até voltar a uma escala mais pequena numa procura formal. Portanto, além disto, há normalmente e, parece-me que, hoje em dia seria, quase uma negação do que fazemos com as ferramentas e a possibilidade de aceder a toda a informação disponível, também não se olhar um pouco para outras perspetivas sobre o mesmo tema. Portanto, desde o enquadramento geral sobre as referências mais históricas gerais do tema... Se estamos a falar em cartazes de teatro... Já não estou no cartaz, estou no cartaz de teatro. Portanto, uma... Isso já tem a ver não especificamente com o projeto, mas com o interesse profissional, não é? Se alguém é dentista, tem que ter preocupação com o que os outros dentistas andam a fazer, não é? E se é um dentista especializado em substituições, em implantes ou o que for, se calhar tem de se preocupar especificamente com... Pronto. Naturalmente, muitas vezes debruçamo-nos e entretemo-nos até a ver cartazes de teatro. Até ao exercício, por exemplo, de escolher dos últimos vinte anos, os nossos cartazes de teatro favoritos, preferidos ou que achamos importantes para nós próprios ao ponto inclusive, de nos apaixonarmos por alguns e gastarmos um dinheirito a comprar cópias que ainda restam, não é? Mas pronto, há esta coisa mais geral e que, depois se vai orientando especificamente para, no caso de ser uma peça ou um espetáculo em específico, vai-se orientando até ao ponto de estarmos já só... Se o espetáculo é “A Gaivota”, estamos a ver, a olhar e a analisar aproximações na Polónia, no Japão ou na Turquia, sobre o mesmo espetáculo. Acho que, naturalmente, escuso de estar a dizer que a intenção não é copiar nem mimetizar, mas é sermos mais informados para que o confronto entre aquilo que são as ideias concretas do espetáculo em português, encenadas por um encenador... Hoje, neste contexto, nestas circunstâncias, possam ser confrontadas com toda uma memória da

representação do mesmo, através do design gráfico e daí resultar numa coisa interessante, não é? Portanto, a história do design em confronto com aquilo que o texto nos diz que temos que fazer, não é? Claro que, pronto, esta resposta já se foi alongando e eu, vendo a necessidade de uma resposta mais objetiva, acabei por pegar num exemplo que, se calhar, é um exemplo pela prática que me está mais... Que para mim... Para mim é relativamente mais fácil de explicar e, ao mesmo tempo, comporta aquilo que são, mais ou menos, os passos tradicionais do processo de design: portanto o diálogo inicial, a introdução ao conteúdo, uma aproximação que se quer o mais informada possível, não é? Não se vem para o atelier e começa-se a desenhar sem um contexto e um enquadramento. E depois começa-se a gerar esse confronto, portanto, aquilo que são as nossas memórias, ideias, os nossos conceitos do design gráfico e aquilo que o objeto tem para dizer ou o que interessa que seja dito. As coisas começam a surgir e a ganhar forma, há momentos particulares em que as formas nos interessam muito, não é? Quando manchas como esta ou como aquela que está ali na parede surgem, ficamos radiantes, não é? Quando eu digo “nós”... Eu já por diversas vezes usei a palavra “nós”, neste caso... Há períodos ou tem havido períodos nestes vinte anos da Drop em que trabalho sozinho e, em grande parte, durante esse período, tive sempre pessoas, (colaboradores) que trabalharam comigo e que estiveram presentes e foram uma parte importante dos projetos realizados aqui dentro. Portanto, quando digo que nos sentimos radiantes e muito contentes com as coisas que vão surgindo, é uma fase muito interessante do projeto, mas ao mesmo tempo, que se pode tornar frustrante porque, a seguir nós sabemos que vem um bocadinho o declínio daquela forma mais pura... Porque ela vai ter que ser negociada com um conjunto de limitações que fazem parte do processo, não é? E portanto, a nós se calhar compete-nos tentar aguentar o máximo possível a pureza daquela forma – que é uma forma que não é só a nós que nos agrada. Se eu mostrar ao encenador ele também vai, à partida, partilhar e gostar e interessar. O problema é que aquilo, de uma forma mais objetiva, não pode ir para a rua assim, não é? Tem que se defender, tem que ter uma armadura que o defenda, não é? Tem de se defender, tem que ter mais coisas que o defendam, que o salvaguardem de uma série de limitações. E portanto aí, começa aquela fase da decadência da forma, mas de certa maneira, digamos, de um decréscimo qualitativo a nível formal. Porque vai-se

tornar aquilo que é uma composição gráfica, por si só, surpreendente e menos normal, não é? Nós temos de a domesticar e que a tornar um bocadinho mais normal, nomeadamente, para corresponder a determinadas ideias, ou seja, o que ali está na parede ainda não é um cartaz no sentido da descrição que qualquer pessoa faria de um cartaz. Um cartaz é um retângulo que está na parede com qualquer coisa lá... Com uma forma visual qualquer lá. Mas... Depois dirão sempre qualquer coisa: que tem um título... Onde é que está o título ali? Não está, então há cartazes sem título ou há cartazes...? Quer dizer, começa-se a negociar. Isto já é um bocadinho o “b abá” da coisa, mas acho que quando eu falo dessa negociação... O que é que eu posso dizer sem muitas papas na língua? Eu acho que uma das coisas que têm feito com que, de certa forma, um trabalho puxe outro trabalho aqui para o atelier, é que eu lido bem com essa fase dessa negociação. E eu acho que é uma coisa geracional, apesar de tudo. Aqueles que foram sobrevivendo com o atelier... “Sobrevivendo” não sei se é uma boa palavra, mas os que conseguiram manter os ateliers a funcionar com mais ou menos trabalho, eu acho que se caracteriza um bocado por isso: por terem, por um lado, sabido manter uma certa intransigência relativamente àquilo que concediam sobre a sua visão que o design gráfico tinha para oferecer ou tem para oferecer e, por outro lado, permitir que o trabalho também tenha que corresponder, às vezes, a aspetos menos interessantes num determinado sentido ou, pelo menos, de decréscimo de qualidade daquilo que podia ser. Tem muito a ver com um desenvolvimento escadado: o saber esperar. O saber que se num trabalho... Um trabalho não pode ser aquilo que nós gostássemos que fosse no final... Permitiu-nos durante o processo perceber que, de uma forma progressiva, aquilo que ficou a meio do caminho, pode voltar e ter potencial para vir a ser, não qualquer coisa abandonada, mas um resultado final. Eu não estou só a falar a nível formal, porque isto depois é um discurso que também pode ser enganador e que não é fácil de explicar de todo, mas talvez com algum objeto prático, mas pronto, não está aqui agora... O mais sintético e mais abstrato que temos de ser, não é? Agora perdi-me... Portanto, ao haver uma concessão e ao ver o... Ah! Não é só uma questão formal, porque às vezes quando um estrangeiro chega a qualquer sítio e deslumbra um pormenor que quem mora lá há mais tempo não vê. Pronto, e o facto de também sermos especializados a ver esses pormenores, chegamos a qualquer sítio e quem está lá não vê e, na altura, nós até podíamos ter chamado à

atenção para isso... “Pá, há aqui isto, se explorássemos isto...” E começamos a explorar e depois ou é subvertido ou é abandonado ou é, no fundo, motivo de negociação e, no fim aproveitou-se aquilo, mas teve que ser pôr mais qualquer coisa e puxar aquilo. Mas, antes de mais, já se conseguiu por uma coisa que não estava a funcionar a funcionar. Já está lá, já está nos carris. E depois, levá-la numa próxima vez, dar-lhe outro tipo de protagonismo é uma coisa que acontece com alguma frequência aqui, pronto. E no fundo, à pouco quando falávamos no caso como o livro do Pancho Guedes, se calhar também aconteceu um pouco isso, não é? Quando vemos na capa as etiquetas desenhadas pelo Pancho Guedes para as suas caixas de slide, não é que o Zé Luís e o Luccio não soubessem que elas deviam ser aproveitadas. Primeiro, não sabiam como. E se calhar até, por não saberem como, já estavam a pensar que se calhar não era bem isso ou que podia ser outra coisa que pudesse resultar em capa. O facto de nós dominarmos as possibilidades – portanto, a tal questão da memória do design gráfico em confronto – nós sabemos as possibilidades e temos que saber potenciá-las, não é? E às vezes, quem está do outro lado nem se quer olha para uma hipótese porque, pronto, não sabe. É a partir daqui, pronto, que a coisa se vai estabelecendo. Isto para salvaguardar um coisa, que quando falo em reconhecimento de um determinado valor que está no objeto não me limito e depois na defesa desse valor, às vezes quando estamos a falar em negociação, em estilo gráfico, em forma gráfica, em pormenor gráfico... Não, muitas vezes está-se a falar do próprio conteúdo que, de certa forma, pode ser desprezado, por não haver uma perspetiva de ele poder ser potenciado, pronto... Eu acho que é no meio desta negociação que, apesar de tudo, geracionalmente, permitiu, alguns designers com a mesma idade que eu tenho – quarentas e tal – conseguirem desenvolver um trabalho que se mostra, por um lado, bastante válido, mas não é só válido formalmente e porque é bestial pós-gráfico... Não, é mais que isso, é trabalho que é importante e que se tornou importante para quem eles trabalham, não é? Para a companhia de teatro ou o editor do livro ou até a empresa privada para quem trabalha, não sei. E a pergunta era sobre o processo... Pronto, em relação depois... Eu acho que se há alguma facilidade então à parte final, a parte da produção... Havendo propostas que são e eu já falei um pouco disso, nem sempre se acerta... Tem-me acontecido... Há um trabalho que eu gosto muito. Há uns tempos, a Susana da Casa Almada pediu-me... Gostava de

ter um grafismo, uma coisa que se calhar se chama logótipo, que tivesse mais a ver com o que eles fazem lá, que é aquela casa e tal. E eu, “pá”, pus as mãos ao trabalho, já conhecia relativamente bem o negócio, as pessoas, frequentador, cliente, etc. Portanto, senti que estava... Enchi o peito e: “vamos a isto”. Portanto, meia dúzia de dias tinha uma proposta que achava que estava impecável. Levei para trás de uma forma completamente honesta e “meti o rabo entre as pernas” e fui refazer. Ainda bem que levei para trás, porque passado uns dias... De facto, a luz que essa recusa trouxe tornou possível uma solução que hoje eu considero muito mais interessante. Mas é saber lidar com estas situações, é saber... Eu não diria, para não estar com “conversinha” da treta, só saber não desmotivar, mas acabar por ser teimoso, insistente e ter alguma... Pronto, como é que se... Alguma obsessão no sentido de... Pronto, acaba-se por ser um bocadinho obcecado nessa procura e as coisas acabam por surgir. E é neste *ping pong*, não é? Uma palavra bastante frequente aqui no espaço de trabalho, neste *ping pong* que vai realizando entre maquetes que se fazem, que se enviam, que se discutem... Às vezes a coisa é aprovada mais rapidamente, outras vezes, como é o caso relativamente radical que eu acabei de dar, depois penso que vocês podem ilustrar com o trabalho... Pronto, o processo acaba por chegar à fase de produção e aí é que talvez, eu acho que, por vezes, acontecem algumas falhas e eu não sou tão casmurro. Costuma-se falar nas aulas, também abordo esse tema, acho que os designers são menos intransigentes que os arquitetos ao nível da produção. Se da gráfica a coisa vier mal impressa, temos tendência a encolher os ombros e a dizer: “Pronto, está bem”. O que acontece é que, muitas vezes, nem sequer temos hipótese de ser de outra maneira, porque o tempo já foi tão curto, a coisa já ficou tão para as vésperas e tão em cima do tempo que já não há hipótese de refazer. A verdade é que, pelo menos, há aquela ideia que para o arquiteto se a parede estiver construída um centímetro ou milímetro fora do sítio, há que deitar a baixo e construí-la no sítio certo. Não sei se é mito, se não é mito... Haverá com certeza designers gráficos e principalmente a geração mais velha, que são também muito, muito intransigentes com o trabalho gráfico... O João Nunes acho que é um exemplo muito carismático disso, porque também tinha outra escola que me leva a dizer o quê? Eu ia dizer que praticamente resolvem o trabalho na máquina ou à boca da máquina, mas porque são uma geração muito mais ligada realmente à produção,

ao fazer-se em cima da máquina. A maquete era apenas quase que uma orientação, o cliente aprovava umas linhas gerais do que seria o trabalho e depois em cima da máquina, em que o trabalho era composto com o tipo de letra final, as cores eram definidas na sua forma final... Portanto, é natural que também aquilo que exigiam àquele momento de decisão tivesse que ser muito maior do que nós, que achamos que a coisa já está mais ou menos decidida e às vezes desiludimo-nos com aquilo que vem. Porque... Este desdobraível que é um desdobraível cartaz, que é o resultado do que andou aqui na parede uns dias está no papel que eu gostava que fosse mais transparente e depois quando (...) “Ah, mas o transparente”... A própria gráfica me diz: “Pá», mas o transparente depois vai ter problemas e”... O transparente... “Uma gramagem menor fica muito transparente, na máquina também temos problemas do papel enrolar e isto e aquilo”. E depois pegamos... Andava aqui um desdobraível suíço, não é? Do Museu da Arquitetura, no papel que eu gostava que isto fosse... Mas é transparente, é bonito, é isto. Pronto, para a próxima tenho que mostrar à gráfica o trabalho. Pá, o trabalho... Este exemplo, tem que estar aqui à mão para a próxima... Eu sei que isto que aqui está, o carácter que eu gostava que tivesse, quase a fragilidade do papel higiénico, de uma coisa realmente... Depois com o papel de uma gramagem maior já fica com um carácter que não era bem isso, mas pronto. Eu acho que com o fechamento, o encerramento quase da versão final na edição digital tem como consequência isto, que depois o último passo, o passo da produção, acho que é um passo menos controlado, pelo menos, no nosso caso. No nosso caso parece que quando fazemos uma arte final começamos a fazer o trabalho seguinte, o trabalho que está na fila à espera de... Se é que há fila, felizmente vai havendo uma fila de espera, mas... E se surgir aquela situação de ir à gráfica e estar lá duas ou três horas “na seca”, à espera que o trabalho imprima ou esteja à espera para que o outro trabalho saía da máquina e eu já estar aqui a responder ao trabalho seguinte, provavelmente acabamos por ficar ali confiando que: “Isto já está tudo definido, não vai acontecer nada lá”. Pois, mas às vezes acontece e aquilo é que... Se estivéssemos lá podíamos tomar decisões e acaba por não acontecer, pronto. Isto no site é igual se é neste papel ou não ser no outro... Não é... Porque depois a reprodução fotográfica não é a mesma, mas pronto. Lá está, são, pronto... É um bocadinho do processo, eu não sei... Eu quando estou a ver futebol ou até desporto em

geral, se for um jogo de ténis na televisão, não consigo estar, sei lá, vinte minutos a ver um jogo sentado, acabo por me levantar e estou muito mais à vontade. Ele há um bocado riu-se, de na outra conferência ter pegado no microfone e falado... Não sei, nas aulas acontece-me o mesmo, uma pessoa está em pé e está de um lado para o outro, não está sentado e acho que já estou a começar a ficar um bocado farto de estar a responder sentado, mas pronto, isso faz parte de só termos uma câmara e a câmara não anda atrás de nós.

**Sim, sim.**

Não, como quiserem, estou a brincar. Também já estava a tentar criar aqui uma mudança da “treta”, porque às tantas esta... Ainda está a gravar, não é? Porque... Esta tendência de falar, falar, falar sem parar, podemos parecer excessivamente confiantes no que estamos a dizer. Não é? Também estou a dizer uma coisa de lugar comum, mas que é uma realidade... Uma pessoa está aqui, “ta ta ta”, parece que sabemos tudo sobre tudo e não. Há muitas dúvidas e o que acontece é que pronto, vou falando sobre coisas que são o meu dia a dia e portanto, elas saem encadeadas, mas de maneira nenhuma gostava que isto parecesse... O Victore às vezes a falar parece que nós está a dar fórmulas de vida assim daquelas tipo “como ser feliz”, não é? E às vezes chateia-me um bocado, não é? Aquela posição de: “Se fizerem assim, isto vai resultar”. É que quando falo do processo de trabalho, e eles não todos iguais... Naturalmente, há momentos em que não tenho espaço de negociação, que acabei de explicar relativamente, por exemplo, a área onde me fui mais especializando. Quer dizer, se estamos naquela área pela experiência, se temos que ajudar alguém a construir um livro e se já desenhamos dez livros, pronto... Agora, nem sempre é assim e nomeadamente quando temos que fazer um outro trabalho, durante o próprio processo, que é um trabalho muito mais pedagógico, não é? De estar continuamente a tentar, ao mesmo tempo que se negoceia, a explicar quase de forma primária o quê que estamos a fazer, não é? Além de tentar argumentar o próprio trabalho, argumentar quase que a posição contrária ao próprio trabalho, no sentido de haver um confronto e desse confronto resultar um contraste que possa ser útil. Se essa negociação for apenas, lá está... Se à Susana tivesse mostrado um logótipo e ela me tivesse dito que sim, porque estava consciente... Ou seja, o facto

de estar plenamente consciente que não era aquilo que pretendia e que não achava que era aquilo que deveria ser, porque tinha elementos de contraste... Tinha elementos que lhe diziam, não é? Lhe permitiam. Se tivesse entrado naquela: “Ah pronto, o designer é que sabe, se é isto, é isto”. E às vezes acontece com clientes relativamente ingénuos tomarem essa posição, não é? O designer, o arquiteto, o artista, ele é que sabe. É assim, é assim. Às vezes até são capazes de dizer: “Eu nem gosto muito”. Melhor antes dizerem eles que dizerem: “A minha mulher nem gosta. A minha mulher não gosta muito, mas pronto”. E somos nós próprios que pudemos até mostrar-lhes em cima da mesa que se calhar até conseguem ter opinião sobre aquilo e não meramente um acatar, um aceitar, como se fosse... E pronto, acho que...

**(...) um pouco a ideia do teu processo. Diz-me só uma coisa, em relação...**

É um processo muito conservador, acho eu. Nem é um processo... É um processo de bê-á-bá. No décimo, quando estudei no Rodrigues, arte e design, quer dizer, desde logo a coisa é um pouco assim, não é? É muito intuitiva e não mete processos excessivamente elaborados. É muito intuitivo e daí, às vezes, haver alguma dificuldade em explicar nas aulas, não é? Mas é básico... Isto é uma informação.

**Dá-me um pressentimento que a própria história do design é rápida, ou seja, tens uma proposta e tens que provavelmente responder num curto espaço de tempo.**

Sim.

**Mas não é uma coisa... Dá para perceber em todo o discurso que foste tendo que, às vezes, tens que ter esse processo. Isto é, o processo é rápido. Como é que reages em relação ao bloqueio criativo?**

A primeira situação para acontecer um bloqueio criativo, acho que tem a ver com a repetição de formas. Eu não sei se isto pode, não só parecer mas ser em si mesmo assim uma grande... Uma coisa que se diz e que se acha que é... Tem uma formulação, assim uma coisa fechada, mas se calhar nem é assim, mas pronto. A questão de se ter um conjunto de soluções à mão que permitem responder a quase tudo, ou seja, aquilo que mais ou menos vai sendo

reconhecido com um estilo, eu acho que é o primeiro passo para sermos confrontados com essa questão do bloqueio criativo. Quer dizer, do não saber o que fazer ou não conseguir chegar a uma proposta para um determinado tema ou assunto, pronto, para a solicitação que nos está a ser... Passa sempre por uma questão de identidade, mas aquilo que o designer gráfico faz é fundamentalmente criar uma identidade. O livro está cá fundamentalmente e, antes de mais, é-lhe conferido uma forma que permite diferenciá-lo de todos os outros livros. Portanto, estamos a falar de uma identidade e, para isso, usa-se determinadas estratégias como o desenvolvimento de um conceito matricial, que depois vai sendo desmultiplicado ou utilizado a nível de desdobramento, pronto, isso também tem a ver com o processo e coisas muito específicas que eu não falei à um bocadinho, mas que fazem parte até da minha formação académica e da maneira como mudou os projetos ou como na ESAD lanço os projetos nas turmas. Portanto, a questão daquilo que se estava a fazer. Fundamentalmente, identidade. Identidade disto, identidade daquilo, depois suportada por um conjunto por materiais gráficos. O caso do livro, todas as partes que o compõe por assim ser, não é? O que eu costumo dizer e era isso que eu... Às tantas já podia ter dito é que, quanto menos olharmos para o objeto à procura de uma resposta para o trabalho que nos está a ser solicitado, maior serão as possibilidades de chegarmos a uma resposta. Fora... Eu uso muitas vezes aquilo que me parece ser a expressão mais razoável para isto, que é: “Não tem nada a ver”, não é? Fazer uma proposta que não tem nada a ver... A capa do livro não tem nada a ver com o livro, a capa do disco não tem nada a ver com o disco, o cartaz da peça de teatro não tem nada a ver com a peça de teatro... É o pior que pode acontecer. E entre o bloqueio criativo... O bloqueio, isto é, eu leio nessa questão do bloqueio, nem sequer chegar a uma solução, mas no entanto, eu acho que até posso juntar as duas coisas, quer dizer... Se o bloqueio é “eu não sou capaz de responder de forma adequada ou aceitável àquilo que me é pedido, porque tudo o que faço é ao lado”. Portanto, isto é um bloqueio. Qual é o problema maior? A meu ver, muitas vezes acontece e surge da nossa incapacidade de ler o texto e o objeto e de ver nele possibilidades, não é? Portanto, de nos fecharmos no atelier e olharmos para os nossos livros, também agora não se olha para os livros, olha-se para os... Como é que é? É os Pictionary? Não...

**O quê?**

Aquelas bases de dados com as imagens todas...

**Pinterest?**

Os picto... Ah?

**Pinterest...**

Os Pinterest. Antes dos Pintoretos era os FFFFound, não é? Eu também olho, mas pronto. Sei que aqui se calhar tem menos livros do que há uns anos no atelier... É mais Pinterest, Facebook e tal, etc. Mas pronto, se nos fecharmos rapidamente encontramos formas estilizadas ou então, no nosso próprio trabalho, na nossa forma de responder... Quando eu há um bocadinho dizia que o meu processo é um pouco... Considero o meu processo mais conservador e, eu acho que é esse mesmo processo que acaba por me salvaguardar um pouco desse bloqueio de não saber o que fazer. Muito sinceramente, já fizemos coisas horríveis que não gosto nada e que acho completamente desinteressantes... “Pá”, uma boa parte do trabalho. Nem sequer é uma parte mínima, uma boa parte do trabalho... Mas assim bloqueio naquele sentido de: “Ai meu deus, que eu não sei o que fazer ou não encontro...”. Desconheço e acho que tem muito a ver com isso: por nunca ter sujeitado a resposta possível ou a proposta a uma formulação... Ou a um limite formulático, é isto, porque isto é que corresponde aos meus ideais e não sei que. Eu acho que antes da minha expectativa há sempre a expectativa de ... Nem é do cliente. É como eu disse há um bocadinho, é do próprio objeto. O objeto impõe-me respeito por ele. “Pá”, Shakespeare impõe-me respeito por ele. O Pancho Guedes impõe-me esse respeito. Mas as ambulâncias do cliente das ambulâncias que transforma carros em ambulâncias ou em caravanas ou o que for, também me impõem o mesmo tipo de respeito e portanto... Eu acho que é... A via possível é ler o mais possível e o melhor possível no objeto de trabalho, porque é a única maneira de desbloquear o que quer que seja, de abrir as portas todas, não é? De abrir janelas, portas, entradas, possibilidades de saída. Entradas, saídas, não sei se estamos a falar de entradas ou saídas, mas pronto. No sentido figurado...

**(...) de procurar e de entender melhor muitas coisas (...)  
muitas vezes a fugir a este tal bloqueio que possa existir  
em termos de (...)?**

Sim, claro, para todos os lados, não é? Há uma certa... Se há alguma frustração em relação ao design gráfico... Para mim é menor porque nunca, lá está... Até tem a ver. Primeiro, a questão da música e a influência da música, no sentido em que... Aquilo que fui considerando, não é o ter gostado de música. “Ai eu gosto de muitas músicas”, não é bem isso... É reconhecer que há qualidades... Não é gostar desta ou daquela música unicamente por si, mas reconhecer que em muitas músicas há coisas muito boas e muito interessantes e “fixe”s e que eu até posso não gostar muito, mas valorizo quem gosta e pronto. Há assim uma diversidade e uma abrangência muito grande que eu diria que é quase total porque em cada gueto, em cada segmento, em cada pedaço, há coisas boas e coisas más. Portanto, acho que no jogo da negociação a que estamos sujeitos continuamente, há que tentar usar aquilo que nós próprios acabamos também por fazer, relativamente aos nossos gostos, para ir à procura e, portanto, sermos um bocadinho camaleónicos nesse sentido e sabermos ver um bocado. Por outro lado, não tenho pretensões, não posso ter porque não sinto capacidade. Se sentisse, sinceramente, capacidade para isso, se calhar não pensaria dessa forma. Mas não me sinto artista no sentido do verdadeiro artista, não é? O artista com expressão própria e focado na sua visão das coisas. Aquilo que faço, às vezes, parece isso, mas é uma falsidade num determinado sentido e reconheço que até pode ser desmotivante ou sem graça... E não sinto mais vezes isso, porque eu acho que tenho aquele lado mais... Quando falo no início que a influência da presença do desporto, da forma do desporto, a sua forma visual, a forma como é representado visualmente o desporto, como ele chega a nós... Fotograficamente, televisivamente... Como é trabalhado graficamente a nível das marcas desportivas, dos desenhos dos equipamentos, etc, etc. Apesar de tudo, esse lado mais terra a terra e mais até – não é pragmático no sentido de não ser objetivo porque envolve gostos: “Eu este ano não gosto do equipamento do Porto e gostava mais do ano passado. Detesto o do Benfica porque tem...” Há sempre um carácter de gosto, disto ou daquilo, não é isso... Mas no entanto, o desporto é quase por oposição... Surge-me em cima da mesa quase como oposição ao campo mais artístico do trabalho que deve ser intelectual, em oposição em trabalho físico, digamos. E portanto, o que acontece é que o desporto e esse aspeto mais físico e mais musculado da coisa acaba por me ajudar a ultrapassar

se calhar momentos mais mentais... Processos mais de abstração intelectual que envolveriam o lado mais artístico, ou seja, eu não sinto tanta necessidade de sentir um grande satisfação a esse nível porque se calhar o próprio lado físico acaba por colmatar eventualmente uma determinada frustração de querer ser artista. Não, não quero ser artista! Se quisesse ser artista se calhar era mais artista “da bola” do que artista do museu, entendem? Assim para ser um pouco mais fácil de explicar, não seria exatamente bem isto, mas as duas coisas complementam-se e acho que nesse sentido torna-se relativamente mais fácil chutar a bola para a frente, não é? Não está com tantos problemas e, se não vai pelo lado esquerdo, vai pelo lado direito. Porque continuamos a falar de estratégias, não é? De questões... De chegar ao sítio, de como se pede aos alunos para não repetirem fórmulas de um projeto para o outro, tiveram sucesso neste projeto por favor não repitam... De saberem respeitar aquilo que são incapazes de fazer, “pá”, que é uma coisa que nós temos, não é? De ter consciência dos nossos próprios limites e não nos pormos a fazer coisas que depois, quer dizer, não... Não nos permitem sair dali, não é? Onde ficamos fechados, isto não é a mesma coisa que dizer: “Não se experimente e não se façam coisas novas e não nos coloquemos numa situação onde nos vamos surpreender a nós próprios”. Mas, ao mesmo tempo, mais uma vez, negocia-se, não é? O que se consegue, onde se consegue perceber que se pode chegar e onde não se consegue. E isto é um “rabinho” que vai dar ao mesmo: uma aprendizagem muito do desporto, não é? O saber se temos um percurso para realizar, o saber gerir as energias para esse percurso. Não nos pormos a correr em ritmos ou... A fazer malabarismos que nos vão desgastar desnecessariamente, portanto, a teimosia e a paciência também de saber que o caminho nos vai levar... Pronto, aquelas coisas, não sei. Porque... Onde é que estávamos na pergunta?

#### **Estávamos a falar da questão do bloqueio criativo.**

Ah, mas ainda era o bloqueio. Pensei que já tinhas perguntado outra coisa pelo meio.

#### **Não, ainda estávamos no bloqueio criativo. Só por curiosidade, já te aconteceu...**

Sim, sim, diz.



**Já te aconteceu o facto de não conseguires responder, de todo, ao cliente?**

Não me lembro... Zé, lembras-te? De todo? Por não saber chinês... Era um cliente chinês e eu não sabia responder.

**Foi isso. Não tinhas falado sobre a questão do bloqueio criativo e que passava exatamente por isso, havia duas hipóteses, (...) e outra que não dá mesmo, de todo, e acabou. Mas aí há uma falta de entendimento com o cliente e pode chegar a acontecer (...)**

Não. No limite, já se deixou que o trabalho prosseguisse por um caminho com o qual estamos completamente em desacordo. Nos limites dos limites, como é sabido e como já te expliquei noutras ocasiões, isso fez-me tomar uma posição relativamente ao cliente e dizer: “Pronto, não sou a pessoa certa para estar aqui, arranjem outro”. Ou então: “Temos que mudar alguma coisa”. Pronto, isso já aconteceu em vinte anos e é normal que, neste processo de tanta negociação contínua que, apesar de tudo, exista um certo desgaste que leve a “divórcios” às vezes mais rápidos, outros menos rápidos. Mas “casamentos” muito prolongados no design gráfico eu tenho impressão que são muito raros. Se falares com as pessoas mais velhas: com o João Machado, com o Aires. Mas sim, já existiram ruturas e situações de... Mas não por não conseguir fazer o boneco porque... Não foi por causa do boneco, foi por causa do outro lado. Esse lado que eu tentei explicar sobre o processo, sobre a cumplicidade e a partilha e o estar presente mais no processo e não ser apenas alguém que faz... Como se costuma dizer assim também de uma forma mais ou menos do lugar comum, o gajo que tem jeito para fazer uns bonecos e que depois só aparece para fazer o boneco... Não sei. Mas o boneco... É que aí eu não sei mesmo, é que na verdade... Tem sucedido e eu ultimamente acho que lido de outra forma como se eu... Esta semana, não ia contar isso, não vou entrar em pormenores, mas então... Um evento ligado ao design e à criatividade e à arte em que fui convidado para participar para fazer uma instalação. Passei uma semana a pensar no que é que... Se aceitasse o convite, o quê que poderia fazer. E acabei por dizer que não me sinto capaz para esse tipo de abordagem, porque realmente... Se me convidassem para ir correr uma maratona ou para ir nadar um bocadinho ou para não sei o quê, sei lá... Acho que era, não sei... Isto agora saiu até esta parte... Eu estava a contar uma coisa que

eu acho que é mais interessante do que agora esta coisa do exemplo que eu usei, “se me convidassem para”... Não é bem isso. Mas o facto é que me convidaram para realizar uma instalação que, mesmo assim, de alguma forma, me podia promover (e eu acho que iria promover) ou passar uma determinada imagem junto de uma comunidade artística, uma comunidade se calhar até nova... Já tenho esta experiência... Se é um trabalho relativamente visível porque andava na rua e aquilo que eram os nossos alunos de vinte anos reconheciam e: “Ah, o professor tal, que faz aqueles cartazes, não sei quê”. Agora já temos alunos que nem fazem a mínima ideia, porque não estás a fazer esse trabalho que é tão visível, não é tão presente no dia a dia e, portanto, já não tem passa aquele reconhecimento imediato que és o tipo que faz aquela coisa, não é? E portanto, ao entrar-se nesse esquema, da instalação e do evento, podia trazer um bocadinho disso mais do que outra coisa, não é? Mais do que um... Mas também, eu acho que por uma via que acaba por não me motivar, porque se o design gráfico já tem uma componente um pouco de tentarmos colmatar os tais limites que não somos capazes, porque apesar de tudo acabamos por fazer isso, não é? Estar permanentemente a pisar o risco sobre aquilo que realmente vem de nós e aquilo que nós vamos beber a outros sítios, nomeadamente à história do design gráfico... Ou mais do que a história, a memória – porque a memória é mais fácil de percebermos que a memória de ontem, de anteontem e da de cem anos, não é? O ontem, o feito pelo atelier “a”, “b” ou “c”, na Alemanha, nos Estados Unidos ou na Austrália ontem... Não é tanto a história, mas já é um bocadinho a memória do design gráfico. E nós vamos beber ali muita coisa continuamente e equilibramos essas coisas com aquilo que também somos capazes de fazer. Ou então olhamos para essas coisas e dizemos que também queremos aprender a fazer assim e isso força-nos a tentar tecnicamente, tecnologicamente, a desenvolver as nossas capacidades, os nossos *skills*... Esse desafio e que acontece já no dia a dia, eu acho que é multiplicado ou como é que se diz...? Exponenciado nestas situações em que: “Epá, vamos fazer uma instalação e não sei quê” – em que passa a ser praticamente só esse o exercício e não há o tal processo em que eu há um bocado quis, ao explicar também fui dizendo, que acho que sou capaz de fazer bem feito. Então só fica aquela parte que eu até acho que sou mais frágil a fazer, que é a parte de muita luta e de muito mais teimosia. Pronto, acho que não é por aí, e uma pessoa sente algumas dúvidas sobre isso, mas é,

pronto... Essa questão do criativo... Se eu visse um designer assim daqueles que se dizem que “Epá, o meu nome estar lá não interessa”. Tipo aquele rapaz de Coimbra, o (...). “Ah e tal, isto não interessa, somos designer anónimo”. Essa não precisas de cortar, podes deixar. “Designer para ser anónimo”... Mas há uma posição intermédia – acho que é uma posição mais equilibrada – porque se eu não achasse que era melhor designer do que a maior parte dos designers, quer dizer, como é que eu... Sou eu... Se o designer é anónimo, qualquer designer... Eu sei que estou aqui a fazer um “joguinho da treta”, mas... Agora, não me sinto realizado no trabalho se... Como também, uma ideia que eu utilizo nas aulas, se mostrasse o trabalho ao meu amigo que anda... Enquanto estudante, não é? No design ou na Faculdade a estudar design e fiz um determinado trabalho e mostro ao meu amigo que anda a estudar desporto, na Faculdade de Desporto e ele vai olhar para aquilo e dizer: “Eu não percebo nada disso, mas tu dizes que está bem, tu é que és o artista e portanto, está bem, mas...”. E depois até a gente sente que ele, na verdade nem gostou nada daquilo. E se aquilo for um trabalho gráfico para um evento desportivo, quer dizer... Não deixa de ser frustrante que uma pessoa ligada ao desporto que até é teu amigo, e tu partilhas alguns gostos com ele e até gostam da mesma música – não é tudo, mas alguma coisa é partilhado em amigos, não é? – e ele não fica admirado e satisfeito por tu teres apresentado... É um bocado esquisito, não é? É um bocado estranho e portanto, acho que faz parte desse jogo mental (e que também é um pouco físico) do balanço e do equilíbrio... Pronto e andamos nisto. Eu acho que pronto, anda-se permanentemente nisto, às vezes questionando-se realmente qual é a importância da coisa... Por outro lado também vemos se a retirarmos – E voltando ao desporto – se retirar essa parte, tudo o que é gráfico no desporto, quer dizer... Praticamente ficam os homens nus a correr atrás de uma bola e de uma bola que tinha que ser completamente branca, não é? E jogavam onde? Num campo sem linhas e sem marcas. E o que é que distingue as duas equipas? Nada, porque não tem nada gráfico que as distinga, estão todos nus, todos em pelos eventualmente, se forem uns mais africanos e outros mais orientais, pode ser que o próprio tom da pele os compare, mas, mesmo assim, era uma cor que os distinguia. Portanto, é importante, de repente “Ei, design gráfico, não interessa para nada”. Interessa, interessa... Interessa, não se consegue organizar e jogar à bola. Pronto, “ixe! E então é isso que a malta faz. Mas faz-se de muitas

maneiras e de muitas possibilidades e aquela que eu vou propor não é única. E isso é importante perceber-se e é nesse lado que eu acho que entra a tal questão do artista, não é? Eu não pensar que a minha proposta é única, inimitável e insubstituível... É treta, não é? Um cartaz que está aqui podia ser outro e até melhor. Pronto.

**Quais são os teus trabalhos mais... Ou seja, nesta perspetiva do processo criativo tu foste falando de alguns trabalhos... Ou seja, quase que ficou respondida esta pergunta, mas quais são os teus trabalhos mais representativos desta forma de pensar ou deste processo...? Tens algum trabalho que digas realmente (...)?**

Não, até há trabalhos que desmentem isto tudo. Há trabalhos que desmentem... Ou seja, que desmentem não, mas que desmontam ou contradizem uma grande parte... Há um bocado falaste que o processo até era relativamente rápido, mas a maneira como eu fui dizendo, se calhar parece que o processo é relativamente longo, o assistir a ensaios e não sei quê. Um dos trabalhos que eu acho mais interessante do período em que estive a trabalhar para o Teatro Nacional de São João, foi para um espetáculo chamado “O dia de todos os pescadores”, não é? É assim, não é? Estou maluco... Ó Zé, é “O dia de todos os pescadores”, não é? E que foi realizado para aí em cinco horas: duas para ler o texto, uma... Considerando aprovações e tal. Duas para ler o texto e tomar notas e apontar... Depois até posso tentar mostrar-vos, porque eu tenho esse texto algures com os apontamentos. A peça de teatro já existia e era apenas uma apresentação externa, e era necessário um cartaz e ele foi feito sem conversar com ninguém a partir da leitura do texto. Mas, mais uma vez, o texto era tão interessante e tão rico visualmente em sinais e marcas que... Pronto, estava lá... E aquilo que acabou por ser o próprio cartaz é praticamente uma... Eu não digo ilustração mas uma transcrição visual do que está lá. Portanto, é um exemplo de um processo muito curto, que não passou tanto por um diálogo com uma data de pessoas mas diretamente com o texto, mas que é possível como a outra senhora diz, não é? Porque depois estão alguns anos para trás de experiência. Não tantos com a senhora tem, a senhora Paula, mas essa rapidez de resposta e o passar por cima de algumas etapas desse processo pronto... Mas, ao mesmo tempo, as exceções também existem para mostrar que...

(...)

O processo?

**(...) acaba por ser um pouco o diálogo com o cliente, (...) ...**

Não, uma aprovação quase imediata, é um texto...

(...)

Sim, acho que sim. Às vezes também não temos... Nesse caso particular nem sempre tínhamos o retorno completo sobre a satisfação e o reconhecimento do trabalho, mas foi acontecendo, com regularidade sentíamos... Não nos diziam diretamente porque... Por vezes nós já estávamos envolvidos no seguinte e nem era por não termos acesso às pessoas, porque dialogávamos com ela, mas o que acontece é que depois do espetáculo estrear parece que desaparece o circo, não é? Só fica lá o espetáculo e depois tudo o que estava por trás acaba por... As pessoas vão à vida delas, têm outras coisas para fazer, nomeadamente quem esteve mais envolvido nos processos. Pronto... Mas atenção, não é só teatro e antes do teatro houve um período relativamente... Pronto, estive alguns anos a trabalhar na música onde realizei trabalhos com os quais, ainda hoje, quando me confronto, acho que foram bem feitos e são interessantes: coisas para bandas como os Zen, uma capa de disco para os Três Tristes Tigres que me permitiu estar, dialogar e aprender com a Ana Deus, com a Regina Guimarães e que resultou nessa capa do “Comum” dos Três Tristes Tigres. Foi um momento muito interessante daqui do atelier, a presença das pessoas aqui mesmo no atelier... Aqui, não era neste atelier (...). O trabalho com pessoas que estavam a editar... A música com as editoras, a Valentim de Carvalho, coisas feitas para uma editora chamada Kamikaze, na qual também estive envolvido no próprio nome da editora e na forma como... Portanto, com o Pedro Tenreiro e Rui Miguel Abreu... Há momentos... Perguntas-me por trabalho, não sei... Há um conjunto de trabalhos felizmente... Um número já não consigo identificar em particular, este ou aquele trabalho, assim de um momento para o outro, talvez mais por alguma razão específica se a pergunta também fosse orientada para uma situação mais específica, mas genericamente existe um conjunto de trabalhos que acho interessantes e que permitiram... E se não é como acabei de explicar, a relação com texto e a possibilidade de ter lido um texto muito engraçado e que

me permitiu sozinho com o texto... Sozinho eu também... Há um bocado eu usava o “nós”, porque éramos nós no atelier, não era só eu e, a determinada altura, passo a usar só “eu” e eu é que resolvi a partir de um texto. Mas na verdade, até estava acompanhado e na altura – o colaborador por acaso do atelier participou no processo de construção dessa proposta. Portanto, já não diria “eu” mas “nós” outra vez, mas em diálogo direto com o texto que nos é dado. O que eu queria dizer é que: o que está sempre presente e não encontro em particular um trabalho desses em que uma pessoa olhe e que continue a achar que tem uma determinada validade, que esteja desassociado ou que não esteja associado, a pessoas ou a um objeto de trabalho que nós próprios continuamos a gostar e achar que é qualquer coisa interessante, não é? É o disco dos Três Tristes Tigres porque é incrível ou o tal texto que leste e é o texto que te dá ideias e que... E já não estou a falar no que aqui está, que é Shakespeare, não é? Portanto, por alguma razão passado estes anos todos ainda está aqui em cima da mesa e há sempre contacto... As pessoas e os objetos que motivam o trabalho – o objeto central do trabalho. O que eu não acredito e daí... O que eu não acredito, não é isso. O que eu tenho dificuldade de encontrar no percurso aqui do atelier são trabalhos gráficos em que eu sinta essa validade e que estejam associados a nada, não é? Se nos convidam para fazer um cartaz sobre um tema demasiado genérico e onde não há alguém que crie limites, e que nos obrigue a criar expectativas de negociação, normalmente sai borrada. Já saiu e eu acho que não necessita de continuar a sair. Daí o tal desinteresse em participar em acontecimentos assim. Se há um número limitado de possibilidades, de participantes – porque normalmente essas coisas envolvem sempre um número limitado – pronto, haverá outras pessoas mais vocacionadas e mais interessadas... Não sei, se isto tem alguma... Não estaria outra vez a falar nisso senão tivesse a ver com as perguntas e com algumas das questões que levantas, a aproximação com o design... Estou demasiado habituado ao longo dos anos, nomeadamente em conferências, a ver os dois polos extremos, não é? O designer artista e tal, muito satisfeito com o que faz e por outro, o designer coitadinho, que é o anónimo e que aparentemente até encontra algum brilho no que faz mas, ao mesmo tempo, aquilo que diz parece que lhe é indiferente e que não interessa porque é apenas um reflexo de qualquer coisa, tem que se manter na sombra, que o design tem de ser invisível... Depois voltamos há uns anos atrás...

**Estás atento ao design gráfico que se faz em Portugal? E como é que tu olhas para o futuro do design gráfico em Portugal?**

A minha cara mostra logo... Não... O atento ao design gráfico é... Se for a qualquer sítio, quer dizer... Há dois tipos de “estar atento”. Atento é estar sistematicamente a olhar para o blog ou para a publicação específica, especializada, que tende a afunilar, a mostrar ou a filtrar o que se faz – eu diria que não estou. Onde estou mais atento é no que é o meu dia a dia, e pensando que até circulo de alguma maneira ou procuro circular o mais possível no exterior e ver coisas e, de certa forma viver aquilo que no espaço que me circunda, acabo por ter contacto com um conjunto de coisas que são o design que se faz hoje. E portanto, o acompanhar o design nesse caso, numa determinada realidade, eu sei que é limitado porque nem tudo... Uma grande parte do que se faz não está visível assim à nossa volta, mas, no entanto, uma parte que eu imagino que possa ser uma amostra significativa está. E portanto, é a partir dessa amostra que eu acabo por tirar as minhas próprias conclusões – e não só conclusões, também me inspiram, também me informam sobre possibilidades, também me mostram caminhos. Agora, se eu comecei por dizer que as minhas influências são o desporto, a música e outras coisas, eu continuo a consumir essas coisas ou consumo outras e vejo nelas o design que se faz, se elas são racionais, sejam eventos, serviços, produtos, o design gráfico está lá. Portanto, tenho uma ideia e é assim que eu acompanho essencialmente. Não especificamente por, digamos, dentro da comunidade, porque já perdi alguma paciência para isso. Não é nesse sentido... Não sinto essa necessidade, de seguir tão... De uma forma tão isolada. Então eu vou dizer a coisa ao contrário. Se calhar sinto é a necessidade de seguir a coisa mais à distância e mais onde ela anda por aí espalhada e não tanto focada ou filtrada por uma determinada visão, não sei... Mas isso não é só a nível nacional, também a nível internacional... Se me perguntas qual foi a última vez que eu abri, se calhar até vou ter vergonha de responder, mas já foi há algum tempo. Por um lado, sinto falta disso, mas por outro, não sinto falta nenhuma. Como o outro, não é? Que já começa a ter consciência que, se nunca atravessou o Canal da Mancha a nado, depois dos quarenta também vai começar a ser mais difícil de o fazer. Uma pessoa começa a reconhecer determinados limites e a jogar nesse campo, pronto. Se nunca ganhei o grande prémio

de Chaumont também não vai ser agora que vou ganhar. Portanto, se até agora não tenho uma lista de taças ganhas começa a ser tarde conseguirem-me tirar uma fotografia em que não se vê o designer mas só vê as taças.

**E para o futuro, como é que tu vês isto?**

De igual modo, não sei. Tenho mais medo que o mundo acabe porque a maré subiu do que o design acabe. (risos) As mesmas coisas, não sei... A fruta que se vende ali em baixo no mercado vai ter que ter uma etiqueta a dizer se veio da Colômbia ou da Madeira. Já era assim há dez anos e vai continuar a ser. Se não for teatro há de ser outra coisa qualquer. O trabalho acho que, necessariamente... Aliás, não é só for o teatro, o que acontece, na realidade, é que, de facto, os suportes vão mudando... Agora é menos cartaz, é mais capa do Facebook. A seguir já não é capa do Facebook, é outra coisa qualquer, mas na verdade... Nem é verdade, um “gajo” diz “é a verdade, até parece que é na verdade... Em termos de processos, seja para pôr no Facebook como capa, ou seja para fazer um cartaz tens de ir ler o texto. Como fui respondendo para trás, acho que é absolutamente necessário para a resposta ter a ver. Se há um bocado disse para não ter nada a ver e para não ser um “tiro no escuro” eu tenho que ler o texto, não é? Para me desafiar eu tenho que ler o texto. Para desbloquear eu tenho que ler o texto, seja ele que texto for e, portanto, isso vai continuar a existir. E enquanto houver texto é preciso dizer que ele existe. Os livros podem mudar de formato, mas nunca serão livros senão tiverem um formato qualquer porque não é o escritor que faz os livros, quem faz os livros é o designer gráfico ou é o designer de multimédia ou um designer qualquer, mesmo não tendo um curso de design. A verdade é que alguém tem que lhe dar uma forma que seja legível e disponível para ser lida... E não é o escritor. O escritor escreve o texto, dá forma a um determinado conteúdo literário e tal, mas não é ele que escreve... O livro, não é que faz o livro, quero eu dizer. E portanto, enquanto houve escritores tem que haver alguém que dê forma aos livros, etc. Pronto e é por aí, não é? Enquanto houver jogadores da bola alguém tem que lhes desenhar os equipamentos para eles se distinguirem e conseguirem organizar-se em campo. Epá, posso não ser eu, podes ser tu ou vai ser um chinês ou outra coisa qualquer – o trabalho anda aí. Acho que andamos permanentemente a queixar-nos que não há trabalho – acho que é um engano. Eu posso não conseguir

chegar a ele, tenho de descobrir maneira de chegar a ele. Isto não está parado, a gente vê as coisas a acontecer, não é? Apesar de hoje ser feriado em Matosinhos, está tudo um bocado parado, mas está ali uma lancha dos pilotos que diz... Chama-se Leça, alguém definiu o tipo de letra que está lá, o espaçamento, o tamanho, a cor... A lancha é amarela e azul. Olha, eu não sei, quer dizer... Agora, estás-me a perguntar se para onde vamos, em termos de qualidade, se é melhor ou pior... Vai ser sempre... Vai ser é “fixe” que seja assim, que haja coisas muito boas do que coisas muito más. Se fosse tudo muito bom a gente começava a chegar ao bom, ao mediano e depois de mediano, quando estivéssemos fartos do mediano, já era mau. Portanto, não sei. Acho que é tudo normal, deve ser... É este lugar-comum de quando se pergunta: “Então, o futuro, como é que vai ser?”. Nós depois metemos, se não nos disserem mais nada como estás a dizer, nós temos tendência a ler a pergunta pelo seu lado mais corrente, não é? Está-me a perguntar o quê? Que isto como está tudo muito mau, o design gráfico também está mau ou é para dizer que isto está mau...? Eu sei que não é isto que estás a fazer, eu é que estou a fazer o exercício de quando nos fazem uma pergunta assim demasiado em aberto nós temos a tendência de tentar fechá-la para conseguir dar uma resposta, não é? Se calhar até é uma bela maneira de acabar de falar sobre o design sobre o design, não é? Quando nos dão uma coisa demasiado aberta como é o caso de projetos menos definidos, nós ou afunilamos para dar uma resposta enquanto designers ou então, enquanto artistas temos essa facilidade porque, automaticamente, já afunilamos porque não nos preocupamos em dar a nossa visão, porque é isso que achamos que nós está a ser solicitado, não é? A nossa visão. Se acharmos que a nossa visão não é assim tão interessante e queremos é que a nossa visão seja vista... Ou seja, apenas... Não é apenas, mas... Validada, por corresponder a uma ideia mais partilhada e mais cúmplice com uma coisa que achamos que até é maior do que a nossa presença, sei lá... Vai e vem. Vai-se e vem-se. Eu acho que... Fundamentalmente, se aquilo que é mais permanente, que é se os gabinetes, os designers e as pequenas empresas, se as maiores empresas de design são menos duradouras tem a ver mais consigo próprias do que com as circunstâncias das possibilidades de trabalho. As grandes, porque é negócio e porque hoje é... Como é que é? Porque hoje é Central Design, como é que era aquela dos anos noventa? Agora é a Brandia, mas antes de ser Brandia era...

### A Novo Design?

A Novo Design, não é? Fartou-se de fazer bancos, fartou-se de fazer isto e aquilo. Depois, secou o negócio deu lugar a outro, não é? O outro há-de dar lugar a outro, mas não é por não haver trabalho, é das circunstâncias do próprio mercado e da forma como quem está à frente desses negócios se estabelece, não é? E o mesmo para os mais pequenos... Se é persistente, se está interessado em continuar, se não está, se interessa, se lhe é exigido tal, se tem outro modo de vida que possa ser mais interessante ou escolhas... Agora... Às vezes, até parece assim um bocado absurdo, porque... Pronto, há trabalho mais interessante e há trabalho menos interessante. A música... “Ah, porque a música era mais interessante e agora não há música interessante”. Grande treta, não é? Ouve-se a rádio, uma rádio como a Vodafone FM e farta-se de tocar música portuguesa e música audível e a música portuguesa que até às vezes parece estrangeira, não é? Bandas que os alunos, se estiverem lá a fazer o projeto da sequência visual ou para um tema musical e escolheram temas que ouço na rádio e pensava que eram bandas estrangeiras e são bandas portuguesas. Até os Youth, não sei quê Youth – um rapaz que estuda lá na ESAD. Best Youth! É da idade do guitarrista, da idade do André Cruz e andaram também lá na ESAD e eu nem sabia. Ouço na rádio se cantam inglês, com sotaque, não é? Não é como o Miguel Guedes, dos Blind Zero – se esse canta inglês vou ali e venho já. (risos) Eu não entrei muito nestas coisas de piada, mas tinha umas piadas aí pelo meio. E portanto, não me admira quando se vai ver as capas dos discos, dos temas, dos videoclips e da produção visual que anda à volta desta malta seja “fixe”. “Pá”, porque não? O tema, o objeto, são porreiros, portanto... Bem, se alguém os faz mal é porque... Olha, porque faz mal. Mas se há... Eu acho que há para aí coisas, não é? Agora como dizia o Peter Saville nas Belas Artes há uns tempos, eu já não tenho idade para fazer capas de discos de música pop. Não tenho idade porque já não tenho amigos em bandas de música pop, não é? Começou por fazer as capas dos amigos ou as capas da editora do amigo pelo qual conheceu grupos... Pronto, é o ciclo da vida, não é? Quer dizer, eu fiz umas capas de discos porque conhecia uns “gajos”... Conhecia, porque me pus numa posição de os conhecer, não é? Porque fui falar com eles, porque me apresentei, porque não sei quê, por isto e porque lhes disse que era gráfico e se eles não precisavam

de um gráfico. Portanto, mais um vez, retomando aquela questão de que o trabalho anda aí, acho eu. Posso estar redondamente enganado por também já viver num mundo mais fechado, mas não acho que seja assim. É mesmo... Sem ser a coisa de olhar para os anos oitenta, início dos anos noventa em Portugal e achar: “Epá, havia ali um design português que acompanhava...”. O trabalho da Helena Sofia de mestrado, não é? Aquela coisa do design português parece que tem ali uma zona identificada musicalmente por Madreus e Heróis do Mar e depois um não sei quê no design... Realmente há ali um bloco mais ou menos... Que dialoga entre si, mas de resto... É um trabalho, depois (...) um livro... Um livro do design português – um fascículo. Há ali coisas que realmente estão mais interligadas, mas depois está todo um conjunto de coisas muito mais idênticas ao nível do... De certeza, que é a lancha dos pilotos que está ali. Hoje está mais bem desenhada do que há vinte anos. “Pá”, o grafismo, o tipo de letra... Podíamos achar mais piada ao outro, porque é tosco e tem aquele lado... Mas, se calhar, este tem componentes de funcionalidade e de ergonomia relativamente aos perigos da própria atividade. Cumpre muito mais aquilo que foi solicitado ao design gráfico do que apenas ser um objeto “fixe” para quem vê passado vinte anos... Esse tipo de coisas, não é? Toda essa envolvente, um “gajo” às vezes, quanto temos tendência para esta coisa das conversas entre nós, só estamos a falar da capa do disco dos Heróis do Mar, que é mais “fixe” que a capa do disco dos não sei quê, que são de agora, não é? Mas não é! Acho que é mais do que isso, embora a informação das autoestradas acho que não está melhor que há vinte anos: a sinalética e tal, há aí uma parte do institucional que está muito “mal-amanhada”. Lá está, oportunidade de trabalho, mas acham que não. Vais ver que daqui a uns tempos a R2 a desenhar o sistema... Depois das igrejas e das capelinhas, a seguir vêm as autoestradas. Eles para já têm as autoestradas no postal, o A2, aquelas manipulações que fazem parte do discurso e da construção da lógica do Artur e da Lizá. Mas, um dia destes, alguém vai ter que desenhar a sinalética rodoviária. Vais ver quem é que vai fazer.

**Está feito. Tirei-te foi algum tempo.**

Ó “pá”, a mim não me tiraste. Eu tenho mais medo que tenhas tirado ali ao Zé.

## Anexo 29

### Entrevista em vídeo com Jorge Afonso

**Entevistado:** Jorge Afonso

**Entevistador:** João Tiago Santos

18 jun 2015

**Duração:** ±3h

**(...) não tem todos os seus trabalhos?**

Como? E que permite coisas extraordinárias, mas permite também alguma falta de respeito, digamos, na minha perspetiva.

**Não tem todos os seus trabalhos guardados, não? Só tem uma parte...**

Ui, ui, ui... Também, “pá”, não é?...

**Não havia cofre que aguentasse!**

Eu deixava os trabalhos, “pá”... Quer dizer, por uma questão de preguiça, por uma questão de falta de espaço em casa, deixava muitas vezes os trabalhos nas casas, não é? Claro que se gostava do género, podia propriamente agarrar em dez e levar cada coisa. Na escola, as nossas coisas vão-se acumulando e ficamos sem gavetas, não é? Mas tipos várias vezes me pediram para eu levar as coisas e tal... Ó “pá”, quando um “gajo” me chateava muito: “É, pá, mande pr’ó lixo!” Estava o assunto resolvido!

**Mas aí ficava sem nada!**

Pois, mas também, “pá”... Não sei, também não tem problema nenhum...

**O Professor é dos primeiros a ser licenciados nas Belas Artes, não é?**

É.

**Foi da primeira turma?**

É.

**Quantos alunos é que tinha a turma?**

Para aí quinze, dezasseis...

**Quinze? Ainda era muita gente a querer ser designer!**

Era.

**E eram quem? São conhecidos? Não? Acabaram todos por ficar no anonimato?**

Não. Quer dizer, foram todos para o ensino. E eu também.

**Sim, sim, mas exercia. Chegou a exercer também. Esteve a exercer Design, portanto fez Design.**

Sim, sim, exerci, exercia o Design... Mas também nunca liguei muito.

**Não?**

Não.

**Nunca foi designer?**

Não, dedicava-me mais ao ensino. Eu gostava mais, eu gostava muito de...

**De dar aulas?**

De ensinar e...

**E, sendo dos primeiros, de certeza que teve logo colocação, não é?**

Como?

**Sendo dos primeiros designers a sair formado teve de certeza uma colocação na escola e ficou logo nas Belas Artes, não ficou? A dar aulas?**

Fiquei.

**Pois. Mas muitos anos?**

Muitos anos, até à reforma.

**Se calhar falamos um bocadinho sobre o seu percurso académico e outras influências que possa ter tido para o trabalho em Design...**

O meu percurso académico, “pá”... Eu, no princípio, rigorosamente do início da década de sessenta – portanto em 1960, acho eu – matriculei-me nas Belas Artes, no curso de Pintura e o curso de Pintura era comum, portanto a Pintura e a Escultura só se decidia depois a nível do segundo ano, que também era comum. Havia, digamos, “Iniciação à Pintura” e “Iniciação à Escultura” e, só a partir do segundo ano, os cursos se começam a diferenciar totalmente ou quase. E tive, por questões... Entretanto começa a Guerra Colonial e eu, que estava a adiar – e tinha direito realmente a adiamento e ficar, portanto, a não ir para a tropa até concluir o curso – “pá”, quer dizer, fui chamado! É verdade que não gostava muito da tropa, nem da guerra, muito menos da guerra, mas também não gostava da tropa. Fui fazer um teste de (...), perdi. Fui chamado, fui para Mafra, perdi duas recrutas seguidas. Exato, fiz duas recrutas, o que levava a que regressasse – depois havia uma estadia, mais curta ou mais prolongada – a que voltasse tudo a zero. E regressava, digamos, à minha vida mas, sabendo que na próxima ia ser novamente chamado. Depois, em determinada altura, houve um espaço mais longo e eu fiquei muito surpreendido mas também, calei-me. Não me chamavam, contra todas as expectativas, não me chamavam e eu fiquei “quietinho” e entretanto casei. E, para casar, eu precisava de um documento militar, não é? E, nessa altura, descobriram que, por engano, o meu processo tinha sido arquivado juntamente com os processos dos

indivíduos – eu estive no Quartel General – que tinham já feito a tropa. Até lá um militar se virou para mim e disse-me: “Se o senhor não tivesse casado se calhar nunca mais era chamado”! Na altura, isto em pleno fascismo, para tudo, para muita coisa, para muita situação era preciso documentos militares e era muito difícil, não é? Mesmo que não tivesse casado naturalmente que ia surgir outra necessidade do documento militar. Bem, o que aconteceu foi que voltei a ser chamado, voltei a perder a recruta, “pá”, não é? E depois fui – tinha família em Angola – parar a Angola, não é? Na altura as pessoas iam para Angola, para Moçambique, para a Guiné, por causa da Guerra Colonial – foi por muita gente para estes sítios por causa da guerra colonial – e eu fui também por causa da Guerra Colonial mas não para fazer a tropa. Fui para ver se conseguia fugir da tropa, não fazer a tropa. Abreviando, voltei a ser incorporado, voltei a ser chamado e as coisas em Angola, apesar de tudo, funcionavam de uma maneira... Cá, de um lado, tinha uma qualidade, que é a qualidade de ser branco, o que não era uma grande qualidade, todos ou quase todos éramos brancos. Mas, lá, a qualidade de ser branco tinha a sua importância, portanto, eu usei alguns privilégios nesse aspeto. Acho que vou terminar por ser assim um pouco mais solitário e não ter feito, de facto, a tropa. E apontava ir lá para conseguir, digamos, este objetivo: conseguir o objetivo que me levou lá a Angola. Mas entretanto apaixonei-me por aquilo e quer eu quer a minha mulher resolvemos ficar, apaixonados por África. E lá permaneci, até à altura em que se dá o 25 de Abril, em que se dá depois a Independência. Apesar de tudo, quando foi o 25 de Abril, ainda continuei, ainda pensava e estava interessado em continuar, mas a situação depois complicou-se muito, não é? E eu tive que fugir, tive que regressar. Eu acho que é melhor o termo “fugir”, não é? É melhor o termo “fugir”, tive que vir embora.

**Mas está a falar do ano, ou seja, foi quando fez o curso das Belas Artes, em sessenta?**

Não, comecei o meu curso nas Belas Artes nessa altura, em Pintura.

**Mas não o acabou então?**

Não o acabei. Foi interrompido por essas vicissitudes e que foram um bocadinho prolongadas, não é? Por...



### **Gatorze anos pelo menos...**

Por “vai à tropa, perde a recruta”, não é? Prolongou essa situação... Se me perguntar se, na altura, já tinha interesse pelo Design, efetivamente tinha. E o interesse foi manifestado por, como aluno do curso de Pintura, ficar ligado a fazer alguma divulgação gráfica, alguns poemas de... Daquilo a que chamavam as... Havia as exposições magnas e havia o... Aqui é melhor cortarmos... (...)

### **Mas isso já fazia na altura em que... Ou seja, durante o curso de Pintura já ia fazendo Design Gráfico?**

Fiz, porque foi, quer dizer, fiquei a gostar muito, não é? E fiquei a fazer isso como com... Quer dizer, fiquei responsável, digamos, por fazer, não é? Havia, como disse, já não recordo como é que chamavam – havia as exposições magnas e havia um outro tipo de exposição e que não era só exposição. Havia vários acontecimentos ligados à música, ligados ao cinema... Havia ali um período com bastante qualidade na Escola de Belas Artes. A Escola de Belas Artes, na altura, gozava muito prestígio desses... Esses, “pá”, eram criados pela Gulbenkian... Boa memória tivesse hoje... Que falta de memória neste caso...

### **São muitas histórias!**

Mas eu fiquei de facto ligado a isso, não é? Curiosamente até, mais tarde, um colega meu, neste caso da Faculdade de Arquitetura: o Grade (o Zé Grade) veio mostrar-me: “Queres ver uma coisa que fizeste «pá» e tal?” Era o ciclo de cinema e, pronto, tinha sido uma coisa, que até achei piada, já não via isso há muito tempo, era uma coisa feita por mim quando era menino...

### **Provavelmente nos anos sessenta?**

Sim, nos anos sessenta. Início dos anos sessenta.

### **E, depois, quando foge de Angola...**

Depois, em Angola, enfim... Esse meu interesse continua a manifestar-se em Angola. Cheguei a fazer algumas coisas, não muitas, mas até fui professor e fui diretor de uma escola secundária. De uma escola preparatória, perdão. E cheguei a fazer alguns trabalhos também no âmbito do Design. Mais a nível do que se diz ser design,

na Feira Internacional de Luanda e tal... E fiz o *stand*, a porta do *stand* e tal, essas coisas... Tinha projetado o *stand*... Portanto, mantinha esse interesse por Design.

### **Mas, ou seja, depois sentiu interesse em fazer o curso. Porque faz o curso, nas Belas Artes, de Design...**

Pois, mas entretanto, quando regresso a Portugal, isto em 1975... Em setenta e cinco... Sim, em setenta e cinco... O 25 de Abril foi em 1974, portanto em 1975, quando regresso a Portugal, reingresso nas Belas Artes. Na altura, tinha sido criado o curso de Design. Chamava-se Design e Comunicação/ Arte Gráfica. E eu fui, quer dizer, mexia, eu tinha o (...), não é? Tinha Design e tinha-me interessado para o Design, a Pintura não me dizia muito. Não é que eu não fosse bom aluno a Pintura. Quando fui aluno de Pintura fui um aluno razoável, mas não era coisa que eu quisesse muito e passei para o Design. E o Design parecia assim, digamos, engraçado, não é? Porque é o primeiro, não havia cá muita experiência a nível do ensino. Naturalmente que eu, nessa altura, já tinha alguma idade, não é? É que entretanto eu tenho trinta e tal anos, não é? Já tinha trinta e cinco anos ou alguma coisa. Nasci em 1940, portanto, em setenta, eu tenho trinta e cinco anos. E alguns dos professores das Belas Artes que estavam ligados à criação do curso de Design e que lecionavam o curso de Design, tinham sido meus colegas de Pintura e tinham entrado comigo para a Escola de Belas Artes. O que era uma situação um bocado de... Eu era aluno, eles eram professores, mas tínhamos sido colegas. E também, muitas vezes, dado que a minha idade era idêntica à deles, eles também me perguntavam muitas coisas, como é que se havia de fazer... É como a Pintura também, percorrer esse caminho para o Design. Para mim, a experiência... Era o primeiro curso. E foi interessante. Por exemplo, foi ver o Professor João Machado, que teve uma passagem episódica pelas Belas Artes.

### **E depois, acabou o curso, já tinha quarenta anos então? Mas já trabalhava profissionalmente, não é?**

Sim, fui trabalhando.

### **Ou seja, o curso era mais uma pró-forma para...**

Não, não acho que é uma pró-forma, é uma coisa que...

### **Naquela altura era aprendizagem porque realmente não havia nada...**

Era aprendizagem, não era só uma pró-forma. Quer dizer, foi uma questão de uma pessoa se meter, de se apropriar... Embora houvesse esse meu interesse e algum, “pronto”, enfim, tenho algum conhecimento acerca do Design, não é? E não só e – repare – a nível do Design Gráfico, não é? Que é uma coisa que eu acho que estas pessoas da minha geração eram um bocado menos especializadas. Quer dizer, eu tinha interesse pela Arquitetura, por exemplo, eu tinha interesse pelo Design de Produto...

### **E chegou a fazer alguma coisa de Produto?**

Não, mas tinha interesse por isso, é um bocado exemplo. Se eu lhe disser que a minha casa em Angola, durante a década de sessenta ainda – em Portugal em pleno fascismo, – tinha alguns objetos de design, se calhar não acha muito natural, não é? Fundamentalmente o design é enorme, não é? Mas tinha design que conseguia arranjar. Mas tinha conhecimento, portanto eu lia também alguns livros. Uma pessoa aprende lendo, não é? E vendo. Não é só nos cursos. Mas o curso para mim não foi... Foi um processo também em que eu participei bastante. Eu era muito participativo, não era passivo, não era uma pessoa que estivesse a receber ali conhecimentos de forma passiva. Sentia-me bem porque sentia que estávamos todos a construir qualquer coisa. E que para mim era muito importante. E que provava, digamos, extremar um bocado as posições... Não quero defender alguma coisa vender alguma coisa. Forçosamente, depois extremo posições. Não vêm procurar equilíbrios e tal, não é? É que eu era um lutador pelo Design e fui, na Escola de Belas Artes, um lutador pelo Design, pela importância do Design, pela autonomização do curso de Design face os outros cursos. Porque havia quem tivesse dúvidas se o Design era matéria suficientemente digna para haver um curso. Está lá a Pintura e a está Escultura, entidades tão nobres... Eu não estou a dizer que não sejam, mas...

### **Mas imagino que naquela altura que era Arquitetura, Pintura e Escultura numa escola e quando o Design surge...**

E o Design aparecia ali como qualquer coisa de... Havia professores, pintores... Quer dizer, as coisas começam sempre ligadas aqui. Começou (e com uma certa lógica)

ligado ao curso de Pintura. Com professores do curso de pintura, com pessoas que, sendo professores tinham uma formação na Pintura, mas tinham uma atividade de Design: praticavam Design e, portanto, que nos iam transmitindo a sua experiência. E surgiu o curso de Design. Digo-lhe que foi muito importante o surgimento do curso de Design Gráfico na Faculdade de Belas Artes. E em Lisboa! Mas eu não conheço muito bem a situação de Lisboa, conheço melhor a que eu vivi que foi a situação no Porto. Porque a situação foi saltando, saíam do curso muito rapidamente, de forma muito profunda, não é? Porquê? Porque todos eles eram injetados no mercado e estávamos numa fase de alguma expansão. Toda a gente queria ter as empresas, queriam ter a sua identidade. Havia muito trabalho, era uma altura de grande expansão. E, todos os anos, eram lançados – vamos admitir que havia trinta alunos que chegavam ao quinto ano, ou vinte e tal alunos, mais certo, que chegavam ao quinto ano – não eram vinte e tal designers, porque nem todos iam exercer, mas os melhores iam exercer a atividade de Design, não é? E começaram a surgir jovens com uma atividade muito interessante e que foram revolucionar e que foram renovar totalmente o panorama, digamos, da comunicação gráfica em Portugal. E que o alteraram profundamente. Eu até costumava dizer, com piada, um bocado em termos do teatro, que, mais importante do que a qualidade das escolas, era a existência das escolas. Porque a qualidade vem depois, “pá”, mas se não houver escolas é que não há qualidade, não é? Nem há nem deixa de haver porque não há escolas, não há qualidade. Agora, se a escola é má, existe uma escola e é má, pelo menos são criadas condições para que seja criticada e que se torne melhor. Agora se não houver, não há...

### **Estamos, então, mesmo no início do curso de Design. Faz a Pintura, vai para Angola, depois vai para Design...**

Eu, se quer que lhe confesse, nesse aspeto, eu fiz Design porque tinha interesse e achava que era importante fazer também Design. Mesmo sendo docente eu vi-o sempre – a gente nestas coisas tem que estar ligado (mais ou menos ligado à atividade), mas a minha prioridade sempre foi o ensino. Ou seja, eu era professor em *full time* e era designer profissional liberal em *part time*. Quer dizer, era em *full time* professor: gostava de ensinar, gostava de esclarecer. Era aliciante esse contacto permanente com alunos, com jornadas excessivas de alunos. Isto se alguma coisa tem de

gratificante a profissão de professor é essa possibilidade que nós temos. Nós contactamos com uma geração de perto que é a geração que corresponde aos nossos filhos. Mas os nossos filhos têm a idade que têm. Uma pessoa que está no ensino tem sempre novos filhos! Os filhos vão-se renovando e vão-se atualizando. Uma pessoa sabe sempre o que eles pensam, conversa com eles, ouve as suas opiniões, sabe a música que gostam e que ouvem e tal. Isso é muito rico, é muito enriquecedor esse contacto com os alunos. E eu nunca tive grande importância, até posso dizer que não tive nenhuma importância, a nível do Design como profissional liberal. Mas como professor tive alguma importância. Fui das pessoas que lutei muito pela autonomização do Design, para que o Design fosse reconhecido, que lhe fosse dada a importância devida. Eu sempre lutei muito por isso.

#### **A própria ESAD é sinal disso também, não é?**

Sim, a própria ESAD é o prolongamento disso depois, não é? Desse meu interesse pelo ensino do Design, não é? Aqui não ensino já no sentido de aulas mas... É uma escola que tem os seus problemas, não é? E que tem o seu “quê” de interessante, aliciante, de acompanhar essas...

**Professor, se calhar agora falamos um bocadinho dos seus trabalhos também. Aquela parte, em termos de apresentação. Já percebemos o percurso em termos do que... A partir do momento em que entra em Pintura até agora que entra em Design, mesmo a questão de acabar o curso e fundar uma escola, a ESAD... Mas se calhar agora íamos para os trabalhos. Falar um bocadinho sobre o trabalho, a questão do processo. Aquilo que eu tinha falado há pouco, não é? À volta da mesa conversarmos um bocadinho destes trabalhos. Por exemplo, tinha-me falado deste trabalho aqui – do “Relatório e Contas”. Como é que surgiu?**

Como é evidente, eu não sou um homem da época dos computadores. Não sou um homem da geração dos computadores. Eu sou um homem da geração da máquina fotográfica e da fotografia. Não quero dizer com isto que não tivesse tido contacto, não é? E que não tivesse grande interesse e grande curiosidade e necessidade de atualização e que não tivesse tido contacto, conhecimento, das novas tecnologias, dos computadores... Inicialmente, tive contacto com os computadores, não

com os computadores pessoais porque não existiam ainda, é anterior, numa era superior o surgimento dos computadores pessoais. Tive computador desde muito cedo. Tive vários computadores. Tinha o “bichinho” também dos computadores, mas isso não é só com os computadores. Eu tenho o “bichinho” sempre das últimas, quer dizer, de qualquer coisa, dos avanços tecnológicos, de ter e tal. Às vezes, por acaso (...) com essas coisas, não é? E é um bocado de exagero. Mas ter a última geração de, ter a última “não sei quantos” e tal, gostei sempre de ter. Tinha interesse. Cada um tem o seu, há pessoas que gostam de, sei lá, de comprar anéis, de outra coisa qualquer...

#### **São as suas joias, os “bichinhos” dos computadores são as suas joias...**

E eu tinha o “bichinho” das máquinas fotográficas, que ainda hoje tenho e fui um grande utilizador da fotografia. E a fotografia tem muito a ver com... Há aqui um aspeto que eu gostaria de salientar no meu processo: é impensável analisar qualquer trabalho que eu tenha feito independentemente da fotografia. Ele está extremamente ligado à fotografia. Por isso está até aqui uma conhecida, não é? Esta fotografia (*mostra a fotografia*) que não tem nada a ver, é uma fotografia de África, onde fiz bastantes fotografias... Não propriamente esta mas, mais referenciando a fotografia... A fotografia está presente no processo comunicativo positivo, o ampliar, o reduzir... Por exemplo, posso destacar... (*pega em cartaz*) Este cartaz, que aqui tem bem presente a fotografia, não é? E havia uma coisa engraçada na altura e que era uma característica: é que normalmente – mesmo eu, no meu caso, era eu que fazia sempre as minhas fotografias – portanto habitualmente nunca utilizava fotografias feitas por outras pessoas ou pedia fotografias. A fotografia para mim era um processo, portanto, era um processo e tinha interesse pela fotografia.

#### **Esta fotografia que está aqui é sua?**

Sim. Quer dizer, as coisas para se fazerem... A verdade é que eu pegava, – quer dizer, não é questão de feito, é arranjar um saxofone, o homem era saxofonista e deixa cá fotografar aqui o saxofone – e agora vamos fazer aqui o (...) Porque a verdade é que também está aqui um trabalho de negativo, positivo, fotolitos, de endurecer, de iluminar bem os tons, de “não sei quantos” e tal e, “pronto”, vamos

para aqui arranjar uma imagem que sirva, não é? Vamos meter-nos neste mundo do saxofone e que possa resolver o problema que estava em causa que era fazer o cartaz. As coisas eram muito feitas, no meu caso – não estou a dizer que na minha época fossem feitas assim, eram muito feitas assim, mas estou a referir-me fundamentalmente ao meu caso – no meu caso, era muito eu a fazer as fotografias, não é? Por exemplo, este cartaz que está aqui, que fiz para uma exposição do Zulmiro Carvalho. Eu arranjei um bocado de mármore, fotografei um bocado de mármore e, a partir disto, eu fiz o cartaz. Quer dizer, não andei à procura aí, numa base de dados, de uma fotografia que me servisse, ou encomendar a um fotógrafo uma fotografia e tal. Não. Eu gostava muito e o meu trabalho tem muito a ver com a fotografia. A fotografia, acho que explica muito do meu processo mental, do meu processo mesmo de como é que as coisas eram construídas. Eu recordo-me (não está aqui, mas recordo-me) de ter feito um cartaz, por exemplo, para o Teatro Experimental do Porto, para o TEP. Um cartaz... A peça chamava-se *Schmürz*, que foi feito com base numa fotografia em que eu fotografei o próprio, o ator que representava o personagem principal da peça e ele fazia de Grito, portanto uma coisa... Um esgar, um grito, violento mas silencioso, já que a fotografia é silenciosa, não é? E fotografei, depois fiz uma montagem que tinha a ver com a temática da peça, fiz uma montagem com um gesso, segurei num bocado de gesso e, com a fotografia e tal, fiz o cartaz. Em que aparecia um bocado de corpo humano pendurado no meio de um gancho, não é? Daqueles ganchos utilizados no talho, como se fosse um pedaço de carne. Não ficou muito mal, não. E...

#### **Fez toda a montagem?**

Tudo! As fotografias, o ator foi lá, fez, fotografei e tal, não é? Peguei naquilo, fotografei, montei e tal e “não sei quantos”... E fazia essas coisas.

#### **E tinha estúdio para fazer isso?**

Tinha o apoio, neste caso, fiz em estúdio. A fotografia foi feita por acaso num estúdio nas Belas Artes e depois tinha um espaço de trabalho. E é curioso dizer, posso-lhe fazer agora uma breve descrição do meu espaço de trabalho: o meu trabalho era uma grande mesa, num grande estirador, não é? Mesmo grande, não é? Que era cheio de papéis em cima, de folhas da (...), por aí... Mais

umas coisas e tal e não sei quantos, “pá”... Materiais de pintura, o guache, as Rotring, essas coisas, não é? As fitas de montagem, não é? Essas coisas... Porque as maquetas eram feitas, “pá”... O processo era diferente, era feito manualmente. Eu via que havia colegas meus que, muitas vezes usavam as coisas e, depois havia artes finalistas para fazer as coisas. Eu nunca recorri a artes finalistas, “pá”, porque eu gostava de fazer as coisas. No meio dessas coisas eu precisava de fazer, ou seja, precisava do tal processo.

#### **Então entregava o cartaz, fechado, ou seja, neste caso, vamos ver este exemplo... (pega num cartaz) Era o Professor que pintava estas coisas todas e depois chegava à Gráfica e dizia: “É isto”?**

Sim mas, como tudo, preparava como tinha que preparar para fazerem, portanto, a partir dali, os “coisos”... Às vezes nem precisava, era só passar à chapa, era só passar à chapa.

#### **E como é que a escolha... Já percebi que o seu catálogo de fontes era uma pilha de papéis da (...), não é?**

Sim.

#### **Mas como é que depois era a escolha tipográfica? Como é que funcionava?**

Uma pessoa tinha, quer dizer, tinha que funcionar, como ainda hoje funciona. Só não com a mesma versatilidade que existe hoje, não é? E que permite coisas extraordinárias, mas permite também alguma falta de respeito, digamos, na minha perspetiva. Embora isto é um bocado controverso, não parece muito bem, não é? Não parece muita falta de respeito, mas é um bocado. Quer dizer, a dada altura, por uma questão de ética de professor, para eu evitar que os alunos condensassem ou extraíssem fontes mas que procurassem fontes, não é? A menos que precisassem de fontes condensadas. Quase todos têm fontes que foram desenhadas condensadas e não condensadas na origem. E não ficar ali e tal... Mais no sentido de respeitar o trabalho de quem desenhou essas fontes, porque quem desenhou essas fontes pensou-as de determinada maneira e, portanto, eu acho que devia ser respeitado. E se não gostar daquela, se não lhe servir, “é pá”, utiliza a outra, era o que ali devia fazer, não é? Agora, os computadores também vieram permitir fazer algumas coisas que eu achava que não era muito bem

mas, de resto, extraordinário. Extraordinário. Não tenho nada a ver contra os computadores, não tenho nada a ver contra o processo, as pessoas são mais, digamos... Eu não posso negar a forma como me apropriava das coisas e, hoje também posso fazer isso em relação aos novos meios, “pá”. As coisas, na realidade, são outras, são totalmente diferentes. Eu hoje seria também diferente, não é? De certeza, seria diferente. Mas, por exemplo, eu... O que é que uma pessoa, assim, o grande programa que uma pessoa utilizava? O grande programa, para mim, foi o “FreeHand”. Portanto, o foco foi o “FreeHand”. Apanhei das primeiras gerações, devo ser da primeira geração, “para aí” do FreeHand... Inclusivamente, eu precisava de utilizar o “FreeHand” para processar o texto. Porque me permitia, apesar de tudo, controlar muito o texto, as caras, isto, aquilo, aquilo. Quer dizer, eu conseguia controlar bastante, era quase como se estivesse a calçar, não é? Aproximava-me um bocado disso. Mas eu, por exemplo... O Photoshop, tinha interesse como era evidente, até pela ligação à fotografia, não é? E o resto, não muito. Eu tinha a facilidade, eu preferia ter fulanos que eram especialistas a trabalhar com determinado tipo de software e eu sentava-me ao lado deles e dizia: “Olhe, faça-me isto, faça aquilo, aquele outro, está bem?”. E eles: “não”, “está bem”, “modifica aqui, modifica acolá”, não é? Sentado, assim, ao lado das pessoas, não é? Nunca fui muito de entregar e: “faça-me isto”. Gostava de estar, controlar e...

**Então acompanhava muito o processo, ou seja, isso era um processo muito controlado, não é?**

Acompanhava muito. Hoje é igualmente controlado também, até mais controlado se quisermos. Quer dizer, hoje compete a quem manda, “é pá”, acabou, “tá” feito. E havia esse contacto, quer dizer, primeiro, a realidade era outra, não é? Nós éramos respeitados – quando digo “nós” estou a referir-me aos designers – porque éramos importantes para as casas de impressão, porque dávamos bastante dinheiro a ganhar. E era muito, muito, muito trabalho, até era penalizado, depois ia para outra casa, para outra Gráfica e, por isso, eles, “pá”, respeitavam-nos e aturavam-nos. O que criava algum à vontade que hoje é difícil. Eu compreendo perfeitamente que seja difícil, compatível com a positividade, com ter um indivíduo que entra por ali dentro e que vai falar com este, vai falar com aquele outro e que está à conversa com o impressor e tal e que às tantas já não sabe, já não está a falar do trabalho,

está a conversar com ele porque uma pessoa tem sempre a aprender muito com as pessoas. Eu aprendi muito com as pessoas! Olhe, aprendi imenso, por exemplo, com uma coisa que eu nunca tive experiência direta, que era na litografia. Portanto, a litografia é feita em pedra, não é? Com pessoas que trabalhavam – nessa altura já não tive esse contacto com essa realidade – mas conheci pessoas que estiveram, “pá”, que utilizaram a litografia nos seus trabalhos. Se me apanhava junto dum indivíduo desses, “espremia-o” todo para me dizer como o fazia e tal, mas ao pormenor! Recordo-me, até me chegou a dizer... Nós já usávamos, naquela altura, uma coisa tipo *transfer*, era uma película que nós depois batíamos assim e tal, para transferir um ponto para a pedra e carregávamos mais, batíamos mais e tal, saturando mais ou saturando menos, para criar meios tons. Bem, essas coisas, para mim, eram aliciantes. Nunca tinha visto fazer. E nunca vi, mas tinha pessoas que tinham trabalhado... Porque é preciso, portanto, também, “pá”... Se eu dissesse aqui o testemunho vivo das pessoas, o testemunho de quem tratou, de quem falou, de quem trabalhou com as coisas... É muito importante isso tudo, não é? Se eu tivesse tido tempo... Na vida, um velho nunca tem tempo para fazer, não é? Não me posso queixar porque fiz muita coisa. Fiz muita coisa. Porque sou uma pessoa, “pá”... Eu disse-lhe que era Professor e disse-lhe que também tinha o livro de recibos verdes, lá o da profissão liberal... Mas fiz outras coisas, não fiz só isso, fiz outras coisas.

**A Fotografia?**

Sim, a Fotografia, mas a Fotografia está ligada. Fiz coisas que não têm...

**E diferentes, não é? Muito diferentes...**

Eu pesquei, eu cacei. Fui caçador, por exemplo. Mas o caçador, com todos os defeitos e tal e como tem todos os (...) dos caçadores. Mas, quer dizer, muitas vezes, autenticamente, havia um interesse mais antropológico nessas coisas do que propriamente na caça só em si. E tenho testemunhos e tenho experiências muito, muito, muito gratificantes. Muito enriquecedoras. Eu sempre gostei de me meter nalgumas coisas e um bocado porque sou um bocado, sei lá, sou muito pacifista e tal, muito pensador e tal, não sou pessoa de contradições.

**E, por falar nessas coisas, sobre as contradições, o Professor falava na questão deste trabalho aqui... Da outra vez até tinha falado da questão deste trabalho, do poder fazer à mão e não só no computador...**

Porque me dava... Eu, se quer que lhe diga, dava-me um certo gozo de... Uma pessoa tem que se sentir útil, não é? Para se sentir bem com ela própria tem que dizer “é pá, produzi alguma coisa”, não é? Se um “tipo” é pedreiro e monta uma parede, um “gajo”, “pá”, a parede vai crescendo e mais e tal.. Quando são coisas assim é difícil de... Eu tinha uma sensação de que tinha trabalhado, tinha produzido alguma coisa. E era para mim um prazer muito grande fazer, sei lá, um trabalho qualquer, pintadinho a guache, com guache de muito boa qualidade e usava um papel excelente: papel para mim é uma questão muito importante. Era importante por causa do comportamento que tem o guache em si, que tem o decalque, ou que tem a Rotring, ou que tem outra coisa qualquer... Não é que eu fosse muito das Rotring, eram sempre muito traçoeiras. Mas chegava a utilizar tira-linhas, “pá”, quer dizer, as Rotring não davam, ia com o velho tira linhas. E que tinha, aliás, no princípio, tira linhas da Kern, que fui conservando esse tipo de ferramentas perfeitamente tradicionais. Quer dizer, essas ferramentas tradicionais, eu usei-as. E estava a dizer... Ah, a qualidade do papel e tal! Há muito, para todo o gozo, não é? Ou gozo, até talvez seja até a palavra que eu ia utilizar inicialmente e aquela que melhor traduz a ideia, não é? É, depois de um dia de trabalho no estirador, que era o único sítio em que me podia mexer, era a desarrumação total – a arrumação na desarrumação total. Só eu é que me conseguia mexer no meio daquilo e localizar as coisas e, se me mexessem, “pá”, acabou. Depois, eu tinha papel branco, com uma coisa desenhada em cima, com aquela... Eu tinha de olhar para aquilo, para o aveludado do guache e tal... E eu pergunto-vos uma coisa: vocês hoje têm esse gozo do aveludado do guache? “Han”? Não têm.

**Não têm...**

Eu penso que posso citar um paralelo, que não é muito recente mas é relativamente recente... Já depois da fotografia digital, em que eu... Eu, como disse, aderi completamente, fui das primeiras pessoas, aqui em Portugal, a utilizar a fotografia digital, as câmaras que havia na altura e tal... Quanto mais não fosse por curiosidade...

**Porque em qualidade não era assim muito bom...**

Pois, era horrível. Era horrível e (...). Uma vez, recordo-me, comprei uma máquina, de uma marca qualquer que tinha. Eu comprei o maior cartão de memória que havia para a máquina: eram oito megas. Não havia mais que oito megas. Ela vinha, salvo erro, com um cartão de 1 MB. Com um cartão de 1 MB dava para pouco, comprei o cartão maior e o cartão maior era de 8 MB. Mas julgam que estou a falar de “mil novecentos e troca o passo”? Como é evidente, mas não estou a falar da pré-história, muito longe disso, não é? Ora, eu comprei uma máquina, resolvi comprar uma máquina numa loja. Ou seja, já depois de ter máquinas digitais... Eu tenho muitas máquinas fotográficas lá e boas. Eu tenho desde as Nikon, às Leica, às (...), essas coisas. E eu resolvi comprar uma (...) analógica que é uma XPAN, neste caso, XPAN3, que é uma máquina, não sei se conhece...

**Não...**

É uma máquina, como o próprio nome indica XPAN, panorâmica, em que tem um formato equivalente, digamos, ao que ocupa dois *frames* do 24x26 da rede de trinta e cinco milímetros, duas vezes. Eu digo-lhe uma coisa: eu fui com a minha mulher aos Açores e resolvi levar a XPAN para experimentar a XPAN. Eu estive ali, ansiosamente, depois de fazer fotografias, naquelas paisagens dos Açores e tal... Muitos slides, porque eu utilizo só slides... E eu parecia um miúdo ansioso por revelar e por ver os slides. E quando recebi os slides, para mim, foi uma satisfação dos diabos! Pegar naquilo e chegar... Eu tenho uma mesa para visualizar os slides. Não foi na mesa, foi na janela. Ir à janela, aquele formato e tal, um prazer dos diabos! Quer dizer, esses aspetos físicos, sensoriais e tal, são importantes. Eu fiquei todo orgulhoso. Soube-me muito bem, “pá”, quer dizer, foi fantástico. E a gente estava farta de ver fotografia digital, isto foi... E eu nem sequer sou um revivalista normalmente, não tenho esse feito de revivalismo e tal. Mas são coisas diferentes e que...

**Por falar em revivalismos, Professor, se calhar também podemos... Não sei se quer fechar aqui esta questão da manualidade... Falou-se da questão do guache, isto aqui é feito em guache então? O original?**

Não, foi feito... Olhe, curiosamente, este que está aqui, se quer que lhe diga o processo já agora, não é?

**Exatamente.**

Espero que você não me vá copiar e fazer um igual. (risos) Vou-lhe contar o processo porque a imagem está aqui, pode copiar à vontade, não é? Isto também não tem interesse nenhum em copiar. Mas isto foi feito com... No início, não é? É que eu chegava a uma zona através da minha experiência em que... Quer dizer, para fazer uma coisa destas, utilizando Rotring ou utilizando qualquer coisa... Das duas uma: ou fazia isto muito grande para ser reduzido e para absorver, digamos, essas imperfeições do traço, ou conseguir melhores resultados com o decalque. Eu tinha muita variedade de filetes, toda a variedade possível e imaginária. Porque utilizava-se muito, nessa altura, o decalque. O decalque e depois também o texto simulado. O texto simulado, normalmente, era com o decalque. Mesmo a maquete – desculpe este parêntese – mas uma maquete... Não estou a falar aqui de artes finais, estou aqui a falar do trabalho para se mostrar ao cliente, digamos, para o cliente aprovar, não é? Feito com texto, se fosse caso disso, num caso típico, digamos, em que tinha uma mancha de texto que era feito por decalque... Depois a Mecanorma surgiu e passou-se a usar muito – eu nunca usei por acaso porque não gostava – que era película autocolante. Autocolante para simular o texto. Aliás chamava-se texto simulado. E eu, no título, que aí normalmente não era simulado, era real, que se podia fazer com letra vertical, com uma fotografia que se arranjava de uma revista – nós tínhamos sempre umas revistas velhas para recortar, para ir buscar umas imagens e tal, para simular – e cortada e colocada ali. Isso em cima de um bom papel. Isto tinha muito bom aspeto. Muito bom aspeto. O cliente olhava para aquilo, “pá”, até tinha melhor aspeto que depois o trabalho feito.

**E era assim que apresentava ao cliente?**

Era.

**Apresentava assim o trabalho ao cliente? Ou seja, era numa maquete que apresentava ao cliente?**

Estou-lhe a dizer um caso que acontecia e que aconteceu muitas vezes. E assim como tive, por exemplo, alunos das

Belas Artes, do quinto ano, que também faziam toda a sua maquete, digamos, desta forma.

**Pois, mas como agora estava a falar sobre isso, fiquei curioso...**

E coisas que eram de facto muito... Como objeto... Estou a falar como objeto, não estou a falar nesse aspeto “não sei quem mais” e tal, não. Como objeto é uma coisa muito bem feita.

**Mas, por exemplo, um trabalho... Podemos pegar neste ou noutro qualquer. Chegava ao cliente e apresentava o quê? Era uma pintura em guache?**

Tanto acontecia isto que lhe disse, que era uma maquete que se aproximava o mais possível, digamos, de um resultado final... No meu entender, superando, muitas vezes, o resultado final, porque uma “fotografiazinha” que se foi buscar a uma revista, que se cortou e que se pôs ali. E ia-se buscar uma revista... Aliás também dizia isso aos meus alunos: escolham uma fotografia, para simular, com alguma propriedade, não é? “É pá”, se é para levar uma paisagem, leva uma paisagem. Mas uma paisagem, não é? Se é para levar pessoas, arranjam lá umas pessoas, não é? As pessoas não são as mesmas, mas agora, não ponham lá, no sítio onde deveriam estar pessoas, uma paisagem e, no sítio onde deveria estar uma paisagem, pessoas. Simular com alguma aproximação possível.

**Mas mesmo no tato... Ou seja, o papel que mostrava ao cliente era um papel como este, já o final?**

Não, mas na maior parte dos trabalhos que fiz não tinha esse tipo de preocupação do cliente.

**Não?**

Não. As pessoas encomendavam isto ou encomendavam aquilo. Cheguei a ter avenças. Tive uma avença durante muitos anos com uma empresa do Jornal de Notícias. Não com o Jornal de Notícias, mas com uma empresa do Jornal de Notícias e... Pronto, tinha que fazer alguma coisa e fazia, “pá”.

**Mas então, o cliente era um tiro no escuro, não era?**

“Hum”?

**Como é que fazia isso? Sei lá, estou a dizer neste caso, mas noutra caso...**

Olhe, francamente, não me recordo. Ou estamos dentro do mesmo nível de, digamos, de não haver aprovação, digamos, para a área do meu trabalho ou... Mas, nesse caso, eu não ia fazer isso para mostrar ao cliente, (...)

**Pois, é que agora temos aprovações. As aprovações que há neste momento...**

Pois, é uma coisa que tens para fazer. É que estas maquetes que eu me estou a referir... Não se esqueça de que, na altura, não havia as impressoras que há hoje, não é?

**Por isso é que eu estava a perguntar, exatamente...**

Havia, por exemplo, no tempo daquelas impressoras que eu chamava “ponto cruz”, que aquilo fazia uma impressão que parecia um bordado de ponto cruz. Não sei se conhece o bordado de ponto cruz...

**Não...**

Não? Então, é preenchido num tecido: é preenchido nuns quadradinhos e tal e vão formando desenhos. O “pá”, aquilo não dava aproximação nenhuma, não dava nada...

**Engraçado. Então quer dizer que o designer tinha mais autonomia em termos do trabalho final do que...**

Depende, depende. Eu às vezes tinha muita autonomia. Por exemplo, para quem tinha uma avença: as pessoas tinham confiança em mim, não é? Pronto, se não gostassem, comia menos.

**(Risos) Mas o cliente também, quando lhe apresentavam uma maquete, o cliente também tem que ter um poder de abstração muito maior, de perceber o que é que ia ser no fim, não? Não havia aquela questão de apresentar uma coisa e depois, no fim, apresentava uma outra imagem? Não havia choques muitas vezes?**

Não, nunca notei isso. Porque via-o também com algum princípio. Nunca trabalhei, digamos, para clientes esporádicos. Não era “gajo” que trabalhasse assim esporadicamente com quem não me conhece de lado nenhum...

**La criando laços com o cliente também...**

Exato. Porque também, aliás, na altura, por exemplo, tinha essa avença que, monetariamente, para mim era vantajosa. Dava-me, pronto, economicamente, alguma força. E eu recusava trabalhos, não é? Quer dizer, quantas vezes não recusei trabalhos? Não é que recusasse porque fosse... Eu trabalhei sempre sozinho.

**Também lhe ia perguntar isso.**

Sozinho. Rigorosamente sozinho. Portanto, não tive... Porque se eu tivesse, se eu juntasse duas ou três pessoas e passasse mais até a ter a função de vigia daquele trabalho e tal e não sei quantos... Nunca trabalhei nesses moldes, não é? Havia colegas meus a trabalhar... Estou a falar até... Eu não estou a falar de colegas meus, estou a falar já numa fase posterior. Tive muitos alunos que foram designers aqui da praça, não é?

**Professor, se calhar então, fechamos as perguntas. Tinha uma pergunta...**

Mas já agora, neste caso que está aqui ao lado. Curiosamente... Isto era feito a traço, para poder tirar daqui... Repare que isto tem aqui o branco, que é do papel, e tem aqui uma cor e outra cor. Para poder tirar depois daí... E, um traço extremamente fino, porque o traço era um (...) E agora, isso que está feito aí, você pode não acreditar, mas isso que está feito aí foi feito a esta escala. Foi feito e desenhado à escala 1/1. Portanto não houve redução rigorosamente nenhuma. Não nota o traço? Não nota? Uma pessoa ganha algum traquejo também a fazer essas coisas, como é evidente. A minha vidinha era um bocado trabalho de escravo, mas eu gostava desse trabalho de escravo, não me importava.

**Pois, o Professor tinha dito. Na altura já dava para fazer em computador isto, não é? Mas preferia fazer isto à mão.**

Pois. Aliás, até... Por acaso, curiosamente, em relação a isso, eu nem faço utensílio do computador, não é? Não quero, não fazia... Por exemplo, aqui... É verdade aquilo que eu disse em relação à fotografia. Por exemplo, isto que está aqui, como é que isto foi feito? Tem um palpite?

**Eu diria que teria sido pintado.**



Sim, é feito com pincel. Isto foi feito também como selo.

**Como selo?**

Sim.

**Mas fez um slide?**

Não, fiz um bocado de papel pequenino. Comprei um papel branco de desenho...

**Mas fotografou?**

Não. Foi feito assim numa coisa deste tamanho não tinha mais do que isto. *(faz gesto com as mãos)* Foi feito com o pincel, “trec trec trec”, uma coisa espontânea porque tinha que ser, tinha que ser à primeira. Fiz para aí dois ou três, escolhi um e... Para apoiar. Para quê? Para ir buscar, digamos, aquilo que... O contrário da redução para absorver os efeitos. Eu aqui queria que esses defeitos viessem... Por acaso saiu, apesar de tudo, muito perfeito, mas devia ter saído mais imperfeito. Aquilo que eu tinha pensado era sair mais, não é? Pronto, agora assim também não me preocupei muito com isso. Mas foi ao contrário, fiz muito pequenino e tal. Repare que, normalmente, temos a fotografia.

**Sim, no processo tem a fotografia, exatamente. Foi através da fotografia que conseguiu voltar a criar para ter isto.**

Pois... Que, depois, isto foi ampliado mil vezes, para conseguir... Que eu não conseguia fazer isto, como é que eu ia fazer isto? Outra maneira era arranjar um pincel mas não conseguia, não é? Era diferente, eu fazer isto com um pincel e tal neste tamanho não era a mesma coisa. Era diferente do que fazer isto. E, novamente, passava o processo todo à frente. Era preciso o positivo, o negativo, o ampliar, o reduzir. As mesas de... A máquina fotográfica... Não estou a falar agora das máquinas fotográficas, estou a falar das máquinas fotográficas das gráficas, não é? Isso eram ferramentas que uma pessoa utilizava. Agora, quer dizer, há bocado, no início da conversa... Você pode aproveitar ou não, que é... O contacto que nós tínhamos com as pessoas que faziam, concretamente com os operários de uma gráfica, que produziam os trabalhos. Com as diferentes especialidades: com o impressor, com o fotógrafo, com o “gajo” que fazia a fotocomposição, sei lá, com esses atores. Como eu disse, entrava por aí dentro,

ia ter diretamente com as pessoas. Nunca gostei de ser atendido por ninguém. “Pá”, às vezes vinha o “coiso”: “eu vou lá e tal”. E lá ia eu. Muitos já me conheciam e, portanto, sabiam que era assim. Também não me diziam nada porque eu dava-lhes dinheiro a ganhar e, portanto, que remédio tinham eles se não aturar-me. Se não me recebessem, em vez de ir para aquele local de trabalho, ia a outro lado onde me deixassem entrar, porque eu gostava de entrar! O que reconheço que é uma estupidez. Quer dizer, ter uma casa não se compadece, digamos, a produtividade e tudo isso, estar a conversar com as pessoas, não é? Mas eu gostava de contactar diretamente, de ver as coisas, de falar com o impressor, de ver, por exemplo... Eu cheguei a fazer trabalhos, o João Machado também fez e houve mais pessoas a fazer isto. Não tem nada de especial, que é imprimir com duas cores e o trabalho parece que tem três, que foi o preto com três cores diretas. Não foi, foi só duas, porque uma terceira cor resulta da sobreposição. Quer dizer, se uma pessoa vir, aquelas folhas que eles utilizam para pôr as impressoras a trabalhar, para fazer os pequenos acertos. E que metem papel que, por uma questão de economia, já foi impresso. Ó “pá”, aquele manancial, uma pessoa ver ali os resultados de sobreposição de cores. Portanto, isso era interessante também.

**E é também nessa cumplicidade com os operários que consegue ter os melhores rendimentos, muitas vezes, pelo seu trabalho, não é? Porque eles estão disponíveis...**

Não, eu sou muito tolerante nesse aspeto. Era muito tolerante. Recordo-me sobre um episódio, olhe, uma vez que me telefonaram (...), não faço ideia, porque o impressor tinha-se enganado, ou seja, não afinou a cor. Havia uma diferença sensível na cor. E eles só telefonaram-me para eu lá ir. “Tava” feito, quer dizer, coitado, porque se calhar tinha que mandar a impressão para o lixo e tinha que imprimir de novo e quem ia suportar esses custos era o impressor, que ia ser descontado, porque se calhar tinha um patrão que lhe ia ser descontado isso e tal. E eu apercebi-me da situação e cheguei lá e ele mostrou-me: “Tá a ver? É que se nota bem e tal”. “Ah, nota-se, de facto nota-se, mas até está melhor. É «pá» vou convidá-lo para você me escolher as cores”. Por acaso era mentira, não era verdade. Eu, para animar o homem, é que disse que ainda tinha ficado melhor e ele a olhar para mim: “Ó Senhor Professor, é verdade? Não me diga!”. A satisfação dele, o

alívio... Mas eu achava piada a estas coisas. Mas agora, quer dizer, era um bocado o meu feitio! Era assim. Porque esse aspeto de ir às tipografias e falar com as pessoas...

**Professor, diga-me, fechando a pergunta, como é que olha para o design português? Para o design em geral e como é que vê o futuro disto em termos de design português? Do que viu, de todo o seu percurso já percebeu...**

Não, acho bem. Quer dizer, fazem-se coisas interessantíssimas, “pá”! Coisas de muita qualidade, fantásticas. O problema do design português está na falta de clientes para pagarem o trabalho aos designers. Nesse aspeto, éramos menos, se calhar éramos mais respeitados, porque levávamos... E não por uma questão de sermos, “pá”, pela nossa personalidade. Era porque se você levar muito dinheiro, por um lado, eles têm que reconhecer isso. E é um bocado difícil trabalhar numa altura em que essas coisas estão todas em expansão, não é? Ó “pá”, havia trabalho. Muito trabalho! Havia muitos alunos meus a trabalharem e a ganharem dinheiro.

**E como é que vê agora isto? Como é que acha que vai ser?**

Ó “pá”, sei lá, complicado. Em Portugal também... E também foi uma das coisas que eu discuti algumas vezes... Eu não gostava muito... Para mim era sempre um drama levar dinheiro, quer dizer, orçamentar ou apresentar a conta ao cliente. Porque não havia verba nenhuma.

**Ainda não há.**

Pois, penso que também ainda não há. Mas devia haver, eu acho que já se justificava. É um trabalho que eu acho que já devia ter sido feito. Havia uma associação portuguesa de designers que eu acho que deveria ter promovido esse debate e tirar conclusões sobre ele, como orientação das pessoas. Por exemplo, eu posso-lhe dizer que, no meu tempo, se praticavam verdadeiros disparates em termos de preços.

**Altos ou baixos?**

Altos. Altos.

**Pois. Agora estamos a praticar, se calhar, o disparate inverso, não é?**

Altos. Despropositadamente altos. Não havia uma relação, digamos, entre o trabalho que... Por acaso não foi design gráfico, foi outra coisa que eu fiz: foi desenhar uns expositores. Mas fiz aquilo rapidamente. Perdi, quanto muito, para aí duas horas a fazer isso. E eu recordo-me que me pagaram setenta contos por fazer esse trabalho. Na altura eram contos, não eram euros. Mas quando me pagaram setenta contos por duas horas de trabalho – não acredito que tive mais que duas horas de trabalho – o meu ordenado de assistente nas Belas Artes era de dezassete contos. Eu não sei se havia muito dinheiro. Havia muito trabalho. E as pessoas consideravam... Muito importante, é preciso ver que vínhamos de uma fase de um obscurantismo tremendo, não é? De um atraso que até doía, não é?

**Então havia muito otimismo nessa altura, é verdade?**

É. E estamos numa fase de...

**Estamos numa fase mais pessimista outra vez...**

Hoje são um bocado de tudo, um bocado mais... Os arquitetos, por exemplo, têm uma base... Eles (...) muitas vezes. Voltando aquela história, os arquitetos têm uma base. Eu também acho que devia ser estabelecida, como é evidente. Num trabalho deve haver uma base para orçamentar, para pedir por um trabalho. Para evitar que um tipo às tantas diga “o que lhe fique mais barato”. Agora não sei se ainda acontece mas, em determinadas alturas, não sei se chegou a acontecer, se não, mas podia acontecer: eu encomendar um trabalho fora a um designer inglês, a um gabinete qualquer inglês e de sair um trabalho mais barato do que ir ali ao “Zé da esquina”.

**Alguma coisa ficou pelo caminho?**

“Hum”?

**Parece que alguma coisa ficou pelo caminho. Essa consideração. Como há muita oferta, parece que há uma desconsideração um bocado maior, não é? Quanto mais está disponível, menos se considera. Hoje é este, amanhã aquele, outro, outro, outro e está-se perfeitamente à vontade, não é? E acho que essa consideração não se tem mantido.**

Mas a Associação Portuguesa de Designers tem culpa disso. Eu sempre lutei contra isso por acaso, contra os exibicionismos, contra, quer dizer, tentativas de... Eu era sócio da fundação, da criação da Associação Portuguesa de Designers, desde a sua origem e, “pá”, já estou... É como as escolas, há que modificá-las! Agora, fazer outra, para fazer guerras? Não somos tantos assim que dê para andar a pulverizar essas coisas, que depois também terminam por não ter força nenhuma, não é? E que podia ter um papel importante, mesmo pressionando, nalguns aspetos, o governo, etc. Portanto como modo de pressão sobre determinada... Ou seja, era importante, você viu agora o que aconteceu quando... Isto aqui não era uma Ordem, como é evidente, é uma associação... Mas como as Ordens, por exemplo, têm poder, não é? Até nas próprias escolas, nos próprios cursos, não é? Como é que a Ordem dos Engenheiros, a Ordem dos Arquitetos, a Ordem de “não sei quantos”... É fazer assim: um (...), para ser arquiteto, só pode querer ser arquiteto ao fim de “xis” anos. E acabou. E o governo tem que ceder. Ao passo que conosco, fazem o que querem e lhes apetece. Três anos, “pá”? Três anos... Por exemplo, nós temos aqui (...) isto. Três anos um curso de Design? Depois há aqui... você conhece a Escola, não? Há o primeiro ano, que se pretende que seja um ano transversal, um ano propedêutico, com esse caráter de transversalidade e propedêutico. Portanto, um ano de transição do ensino secundário para o ensino superior. Era benéfico isso, cada vez mais é necessário essas coisas, não é? Porque os alunos veem, “pá”, muito mais novinhos e com menos maturidade. No meu tempo, acho que teria uma maturidade maior. Eu também entrei para a quarta classe – não, para a primeira classe, com sete anos e, hoje, o meu neto não tem sete anos e já passou para a terceira e só agora é que vai fazer sete anos. Ora bem, portanto, já fez os dois primeiros anos da escolaridade. Portanto, as Ordens eram muito importantes. E uma Associação forte, que pressionasse e que defendesse os interesses e que disciplinasse. Agora, quer dizer, esta anarquia também interessava muito às pessoas, como é evidente. A mim, por acaso, não me interessava. Quase por vaidade, não me interessava. Estava bem. E muitas vezes que eu discuti isso com os alunos, da necessidade de haver um critério. Por acaso, às vezes, perguntavam-me...

### **Se dava para fazer as coisas..?**

... E eu dizia: “«Pá», sei lá, eu sei lá como é que tu podes, como é que eu te posso orientar nisso”.

### **Pois, é um problema...**

Eu também não sei. Você pode não acreditar, eu fiz uns livros para a Fundação... Você pode acreditar, pode não acreditar, que também para mim também não faz muita diferença. E ele tentou, várias vezes, pagar-me. Para pagar-me, eu tinha que apresentar os meus honorários. E eu andei ali a hesitar porque... Também, a dificuldade... Eu, essa altura, também já estava um bocado desabitado de trabalhar. Tinha uma avença, não trabalhava assim e tal. E eu, depois, pensava numa quantia e dizia assim: “É «pá», é muito alto”. Pensava noutra e, se era muito alto, baixava. Pensava noutra: “É «pá», mas isto é insuficiente”. E não chegava a nada, quer dizer, a uma coisa qualquer com a qual me sentisse bem. Nem me sentia bem pelos dois motivos: umas vezes parecia-me alta, outras vezes parecia-me baixa. Moral da história – ele, numa determinada altura, o Doutor Aguiar-Branco disse: “Senhor Professor, é a última vez que lhe peço para apresentar os seus honorários. É a última vez”. Até hoje. E, uma vez foi o meu filho até que se encontrou com ele e tal. “Eu não cheguei a pagar ao seu pai, mas o seu pai é que teve a culpa” – dizia ele. “O seu pai é que teve a culpa” (*risos*). Porque eu não apresentei, quer dizer, “pronto”, era uma dificuldade e disse: “Olhe, que se lixe”. Era a maneira mais simples e mais cómoda de resolver o problema, era não (...) depois lembrei-me! Aquilo chamavam-se as exposições extra escolares. E que era uma coisa muito, muito interessante. Muito interessante. Organizada pelos alunos. Havia, digamos, as exposições que eram as magnas, na altura, portanto, estou-lhe a falar da década de cinquenta, década de sessenta, princípio da década de sessenta. Havia as magnas, que eram as oficiais, digamos, as tradicionais. E havia essas extra escolares, que eram... A Escola de Belas Artes gozava, na altura, de um prestígio muito grande e gozava de um prestígio muito grande porque muitos pintores e escultores dos mais proeminentes do panorama das artes portuguesas estavam ligados aqui à Escola de Belas Artes. E, muitos deles, ainda como alunos. Quer dizer, estou a falar de alunos como o Ângelo Sousa, o Zé Rodrigues e tal... Que eu ainda os conheci como alunos também, não é? Não eram meus colegas, eram mais avançados, como é evidente, mas ainda os conheci como alunos. E quem diz estes, diz outros! E gozava de muito prestígio a nível nacional porque, quer dizer, gozava prestígio dentro do panorama das artes.

Isto não era analisado... Como escola, era analisada como panorama das artes plásticas em Portugal.

**Pois e uma exposição dessas é uma exposição a nível nacional...**

Pronto. E depois, aquilo, quer dizer, os alunos, nessa altura, para além das exposições que englobavam trabalhos de pintura, de escultura, daquilo que se fazia, portanto, no âmbito dos cursos, também tinha uma envolvente cultural intensa, a nível da música, a nível do cinema... Eu recordo-me, por exemplo, desse catálogo que fiz. Nós passamos... Eu estava ligado ao cinema, tinha extremo interesse, fosse na fotografia, no cinema, eu tinha interesse. E era novinho e também tem piada isto: eu era aluno na altura e, não me lembro se no primeiro ano, se no segundo ano, mas lá estava misturado com os já “grandalhões”. As pessoas também... Porque havia um espírito disso, ainda hoje prevalece (se calhar menos, mas ainda hoje prevalece): era nós encontrarmo-nos no café – havia grupos que se encontravam no café fundamentalmente – e onde estavam professores, alunos, professores, não é? E alunos, desde os alunos do primeiro ano até alunos de... Era mais o grupo, a separação de alunos...

**Sim, sim. Professor, vamos só fazer aqui, para fechar isto, um traço seu... Eu só quero um pequeno plano com um retrato. É uma coisa de poucos segundos, mas se calhar deixávamos só os cartazes como estavam há bocado. É só um retrato em vídeo, percebe? É só uma aproximação do vídeo assim...**

## Anexo 30

### Entrevista em vídeo com Bolos Quentes

**Entevisado:** Sérgio Couto

**Entevisador:** João Tiago Santos

10 jul 2015

**Duração:** ±2h

Da parte da apresentação. Eu sou o Sérgio, do atelier Bolos Quentes – um pequeno atelier de estudo de Design, na cidade do Porto. Inicialmente, éramos quatro: quatro amigos, quatro estudantes da faculdade – Das Belas Artes da Universidade do Porto. Numa determinada altura do curso, decidimos arranjar um espaço: algum sítio onde pudéssemos partilhar trabalho, ajudar-nos uns aos outros, de alguma maneira, e, de uma forma natural, a coisa foi caminhando para um trabalho mais coletivo do que individual e nasceu qualquer coisa. Agora podemos chamar “uma pequena empresa de Design”. Com o passar do tempo, dois dos fundadores abandonaram: um dirigiu-se para Londres, o outro está... Mudou completamente de rumo, está em hotelaria. E, atualmente, somos dois e tentamos fazer pequenos e grande projetos de Design com o máximo de empenho e dedicação a cada um deles, de forma a que, no final, consigamos agradar... Que cada trabalho resulte numa coisa que nos agrada a nós e ao cliente, e a quem, muitas vezes, se destina o trabalho, é quase um casamento de três partes.

**Ou seja... Pronto, esteve lá, então, nas Belas Artes, não é? Os quatro. Os dois, também, pronto...**

Éramos quatro estudantes das Belas Artes, do mesmo ano de Desi... Não, de dois anos diferentes do curso de Design e fomos começando a trabalhar, a fazer alguns projetos para a faculdade: de cartazes para eventos da faculdade e, de uma forma natural, esse... Ou seja, o espaço que era físico para trabalharmos em conjunto, acabou por transformar-se num espaço, mesmo, de partilha de trabalho e de influências, de tudo e de mais alguma coisa.

**Ou seja, por falar em influências, vocês tinham as influências comuns? Ou seja, vocês partilham... Partilhavam as mesmas influências? Vinham da... Há as diferentes... Sei lá, podia haver alguma de música, outra qualquer, de outro sítio qualquer, ou seja...**

Havia. Acho que, no início, na faculdade, havia uma grande influência quer era o conteúdo que a própria faculdade nos dava: os pequenos ateliers, os pequenos designers ou... Pequenos não. Os nomes que a faculdade, de alguma maneira, nos ia oferecendo e indicando para estudar, não é? Ou seja, as nossas influências, até essa parte, eu acho que todos nós éramos um bocado “fresquinhos”. Muitos de nós, o que sabíamos sobre o design, acho que era uma ideia completamente errada do que seria o Design em si, e os primeiros anos da faculdade foram um bocado reveladores nisto, ou seja, descobrir, realmente, o que é que é o Design, quais são as ferramentas do Design (mesmo que algumas não sejam exclusivas do Design, como o desenho). Isso tornou-se muito importante e foi, quase, um momento inicial de influências e de partilhas para descobrir todo um mundo novo. Muitas vezes, a maior parte das referências que nós tínhamos de objetos de Design eram coisas da juventude, como capas de discos ou filmes, que, de alguma maneira, identificávamos que havia ali qualquer coisa que poderia ser do Design, e que, depois, com o desenvolver do curso e das experiências e das coisas que íamos fazendo, percebemos que o designer era muito mais: podia estar em muitos mais sítios e ter mais maneiras de fazer, e formas. Mas não sei, acho que, na altura, havia alguns designers que, quase que era... Dizer que estavam “na berra”, lembro-me que bebíamos muito daquilo, que era os Designer Shock, Designers Republic, Büro Destruct, ou seja, e naquele momento era uma das...

Primeiro, porque tinham uma linguagem muito “pop” e, como facilmente tocava a “toda a gente”, e percebíamos dali mas, ao mesmo tempo, começámos a perceber que podia haver muito mais camadas no Design do que brincar com esses símbolos tão “pop” ou com linguagem muito mais, ao mesmo tempo limpas, mas com um exagero de informação. E, naturalmente, depois, começam a nascer outras influências, outras referências e tem mesmo... Começámos a descobrir o próprio Design português muito tarde, ou seja, o Design português, em si, não era, propriamente, aquilo que seria, inicialmente, uma grande referência para nós. Uma pessoa que está completamente deslocada e entra na faculdade muito verde. Nem conhece muito bem o que é que poderia ser esta realidade, ou seja, e depois, com o passar, com o começar a descobrir, a reparar, ou seja, uma pessoa quando começa... E nós demorávamos nisso que é, fizemos um primeiro *flyer*, de repente, nós estávamos viciados em ver *flyers* e perceber de quem é que eram, quem é que não era, e o que acontecia... Esses pequenos papéis, que andavam espalhados pela cidade, de diferentes concertos, festas, eventos... Começamos a perceber: “Ok, há muita gente a fazer isto, por isso, nós para fazermos alguma coisa com relevância, convém enquadrar e perceber”, e começa a descoberta do que é que estão a fazer ao nosso lado. E aí...

**(...) Vocês mantinham atentos ao que se passa? Ou seja, continuam... Essa questão do *flyer*, de procurar...**

Sim, acho que, também, a diferença era que, se calhar, num momento inicial, manter uma cabeça muito mais vazia, sem filtros: víamos muito, muito mais coisas, ou seja, era um “vale tudo” muito geral. Acho que, com o passar do tempo, começa-se a filtrar e procurámos, também, saber coisas de alguém, ou seja, não é, única e exclusivamente, o “tudo”, mas mais focado no que é que aquele está a fazer ou aquela instituição, normalmente, “tem uma boa imagem, o que é que eles estão a fazer agora?” E por aí. Ou seja... Mas, também, agora, há uma diferença grande que é: antigamente, uma pessoa se queria divulgar alguma coisa, metia um papel na rua com um cartaz ou um *flyer* e, agora, um papel é um pedaço de... Meia dúzia de pixéis num ecrã. Ou seja, isso também... O prazer do objeto, ou o encanto do objeto, perdeu-se um bocado, agora, a memória esque... Não é memória. O saber que eu posso voltar àquela imagem, sempre que quiser, porque ela existe na internet, muitas vezes, faz com que nos desprendamos muito mais

rápido dela. E, às vezes, quando se via um poster tentava-se olhar para ele muito bem porque sabia que, daqui a três dias, ele podia não estar lá, não o ia conseguir ver e criava também... Acho que é, um bocado, o fascínio do objeto, e, agora, com a massificação da distribuição digital acabou-se por perder esse fascínio do objeto.

**Vocês apostam nessa ideia do objeto?**

Sim, quando podemos.

**Sim.**

Sim, mas o que eu, às vezes, digo, mesmo quando trabalhamos com terceiros, que é o caso das gráficas, para produzir objetos, acho que, nos dias que correm, o trabalho numa gráfica é quase um trabalho de luxo. Ou seja, alguém poder produzir fisicamente um objeto, está a despender ali dinheiro, que há alternativas em que o custo era muito mais baixo, com mecanismos digitais e se o cliente, neste caso, quer produzir um objeto, do nosso lado é: “Ok, ele está a investir nesse objeto”. E é o que pedimos, também, muitas vezes, a quem imprime o trabalho, a quem produz o trabalho, é que, “pá”, eles têm que pensar que isto é um serviço de luxo, atualmente, se calhar, daqui a cinco anos ainda mais exclusivo vai ser. A maior parte do pessoal abdicou de querer produzi-los, tornar... Criar objetos, por isso a qualidade tem que tentar ser o melhor possível para que as pessoas não se sintam desfraldadas quando investem na produção do objeto, não é? Tornado realidade.

**E vocês sentem-se... Ou seja, estavas a falar de uma questão do corpo físico e o digital – o suporte mais físico e outro mais digital. Vocês posicionam-se mais em que área? Ou, preferes mais... “Pá”, pelo que eu percebo, dá para ver o vosso trabalho... Muito mais o objeto e procurar o toque, mas o digital é confortável para vocês, também?**

Sim. É assim, a nossa ferramenta é digital. Felizmente ou infelizmente, a nossa principal ferramenta de trabalho acaba por, no final da linha, ser sempre o computador. Logo aí, já está, muitas das coisas... Eu não me posso dar ao luxo de detestar o digital, porque preciso dele e também gosto das capacidades e as potências que ele tem mas, sinceramente, dá-nos, sempre, muito mais prazer fazer uma imagem que vai ser impressa com uma escala: que vai ganhar textura e vibração de cor, do que uma

imagem que vai aparecer em milhentos telemóveis. Se calhar, a imagem que fazemos para um cartaz impresso vai ser vista por muito menos gente do que a mesma imagem num ecrã, mas ainda assim... Também nos abre o leque, ou seja, nós conseguimos ter o desenho – a parte de construção do objeto – mas o torná-lo real permite-nos acrescentar mais camadas e mais informação, fazer alguns jogos com a impressão, o tipo de tinta e isso é, um bocado, quase, um fascínio de... É matéria, eu acho que é a diferença entre comprar um “CD” ou fazer “download” de um “mp3”, um “CD” ou um disco, é o objeto que temos em mão e o outro é qualquer coisa que está para ali arrumado num canto do computador.

**Há bocadinho estavas a falar sobre a questão de... Que tinham uma ideia errada sobre... Quando eram miúdos, não é? Na faculdade. Tinham, assim, uma ideia do Design Gráfico que podia ser uma ideia errada. Qual é a ideia que, neste momento, tens enquanto... O que é que é o Design Gráfico e enquanto designer gráfico?**

De uma maneira muito simples, somos um elo numa cadeia de comunicação: somos alguém que está no meio de uma cadeia de comunicação que tenta fazer a ponte, ou dar forma, a uma mensagem, a um conteúdo, entre uma pessoa (que é o autor do conteúdo, ou que quer divulgar esse conteúdo) e uma terceira parte que o vai receber. Acho que, de uma forma muito simples e a tentar ser o mais englobadora, sem ir por formatos e formas, ou seja... Portanto, pode assumir como, quase, um carácter ilustrativo do conteúdo, até mesmo de editor do conteúdo, muitas vezes, o papel de formatar o conteúdo esbate-se num papel de edição, de transformação do conteúdo. Mas isso, também, é sempre uma relação com quem nos fornece o conteúdo, que tipo de abertura é que há para manipular esse conteúdo. Isto é, de uma forma muito transversal, o que é que é o Design. Mas, também, ao mesmo tempo, nós temos, cada vez mais... O Design, para além disso, assume um papel, quase, de responsabilidade social, ou coletiva, de efetivamente tentar fixar coisas importantes e acho que, neste momento, é, um bocado, a charneira em que nós estávamos que é ponderar, sempre, se, efetivamente, investir tanto tempo numa peça, num trabalho, é o mais assertivo para quem vai receber essa peça. E já tivemos casos em que chegámos à conclusão, com o nosso cliente ou quem nos pedia o trabalho, que a nossa intervenção não acrescentaria nada ao trabalho. O que ele queria

não necessitava de nós na cadeia e não era no sentido de não aceitar o trabalho, é mesmo: “O que tu queres não é compatível com um designer, ou seja, tu não precisas de um designer, se calhar, precisas de um escritor, primeiro”. E, muitas vezes, é o que nós tentámos, agora, perceber, é que... Ou antes? Tentamos que um designer não seja avassalador em tudo, e, muitas vezes, perceber que se... Ponderar qual é a importância, qual é a responsabilidade de... A “nossa responsabilidade”, num processo e saber se ele é o mais... Realmente, é necessário para isto.

**Se calhar, pegando, então, nessa ideia da... Na questão da cadeia. Se calhar, podemos falar, um bocadinho mais, (...) na questão do processo. Vamos falar um bocadinho sobre o processo. Pronto, aqui nesta parte, Sérgio, é para te pedir um pouco sobre... Podes, mesmo, pegar em trabalhos concretos, se quiseres... O que tínhamos falado, na questão desde que recibes o *briefing* até à parte em que vais entregar o trabalho ao cliente. Tu já começaste, um bocadinho, a falar sobre essa questão, não é? Muitas vezes, o cliente não precisa de vocês, precisa de um escritor, ou precisa de uma outra coisa qualquer que não é o Design, para já (ou designer, para já), mas era um pouco perceber isto, e perceber, também, como é que são os recuos, os avanços, muitas vezes, dos trabalhos, essas... No fundo, é perceber o processo.**

Nós...

**Podes usar trabalhos para...**

Sim, nós temos muitos traba... Ou antes, nós não temos uma fórmula, ou um guião, que seguimos em todos os projetos, muitas vezes, há aquele síndrome dos processos de... As normas de qualidade onde, para executar uma tarefa, existem não sei quantos passos que têm que ser executados porque está no manual. Muitas vezes... Nós não temos isso como processo, de todo. E, também, muitas vezes, porque todos os trabalhos, de alguma maneira, chegam, ou iniciam-se, de forma completamente diferente: há trabalhos que têm aí um *briefing* muito completo, por parte do cliente, ou seja, o cliente sabe o que quer, já definiu as suas preocupações, tenta-nos explicar onde é que quer chegar e, muitas vezes, é completamente o contrário, que é: “Eu, será que preciso...”. Ou seja, ele coloca-se na posição que nem muitas vezes diz: “Há qualquer coisa que eu preciso e não consigo perceber”.

Ou seja, nós conseguimos dar a volta neste momento inicial que é, pegar no que é necessário e criar um *briefing* ao qual nos pretendemos seguir e, se calhar, muitas vezes é, ou aprovar o *briefing* que nos é fornecido, porque há sempre dúvidas: há coisas que concordamos e discordamos, tentamos debater com o cliente, isso, ou, mesmo, apresenta-lhe um *briefing*: “Olha, este é o *briefing* que vamos seguir, estás de acordo?” Isso é quase um momento inicial que, às vezes, é bastante longo: são semanas, trocas de e-mails com reuniões, outras vezes, é um telefonema e a coisa está fechada – também, depende da escala, da complexidade do projeto. Por norma, como trabalhamos em equipa, há sempre um problema também, interno, que é as expectativas de cada um de nós para o trabalho. Normalmente, recebemos um *briefing*, depois de o ler, ou no dia a seguir, já temos algumas ideias que queremos. Muitas vezes, as minhas ideias são umas, as ideias do Duarte são outras, ou seja, isso é logo o nosso primeiro... Que é pegar na pesquisa, no (...) de trabalhos que nos lembramos, de outros autores, que é: “«Pá», aquela imagem ou aquele poster que tinha a ver com isto”. Ou seja, este momento de partilha cria ali uma miscelânea de referências ou de ideias, muitas vezes é: “Vamos tentar usar um papel... Eu, noutra dia, vimos uma amostra de um papel, se calhar, era fixe para isto, tem um toque ou tem um brilho “xpto”. Ou seja, acaba por ser uma segunda fase do *briefing* que, depois pode ser debatida em tudo, se é uma solução técnica, chegar a essa solução técnica ou, às vezes, até, a escolha de um tipo de letra: “«Pá», eu quero muito usar este tipo de letra”. E, depois, isso aí já vai estar presente em todo o desenvolvimento. Essas são, quase, as primeiras... Confunde-se um bocado... São pré-decisões, que às vezes correm mal e “volta atrás e deita fora”, que confundem-se um bocado, também, com a pesquisa e com o que queremos incluir dentro do trabalho. Percebes? Diferentes coisas que é isto que eu estava a dizer: as decisões técnicas ou as escolhas, como uma família de letras, por exemplo, normalmente, nos livros nós começamos sempre: “Ok, definimos uma ideia do que é que temos, mais ou menos, do objeto final, muito vaga. Queremos uma coisa que sinta ao toque ou uma coisa muito fria?” Depois começamos com decisões que é: “Vou experimentar esta fonte, esta família de letras, começar a montar os corpos, definir o estilo, as famílias”. Ou seja, quase que fazer um pequeno puzzle e, a partir desse puzzle, perceber quais são os ritmos que ele nos oferece e, a partir daí, montar uma grelha. Ou seja, é um passo

que, muitas vezes... Ou, muitas vezes, temos um formato que nos é obrigado, depois tentamos montar o puzzle desse formato, ou seja, mas... Acima de tudo, o guião tem muito certo e, assim, o formato, se calhar, sempre que abordávamos um livro, a forma de o abordar tem processos muito semelhantes, em pegarmos num livro: são ferramentas mentais, ou “ferramentas de desenho” que fomos criando, ao longo do tempo, com a experiência, já sabemos que se formos por aqui conseguimos ter um resultado num curto espaço de tempo, ou seja, tornar a coisa do processo mais rentável. Mas, depois, há outros tipos de trabalho, como criar identidade ou desenvolver, mesmo, de raiz, partes visuais, que é, um bocado... É o “vale tudo”, é experiência em cima de experiência até... Ou até sermos obrigados a tomar uma decisão porque o tempo está a acabar. Muitas vezes, é: “O tempo define o processo”. Nós lidávamos, muito mais do que... Em vez de planearmos o processo para o tempo, o tempo dita o desenvolvimento do processo, ou seja... E há momentos em que há entregas, há uma pré-apresentação ou uma primeira apresentação de ideias e é: “Ok, amanhã ou depois de amanhã temos que fazer a entrega, olhar para estas pequenas coisas que estávamos a fazer soltas e, de alguma maneira, fazer já escolhas, tomar decisões, que isto funciona, isto não funciona. Se calhar, isto não funciona mas adicionando isto vai funcionar qualquer coisa”. E começam aí. Nós, por norma, com os clientes, gostamos muito mais de ir falando da expectativa que temos com o trabalho, ou da direção, e partilhar sempre pequenos fragmentos do processo do que ter aquele momento, uma primeira apresentação muito... Um dossier, uma coisa muito direitinha e formal: “É isto a nossa proposta”. E isto ficar assim. Interessa-nos muito mais a partilha contínua, óbvio que há casos que não dá, há casos que têm que ser por uma apresentação formal, cada trabalho vai ditar a forma como ele é feito, mas interessa-nos mais um diálogo contínuo do que, quase, só pergunta-resposta, e depois, pergunta-resposta, é, quase, muito, o perceber... É, um bocado, o que eu dizia, nós gostamos que a expectativa que nós temos de chegar ao fim e: “Isto está do caneco!!”, o cliente também sinte isso. “Eu tive alguma parte nisto, isto está do caneco!” E tendo as duas partes consciência que quem poderá pegar no objeto, portanto, a quem se destine, também, ele funcione e ele, efetivamente, chegue lá. E nesta partilha, muitas vezes, acontece aprendizagem, porque, normalmente... Às vezes, nós estávamos a fazer um livro sobre um tema que nem dominamos, inicialmente, e ao tentar estabelecer



um diálogo muito aberto conseguimos criar conteúdo, e próprio... Informação e descobrir tecnologia, técnicas, que são associadas àquele tema que, depois, de alguma maneira, são embrenhadas, ou metidas, no trabalho e dão uma forma final ao trabalho.

**Tens algum exemplo que possas falar sobre essa questão (...)? Desculpa, é só para (...)**

Sim. Não sei. Aqui, por exemplo, isto foi um exemplo que o conteúdo é um catálogo de Serralves...

**Sim.**

...Em que a exposição era *Off the wall*, era centrada só em trabalhos artísticos que fossem de fora da parede, não (...) trabalho tradicional de arte, de parede, e a expectativa, começamos... Houve muitos autores novos, e isto, a maior parte dos trabalhos que estão aqui são do meio do século vinte mas, mesmo assim, conseguimos descobrir muitos autores novos e é ao pensar nisso que a nossa ideia foi, também, criar um catálogo que, de alguma maneira, se abrisse, que saltasse de fora do livro. Ou seja, ele não podia deixar de ser um livro, porque tinha que ser um objeto transmissível no formato livro, mas, ao mesmo tempo, que ganhasse uma dimensão diferente. E depois o... Que isto é uma colaboração entre Serralves e o *Whitney*, de Nova Iorque, e os curadores, em vez de fazerem um texto formal, a determinado momento, decidiram que queriam fazer uma conversa na exposição. E o texto deles para o catálogo seria essa conversa: eles a caminharem na exposição. E esta ideia de: "Ok, nós temos coisas que saltam da parede e temos alguém que está a navegar entre elas e podemos tentar fazer aqui, é, uma pequena viagem dentro, também, dessa exposição". Portanto, acabámos por tentar repartir a coisa, que era o que é conversa, o que é exposição e depois... Então, a nossa ideia foi muito simples que era: tentar, de alguma maneira, possibilitar que o leitor do catálogo, ao ler essa conversa, onde eles vão falando sobre as obras, quase como se estivessem em frente a elas, o leitor pudesse ter essa experiência. Então, o que fizemos foi tentar abrir e separar os conteúdos e criar uma pequena hiper-narrativa em que o leitor, ao ler, vê, é referenciada uma obra, ele consegue ter acesso à representação dessa obra. Depois há uma terceira parte que é as fichas técnicas que é quase: "Eu quero descobrir mais sobre aquela obra ou a escala que ela tem". Porque,

ainda por cima, a escala, no livro, perde-se, ou seja que o leitor pudesse navegar na exposição, de alguma maneira, e que o catálogo não tivesse uma dimensão do plano do livro de só duas páginas. Não quer planos mas que ganhasse diferentes relevos, diferentes estruturas.

**E isso é a conversar com o cliente, no fundo, ou seja, tinhas uma editora ou tinhas o...**

Sim, tinha o...

**... Coordenador da exposição.**

... Coordenador editorial, sim. E a decisão, primeiro, foi perceber se havia abertura para que o formato transbordasse do livro normal, portanto, correu bem. Depois, houve um medo da parte técnica de isto não funcionar que era o livro ser demasiado frágil, o livro não sei quê, ter... Tivemos que desenvolver (...), protótipos, para convencer, ou seja: "Há certeza de que isto vai funcionar". Pronto, e depois foi trabalhar no conteúdo que é... Obrigou, também, a parte editorial, um bocado... Ou seja, a própria entrevista, quando estava a ser revista, de discurso oral para escrito... Indicar referências às imagens do interior para facilitar a navegação e, depois, o projeto resultou, o livro, nós gostamos, mas a ideia, que era o que estávamos a falar, era o próprio conteúdo, a excitação que ele nos dá, muitas vezes, ditam, depois, o rumo que o trabalho... A forma que o trabalho vai tomar.

**Portanto, a questão do cliente... Ou seja, desde que a apresentação ao cliente é feita, normalmente... Todo este diálogo é feito, já estavas a falar sobre isso, pronto, depois a execução e produção, ou seja... Mas fala-nos um pouco, é normal vocês utilizarem a ideia do protótipo como... Para mostrarem um trabalho ou...**

Sim, há muita coisa que... E, também, muitas vezes, nós, quando temos possibilidade, tentamos aprender qualquer coisa nova ou arriscar em qualquer coisa diferente na produção. Normalmente, fazer isso às cegas pode ser um "tiro no pé" bastante grande e começa o tentar fazer protótipos. Muitas vezes, é impossível fazer um protótipo real antes de... Ou seja, sem ter o processo todo que o objeto final vai ter. No caso deste projeto para Guimarães, que era um *open call*, um concurso de Arquitetura de espaço público temporário e performativo

que... O projeto, nós fomos convidados para apresentar uma proposta... Ou seja, já é outro formato, ou seja, fomos convidados a apresentar uma proposta, a concurso com outros ateliers. Pronto, conseguimos ganhar. E depois, tínhamos que montar um plano, quase um plano de comunicação, que é outra coisa. Muitas vezes, quando trabalhamos, ou com eventos ou com alguma coisa que tem que ter uma propagação temporal muito grande, a nível de contacto com o público, nós, também, fazemos essa parte de planear uma estratégia, é: “Quais são os diferentes momentos? O que é que vai acontecer a nível de objeto, a nível de comunicação, nestes diferentes momentos?”. Neste caso, havia um primeiro momento que era a apresentação do concurso, que era um *open call* internacional, havia um segundo momento que era a divulgação dos vencedores e uma conferência com o júri do concurso e, depois, havia o terceiro momento que era a representação das peças, os edifícios construídos na cidade. Então, nós, o que pensamos, foi: “Ok, nós temos três grandes caixotes, onde as coisas vão acontecer”. Então, decidimos criar uma cor, a mesma imagem mas uma cor diferente para cada momento. Começava no *open call* – na conferência – e depois tinha a representação. E nós, para criar a cor, o que optámos, foi ter uns objetos físicos, mesmo por causa do carácter performativo, porque o *open call* chamava-se “performance Architecture”, era uma coisa física. Optámos por ter papel de cor com a mesma imagem de fundo, sempre impressa a preto, e, depois, com todo o conteúdo, sempre impresso a prata. Ou seja, isto aqui, nós tínhamos alguns objetos que já tínhamos visto mas temos, sempre, o fator que há terceiros, há gráficas envolvidas. Ou seja, e não há forma de simular prata antes da máquina *offset* estar a revelar, por isso, mesmo com maquetes, tentar simular no computador qualquer coisa que se aproximasse a isso... Pronto, houve ali um momento, que foi às três da tarde, estar em frente à máquina e, se vímos que isto não ia dar a lado nenhum, parar e tomar algumas decisões na hora. Muitas vezes, que o valor cresce muito de... Ou suportámos algum custo extra na produção. Mas pronto, correu bem e foi um desafio. Depois, tínhamos que perceber que prata, muitas vezes, é mais claro que o fundo, outras vezes, tínhamos que trabalhar com as imagens em negativo para elas, impressas, serem positivas. Ou seja isto foi tudo um jogo de procura e, muitas vezes, é... Um mono tenta salvar-nos da falha disso mas há momentos em que, se queremos, mesmo,

chegar a alguma coisa específica, que só o processo físico de todas as partes é que dá o objeto que idealizamos, e não há mono que consiga prevenir isso.

**Mas então são semelhantes. Ou seja, os outros é a mesma imagem de fundo, preta também...**

Sim, há uma diferença na imagem que é: nós pintamos a informação, que era o nome do concurso, numa parede e, depois, fomos rasurando cada uma das três partes e o rasurado vai mudando conforme ele avança. Ou seja, estamos na parte da conferência, tem a conferência e a data, no a seguir é rasurado... Estes estão rasurados e aparece os dois últimos que é a parte da exposição. Exato, “exhibition” e a data. Mas, também, fizemos aqui... A nossa ideia foi um causar um carácter performativo e de Arquitetura, ou seja, existe quase a intervenção de gra... Não de grafiti mas de pixação, portanto, em brasileiro, usa uma parede... E a nossa ideia foi registar este momento de pixação para desenvolver alguns vídeos também, de promoção do evento. Também porque era uma ferramenta que achávamos que era importante por causa das plataformas digitais, então, acabámos por aproveitar o processo para criar conteúdo para ser vendido como...

**Vocês costumam ir muito à – já percebi que sim, também, mas pronto, neste caso – à gráfica, ou seja, acompanham muito o trabalho na “boca da máquina”?**

Sim, muito.

**É mesmo uma... Ou seja, há trabalhos que, provavelmente... Não sei. Vão a todos os trabalhos ou vão àqueles mais complicados?**

Não...

**Há sempre um acompanhamento mais próximo.**

Depende do trabalho, da complexidade do trabalho, do que é que queremos do trabalho e também, de qual é que é o parceiro envolvido. Nós tentamos fazer o trabalho em equipas, em gráficas que confiamos e há trabalhos que já são, quase, repetições, ou continuações, em que já fizemos uma parte acompanhada e o resto já vai encarreado, e, muitas vezes, o diálogo... E, “pá”, já tive casos que é o responsável da parte da impressão a ligar: “Olha, isto

aqui é para imprimirmos? Olha, este aqui é daqueles que é para exagerar na tinta? Para meter muita tinta? É que já tenho duas cores”. “É, o azul é para estar encharcada (...)”. Ou seja, já começa a haver, quase, uma relação de proximidade de eles entenderem, às vezes logo no trabalho qual é o nosso objetivo. E aí quase nos descuidamos das apresentações do documento. Depois há trabalhos que é de medo, são tiragens enormes, ou seja, é um custo grande. E, às vezes, não ir à “boca da máquina”, ou descuidar-nos, nesse momento, pode representar... Acarretar muitos custos monetários, nesse aí convém não falhar porque depois é... Aquela coisa: “Não dá mesmo jeito ir lá agora mas se isto corre mal, vai correr mesmo mal”. Por isso, é evitar isso.

**Vocês vão lá sozinhos ou, geralmente, também levam o cliente? O cliente também acompanha isso? Não...**

Depende do... É muito raro, o cliente normal não acompanha, ou seja, nós tentamos fazer todo o processo de provas de cor, validar a seco, mas depois, a parte da máquina, porque também já tivemos experiências... Como o cliente não domina nada do que está a ver à frente dele, uma máquina a revelar e está a disparar papel, de repente, começa a ver coisas sujas a aparecerem e é um desespero. Então, um tipo tem que dizer: “Não, não, não, eles estão a afinal, estão a limpar a máquina, só daqui a bocado é que vai, mesmo, sair”. Já tivemos um caso assim. Por isso, muitas vezes, é muito mais importante que o cliente veja as provas, tenha a certeza e, depois, é da nossa responsabilidade garantir que uma coisa bate com a outra e está tudo “ok”, do que ter esse stress acumulado do medo de alguém a ver um processo que não domina, que não percebe por completo, então, como tal, sente-se assustado e qualquer coisa que para nós (ou para o técnico, para o impressor que está na máquina) é perfeitamente normal: “Olha, saiu uma folha toda furada, o tinteiro abriu, vamos parar, limpar”. Portanto, coisas assim, e um cliente a ver aquilo é tipo: “Eu estou a pagar por isto, isto está a sair mal e eu tenho que pagar estas extras”. Ou seja, há uma tensão grande de não dominar o processo. Explica-se, tenta-se, (...). Agora, há outros trabalhos em que nós queremos que o cliente, também esteja lá: é o caso, por exemplo, do... Já agora, falo de outro. Nós já temos alguns trabalhos com livros de fotografia, ou seja, aí há quase um carinho grande do autor das imagens de querer ver, realmente, as imagens dele. E, por mais que

se faça provas de cor e afins, eles, muitas vezes, também querem construir a imagem na impressão, ou seja, dar um carácter, porque a peça impressa, a fotografia como obra, tem uma dimensão, tem uma escala, no livro assume outra escala, assume outro tipo de densidade, porque o papel fotográfico é diferente do papel de um livro, e aí, muitas vezes, o autor está... Ou seja, é, quase, a terceira opinião, entre o impressor e eu e o autor, chegamos todos a um acordo porque, muitas vezes, o próprio fotógrafo percebe o que é a cor, sabe quais são os problemas, tem experiência em imprimir, ou em revelação em fotografia ou em imprimir em digital a fotografia. Mas depois, no *offset*, quando se fala num livro em que temos um plano, em que está a página quatro e está a página oito ao lado e a doze – ou seja, há ali uma “mixórdia” de páginas e começa a reparar numa imagem mas alterar, tentar alterar uma coisa numa imagem representa a alteração na outra, ou seja, este jogo, tentar equilibrar: “Esta tinha bem mas esta, que vais influenciar, também que esteja bem”. Pronto e é importante ele estar lá, porque há decisões que são tomadas na “boca da máquina”, muitas decisões, quando... É quase... Um livro de fotografia, ok, tem um trabalho grande antes, mas a “boca da máquina” é o momento em que o livro é uma grande “merda” ou o livro é bom! E dou valor ao pessoal que tem paciência para aguentar quatro dias à frente da máquina comigo e fumar cigarros e tomar cafés, a voltar e a sair. Mas, também, eu tento-lhes explicar que são quatro dias mas, passado quatro dias, tu garantiste que vais olhar para as fotografias e dizer: “Elas são minhas na mesma”. Não é uma fotografia que sai num catálogo, de um (...) fotografia qualquer, que foi e veio e não há qualquer relação àquilo que estás ali a fazer, que te represente a ti de alguma maneira. E isso acaba por ser importante, realmente, nos livros de fotografia. Nós temos feito alguns, mesmo decisões mais... Como trabalhar com duotones e tritones, no preto e branco, ou seja, é sempre um... Há formulas exatas de tentar fazer o acerto da coisa mas, aqui a decisão na máquina de intensidade é super importante e isso... Mas é o caso... Aceitamos que o... É uma mais-valia, mesmo, para nós que o cliente esteja lá ao lado, mesmo, muitas vezes, é o autor, portanto, da fotografia... Estou a mostrar este caso que é o “Lapa do Lobo”, que é o caso de uma encomenda, da Fundação Lapa do Lobo, a seis fotógrafos para retratarem, de alguma maneira, a aldeia. São seis trabalhos completamente diferentes e, aqui o Tito Mouraz, que é natural lá da Lapa do Lobo, acabou, quase, por ser o gestor... Não o curador do projeto, mas o gestor

do projeto – foi a primeira experiência dele numa gráfica e ele quase que assumiu responsabilidade por conhecer o trabalho de todos os autores, de conhecer os livros de todos os autores, de tentar que isto chegasse a bom porto para todos. Depois, aqui, há um problema, também, como eram seis autores completamente diferentes, ou seja, tinha que ser gerido... Pronto, também houve essa preocupação da nossa parte que foi: tentar fechar cada autor dentro do próprio caderno para, a nível de impressão, conseguirmos ter manobra para cada um, ou seja, em que um trabalho não contagiasse o outro, tentámos precaver isso. Pronto, mas, mesmo assim, foi uma “estafeira”: foram três ou quatro dias longos, doze horas por dia, em frente à máquina, mas pronto, acho que toda a gente ficou agradada com o livro. Resultou bem.

**Tu não... Acabamos por não falar um bocadinho sobre isso: do processo e... Naquela altura em que tu falas que tu e o Duarte andam à procura de coisas e... À procura de alguma inspiração ou à procura de imagens ou de trabalhos ou... Ver coisas, e a preparar, também, a primeira proposta, o *sketchbook* existe? É uma realidade? Ou seja, vocês utilizam... Vão mais para o computador procurar coisas ou procuram mais em livros ou procuram mais em revistas ou começam a desenhar já...? Como é que... O desenho faz parte do...**

Sim.

**...Da vossa forma de pensar?**

Faz da nossa forma, até, de comunicar. Ou seja, posso estar a fazer qualquer coisa e tenho alguém ao meu lado e pergunta: “Mas o que é que vais fazer com isso?”. E pegar numa folha e dizer: “«Pá», vou pegar aqui, vou montar o texto aqui, encaixar as imagens com alto contraste aqui”... Ou seja, o ato natural, de tentar fazer ali quatro ou cinco linhas para comunicar uma ideia, existe e, muitas vezes, existe como... Nós somos muito limitados a desenhar, tanto eu como o Duarte. (*risos*) Somos desenhadores exímios. Mas a coisa de estar a olhar para uma imagem que começámos a fazer, ou porque estamos a tentar fazer algumas texturas com tinta, para depois digitalizar e abordar... Essas pequenas imagens começam a aparecer, depois, tentamos, de alguma maneira rápida, perceber: “Esta mancha que tem esta forma, se eu cortar este nome, tem quatro letras, assim”. Ou seja, e acaba por aparecer

esse desenho. Eu não chamaria, no nosso caso, tanto um *sketchbook*, porque nem somos, completamente organizados para isso, mas *sketchpapers* – que existem e desaparecem, vão com a reciclagem para o lixo. Alguns ficam dentro dos próprios trabalhos. Já chegámos a um momento em que tínhamos “bué” de desenhos de um livro e, na altura, nem nos lembrávamos, guardávamos os desenhos dentro do próprio objeto final e, um dia, estávamos a arrumar e queríamos fotografar e começam a aparecer os desenhos e nós: “Olha, isto é uma boa ideia, meter lá os desenhos, dentro do objeto, ao menos, ficam ali seguros e estão presos”. Mas também tem a ver com uma... Como nós não valorizamos muito a nossa arte do desenho, também somos muito desprezados desses desenhos. Eles têm muito mais um valor utilitário para nós, enquanto processo, do que, propriamente, um valor de arquivo, mas há muitas coisas que são desenhadas e guardadas, tipo, ideias que... Às vezes, estávamos a discutir um trabalho e surge-nos uma ideia e ao explicar um ao outro essa ideia, ou aquele lugar... Ou seja, há ali uma ideia que nem é usada, assim: “«Pá», mas isto não dá”. E, às vezes, essas ideias que são, quase, apoio e salvação em alguns momentos de aflição, essas ideias são guardadas. Estes desenhos, tentámos preservar e, mesmo, eu, alguns desenhos que faço aqui e que depois quero guardar, de alguma maneira, passo para um cadernito que existe, prontos, que é uma coisa... Mas, por norma, o meu desenho é uma folha que já foi impressa, por alguma coisa, viro ao contrário e desenho para explicar ou desenho e digitalizo para meter dentro do trabalho, de alguma maneira. Ou seja, é volátil. Ou seja, fazer uma linha digital no computador ou fazer uma linha à mão e digitalizá-la e meter... Ou seja, o ato cuidadoso do objeto digital, tudo certinho, ou o ato de desenhar têm quase o mesmo valor no processo: é mais um elemento que está ali ou uma textura ou um papel dobrado. No outro dia, estava, com papel de alumínio, a tentar criar uma forma para completar uma composição, ou seja, estas pequenas coisas soltas que, às vezes, aparecem por aqui no atelier, porque veio com qualquer coisa, têm tanto valor como o desenho. Ou seja, não valorizamos o desenho, quase, como um objeto, ou um valor acrescentado. É um bocado aquela ideia contrária, o *sketchbook*, normalmente, é o objeto mais valioso de um autor, e acredito que seja, porque há *sketchbooks* brutais! Mas os nossos são sarrabiscos, por norma – são coisas soltas que estão para lá. E se for para o lixo, olha, esquecemo-nos ou voltamos a lembrar ou voltamos a desenhar.

**Como é que funciona em termos de... Internamente, entre vocês os dois? Este processo todo? Ou seja, vocês trabalham sempre sobre o mesmo trabalho? Tu estás mais dedicado a um e o Duarte está dedicado a outro? Como é que... Vai chegar ao cliente, é quando vocês estão, completamente, satisfeitos, os dois?**

Sim...

**Como é que...**

...Sim. Depende, quase, da carga de trabalho momentânea, ou seja, de semana a semana, ou dia a dia, a coisa vai sendo gerida e chegada a um acordo. Tentamos, é, que o objeto que vai ser entregue – final – tenha o “ok” dos dois. Muitas vezes, ele vai completamente feito só por um, ou só por outro, mas no final leva comentários em cima de... Corrige-se: “Olha aquilo, olha aqueloutro, muda, não gosto nada disto mas”... Ou estamos os dois a fazer propostas, trocamos as propostas um com o outro, voltamos a trabalhar, discutimos. Ou seja, é um bocado, dependendo de se o próprio fluxo do trabalho dita a maneira, e há trabalhos que nós dizemos: “«Pá», eu quero fazer isto, tu queres fazer isto neste trabalho”. Mas, depois há qualquer coisa que aparece ou alguma coisa que foge do que tínhamos pensado a nível de moderação e acabamos por sentir pena porque é: “Eu não vou conseguir pegar nisto e gostava tanto de pegar nisto com a dedicação que tu vais ter”. Mas tentamos sempre gerir que a coisa saia, entre nós os dois, bem, mas às vezes, há coisas que só um mete a mão, o outro só manda uns bitaites e vice-versa. Já chegamos ao cúmulo de só estarmos os dois a mandar bitaites um para o outro e o cara... E, realmente... Mas não há uma... Ou seja, o tempo que podemos dar ao trabalho, enquanto dois ou enquanto um, individual, que os vários trabalhos que estão... Muitas coisas, sempre em simultâneo, que permitem é que vai ditando a forma. Depois há a parte técnica, que também se decide, que é: há tecnologias que um domina mais que o outro, obrigatoriamente, logo aí, há um fator de divisão da coisa, há trabalhos, também, decisivos pelo tempo que ele vai demorar: “Eu sei se tu fores fazer isto demoras três dias e eu, a fazer isto, demoro um dia e meio, por isso, eu faço porque é mais rentável para nós porque conseguimos terminar isto mais rápido”. Ou seja, há decisões que são tomadas, o bom acaba... Porque elas são naturais, as decisões, nunca entra numa situação de

conflito. O conflito, normalmente, é para tomar decisões, se é vermelho ou azul, se é para a esquerda ou para a direita, mas nisso é: “Ó «pá», eu vou tentar desenrascar, tu desenrascas-me a mim e o trabalho tem que ser feito”. E o próprio trabalho dita a coisa.

**Alguma vez citaram um designer, em termos conceptuais, projetuais, etimológicos? Se sim, quem? Mas portugueses, algum português que foi citado por vocês.**

Acho que sim, temos todos, que conhecemos, de alguma maneira... Eles acabam por ter lá... É assim: há uma citação direta, que há que reconhecer o valor, que é, nós usamos muitos tipos de letras desenhados por terceiros, que são designers, tipógrafos ou o que se quiserem chamar, e fazer a barreira. E, logo aí, é uma citação direta. Aquilo é de alguém que nós vamos usar e dar forma e reciclar e desmontar e voltar a montar – isso acho que é a citação mais recorrente no nosso processo de trabalho. Depois, é assim, dizer que nunca citámos ninguém, não acredito. Eu já vi posters na rua... Já nos aconteceu casos de ter uma ideia para um trabalho, passar na rua, ver um poster na cidade: “Vou experimentar qualquer coisa assim porque este tipo de estrutura pode ser que me resolva o problema”. Ou seja, acabam por ser citações naturais de... Não sei se são citações ou beber um bocado de tudo e misturar aquela amálgama. E já fizemos exercícios de cópia, literal mesmo – nem é citações – é de cópia mesmo porque achamos que normalmente, acontece, até, em formatos mais descontraídos, em coisas que são, para nós próprios, ou outro tipo de relações, uma coisa assim... Não lidar muito bem com a citação mas, também, não nos preocupámos muito com a citação. Acho que toda a gente copia toda a gente, mesmo que não saiba, porque ninguém vive com uma pala branca à frente e, depois, tira a pala, faz uma imagem, volta a pôr a pala e a única imagem que viu foi aquela que pensou. Quer dizer, acho que a coisa continua-se a contagiar todos os dias e de todas as formas. Agora, casos particulares, acho que é mais coisas que nos fizeram parar para pensar, que: “Estes gajos estão a fazer algo do «caralho»!!”. E isso faz-nos pensar: “«Pá» nós, se calhar, devíamos investir mais nisto ou mais naquilo”. “Pá”, e felizmente, na cidade onde vivemos temos bons casos disso – o trabalho do João Faria é fantástico, mesmo o trabalho que ele tinha com o teatro de S. João, é uma pena ter acabado, mas, para mim, foi, tipo dos trabalhos... Daquilo que falava do momento inicial, de fazer despertar

para o Design português, ou: “O que me rodeia é importante para o meu trabalho”. Foi alguém que, todos os meses, reinventava mecanismos de comunicar as peças de maneira completamente diferente e, ao mesmo tempo, percebia-se: “Há ali um autor e há ali uma instituição por trás”. Muitas vezes, esse jogo, esse equilibrar da balança, pode ser complicado. Vou-me centrar só em designers do Porto, só para ser “bairrista”.

#### Sim.

“Pá”, os R2 têm um trabalho do “catano”. Portanto, há toda uma escola de autores mais velhos. O João Machado, acho que os desenhos dele são fenomenais: o recorte, a simplicidade, é fantástico. Já é alguém que, a nível estético, se distancia mais de nós, ou não, de alguma maneira, mas é fantástico. Toda a escola dos meus grandes professores das Belas Artes pelo saber fazer, eu chamo-lhe, o “limpinho e bem”, assim polidinho, para não chatear ninguém. Também é, um bocado, perceber como é que alguém, que tem muito mais experiência, consegue limpar a coisa. E, cada vez mais nos apercebemos disso, que é não tentar meter vinte ideias na mesma coisa, só nos vai dar dores de cabeça. Por isso, às vezes, uma boa ideia é melhor do que vinte ideias numa coisa só. E todas essas coisas vão acabando por influenciar, acrescentar ou tentar fazer descobrir, muitas vezes, só o fato de... Eu vejo um cartaz de alguém: “É «pá», este cartaz está brutal, gosto do ritmo da família de letras!” Tentar perceber qual é aquela família de letras vai-me obrigar, se calhar a descobrir um tipógrafo novo: “Fogo, este «gajo» tem fontes muito «fixes»”. Ou seja, esta coisa do que nos rodeia, acima de tudo, é para crescer, eu vejo mais como para abrir portas do que, propriamente, criar novos dossiers de informação e de conteúdo.

**Estes trabalhos que já apresentaste consideras que são, provavelmente, alguns dos mais representativos? Se faltam (...) estes trabalhos mas...**

Sim...

**...Podemos considerar que estes são daqueles trabalhos que, realmente, consideras..? Vocês consideram dos trabalhos que poderão..?**

Sim, é assim, há trabalhos que, se calhar, são muito mais importantes para nós – até na forma de pensar – do

que estes. Estes aqui acabam por resumir, ou aglutinar, bastantes tipos de preocupações importantes por esse momento. Tenho aqui livros, tenho o catálogo do projeto de Guimarães, que acabou por ser, se calhar... Está ao contrário, guarda tudo ao contrário. Acabou por ser importante para nós porque, depois disto tudo, ou seja, desta, vou-lhe chamar... Vou usar um calão, ou uma asneira, depois desta “jabardice” toda de cor, espessuras de tinta e paredes pintadas tínhamos que resumir tudo num livro. E o livro tinha que, acima de tudo, valorizar o conteúdo que eram as imagens (mais as imagens dos vencedores), e a parte do texto. Ou seja, foi tentar criar, aqui, um equilíbrio, também, de alguma maneira, transmitir para o livro esta ideia de dinamismo performativo da Arquitetura performativa. Pronto, então, foi uma dor de cabeça. O sistema é simples, é uma grelha por módulos, só que depois, o texto anda para aqui a saltar e a encaixar-se, a tradução, o português com o inglês, mas, ao mesmo tempo, tinha que conseguir dar um ritmo de leitura para que não perdesse o fio à meada da coisa. Mas há outro trabalho, também charneira, para nós, que é o nosso querido festival de Verão, que é o Milhões de Festa, em que todos os anos empenhamos um bocadinho longo de energia para tentar fazer magia com o triângulo, e a cena é... Nós tomamos uma decisão. Ou seja, fizemos o primeiro ano, que foi este (*mostra um cartaz*) – dois mil e onze e lá apareceu o triângulo – lá apareceu uma mancha de nomes com todos os artistas presentes, que não era muito comum na altura – nos festivais, era: toda a gente tinha que ter lugar no cartaz. Depois, no segundo ano... Este é o segundo, este é que é o primeiro. (*mostra mais dois*) No segundo ano, “pá”, decidimos: “Ok, vamos fazer na mesma, há aqui dois momentos chaves que é o triângulo, o logótipo, a mancha de nomes, vamos tentar reinventar a coisa de alguma maneira”. Pronto, e depois a coisa começou a transformar-se e todos os anos ele vai mudando, mudando... Não é uma solução muito saudável simplificar o trabalho para nós. Nós, também, somos exímios em dar “tiros nos pés” para nós próprios, arranjar formas complicadas de nos complicar, ainda mais, a vida.

**Portanto, este ano ainda vão (...) bastante?**

Sim. Não tenho aí nada impresso. Mas, pronto, há uma coisa que atravessa tudo, é o triângulo, é o logótipo e é tentar que os materiais tenham sempre o destaque, de alguma maneira, de todos os artistas, de forma mais

equilibrada, menos equilibrada, porque também é um bocado... Tem a ver com a proposta do festival. O festival tenta não mostrar bandas que, à partida, têm uma garantia de qualidade mas, também... Que o público descubra coisas, e é um bocado a ideia da (...): “Tu vais, descobres, podes achar um concerto do «caralho» mas há outro que vais achar uma grande porcaria, pá, prontos, mas nós vamos tentar que sejam todos «muita» bons”. E, um bocado, a nossa ideia foi, mesmo, de... Nós tentamos, sempre, todos os anos, ou através de criação da tipografia, de alguma maneira, que a banda seja ela própria, ou com manipulação fotográfica das imagens da banda, ou com elementos líquidos, ou de criação de blocos tipográficos individuais para cada um, ou criação de pictogramas. A nossa ideia é: “Ok, nós temos que comunicar o festival mas o que faz o festival é o seu conteúdo, são as bandas que atuam lá, nós queremos que cada banda seja o que é e não”... Ou seja, é, um bocado, um contrassenso que é, numa comunicação de um evento, sobrepor o conteúdo à marca do evento, nós tentamos que a coisa se balanceie, um bocadinho. Pronto, e tem resultado.

**Ou seja, isso é um casamento feliz? Dentro de (...).**

Sim, com as suas cabeçadas, com as suas berrarias, com as suas corridas. Sim, acho que...

**Também já disseste que estavas... Pronto, que tens estado atento... A pergunta de: “Se estás atento ao Design Gráfico que se faz em Portugal”. Pronto, eu já percebi, também, pelo início da conversa que tivemos, que estás atento, que continuam atentos, no fundo, ao que se vai passando, não só no Porto mas também, quer dizer, acho que são...**

Sim.

**Como é que tu podes definir a evolução de... Pelo menos, daquilo que tu podes... Ou parte do que tu podes partici... Ou que tu possas participar na evolução do Design, em Portugal? Design Gráfico em Portugal.**

Mas a evolução...

**Não é uma evolução tão... Ou seja, podemos falar mais histórico mas, se calhar, mais daquilo que tu fazes, desde que abriram o estúdio até agora, desde que tens o gabinete até agora. No fundo, o que se vai passando, se**

**achas que há uma valorização em Web Design, se achas que há uma...**

Sim. Há uma valorização maior, tão simples como aquilo que eu dizia, no início, quando entrei para a faculdade, estar-me a candidatar, entrar para um curso de Design, não saber muito bem o que é que era. Qualquer miúdo que entra para a faculdade, agora – miúdo – acho que já tem mais consciência que eu do que é que é o Design, pela informação, pela internet e, acima de tudo, pelo valor que foi dado de alguma maneira... A Sociedade, em geral, deu mais valor à imagem, ou à imagem pensada, à imagem trabalhada, manipulada, o que queremos chamar. Tem os seus prós e os seus contras. Logo, o Design cresceu, há um conhecimento mais geral, se calhar, é pouco, ainda – menos do que deveria de ser, do que é o papel de um designer, do que é que é a disciplina do Design Gráfico, Design de Comunicação, Design... Por isso, isso é positivo para uma disciplina, ou seja, se há reconhecimento, a disciplina tem que ser... Agora, se, efetivamente, representa uma melhoria para a disciplina em si, para a técnica em si, eu acho que sim porque, apesar de nós não termos uma capacidade crítica muito forte, em Portugal, a nível de Design (ou porque não querem ou porque não interessa) mesmo assim, nos últimos anos, tem havido mais crítica, tem havido mais história, que acho que também é uma parte fundamental que é não só haver a parte crítica, mas a histórica acaba por ser uma crítica, também. E, cada vez mais, há publicações do Público sobre a história do Design português, isso era, se calhar, há dez anos atrás: “O quê? Design? Não. Arte? Vamos fazer sobre a arte, tudo bem. Agora, Design? Não, isso não interessa”. Portanto, se houvesse esta mudança... Haver já esta aceitação mais jornalística, é bom! Sim, e acho que rende uma evolução positiva. E há cada vez mais ateliers ou autores, designers portugueses, com reconhecimento internacional, há cada vez mais uma Comunidade Internacional a reconhecer alguns autores perdidos no espaço e no tempo – portugueses – que tinham trabalhos muito bons mas, de alguma maneira, não conseguiram passar da linha da fronteira para fora. É positivo e acho que está a crescer. Há trabalho muito bom, há pessoas a trabalhar muito bem (...) empresas individuais em todas as áreas. Mas dizer que se a situação é perfeita? Não! E nunca vai ser. Há de haver sempre qualquer coisa para dizer mal e para tentar mudar.

**Como é que dás o teu contributo para o Design Português?**

É fazendo o meu papel. *(ri-se)* Nós tentamos fazer a nossa parte para alguma coisa mudar, seja ela mais empresarial ou menos empresarial, mais correta ou menos correta. Acho que, se fizermos bem o nosso trabalho estamos a contribuir para alguma coisa. Acho também que pode haver motivos sociais ou económicos que façam retrair a profissão do designer ou a disciplina do design em Portugal. Mas também acho que também voltar atrás não é voltar, por isso tudo é para a frente. Ele está a olhar muito para o tempo da câmara a ver se o cartão estava a acabar.



## Anexo 31

### Entrevista em vídeo com Eduardo Aires

**Entevisado:** Eduardo Aires

**Entevisador:** João Tiago Santos

12 out 2015

**Duração:** ±2h

#### Quando quiser...

Ok! O meu nome é Eduardo... Quer o nome todo?

#### Eduardo Aires.

Ok! O meu nome é Eduardo Aires, sou ribatejano, nasci em julho de sessenta e três e fiz um percurso um bocadinho deambulante, porque só nasci no Ribatejo. Depois tive uma passagem pela Alemanha Federal – onde fiz toda a formação básica – a primária – e vim para Coimbra fazer o ensino secundário. E, em oitenta e dois, vim para o Porto até hoje, até aos dias de hoje. Resumidamente assim, numa viagem vertiginosa, é o meu percurso.

#### Sim, e é licenciado nas Belas Artes também.

A licenciatura foi feita nas Belas Artes. À data não era faculdade, era a Escola Superior de Belas Artes do Porto – hoje Faculdade de Belas Artes do Porto.

#### Teve outro tipo de influências para além da influência da licenciatura? Ou seja, o caminho do design foi-se talhando como? Até hoje?

Eu acho que fui, mais do que vítima, porque não me senti vítima, mas sim felizardo por esta questão. Eu vivi um momento muito especial na antiga Escola Superior de Belas Artes do Porto. Tinha duas secções: a primeira secção era a Arquitetura e a segunda secção era Artes Plásticas, onde o design emergiu, portanto, na década de oitenta (setenta-oitenta perdão), muito tenuemente. E na minha formação eu tive vários professores cujo espectro de áreas científicas era muito disperso. Portanto, nesse aspeto – é

por isso que eu digo que me sinto felizardo – porque vivi verdadeiramente a integração de todas as artes. Portanto, trabalhei com escultores, com arquitetos, com pintores, com designers, com sociólogos, com historiadores... E isso fez de mim um designer diferente. Ou seja, as minhas referências formativas não estão só ancoradas no Design. Eu recordo-me que professores como Rolando Sá Nogueira, Fernando Pernes, Gustavo Bastos, Eduardo Tavares, Casal Aguiar, são professores que, de uma forma tangente, influenciaram o meu percurso em termos de Design. É óbvio que eu tenho um pilar, ou seja, há um pilar de referências que eu tenho em relação ao Design, onde estão sem dúvida dois nomes incontornáveis: Dario Alves e Jorge Afonso – são dois professores que são determinantes para a minha formação enquanto designer. São as minhas grandes referências. Um que curiosamente não é designer, é um pintor – o Dario Alves – e o outro é designer, o Jorge Afonso. Eles representam dois mundos em complemento: Dario Alves é um professor que motiva à exploração pela componente mais emocional, mais plástica, muito interessante sob o ponto de vista da motivação da composição, etc.; Jorge Afonso é aquele professor que ensina a sistematizar a refletir sobre o próprio trabalho. Eu digo sempre – e quase fazendo assim uma espécie de apanhado relativamente àquilo que é o legado das suas aulas – eram aulas muito cerebrais, muito pensadas. Pensávamos design mesmo. Portanto, esses dois nomes são incontornáveis. Como outros, é injusto agora porque é... E vive da memória espontânea mas, por exemplo, Joaquim Matos Chaves – outro professor que me marcou – ou Coelho dos Santos. Tantos eles... Álvaro Lapa... Tantos professores que contribuíram para esta amálgama de influências e de referências. Eu recordo-me – ainda um jovem professor em oitenta e sete, salvo erro,

se a memória não me traiçoa – de partilharam uma outra mesa com nomes grandes da nossa praça, e é lógico que ninguém me conhecia, ninguém me ligava nenhuma. Mas eu achava interessante porque estava à mesa com o Siza ou estava à mesa com o Souto Moura, juntamente com os meus professores (e meus colegas já) e eu era o “benjamim” da mesa, portanto, era o ilustre desconhecido. Ninguém me ligava mas eu ligava muito ao que me iam dizendo, não é? Alberto Carneiro, recordo-me muito bem de ter participado em almoços com ele... João Dixo, um pintor... Tantos nomes agora que me estou a recordar... Sousa Felgueiras... Isto fez com que eu nascesse neste caldo químico, não estivesse só focado no Design. E eu acho isto de uma riqueza incrível. Eu acho que é mesmo o terreno mais fértil para poder crescer enquanto designer.

**E fora da Academia? Ou seja, percebe-se que a Escola de Belas Artes foi realmente uma... E é importante essa multidisciplinaridade, é que se calhar agora já se... Não sei se há tanto ou não nas Belas Artes, mas de facto estarem lá todos muito...**

A multidisciplinaridade ainda existe, está mais balizada, ou seja, percebemos perfeitamente as fronteiras e sabemos quando estamos a atravessar essas fronteiras. Eu estou a falar de um tempo onde tudo estava diluído.

**E o Design estava a surgir também, não é?**

Exatamente. Eu acho que é interessante ficar para memória futura, referir que o meu curso tinha nove estudantes. Nove no máximo. Acho que tinha nove estudantes, se a memória não me traiçoa. E isto diz tudo, não é? Hoje estas fronteiras estão muito mais definidas, mas há referências no Design que, à medida que vamos evoluindo e vamos crescendo, as referências vão também sofrendo diferentes focos. Na década de oitenta, a nós chegava-nos muito pouca informação, para além de que a produção teórica ou científica, sob o ponto de vista do Design, também não era tão vasta assim. E eu, obviamente que estava circunscrito àquilo que chegava a Portugal e ao Porto e, devo dizer que era um leitor – um leitor não, um cliente assíduo – da Livraria Leitura que tinha à data, uma relação com os artistas e com a Escola, muito forte. Devo dizer, e eu acho que é interessante revelar isto, que um dos dias mais interessantes da minha vida era o sábado que era o momento onde ia à Leitura buscar as minhas

revistas, portanto, que eram o quê? *A Habitare*, a *Domus*, a *Interni*, depois mais tarde a *High*, a *Novum*, portanto, era uma espécie de ritual. Na década de oitenta as nossas referências eram muito escassas, portanto, vivíamos daquilo de que nós íamos percebendo, ou de encontros internacionais ou congressos e pequenas publicações que surgiam, ou então através da *Graphis*, que era assim uma espécie de bíblia na qual nós, enfim, depositávamos todas as nossas ânsias e... (*risos*) Porque era assim das nossas referências. Quem é que emergia nessa altura? Milton Glaser, Seymour Chwast... era o chamado “Late Modern” Norte-Americano e pra nós... Design Studio... Ó “pá”... E pra nós era assim... Ou pelo menos para a minha geração, foi assim a grande referência. É óbvio que cruzando isto com os congressos a que íamos (...), na altura era uma espécie de alibi para podermos ir conhecendo países, fomo-nos encontrando com esses nomes, percebendo o seu trabalho e eram essas as nossas referências. Sem dúvida nenhuma que eu olhava para o Glaser e para o Seymour Chwast com... Com todo o respeito e quase que os venerava, mas não eram propriamente as minhas referências em termos de linguagem. Eu estaria muito mais próximo daquilo que é a Escola Suíça de Design ou seja, Otl Aicher ou Brockmann, portanto, sendo, ou sintetizando as referências, eu diria que conhecia mais os autores norte-americanos, daquilo que conheço dos Estados Unidos via *Graphis*, que era o que era publicado. Mas efetivamente o que me tocava mais e o que eu punha em prática enquanto designer era efetivamente aquilo que se fazia mais na Europa e na Suíça concretamente, não é?

**É engraçado isso que estava agora a falar e, estava a pensar nessa questão porque realmente vocês tinham pouco acesso à informação, não é? Porque se calhar tinham...**

Muito pouco.

**Mas acho que com algumas referências... Porque estava a fazer um paralelismo agora com a atualidade, não é? Na atualidade estamos encharcados de informação portanto, estamos constantemente... O que se calhar tornava-vos mais criativos, ou seja, mais livres de determinadas situações do que agora que vemos tanta coisa...**

Sim. Sim. Sim

**...Que acaba por ter que nos agarrar a qualquer coisa... Isso é interessante.**

Há uma questão, sim, muito interessante que é: aquilo que hoje é o resultado de uma leitura de um Mundo Global – tendências daquilo que é a citação ou autores preferidos, etc., e que comanda efetivamente a composição e a solução gráfica... Na década de setenta e de oitenta, o que comandava tudo isto é a técnica, ou seja, é a fotocomposição que nos permite libertar do espartilho da composição a quente, do chumbo. Eu apanhei as duas coisas mas é a fotocomposição que nos permite condensar texto, expandir texto... É onde se cometem as maiores... Eu não digo, não posso dizer “atrocidades” porque acaba por ser um exercício, não é? Mas é onde se cometem... Eu diria, onde se leva ao extremo, o exagero na destruição dos códigos que estão na base da construção de letras por alteração, por exemplo, dos condensados e dos expandidos a fotocomposição, e não estamos a falar de uma técnica que é “what you see is what you get” porque é tudo por linguagens de comando, não é? Ou seja, era uma série de códigos que davam origem a um determinado comportamento de texto que depois era preciso revelar, analisar, ver se estava de acordo, repetir, etc. Portanto, é... Eu acho que é a técnica que nos faz... Que nos estimula, e estamos menos atentos àquilo que é, digamos, a referência verdadeiramente dita ou o que é a citação, não é? Esse fascínio. É um bocadinho... É paroquial mas ao mesmo tempo é natural porque é um fascínio que advém de uma técnica nova, não é? E também tirar partido, por exemplo, da tecnologia, da impressão, ou seja, usava-se muito os “degradés” diretos, usava-se muito a exploração de imagens posterizadas com a arrumação dos níveis de cinza, etc. É a fotografia analógica no seu esplendor. Basta olhar, por exemplo, para o programa de identidade visual dos jogos olímpicos de Munique de setenta e dois – setenta e quatro salvo erro se a memória não me traiçoa.

**Setenta e dois.**

Setenta e dois. É a imagem posterizada, os pretos e brancos puros, não é? O efeito gráfico impresso, não é? Portanto, as nossas referências são muito mais esta apetência pela exploração da técnica, pelo carácter inovador que a técnica nos estava a dar, não é? Sendo morosa.

**Sim, e também tinham que ter uma capacidade grande de perceber o que é que vai acontecer no fim, não é? Às vezes era experiência, mas muitas vezes era perceber o que...**

Era para projeção.

**Pois, é isso.**

Repara, eu tinha que dar instruções a um *desktop publisher*, portanto, em que dizia assim: “eu quero um texto tamanho doze centímetros de comprimento, entrelinhamento a doze, corpo nove, Helvetica Light. «Pá» e quero seguir um teste com o mesmo comprimento de linha mas Helvetica Regular, para ver o que é que...” Qual é a diferença? Ele imprimia isto em papel fotográfico e depois só por análise é que nós podíamos comparar. Portanto, era tudo lento, era tudo... Mas, ao mesmo tempo, havia tempo para o detalhe – para controlar o detalhe.

**Pois, e se calhar também havia mais tempo, também, para refletir.**

Sim, sim, muito mais, muito mais. Eram trabalhos muito cerebrais: muito cerebrais com tempo de execução, com um ciclo de processo enorme, quer dizer, enquanto hoje, pá, eu recordo-me... Atenção que eu fiz formação na Faculdade e ainda se... Isto não quer dizer... Não quer dizer nada e acho que é interessante... Sou do tempo em que se compunham os textos que nós identificávamos com texto impresso e depois cortávamos as tirinhas e colocávamos com o nosso comprimento de linha – com o entrelinhamento que queríamos – e os títulos eram desenhados com tinta da china. E quando havia dinheiro comprávamos os Decadry's e *transfers*, chamados Mecanorma, portanto... Mas só nos trabalhos finais, não é? Eramos peritos nesse catálogo, não é?

**E já se fez a... Ou seja, e neste momento também já fez a passagem para o Mundo mais global, não é? Portanto, já começou também... Já fez essa passagem das letras, colagens, desenhadas e agora pra esta fase também que...**

Sim, adapta... Ou seja, eu acho que uma das questões principais na vida é a capacidade de adaptação que nós temos às diferentes circunstâncias, não é? Acho que aí é que somos inteligentes se nos conseguirmos adaptar – eu faço essa travessia – mas na base disto tudo está o desenho.

O desenho mantém-se como fator exploratório, como gatilho para todos os projetos, não é?

**Ou seja, continua a usar o *SketchBook*...**

Sim, sim, sim, sim, sim...

**Também já estamos quase a entrar já naquela questão do processo, não é? Ou seja é muito importante essa ideia do pensar/ desenhar e...**

Sim, sim porque eu acho que o desenhar, o pensar/ desenhar, é a forma de nós comunicarmos com os outros sem palavras, não é? E ao mesmo tempo é a forma de reduzirmos a abstração, ou seja, deixei de ter uma ideia no abstrato, deixei de ter uma ideia só minha e passei a ter uma ideia colaborativa e com a facilidade do próprio processo e isto tudo são fatores de, eu diria, de aceleração, não é? Aceleração e ao mesmo tempo de, eu diria, uma certa excitação: excitação ocular e também de motivação. Tudo contribui para que rapidamente o processo se desenvolva. Está sempre presente. Em todos os projetos não há nenhum pormenor em que o desenho não esteja presente, não é?

**Dá muito que pensar, é uma forma, é um processo. Vejo muitas vezes também com os meus alunos que lhes custa muito passarem para o desenhar...**

Sim.

**...E pensam muito e rapidamente avançam para o computador...**

Exato, Exato.

**...E acho que lhes faz falta muitas vezes esse processo de reflexão com o desenho e isso...**

Porque quando... A questão do processo... Portanto isto precisa de etapas. Precisa de queimar etapas. Ou seja, é evolutiva e também vive do fenómeno científico que é: tentativa-erro, tentativa-erro, tentativa-erro. Quando há, digamos, esta passagem automática entre aquilo que pensamos e aquilo que vamos executar como solução final, deixa-se para trás um conjunto de explorações, de etapas, de desenhos, de esboços, que são tão ou mais ricos

que podem-nos levar para outro campo. E, efetivamente, o desenho é um dispositivo muito rápido, muito acessível. Eu diria que é quase que orgânico, não é? Ou seja, é uma coisa que rapidamente todos podemos ver e perceber uma ideia, enquanto que partir da ideia rapidamente para uma execução imediata parece que se queimam etapas, parece que se parte diretamente e rapidamente pra a solução final, quando no intermédio há tanta matéria que pode ser interessante para todo o percurso.

**Sim e acaba por se ignorar uma quantidade de... É o que estava a dizer: acaba por se ignorar uma quantidade enorme de possibilidades que existiam...**

Sim.

**... E que eram tão válidas como aquela que foi selecionada, à partida, por uma questão de, não se sabe o quê, não é? Portanto, não há quase uma reflexão. Já que temos um bocado a avançar também (...) do processo, eu gostaria também que nos falasse um bocado agora de... Não é preciso estender muito, mas falar um bocadinho sobre essa ideia de... Desde o momento em que é convidado para assumir um projeto, quais são os passos que tem? Ou seja, a relação com o cliente... Quais são os passos que realmente efetua, se é que existe, se é que está isto mais ou menos estruturado ou é...? Tem essa metodologia que utiliza sempre – porque às vezes poderá utilizar sempre uma metodologia mesmo, mas geralmente deve haver uma linha que pode seguir com desvios. Era um bocado para perceber melhor isso, ou seja, tem um cliente, depois provavelmente faz o *briefing*... Que lhe dá o *briefing* para pensar, depois (...) os vossos. Como é que isso funciona? Até à produção, no fundo.**

Sim, sim. Eu diria que não temos um modelo rígido sob o ponto de vista metodológico. Agora, há determinados tipos de princípios que nós cumprimos. É óbvio que isto é tem a ver com uma questão autoral, ou seja, tem a ver com a forma como eu vejo o próprio processo. E, sem dúvida nenhuma que, recebendo o *briefing* ou construindo o *briefing* em conjunto ou não tendo *briefing*, o processo começa sempre, sempre pela identificação do problema (uma identificação muito clara do problema) e, imediatamente a seguir, tentar encontrar equipas multidisciplinares que nos ajudem a responder a esse problema. Isto é fundamental. Por exemplo, e eu vou dar

um exemplo concreto, nós trabalhamos para a Quinta dos Murças do Esporão e eu pedi autorização ao Esporão para construir uma pequena equipa à volta daquilo que seria a primeira equipa a trabalhar na identidade dessa própria Quinta. Pedi autorização para contratar um historiador, pedi autorização para contratar um documentalista, pedi autorização para contratar um geógrafo, para falarmos com o enólogo, para falarmos com o diretor agrícola, e, obviamente também, a equipa de designers. E isto eu acredito porque quem fala, quem sabe ver a terra tem elementos a aportar para o projeto: quem trabalha a terra tem elementos a aportar, portanto, fruto deste conjunto de saberes. E, por vezes, até recorro a personagens um bocadinho mais externas ao núcleo do projeto, somos motivados a fazer um trabalho diferente. O espectro de análise é muito maior, não é? E sem dúvida nenhuma que estão ancorados em muitas das respostas. No caso da Quinta dos Murças, como vocês veem, há aqui uma fonte de informação que é determinante para a imagem da Quinta dos Murças que advém do facto da quinta ser a primeira quinta no Douro e ter as primeiras vinhas ao alto e não por socalcos. É isso que determina, digamos, a grande novidade da própria quinta, senão seria uma quinta muito parecida com outras. Ou poderia haver, digamos, outros elementos que a caracterizassem como, sei lá, a sua própria geografia ou grafia, etc. Mas esse elemento foi determinante para o desenho, portanto, no processo, na origem, construção de equipas multidisciplinares e depois isso ajuda a definir o *briefing*, ajuda a fechar o *briefing*, a afiná-lo e depois há uma outra... Há um outro processo que, também, nós pomos em prática que é... Eu gosto muito da dialética que é: tentarmos construir soluções que se opõem – uma desenvolve-se sob o ponto de vista mais emocional, outra sob o ponto de vista mais racional. Elas não são conflituosas, elas são complementares e, ao mesmo tempo é uma só, não é?

#### Sim.

É lógico que ao longo dos anos estes processos vão-se agudizando, ou seja, com a experiência, com o saber, com o sucesso – olha a verdade – vamos colocando, mais e mais, isto em prática e cumprindo etapas. Fazemos, aquilo que eu chamo, mesas de negociações com o encomendador, digamos assim, ou quem define o programa da encomenda. Vamos construindo com eles, ou com ele, neste caso, se pensarmos no cliente, digamos

assim, vamos construindo com ele a solução final. E o processo do estúdio vive muito à volta disto, portanto, não há aqui aquela velha máxima de que é preciso fazer dez esboços ou vinte ou duas pra chegar a uma conclusão, porque? Porque crescemos em conjunto: a formação de um projeto, a construção de um projeto é em conjunto. É muito importante nós pensarmos se os designers estiverem atentos (jovens designers) pensarmos que estamos a trabalhar para alguém que habita a casa. Não somos nós. A casa não é nossa. É muito importante pensar em quem efetivamente habita a casa e ir ao encontro desse desejo, que é o grande desígnio do Design. Eu acho que quanto mais poderosos nós formos nesta questão, maior a eficácia teu o próprio projeto, não é? E o processo é assim. Portanto, basicamente é assim. Esforçamo-nos muito para que não haja espaço para a suposição, isto é, para que se perceba bem – e eu digo isto de uma forma também muito sintetizada – é reduzirmos ao máximo a abstração naquilo que queremos comunicar, ponho em prática a expressão inglesa, “what you see is what you get”: portanto, tudo aquilo que um cliente vê em termos de produção é rigorosamente aquilo que vai ter no final. Isto implica, sob o ponto de vista financeiro, esforço, mas implica, também, conhecimento tecnológico. Ou seja, nós sabemos como é que podemos produzir todos os artefactos, como é que podemos dar corpo à comunicação mas isto para o projeto, para o processo, torna-se extremamente útil porque não há, por parte de quem vê o projeto, o desenho ou a suposição do que é que ele poderia ser, não é? Isto é determinante porque nós temos o projeto na nossa cabeça e a forma mais pura de o fazermos passar é através da construção de artefactos que são exatamente iguais às reais, ou seja, o que eu chamo quase de anteprojecto. E nesse aspeto, nós investimos muito tempo, muito dinheiro mas também muito cuidado, não é? Basicamente é assim que trabalhamos em quase todos os projetos.

**Ou seja, só para ver se entendi bem: vocês criam uma equipa multidisciplinar onde também o cliente muitas vezes também está envolvido nesse projeto...**

Não, “tá” sempre.

**Pronto, ok. “Tá” sempre. É isso... Foi isso que eu entendi então, pronto.**

O cliente faz parte da equipa multidisciplinar...

**Pronto, e nessa discussão...**

...Com mais do que um elemento às vezes.

**Sim, e nessa discussão...**

Eu naquele grupo que referi, sei lá, faltou a parte... A administração do Esporão, estava representada, a direção de marketing também, não é? A enologia, portanto, a componente do cliente... A fatia é enorme, não é?

**Que vos acompanha durante todo o processo, ou seja, há um diálogo constante...**

Constante.

**Constante.**

Constante, constante.

**E na apresentação da proposta... A apresentação da proposta então é esta fase, não é? Ou seja, vocês chegam com uma proposta... Chegam com duas propostas, pelo que eu percebi é...**

Ó João, a apresentação da proposta não existe. A apresentação da proposta é a construção da própria proposta, ou seja, nós não temos aquele momento em que, e quase que teatralizando: "Tcharan! Tá aqui a proposta".

**Pois.**

Quer dizer, esse momento não existe.

**Todo esse é um momento... Tudo isso...**

Tudo isso é um momento contínuo, quer dizer...

**Pois, "tcharan" é desde o início até ao fim, não é?**

É. Por isso é que eu digo: nós temos várias mesas de negociação.

**Pois.**

O cliente vai fazendo parte do processo e isso é que é especial, porque ele não se sente frente a frente, ele não

se sente à frente. Ele está ao lado, ele cresce connosco, e é por isso que chegamos à solução e não às soluções, não é? Temos, penso eu, um grau de sucesso, relativamente a esta metodologia, muito elevado: muito elevado porque, seria quase que incoerente chegar ao final, sendo o cliente parceiro e dizer: "Olhe, não é isto que eu queria".

**Pois.**

Ele já faz parte do próprio processo, e isso é fundamental: convidá-lo a fazer parte do processo e isso gera um sentimento de pertença sobre o próprio produto, o próprio processo, o próprio projeto. E é relevante. Não há aqui imposição. Para chegar a isto tudo é preciso, acho eu, muita experiência, muita maturidade e, penso que, estratégia também. Há, também, uma outra questão que eu acho que é importante em todo o processo e, ponho em prática. Parece simples mas é extremamente complexo: eu não trabalho pra designers. Ponto. Eu não trabalho pra designers, eu trabalho, efetivamente, para quem define a encomenda, e isso é muito importante. É, talvez, simples, a expressão, mas é extremamente complexa de pôr em prática porque, é o que eu reconheço nos meus pares: a grande maioria trabalha pra designers, não trabalha para quem define o programa da encomenda.

**Pois. Quando estava a referir que nós temos que trabalhar pra quem habita a casa, era exatamente isto, não é? Quer dizer...**

Sim, sim, sim, sim.

(...)

Mas a gula é mais forte do que a vontade de... Ou seja, a capacidade para controlar essa mesma vontade, não é? É muito mais forte.

**E depois há uma forma... Mas há uma altura em que, quando diz que vai... Apresenta o produto final, não é? Tipo, chega com...no caso das Murças, se for um rótulo, apresenta o rótulo na própria garrafa, não é? É apresentado ao cliente, ou seja, ele já está... É a forma de... Quando, não havendo um momento "tcharan" vai haver um momento em que realmente ele conhece a proposta, ou vai conhecendo, mas...**

Vai conhecendo, é tudo em etapas.

**Ok.**

Não há um momento em que: “está aqui uma grande novidade”...

**Sim, sim.**

... Porque antes disso houve o desenho.

**Mas há um protótipo, não é?**

Antes disso, João, há desenho. Há o desenho, há o esboço. Mais uma vez, há uma redução da abstração. Ou seja, eu desenho com os clientes, eu construo com os clientes porque queimam-se etapas muito rapidamente.

**E isso é feito em reunião?**

É feito em reunião!

**Ou seja, estamos... Estou eu, chego aqui e sou cliente e pergunto-lhe: “Olhe, precisava de um trabalho”. E começa já a esboçar ou...?**

Não, não. Começo logo... Ou seja, não, é óbvio que não...

**Somos só...**

Sim, sim. (Risos) Seria... Acho que aí seria um mágico, não é?

**Sim.**

Atenção que eu acho que é preciso construir um território e essa construção desse território é motivacional, ou seja, é aí... Por isso é que eu chamo mais pessoas à volta desta mesa. Sentamo-nos e discutimos, cada um faz o seu trabalho de casa e aporta com as suas conclusões. A partir daí é que eu acho que rapidamente conseguimos chegar aos primeiros desenhos, não é? Se bem que – e estamos perante uma plateia de designers, não é? – basta um estímulo qualquer e nós começamos automaticamente a... Podemos estar aqui a fazer um discurso mas há uma parte das nossas células cá de cima, que são disponibilizadas, automaticamente, para começar a

pensar no assunto, e conseguimos fazer isso muito facilmente, portanto... E quanto maior é o estímulo, quanto maior é o desafio, “pá”, eu acho que maior é a rapidez com que nos agarramos ao trabalho.

**Sim.**

E muitas vezes, as soluções que são as mais felizes, porque a ideia é momentânea... A grande questão, a ideia é momentânea. Todo o processo a seguir é feito só pra testar a eficácia dessa ideia, todo! Portanto, quantas vezes a ideia não surge nessas primeiras reuniões, fruto de um bom *briefing*, de um bom *input*, e eu entendo que é crucial também e é extremamente gratificante trabalhar com pessoas inteligentes e com objetivos muito bem definidos. E isso é meio caminho andado para o sucesso.

**E confesso que também, ou seja, e... Lá está, as pessoas inteligentes acabam por aceitar fazer parte de uma equipa, não é?**

Claro.

**...Porque se colocam na parte do cliente e à espera que surja do outro lado, não é?**

Depois, naturalmente, isto é um processo *win-win*, não é? Isto, eu digo muitas vezes, é como na vida pessoal: da mesma forma que uma pessoa se construir a sua vida pessoal bem, com valores, tudo cresce, não é? “Pá”, é tudo... Começas a conhecer boas pessoas (*ri-se*), ou seja, parece que a vida ganha outra luz, o contrário também é verdade, ou seja, se uma pessoa assenta a sua vida, “pá”, em relações, “pá”, de falta de ética, de verdade, aquilo é uma espiral negativa. Eu acho que no trabalho é a mesma coisa, ou seja, se nós en... Eu acho muitas vezes... Eu defino-me muito como espiral positiva/negativa: se entrarmos na espiral positiva o trabalho ganha imenso. A nossa vida pessoal é a mesma coisa: se tivermos os mesmos pilares, transferindo pessoal-profissional, as coisas acabam sempre por resultar. É a mesmíssima coisa, sendo que as tais espirais são positivas ou negativas. “Pá”, sendo positivas os resultados são fabulosos, não é? As pessoas são estimulantes, trabalha-se com valores muito ligados à ética, não é? É só coisas boas, não é?

**E é fácil ganhar a confiança ao cliente? Ou seja, um cliente que chegue aqui que já sendo confrontado com este tipo**

**de processo, é fácil ganhar a confiança? É uma construção também isto...**

É.

**... que vai fazendo, não é?**

Todos os clientes, analisando o portfólio do estúdio, reconhecem-nos a autoridade, ou seja, a autoridade pelo mérito: reconhecem os projetos, identificam-se. Os prémios ajudam a credibilizar essa autoridade, mas – e há aqui um “mas” – a confiança só é estabelecida quando toda essa análise é transferida para o seu próprio projeto. Ok, ou seja, tudo funciona mas tem que ser provado no seu próprio caso, não é? Então aí, sim, a confiança está instalada e, lá está, mais uma vez, a metáfora espiral entra na espiral positiva, não é? Tudo ajuda, não é? Tudo ajuda.

**Em termos de processo, pronto... Para perceber depois a produção gráfica, acompanha-os pela base gráfica, costuma ter esse cuidado de...**

Todos.

**Todos, não é?**

Todos. Isso é outra das questões que também caracteriza o estúdio, lá está, agora vou atrás, vou beber à minha formação. Ou seja, pelo facto de ter crescido numa década, ou charneira, onde há passagem para a fotocomposição, onde há um interesse pela impressão... Eu na altura, dizia que era um bocadinho “bicho das artes” – “rato das artes gráficas”, porque passava os meus dias, enquanto estudante, nas gráficas. Eu queria perceber como é que se imprimia, como é que se trabalhavam fotolitos, etc. O que fez de mim um designer curioso pela técnica e faz com que também os trabalhos sejam todos controlados ao detalhe. Relativamente ao processo, – e isto é um transvasamento do processo para a parte do controlo técnico – no processo gostamos de dar importância ao detalhe. Eu digo mais até: é o controle do detalhe sobre o detalhe, e isso acontece também sobre na impressão. Obviamente que estou a colher também frutos dos anos que passei na, digamos, na indústria, não é? E também da minha inquietude, ou seja, eu sempre gostei de ir a congressos mas uma das coisas que faço – e revelo para este registo – eu vou muitas vezes a feiras industriais, ligadas à impressão. Não vou fazer

rigorosamente nada, não vou comprar máquina nenhuma, apenas vou observar, vou à Imprint, à Drup, à Ipax, vou a muitas feiras. Tiro um dia ou dois dias e vou passear, vou passear para perceber as novas tendências, os protótipos, etc. Eu recordo-me que vi, na década de oitenta, a primeira máquina digital do mundo em Birmingham, numa feira e parecia a bolsa de Nova Iorque. “Pá”, mas pronto, fiquei desde essa altura a perceber que, mais cedo ou mais tarde, o digital/industrial estava aí e hoje em dia é o que se sabe. Isto faz de mim – e isto não estou aqui a fazer um efeito pavão sobre as minhas capacidades, mas, sendo curioso, – um conhecedor e faz com que também aquilo que se faça em termos de produção final seja controlado. Eu acho que faz parte também do fecho de ciclo: o designer que não está interessado em controlar o processo não é um designer, à partida, cuidadoso com os detalhes, porque tudo pode correr bem e tudo pode correr mal. Ou seja, isto parece uma grande verdade mas o que eu quero dizer com isto é que todo o projeto pode ser bem controlado, mas se não for controlado na parte em que os outros o executam – e acho que a ideia mais rica é esta – deitamos tudo a perder sobre o que nós conquistámos. E quantas vezes isso não acontece? E quantas vezes isso não acontece, mesmo seguindo protocolo, não é? Nesse aspeto, nós também seguimos protocolo de execução de trabalhos com provas, contra provas, etc., etc., não é?

**Mas muitas vezes também é na boca da máquina que a coisa se...**

Sim, sim.

**...resolve.**

Quantas vezes isso não acontece e quantas vezes é preciso dar mérito ao impressor que está ali à frente, todos os dias, e que, por sabedoria própria, consegue valorizar o trabalho, não é? Quantas vezes eu felicitei impressores porque conseguiram ver mais longe do que eu, tecnicamente, como é que um trabalho resultava e, obviamente, com toda a humildade, validei o que me apresentavam, não é?

**Quais os seus trabalhos mais representativos, ou seja, exemplificativos deste processo criativo? Já falou da Quinta das Murças mas que outros trabalhos é que poderemos...**



Ui, tantos! Eu diria que são quase todos e depois há aqui aqueles que são mais mediáticos e aqueles que são menos mediáticos, não é? Assim num grosso, num primeiro *pull* de trabalhos eu diria que, todos eles são construídos debaixo deste mesmo processo. Mas, por exemplo, a imagem da cidade do Porto, obviamente que é a mais fresca, não é? Mas eu não me posso esquecer, por exemplo, da reformulação gráfica da Fundação Calouste Gulbenkian há dez anos, doze anos, isso foi empolgante. Ou o Esporão há oito anos, e continua a ser, continuo a dizer que passado oito anos é um trabalho que é entusiasmante e me deixa feliz, ou seja, que realmente me entusiasma, não é? A reformulação gráfica da Casa da Moeda, as dezenas de selos que fiz para os correios: dezenas e dezenas de selos. Mas eu estou a ser injusto com isto porque esqueço-me, por exemplo, de um projeto ao qual estive ligado que é um jornal regional, o “Região de Leiria”. “Pá”, foi um momento de extrema felicidade profissional porque é um trabalho sem meios: sem meios sob o ponto de vista das fontes, imagens, etc. Mas uma equipa disponível, jovem, foram momentos incríveis. A adrenalina do fecho do jornal...

**Eu lembro-me disso, até acho que tenho lá um (...) quando redesenhou. Aquilo já foi redesenhado outra vez, não já?**

Foi, foi, foi. Mas de qualquer das formas, a ousadia da nossa proposta, a formação do departamento gráfico, a definição de regras, à data, eu acho que no futuro vai ser uma – *(ri-se)* – boa referência para aquilo que é o Design na imprensa regional portuguesa.

**Pois, porque aquilo deixou (...) jornal quando o Eduardo desenhou, ou redesenhou... Aquilo parecia um jornal, não regional, mas já tinha um aspeto muito mais nacional do que propriamente regional, deu-lhe ali um caráter muito menos... Porque os regionais são todos muito mais antigos, é tudo muito mais arcaico...**

Não, eu acho que há uma ausência de massa crítica num jornal regional, ou seja, as fontes são todas muito confinadas a um determinado meio. Portanto, não há ali espaço para a crítica e até para a capacidade criativa, não é? E, quer dizer, naquele caso tudo funcionou, “pá”, tudo! Foi uma coisa... Lá está, são trabalhos que se eu não referir ficam um bocadinho no esquecimento mas estou a ser injusto pra outros, “pá”, estou a ser injusto pra outros porque são tantos, tantos, tantos, são...

**Há assim algum que seja exemplificativo do exatamente o oposto, do processo que não seguiu estes determinados... Determinado processo e que...**

Há mas eu penso que não seria eticamente correto estar aqui a enuncia-los...

**Ok. (Ri-se)**

Há muitos outros, não é? Há projetos, há processos, que eu próprio, digamos, desisti deles. Não quero que estas minhas declarações sejam interpretadas como de arrogância ou de soberba ou o que seja mas, na minha vida profissional, tenho tido casos em que chego à conclusão que não é possível funcionar este modelo e abdicar deles.

**Sim.**

Eu acho que isto também é um bocadinho a chave para o sucesso, sinceramente: é saber dizer “não”. Por isso é que eu digo que esta questão da vida profissional e pessoal tem a ver com... “Tá” muito interligada, ou seja, se nós tivermos valores pessoais, a espiral positiva começa a crescer e a mesma coisa na parte profissional. Se nós soubermos dizer “não”, se soubermos identificar, enfim, processos menos claros, acaba-se tudo por resolver. Parece que nos estamos a destruir mas não, estamos a construir, não é? Há um efeito quase que paradoxal no meio desta atitude, tipo, uma pessoa diz: “eh pá, estou a deitar fora um cliente”. À partida poder-se-á pensar nisso. Não, não! Está-se a ganhar respeito, e, provavelmente, a ganhar, digamos, posição e a ganhar o cliente doutra maneira. Porque já tem acontecido, voltam passado anos com... Voltam, voltam.

**Pois. E com outra postura também.**

Com outra postura! E isso é uma capacidade que tenho vindo a desenvolver ao longo dos anos com a experiência, é a capacidade de focar, não é? Vocês estão a filmar com máquinas a capacidade de focar o que é que está à minha volta. Ou seja, cada vez percebo, e retirem toda a carga, enfim, de “pavonice” que isto pode ter, não é? Aquilo que está à minha volta e o que é que vai acontecer, digamos assim. Fruto da observância da vida, não é? E das circunstâncias.

**Está atento ao Design Gráfico que se faz em Portugal?**

Estou. Não sou um obcecado por aquilo que se faz em Portugal, não é? Mas estou atento. “Tou” atento.

**E como é que define esta evolução? Ou seja, em que...  
Passou por ela, não é? Desde em que se assume...  
De se assumir o Design enquanto uma disciplina  
independente das Artes Plásticas ou da Arquitetura,  
define-se... Como é que...**

Como é que...?

**A evolução do Design em Portugal, ou seja, desde que se começa a definir ou...?**

Olhe, eu estabeleço um paralelismo com aquilo que é a evolução do Design nos últimos trinta, quarenta... Trinta anos em Portugal e também fora de portas, não é? E acho que nós estamos, talvez, com um *delay* que eu diria... Hoje praticamente... Vamos tentar materializar, com um *delay* de um ano ou talvez – “tou” a ser um bocado injusto – seis meses em relação àquilo que poderá ser a investigação de ponta já no Design. E digo isto porque ouço essa informação, de tal maneira, rápido, como todos sabemos, que não nos podemos escudar nesta sempre eterna questão de não termos acesso à informação. Portanto, temos. Eu acho é que temos esta questão idiossincrática que é... De latinos, há aqui uma espécie de inércia... Esta idiossincrasia latina de haver uma certa inércia que nos faz, lá está, posicionar... E tento definir temporalmente neste ano de... Um ano de *delay* em relação àquilo que é (ou poderá ser) o Design de vanguarda. Mas é uma falta questão. Mas é uma falsa questão. Eu acho que se produz hoje em Portugal bons projetos de Design: são multidisciplinares, são transversais também. As pessoas são curiosas, acho que são curiosas. Eu tenho visto muitos talentos, muitos talentos. Há esta adversidade de acumular, de combinarmos um excesso de oferta com um país em crise, portanto, e isso é particularmente grave, mas acho que apesar de nós termos o tal *delay*, e o facto desta inércia, mas somos por outro lado extremamente criativos, extremamente criativos. Não posso, estando atento, que haja aqui um efeito de Design Português. Não há. Ou seja, não posso dizer... Nem sequer o posso reconhecer. Acho, sim, e declaro, é que por vezes somos... Ou vejo esta nova geração de Designers a responder mais àquilo que é a referência do momento, ou seja, é um bocadinho “seguidista”, isso eu noto. E muitas vezes,

por, eu diria, respostas que a mim particularmente não me seduzem, às vezes dou-me conta que fazem projetos que são mesmo, a palavra, vou dizer em inglês, *ugly*. Quer dizer, parece que é a apologia do feio, parece que é mesmo... Tem que ficar uma coisa mesmo desconfortável para ser interessante. Eu não concordo nada com isso. A palavra Design, no alemão, diz-se Gestalt, e Gestalt é “boa forma”, a boa forma é aquela solução que produz conforto no leitor, e não o contrário, e eu muitas vezes acho que as novas gerações vão atrás dessas novas tendências e, francamente, não me revejo nesse tipo de linguagens. Já admito é que quando alguém pratica esse tipo de Design, se o fizer de uma forma cerebral, de modo a que haja várias espessuras e que eu perceba que aquilo não é fruto do imediatismo, eu digo: “Ok. Há aqui efetivamente trabalho, há trabalho pensado, há uma intenção e vale a pena realmente observar”. Agora, *flat design, ugly*, pá, não é uma coisa que, sinceramente, me seduza e acho que se resvala facilmente para este tipo de soluções, não é?

**E como é que olha para o futuro do Design em Portugal?  
Do Design Gráfico em Portugal? Como é que olha para o futuro?**

O Design também existe para ser uma peça para gerar valor e para criar diferenciação. Estando num país como este, na fase em que está, em que a única solução é crescer – porque acho que já batemos no fundo ou, se não batemos no fundo, estamos realmente tramados, não é? – eu só posso pensar e admitir que o design é uma peça chave para resolução dos muitos problemas que esta sociedade, neste momento, atravessa. Portanto, com um pensamento positivo, com a acutilância, com vontade, com energia, com talento, com entrega, eu só posso pensar que o futuro do Design Gráfico, não é brilhante. Mas só posso pensar que quem realmente quiser pôr mãos à obra, acho que o consegue fazer, honestamente. É lógico que, tal como eu há bocado disse, que eu não trabalho para designers, trabalho para clientes – que parece ser uma coisa fácil mas não é – também esta questão, de que é preciso pôr mãos à obra, parece efetivamente uma expressão muito fácil mas é muito complexa, é muito complexa. Demora tempo, as pessoas têm que ter paciência, não é de um momento para o outro que um designer é formado, não é? Acho que tem que cumprir etapas, efetivamente. Também aqui há uma certa vertigem, ou seja, o designer, o jovem designer, quer rapidamente ter o seu nome no estúdio e acho que é

preciso queimar etapas, não é? Queimar ou não, ou seja, percorrê-las! Portanto, eu tenho que dar uma mensagem, sendo professor, dirigindo um estúdio, tenho que dar uma mensagem, “pá”, positiva, não é? E sobretudo num momento em que Design, hoje em dia, não tem só aquela componente operacional, o Design, hoje em dia, tem uma componente estratégica. E se nós enveredarmos também por essa questão estratégica vamos estar mais perto de quem decide. Ou seja, quem decide vai precisar mais de nós enquanto disciplina motivadora, enquanto disciplina disciplinadora também, portanto, basta muitas vezes centrarmos a nossa própria atividade que as situações estão aí, não é?

**Pronto, está. Já está cumprido. Obrigado. (Ri-se)**



## Anexo 32

### Entrevista em vídeo com António Modesto

**Entevistado:** António Modesto

**Entevistador:** João Tiago Santos

17 fev 2016

**Duração:** ±2h

**Pronto, se estiver, podemos começar?**

Podemos.

**Então, a apresentação era o nome, a idade e a origem e depois a seguir o percurso académico.**

Posso?

**Sim.**

Chamo-me António Modesto, nasci em 1957, portanto, tenho quase sessenta anos. Fiz há dias cinquenta e nove. Nasci numa aldeia muito pequena da Beira Alta, no meio rural portanto, embora os meus pais fossem ligados à parte comercial: tinham um negócio local, um “Continente” em forma pequena. Tínhamos tudo. Eu digo isto, porque de facto dá-me referências desde esse tempo de infância, depois para a minha profissão futura, não é? E vim para o Porto – mais propriamente para Gaia – com dez anos portanto, para estudar, já que lá não havia nada a não ser escola primária. Fiz já o ensino, na altura o secundário, que se chamava assim aqui em Vila Nova de Gaia e, terminado o liceu, o antigo sétimo ano (hoje é o décimo segundo), entrei na Faculdade de Belas Artes. Desde pequeno que gostaria e saberia que a minha atividade futura iria estar ligada a não saber bem o quê, mas que desenho era. Toda a gente achava que eu desenhava muito bem, desde o padre até à família, todos me davam muitos incentivos e muitos parabéns... E isso tudo ajuda a que o ego, a nossa posição, digamos assim, na forma de estar, tente ser a que mais é valorizada pela Sociedade e, naturalmente eu achava que agradava às pessoas fazendo desenhos e naturalmente também, fui cultivando cada vez mais essa

prática e esse gosto. Pronto, quando entrei nas Belas Artes, de facto não sabia ainda que havia um curso de design. Bem, também houve uma altura em que a visitei entre a arquitetura. Cedo, achei que de facto havia arquitetura e artes plásticas: a pintura, a escultura. Embora as artes plásticas não sabia muito bem. Design de todo, não é? Aliás, a própria escola quando andava no liceu nem tinha sequer, nem o termo era usado. Mas como nunca fui um bom aluno, nunca consegui ser bom aluno a matemática, tirando a escola primária, depois passava o tempo todo nos cadernos a desenhar e a fazer desenhos e portanto, foi-me logo eliminada a opção de arquitetura porque tinha que fazer, na altura, o sexto e o sétimo ano com matemática e eu não ia conseguir, portanto logo no quinto ano eu achei que estava resolvido o problema – eu iria para as Belas Artes, mas para as áreas que não arquitetura e que, nesse caso, seria a pintura e a escultura. Nem sabia que lá chegando se chamava “artes plásticas”. Portanto, foi onde eu me inscrevi. Só que acontece que gostava muito já de capas de livros e agora vou referir outra vez: eu comecei a desenhar letras ainda antes de entrar na escola primária. Eu sabia fazer as letras de imprensa, como se chamava na altura, porque eu copiava os rótulos da minha mercearia: massa, arroz, portanto eu até senti uma certa dificuldade na escola primária passar daquela letra tipográfica para a letra manuscrita. E vejo até aí o início do design gráfico, do gostar muito dessas coisas que não sabia que era design gráfico, mas que metia capas de livros, de rótulos, das próprias embalagens, etc. Cheguei lá à escola, embora também no liceu cultivasse já um gosto muito grande, era eu que fazia o jornal do liceu e tinha um logotipo já à moda dos *Doors*, as letras eram copiadíssimas daquele logo dos *Doors*. E eu fazia a paginação toda do jornal à mão, não é? Portanto, esse gosto de cultivar... Via as capas da editora

Inova e achava sempre delicioso aquele... Quem fazia aquilo, não é? Muitas vezes eram ilustradas com desenhos do Zé Rodrigues, outras vezes do Armando Lopes, mas apreciava já muito. Também já comprava livros ligados à banda desenhada, portanto, digamos que é natural que quando cheguei às Belas Artes e vi que havia um curso de design de comunicação hesitei muito. E mesmo o termo, era design de comunicação/arte gráfica. Tinha aberto no ano anterior a eu entrar. Eu tinha entrei em 1977/ 1978 e o curso tinha aberto em 1976/ 1977. Fiquei assim um bocado intrigado, eu gostava também muito disto. “Como é que eu vou fazer?”. Bom, o que é certo é que me inscrevi em artes plásticas com a vertente de pintura e inscrevi-me nas cadeiras de design. E ninguém disse nada, que não podia. Eu fiz o primeiro ano das duas, havia só uma cadeira que era diferente, que era Introdução à Fotografia ou Registo Fotográfico e não sei quê. Depois no segundo ano já fui aluno do Professor Jorge Afonso, fiz design gráfico à noite. Portanto de dia estava em pintura, à noite estava... Até que cheguei ao terceiro ano e já não podia continuar junto e pronto, então optei e optei pela pintura, porque sempre gostei muito de desenho e o desenho foi muito influente. E na altura, o curso de design era muito insípido em relação ao desenho por exemplo, era uma espécie de uma opção radical, mas lá está, também é a influência de alguns professores. Era o substituir muitas vezes a parte do desenho e da ilustração pela fotografia. E eu como não era por aí além adepto só de fotografia pronto, acabei por desistir do outro e continuei com pintura e foi isso. Mas, mal terminei o curso... Aliás, continuei a trabalhar também em design gráfico nos meus primeiros empregos, também me esqueci de referenciar isso. Eu antes de entrar nas Belas Artes houve um ano de serviço cívico, que nós não... Pronto, na altura com a Revolução não se podia entrar logo e os alunos do secundário eram obrigados a dar um ano ao Estado, fazendo serviço à Comunidade. Eu até achava isto interessante, só que não me atribuíram nada a mim, eu sei lá porquê... E eu passava as tardes no café a desenhar e um dia o Jaime Azinheira – até faleceu há pouco tempo – viu os meus desenhos e disse: “Ai, eu vou-te apresentar à Zita Areal. Podes ilustrar lá uns livros e tal, que eu também estou a ilustrar e já estou farto e não sei quê”. Ele indicou-me e, portanto antes de entrar nas Belas Artes comecei a ilustrar livros didáticos e depois a fazer até paginações e durante todo o curso, entretanto os meus pais tinham falecido e eu... Não havia grandes recursos económicos e eu acabei por me autossustentar trabalhando também em

ilustração e fazendo, portanto trabalhos para as editoras, principalmente a Asa e para outras editoras pequenas do Porto. Portanto, estive ligado à edição, fazia trabalhos gráficos, também já tinha tido um grande contacto com a parte gráfica através daquilo que era a atividade política. Eu sempre fui muito empenhado na atividade política, hoje menos, mas na altura, antes do 25 de abril, eu no liceu já fazia parte de um movimento contra o regime e lembro-me de, quando veio o 25 de abril, ser uma festa para mim, não é? Tinha dezassete anos e portanto nesses anos a seguir não estudava muito, andava sempre a fazer autocolantes para a Associação de Moradores de não sei de onde – se não era de Massarelos era daqui – fazia cartazes que eram precisos para os comícios, para as festas, para aquelas coisas todas. Passa às vezes por mim ainda uma carrinha há mais de quarenta anos que ainda tem o logotipo da associação de deficientes da APPC aqui de Gaia e ainda fui eu que fiz aquele... Que eu vejo atrás no carro, portanto acho curioso que esta minha atividade de designer anónimo, aliás nem se podia sequer assinar nada até... Não é que fosse esse o interesse, mas era até quase ultrajante alguém dizer: “Eu sou o autor daquilo”. Aquilo é para a comunidade e portanto, esse espírito fez-me bem também e isso serviu-me de sustentação de ideais que eu acho que ainda partilho hoje no design, não é? Que muitas vezes são de serviço e não são tão doutorais, também acho que tenho essas referências desse tempo.

**O design, na altura em que entra no curso, não era conhecido, ninguém sabia o que era um designer...**

Posso? No início, quando entrei no liceu, eu acho que a palavra, não tinha certeza de a ter ouvido, não era comum. Embora já existisse eu acho que... Depois tive conhecimento que houve uma exposição (tenho inclusivamente o catálogo) em 1971 e 1972, nacional de design em Lisboa, mas isso não me chegava. O que era vulgar e eu quando comprava esses livros da Inova, quando tinha, digamos, já algum prazer em ver não só o conteúdo mas a forma, estávamos a falar de artes gráficas, no fundo. O Armando Alves eu já conhecia, sabia que ele era o que dirigia a editora Inova, sabia que aquilo era bem feito, era pelo Armando Alves ou, depois mais tarde, um bocado também pelo João Machado, mas era sempre arranjo gráfico do Armando Alves. Eu ia ver o cólofon, ia ver (...). Portanto, não era assim um termo que fosse de uso comum, nem os meus professores de educação em

visual ou assim na altura do liceu, na altura de desenho, me falavam nisso. Pronto, quando entrei nas Belas Artes foi o primeiro grande contacto e, mesmo assim, ainda era o termo “design de comunicação/arte gráfica”, ou seja, a especificidade das artes gráficas... Mas depois foi vulgar e também temos que perceber que em Portugal, também não conseguimos ver com facilidade música *pop*, não é? A televisão não passava. Portanto, se não passava música *pop* também não passava coisas com esse palavrão “design”, não é? Quanto muito fandango, nós ouvimos todos os domingos o Pedro Homem de Melo com o rancho folclórico e um bocado de etnografia e isso tudo. O fado da Amália estava lá sempre. Nós não gostávamos nada de fado porque essa enchente, quando eu era jovem queria ver coisas *pop*, que já via pelas esquinas ou por vias travessas, porque de facto tinha a possibilidade de mais informação exatamente até pelas minhas relações de política, etc, dos grupos que eu frequentava, já tinha acesso a coisas que o comum não tinha. Portanto, é normal que essa abertura que o país não tinha também não se desse em relação ao design e depois do 25 de abril foi o “boom”, quer dizer, as coisas vieram todas: os *Monty Python* apareceram e foi uma coqueluche, quer dizer... Tudo isso tem a ver exatamente com o próprio sistema do regime, não é? O termo não era vulgar, mas já procuramos e vemos de que já há artigos... Ainda depois houve um certa indefinição mas isso já são coisas que eu, *a posteriori*, é que vim a saber, não é? Que o termo “estética industrial” foi ainda ensaiado, até surgiu uma revista em Portugal que se chamou assim, não é? O “estética industrial”, porquê? Porque os franceses também andaram durante muito tempo com o problema do termo e não queriam adotar o termo inglês... São mais chauvinistas, quer dizer que são os chauvinistas por causa do termo. (*ri-se*) Nunca quiseram arranjar um termo próprio e andaram até nessa batalha, digamos assim, e durante muito tempo tentaram impor o design *industriel*. E aí, de facto, é tão complicado que acabaram por desistir e aceitar o termo “design” e portanto, daí que depois em Portugal essa influência francesa que se manteve até o 25 de abril de forma bastante intensa a ponto de eu saber mais hoje francês do que inglês, não é? Hoje já não pratico muito mas sempre aprendi mais em... Portanto, essa ideia da estética industrial ainda... Também se discutiu, mas penso que já houve artigos que saíram no jornal diário, o DCN e essa gente já tinham consciência. Também a Escola do Porto, por exemplo, aí também se deve, mas isso depois é uma explicação que podemos aflorar mais para a frente.

A Escola do Porto, relativamente à arquitetura, portanto, já quando eu entrei a escola era comum à primeira secção que era arquitetura e à segunda secção que era artes plásticas e design... Nunca teve na arquitetura uma... Como é que é o termo? Uma abertura... Uma boa vontade, melhor até dizendo, em relação ao design, portanto, a arquitetura nunca... Tanto é que nunca quiseram ter cursos de design industrial. Vou-te contar só uma história muito interessante, penso que é verdadeira, nunca ouvi, embora almoçasse com ele muitas vezes, com o Professor Arquiteto Fernando Távora. Quando lhe falavam de design, ele costumava dizer assim: “O que é isso?”.

(Risos)

#### **Ou seja, quando teve as aulas de design, quando fez os dois cursos quase num...**

Só fiz um, o outro fiz cadeiras. Acho eu que cheguei a ter bacharelato.

#### **Mas havia uma consciência de design já pelos docentes, não era? Havia uma consciência concreta de que é que era o design? Ou nessa altura ainda se andava a perceber um bocado o que é que isto era ou andava-se a tentar explicar o que eram as artes gráficas com um novo nome?**

Exato, eu acho que não havia assim bem consciência, eu próprio tenho que me penitenciar. Eu achava que o design era assim uma espécie de prolongamento da arte, não é? Da arte aplicada... E hoje pensando bem, não sei se estou a cometer alguma heresia, mas não estou a dar aulas aqui... Eu hoje acho que, cada vez, mais torno a regressar a esse fator, porque hoje estou farto de ver engenheiros e sociólogos e tal metidos no design e a componente, digamos assim, pela qual ainda sinto uma grande justificação para continuar ligado ao design é exatamente esse sentido estético que tem, não é? Portanto, na altura, a consciência era muito, penso eu, de prolongamento, de aplicar a arte à vivência do dia a dia, às obras, digamos assim, não eruditas do comum. Por isso, tomei os meus professores como é lógico, já que não havia escola para se formarem, todos eles vinham como eu, não é? Vinham das artes plásticas: eram pintores ou escultores, não é? O João Machado... Na altura quem era o departamento, quem eram os designers que eu vim a conhecer lá na escola? Era o Professor Dário Alves, que me influenciou imenso, era pintor. O João Machado era escultor. O Armando Alves já

tinha saído, mas também era pintor. Eu já não o apanhei lá na escola, ele esteve lá... Mas deve-se a ele também o início do aparecimento do design porque numa das cadeiras, não sei o termo, se era Composição... Ele transformou-a em design gráfico, não é? Portanto, em artes gráficas. Agora também não sei se se chamava... Os alunos começaram por fazer, segundo me contam, capas de livros nessa cadeira que devia ser Composição Decorativa ou qualquer coisa assim, um nome mais... Com ornatos e assim coisas mais ao século dezanove. Portanto, o Professor... Não me lembro do nome agora, tinha uma tipografia... Esse já faleceu, também era pintor. Portanto, o grupo, digamos assim, era nessa continuidade e havia até uma grande consciência de que era... Como é que se diz? Mesmo esse conceito de arte aplicada, entende? No sentido não... daquelas pessoas que parece que os colegas de arte dita “nobre” tinham até alguma... Eu sentia muito isso, até quando comecei a frequentar os dois cursos, mesmo até professores que eram hostis ao design, não é? Às vezes eu estava na pintura e dizia: “Ah, isso parece muito artes gráficas”. Como se fosse negativo, não é? Mas também me lembro às vezes do Jorge Afonso me dizer: “Ó «pá», tu ainda é muito pintura”. E eu então achava que estava bem, porque, de facto, os meus dois amores eram aqueles, não é? Eu lembro-me que fiz um cartaz na aula do Professor Jorge Afonso, para um concurso nacional e fui um dos vencedores – na turma dele, fiz lá durante a aula – e que me deu depois grande abertura e que me levou a perceber o universo do design gráfico. Fui à Polónia e a esses sítios todos pago pela Mobil, o concurso era promovido por eles e era uma natureza morta, pintada assim à maneira clássica lá dentro e mostrei ao Professor Jorge Afonso. No princípio começou a teimar um bocadinho mas depois ajudou-me claro e deu-me bons conselhos, inclusivamente para o título, e lembro-me bem dele estar ali... Foi das primeiras pessoas também que me incutiu esse... Embora já gostasse muito de tipografia porque eu já fazia livros didáticos, mas não tinha consciência dos problemas, nunca tinha tido uma aula nem sabia como é que se chamava essa tarefa de compor letras e as organizar e de as manipular e tudo isso e lembro-me do Professor Jorge Afonso muito meticoloso: “Ah, não ponhas o A com vértice, vamos transformar aqui um e tal”. E eu lembro-me que o “A” que está nesse cartaz é um “U” invertido... nunca mais me esqueci desse pormenor e pronto, mas como eu dizia é um prolongamento. Mesmo o Jorge Afonso era professor lá e toda a gente diz: “Ah, foi o primeiro designer”. Foi o primeiro designer porque

ele entrou já com o terceiro ano feito, mas o terceiro ano dele era de artes plásticas, não é? Ele é que interrompeu o curso, foi para Angola e depois quando veio viu que o curso de design estava a... Pronto, ele em dois anos formou-se em design, mas no fundo eu também só tenho dois anos de design, não é? Porque ele foi meu colega, eu a fazer o primeiro ano e ele o quinto e depois foi logo meu professor no ano seguinte, eu no segundo e ele já era meu professor.

#### **Então ele passou diretamente para o fim do curso...**

Para o quarto e para o quinto.

#### **Diretamente para o quarto e quinto ano, pois...**

Porquê? Porque antigamente... Agora está-se a voltar um bocado quase a esse processo. Nesse tempo o curso das Belas Artes era dividido em dois: curso geral e curso complementar. Quando o Professor Jorge Afonso fez o “curso geral” era os três anos. Depois no meu tempo passou-se a chamar “ciclo básico”. Só passavam para o curso complementar quem tivesse mais de catorze. Era uma espécie de mestrado, que depois veio a dar assim uma espécie... Embora não se chamasse isso, mas sei que muitas das pessoas, pronto, com menos capacidades, só têm... E foram professores durante toda a vida com o “curso geral”. Como depois houve uma abertura a seguir ao 25 de abril, por exemplo, quando eu fiz o quinto ano a minha turma foi muito alargada com pessoas já mais velhas, porque regressaram para fazer o quinto ano, porque depois o novo regime deu essa hipótese, não é? De ficarem com o curso...

**E para as escolas também, para as secundárias e tudo, era importante acabar... Acha que há uma influência em termos de... Vou tentar reformular a pergunta. Eu fiz uma entrevista com o João Machado e ele falava na questão da tipografia, percebe-se que os cartazes têm um bocado de sequência... Ou seja, há um bocado arte, realmente vem muita arte para os cartazes...**

Mas ele foge muito...

**Sim, ele foge muito à tipografia. Ele disse mesmo: “Eu fujo à tipografia. Eu prefiro não ter tipografia no cartaz quase.” Mas havia a questão da tipografia, ter que colocar, não é? Falou na questão do Jorge Afonso, explicar isso, portanto, a arte estava uma arte direcionada para o**



**design, não é? Ou... Como é que lhe hei de perguntar isto desta maneira que é... O facto dos professores serem mais artistas acha que pode ter levado a um determinado tipo de design ou...**

Depende. Ou seja, a consciência não era assumida, não é? Pois, ainda há dias, por acaso refleti sobre isso, até fiz um *post*. O Jorge Afonso foi de facto um grande professor e eu tenho que reconhecer, mas para mim, que sou um caso isolado, contrariamente ao que a maior parte das pessoas diz, com quem eu aprendi, embora muita gente diga que o Professor Dario não era um bom professor no sentido de ensinar muito... O problema é que, acho cada vez mais, que nós é que também devemos saber aprender, não estarmos à espera que venha o saber de cima, não é? Portanto, eu aprendi muita tipografia com o Dario Alves, curiosamente, e para mim era, de todos eles, o melhor. Ainda hoje acho isso. Só que ele não ligava muito e nunca levou muito a sério o que fazia no design, não é? Tanto é que depois fez pintura, mas eu via-o a compor os cartazes para a escola, cada vez que havia exposições de alunos e professores, era praticamente ele que fazia. Só que depois muitas vezes também fazia trabalho colaborativo. Depois, mais tarde, já era ele e o Jorge Afonso que faziam juntos ou o João Machado... E portanto, eu assistia muitas vezes... Lembro-me que fiz uma exposição quando andava no primeiro ano... Quando terminei o primeiro ano ou o segundo, já não me lembro bem, foi logo no início do curso. Eu, o Bismark – que era meu colega – e mais dois colegas, um que faleceu, pronto, associamo-nos e eramos dos mais ativos, também tínhamos sido na altura os melhores alunos e fizemos uma exposição no jornal Primeiro de Janeiro de pintura e o Professor Dario fez-nos o cartaz e eu acompanhei. Depois ele diz que era connosco que estava a fazer o cartaz, mas ele é que fazia mais ou menos. A forma como compunha os títulos, as letras e tudo, eu absorvi aquilo logo. Sem a teoria, não dizer: “Este *kerning* aqui” ou “O espaçamento lumínico entre os caracteres deve ser feito assim...”. Não, nem ele sabia o termo se calhar, portanto... *kerning* também já é uma coisa, digamos assim, da informática, não é? Ou seja, o que na altura fazíamos era composição manual de letras transferíveis, não é? Depois ampliávamos fotograficamente e quando era o texto, era o texto fotocomposto, porque não tínhamos muita hipótese de estar controlar muitas ordens. Mas os títulos, sim. E eu aprendi muito e ainda hoje ainda me irrita ver coisas muito profissionais, como o caso da moda, por exemplo,

cuja distribuição tipográfica é muito deficiente, cheio de defeitos, não é? Por exemplo, da composição, penso que agora estamos falar do *tracking* e da separação individual, não por toda, mas por individual. E aprendíamos muito a fazer esse trabalho manualmente, compondo letra a letra porque, de facto, se o espaço ficasse maior notava-se e depois já não havia possibilidade de arrancar as letras, quando muito podíamos fazer tipograficamente... O Dario fazia isso muito bem, aliás os melhores cartazes dessa época são os cartazes que ele fazia para uns espetáculos de música do Museu Soares dos Reis, em que mudava bastantes tipos de letra, mas, ao mesmo tempo, eram muito assertivos, não é? E lembro-me de um cartaz do Schubert, ainda hoje tenho isso presente, essas imagens gráficas. Portanto, teria vinte anos, dezanove... Isto logo no princípio do curso e eu via-o muito, depois comecei a conviver muito com ele. Ele era uma pessoa acessível, se estivesse no café eu sentava-me na mesa dele, que era uma coisa, pronto, hoje já não é tão vulgar na escola, mas eu lembro-me que na altura íamos para o São Lázaro e ele falava connosco normalmente e pronto, aprendi... Com o Jorge Afonso também, contei aquele pequeno episódio do cartaz da Mobil que ele, de certa forma, me fez algum reparo e que eu achei... E depois, mesmo durante as aulas, eu fui... Eu era de artes plásticas, mais um ou dois, e o resto da turma era alunos de design mesmo, mas o melhor aluno fui eu, embora sendo emprestado, acho que a melhor nota que ele deu nesse ano, lembro-me bem dessa parte. Não é que eu andasse lá pela nota, eu queria só aprender porque eu ia fazer o curso de pintura, mas lembro-me disso.

**Que outras influências é que teve para além da escola?**

A minha influência primeira, como eu disse, quase que é a aldeia, mesmo aquele universo da mercearia, é curioso isso. Depois ver o meu padrinho, que era ligado aos aviões e aos radares, levar uns lápis litográficos que não se afiavam, não tinham madeira. Hoje já viu o que era... Mas aquilo na altura foi a parte mais mágica ligada à tecnologia da representação. Ele descascava o lápis e aquilo escrevia em qualquer sítio porque escrevia, de facto, nos vidros na altura, assim uma espécie de um lápis gorduroso, não era litográfico, era assim gorduroso e eu gostava de ter uns lápis destes, parecia que fazia magia. Lembro-me que ele me fazia os desenhos para mim, hoje pronto, é um pintor *naif*, ainda faz umas coisas, mas para mim, na altura, aquilo foi um grande encantamento.

Depois pronto, fui crescendo com o desenho e com o incentivo. Nas Belas Artes... Ah, portanto, antes do 25 de abril e logo a seguir a minha atenção para o design foi exatamente com as editoras do Porto, que era para desenhar e etc. Comprava às vezes livros que achava fora do vulgar, não é? Tive conhecimento que antes do 25 de abril chegavam cá só clandestinamente ou então algumas coisas do Bolinsky, eu gostava muito disso, não é? De uma banda desenhada mais subversiva e pronto, mais política, mais empenhada, embora também tivesse a fase do Tintin, como toda a gente, não é? Depois trabalhei num jornal humorístico também antes do 25 de abril fazendo “cartoons” durante sete ou oito números e que imitava o Charlie, por isso é que eu também fui um bocado Charlie, porque, de fato, me lembrei desse tempo. Ainda fui à polícia judiciária porque fizemos um “cartoon”, na altura, ao Presidente Ramalho Eanes e os serviços lá da república acharam que nós estávamos a ofender o Presidente e eu fui lá à judiciária do Porto, eu e os outros ilustradores que trabalhávamos, só assinar um papel que não tínhamos intenção nenhuma e tal, portanto... Essas influências também têm a ver com as artes gráficas. Depois o meu trabalho que me deu, digamos assim, o sustento de todo o curso que foi desde o primeiro ao quinto ano e depois continuamente trabalhar para as edições ASA, não é? Até que fui avençado, estive lá dentro, na altura, as hierarquias se continuasse como diretor do gabinete de design e eu preferia continuar a estudar e ligado ao ensino. Mal acabei o curso em 1982, no mesmo ano houve um concurso para assistente das Belas Artes e eu, não sendo licenciado em design, não queria concorrer, custar-me ia, embora o meu currículo, comparado com o dos meus colegas, de facto, tinha sido todo feito no design. Eu tinha feito capas de livros, já tinha ilustrado livros infantis, já tinha tido o Prémio Gulbenkian de ilustração infantil, que nem sequer sabia que existia, também tinha sido por mero acaso. O vencedor anterior tinha sido o João Machado e o ano seguinte fui eu, era de dois em dois, portanto... Com o meu primeiro livro ilustrado, não é que eu ache aquilo excepcional, mas na altura era assim uma espécie de (...) no charco, porque a ilustração infantil era muito tradicionalista, não é? Tinha tido uma boa influência que foi o tal prémio da Mobil que eu tenho pena que não tenha sido mais tarde, porque eu com o terceiro ano das Belas Artes ou no quarto, penso que foi no terceiro ou no quarto, o prémio foi andar vinte dias pela Europa fora, visitando ateliers de pessoas que eu hoje gostaria de ter

conhecido melhor, não é? Porque na altura eu sabia lá quem era o Tomaszewski da Polónia, eu não sabia, não fazia ideia nenhuma! É, de facto, aquele professor que, de certa forma, é um dos grandes responsáveis pela mudança e estética do cartaz polaco. Está no atelier, por exemplo, de designers tipográficos ou no Bob Noorda, que é o que fez a sinalética do metropolitano de São Paulo e de Milão. Eu fui a Milão ao atelier dele e estive lá a falar com o senhor e tal, mas eramos vinte miúdos, não é? Como se fossemos do décimo segundo a ver uma... Sei lá, uma Expo, não é? Tem ar de fantástico mas não pudemos aproveitar tudo. O que é certo é que eu estive em contato com essa gente toda, por exemplo, o Jan Lenica, também foi ele que me acompanhou de Viena até Varsóvia, o que vale é que ele não era muito comunicador mas pronto, esse não posso gabá-lo muito, mas ainda há uns dias pus um filme animado dele que só muito mais tarde é que eu: “Eu estive com estes tipos em Itália e conheci-os e vi o trabalho”, mas não... E portanto, a Mobil, que tinha muito dinheiro, não é? Foi um prémio excepcional. Eu só mais tarde é que depois vim a reconhecer o que é que tinha... Fui a Basileia ver o Museu Tipografia. Muitos sítios e portanto, apercebi-me que o universo do design gráfico tinha um determinado tipo de contorno e convivi também com... Na altura, este concurso foi feito em oito ou nove países da Europa e portanto nós eramos – oito vezes três, vinte e quatro – vinte e quatro estudantes da Europa, três dinamarqueses, três ingleses, três italianos, enfim, por aí fora. E todos juntos fizemos um percurso de vinte e poucos dias por cinco países da Europa: fomos à Itália, fomos à Suíça, fomos à Áustria e fomos a Varsóvia e vi a Bienal do cartaz, como eu tenho ali inclusivamente um cartaz que trouxe de lá que eu tinha na parede e portanto... Apercebi-me que, de facto, o universo... Deu-me assim algum alento para, mesmo já não frequentando o curso de design gráfico, começar a chamar as coisas pelo nome e a reconhecer a sua importância e por isso, os meus professores, o Dario, o Jorge Afonso... Lembro-me de, na altura, me disserem: “Ó «pá», concorre porque tu estás no mesmo nível”. Mas eu dizia: “Mas eu não tenho curso de design e é «chato» ir dar aulas agora de design”. “Então, mas tu tens frequência também das cadeiras”. E acabei por ficar em primeiro lugar e muita gente ficou assim um bocado... Não sei, chateada ou não, mas... E mantive-me lá e nunca quis curiosamente, depois de lá estar dentro, ir para desenho ou pintura, nunca. Fui mesmo o curso que escolhi, embora depois até me dedicasse à pintura durante muito tempo e houve uma altura que até pintei

muito à cavalete e pintura tradicional, tive sempre esta dupla atividade e na escola nunca quis outra. Tanto aqui, por exemplo, em Coimbra, mais tarde fui para a escola de Coimbra, também podia lá dar pintura ou desenho e, às vezes, bem fazia falta e nunca quis, achei que era o design gráfico sempre a minha área de eleição de ensino.

**Vamos agora começar o novo grupo de perguntas, tem mais a ver com a questão do processo de design. Portanto, o Professor já não exerce...**

Só... Não vale a pena dizer. Em relação às influências, depois claro que comecei a ter... Só porque há um bocado ficou assim uma ideia da parte mais recente. Depois claro, com esta informação toda, que tive a partir desta viagem e dos livros, comecei a ver que havia muitos livros e muitos autores e que não chegava nada. Na biblioteca das Belas Artes, lembro-me quando estava a estudar design, os livros que podíamos consultar eram as *Graphis*, que eram no fundo anuários de cromos. Não era mau, pronto, por um lado, também não podemos rejeitar porque o entendimento que um erudito faz de uma imagem é muito diferente do que ver apenas um livros de cromos de jogadores de futebol, não é? Nós ali associamos muita coisa, eu lembro-me de aprender como se compunha títulos vendo os títulos dos outros das capas dos livros, não é? E via que nunca era igual... Compor um título de um livro já é um problema interessante e reconhecer isso não é fácil. Tanto é que o João Machado hoje diz: "Ainda fujo da tipografia", porquê? Porque ele, de facto, centra-se na imagem, mas com as *Graphis* nós víamos, naqueles cromos todos, que havia gente... O Herbert Lubalin, fazia coisas lindíssimas com as letras, não é? E portanto, aquela coisa... E eu fui muito influenciado por essa geração, do Lubalin (...), que trabalhava a ilustração, o design e a tipografia de uma forma muito idêntica, não é? Portanto, a minha grande influência foi isso: foi a ilustração, o desenho e esse ecletismo, não é? Nunca fui marcado, por exemplo, pelo modernismo nem modernismo tardio. O Sebastião Rodrigues, para mim, ainda há dias escrevi um texto que qualquer dia publico, era a coisa de velhos. Ainda hoje acho assim, reconheço-lhes uma importância enorme (...), essa gente toda, não é? E o Sebastião... Mas na altura, lembro-me bem: "Isto é de velhos". "Isto é aquelas revistas «chiques» que têm aquelas senhoras, aqueles anúncios das..." foi isso até que escrevi mais ou menos assim. "Esses anúncios das senhoras, aquelas cozinhas

a mostrar os eletrodomésticos, cozinhas espaçosas, que parecem as nossas casas". Tudo a preto e branco, muito espaço vazio. Trabalhar com o espaço vazio era antiquado. Para mim, era antiquado. Eu gostava era do (...), a gente toda, do Dario, aquela coisa pop entre a ilustração que, muitas vezes, nem sabia bem se era arte... No fundo justificava muito o que tinha sido o meu percurso e a minha vida, quer dizer... Acho que as coisas fazem todo o sentido, não é? E agora quando há dias recebi a crítica à escola na Comissão de Avaliação Externa e referiram: "Ah, vocês aqui estão muito ligados às artes, isto é uma promiscuidade muito grande, o vosso curso tem uma promiscuidade muito grande com as artes". E eu fiquei assim... Não posso deixar de pensar no meu tempo, não é? Que no meu tempo o que eu gostava era disso, dessa promiscuidade, ainda hoje, não é? Agora estou a regressar um bocado. Depois houve uma altura em que até fiz questão de haver: "Ah, o design tem de ter um corpo autónomo, tem que ser mais autónomo em relação...". Mas hoje não, apetece-me às vezes... Estou ali a fazer rótulos que não rótulos, são ilustrações e aquilo pode ser que seja um rótulo.

**Mas é visto como mau? Haver a relação entre as artes e o design?**

Não... Eu admito que as pessoas tenham posições diferentes em relação a isso, mas isso é como na vida. Há pessoas que são muito mais picuinhas, outras são muito mais relaxadas e, embora pensando nisso, no ponto de vista mais psicológico, isto vai-me dar panos para mangas. E portanto, no design também é natural que as pessoas achem que a forma artística e autoral contamina muito o design no sentido negativo, e outros que vêm isso como uma vantagem, porque o diferencia, porque não sei quê... Eu prefiro dizer que cada caso é um caso, não é? E que há espaço para todos, não é? Portanto, é evidente que num contrarrótulos, não estou à procura de... Já que estou a falar agora de rótulos, porque falei e mostrei o exemplo da garrafa... É evidente que num contrarrótulos estou à espera de um bom designer, não estou à espera de um bom ilustrador, não é? Mas na parte da frente, se aquilo tem que ter um aspeto persuasivo, acho que a retórica visual é muito mais importante no sentido da apelação do que provavelmente estar lá com muita informação, quero lá saber se o vinho é da casta X ou Y, que eu nem sei sequer o que são castas eventualmente, não é?

**Sim, ainda para mais, numa garrafa em que podemos ter esses dois momentos...**

Sim, quase em tudo, não é? Quase em tudo não... Como eu digo isso, nas circunstâncias.

**Cada caso é um caso...**

No metropolitano e nos esquemas visuais de informação para nós acedermos às linhas e às estações exige-se rigor e clareza, não é? Não se exige arte, embora a componente... Se temos cor, se temos formas de combinar cores, já estamos a incluir aí algum sentido, não é?

**E o design também no fundo, na sua génese, vem um bocado da arte, não é?**

Pois...

**O acesso à informação... Tinha-me dito que, só para fechar este ponto também, fiquei com alguma curiosidade em relação ao acesso à informação... Você dizia que o acesso à informação era complicado, ou seja, não havia...**

Não havia...

**Não chegava cá nada, não havia ninguém.**

Não me lembro de haver livros de teoria de design, não...

**Mas existiam?**

Se formos agora ver... Mais tarde fui à bibliografia e claro que alguns são de 1970 e tal. O Bruno Munari é mais antigo, é dos anos sessenta. Claro, o Bruno Munari ainda era dos poucos que sim, que chegavam, mas estou a falar na biblioteca das Belas Artes, não é? Também é como digo, era muito recente. O que as pessoas na altura assinavam e que se tinha lá era... Mas depois lembro-me de estar lá o Meggs, não é? Da história, por exemplo. Mas lembro-me que os professores levavam para as aulas... Quando se ia requisitar: "Ah, vou-te mostrar uma coisa parecida, vou buscar, não sei quê, à biblioteca" e traziam o livro... Nós "comíamos" aquilo, consumíamos avidamente, mas eram uns anuários da *Graphis*, que eram muito caros, ninguém podia comprar aquilo e portanto, a escola tinha. Mas livros muito mais... Também o grande

"boom" da produção editorial do design acho que são os anos oitenta.

**Sim...**

Nunca fiz assim muito essa... Mas é sem dúvida... É normal que também nos anos setenta, que eu estou a falar, final de setenta... E Portugal, tendo sempre um atraso de dez, quinze anos em relação às... Na altura até mais... Portanto, só chegaram às Belas Artes no final dos anos oitenta, princípio de noventa, não é? A biblioteca começou a ter outro tipo de informação e depois também com a internet, mas isso já é dos anos noventa e...

**Sim, pois, noventas e...**

Lembro-me de ir a um congresso da Icoagrada em 1989 e foi aí que eu vi o primeiro Macintosh – em Israel – e portanto, estou a dizer que não havia qualquer hipótese e eu já era professor nesse ano do Heitor, do Queirós, dessa gente toda.

**Então até ao início dos anos noventa, vá...**

Em 1989 fui com a turma de quinto ano a um congresso em Israel e foi lá que foi apresentado o problema da tecnologia, dos computadores e a Apple tinha lá uma demonstração em que nós podíamos tocar e ver como é que abríamos letras e fechávamos. Aquilo assustou-me muito, parecia assim uma coisa muito bárbara e eu não gostei nada, não é? Aliás, fui... Lembro-me de aplaudir o Milton Glaser, ele disse que nunca tinha tocado num computador nem ia tocar. Claro que ele também se arrependeu, não é? Como eu... Mas ele começou a conferência, na altura, dizendo isso: "Nunca toquei num computador nem penso vir a tocar". A não ser que arranjasse alguém que tocasse por ele, mas o certo é que sim, não é?

**Então esta tecnologia dos computadores só surge mesmo nos anos noventa...**

Noventa, sim...

**Mas a trabalhar... Não era uma coisa que existisse em todo o lado, que dizer, isto era só...**

Em 1993 fiz o concurso do Gil para a Expo e a parte bidimensional já foi feita num computador, mas não

era meu, ainda não tinha. Foi do Aires que, na altura, partilhei o atelier com ele e ele tinha comprado um LC qualquer e depois eu comprei um em 1993. Aliás, há dias pus um *post* disso, exato comprei um computador em 1993, 1994.

**É recente...**

É?

**É recente, não é? 1993, 1994, estamos a falar de quê? Há vinte anos atrás?**

Sim...

**É uma coisa muito recente.**

Então, se eu só os vi 1989... (*ri-se*)

**Pois...**

Portanto, esse congresso, o Icoagrada, o tema era *Graphic Design Through High Technology?*, era assim sobre a tecnologia. E pergunta, interrogação. Foi lá...

**Acho que o primeiro foi em 1989 ou...**

É, foi. Fizem lá em Israel, o congresso. Todos podemos comentar... Eu lembro-me de estar lá a abrir umas letras e aquilo destruí as letras e eu ficava horrorizado com aquilo... Mas depois vi que a potencialidade... Porque o impacto inicial foi muito negativo para quem era mais purista. Para quem era mais purista foi muito negativo... Tanto é que metade do congresso se dividiu, eu lembro-me do Milton Glaser dizer essas afirmações muito conservadoras e mais de metade da audiência bater-lhe palmas assim exuberantemente. E eu um deles! E depois, foram outros. (...), por exemplo, foi a primeira vez que eu vi uma exposição do (...) que já fazia tudo digitalmente, os cartazes dela portanto... E eu, não é que tivesse um grande encanto pelo trabalho que ela apresentou, mas um fascínio pelo processo, porque lembro-me de me intrigar muito o processo, não é? Aquilo não era colagem, mas também não era desenho, era uma montagem digital, não é? Na altura, para nós, era completamente estranho, não é? Muito complexo, como é que isto é feito?

**Mas foi uma coisa, ou seja... Só para perceber um bocadinho também em termos de... Isto foi uma coisa de adesão rápida? Ou seja, as empresas... O Professor trabalhava na ASA provavelmente nesta altura...**

Sim, colaborava com eles. Já era professor na escola...

**Mas foi uma coisa que entrou rápido no sistema de toda a gente, ou seja... Desde o momento em que apareceu o computador até que as empresas comprem isso foi uma coisa assim... Os designers passaram a usar rapidamente isto? Eram caros, não eram? Portanto...**

Pois, eram muito caros. Quase que se tornou inevitável, não é?

**Pois...**

Porque depois o acesso, por exemplo, ao texto... Ainda que eu pudesse resolver as questões do ponto de vista da imagem através de fotografia ou de ilustração que depois era digitalizado, na altura chamava-se “scaneado”, portanto metia-se num *scanner* de cilindro, que eram as gráficas que tinham, e nós íamos lá fazer esse trabalho, não é? Para eles depois fazerem a seleção de cores. Muitas vezes até a seleção de cores era feita fotograficamente, com filtros, passar a tramado e isso tudo, mas no texto era muito complicado... Porque, para o texto, eu recorria ao Arcanjo Ribeiro, por exemplo – uma gráfica que estava lá ao lado das Belas Artes – para me compor o texto em fotocomposição. Eu nunca trabalhei, é estranho, com tipos de chumbo, ou seja, dita “tipografia”, porque no meu tempo já ninguém fazia isso. Claro que pedir um fatura para um recibo da renda de casa é evidente que sim, vê-se... Mas isto eram pequenas gráficas e o Arcanjo Ribeiro ainda tinha. Por graça podíamos fazer, mas quando digo que trabalhei em termos profissionais em texto e em situações que metesse texto, nunca passei essa fase nos livros escolares, embora eles fizessem algumas coisas, não é? Fichas, por exemplo, assim coisas que eram repetitivas, eles na ASA também mandavam fazer também, penso eu. Agora, quando eu entrei a sério portanto, no final dos anos setenta e oitenta... Por exemplo, o jornal “Chato” ainda era feito em tipografia no Jornal de Notícias, porque os desenhos eram passados a gravuras... Exato, lembro-me disso. Mas não era acessível na produção do Jornal de Notícias, nós só fazíamos os desenhos e depois o processo

era interno e usavam a tecnologia do Jornal de Notícias. Mas o resto, na ASA, etc, os livros, eu sempre trabalhei com aquilo que foi intermédio entre o digital e a tipografia, que foi a fotocomposição. Era muito limitativo... Porque é que a fotocomposição nos limitava? Eu escolhia determinadas ordens e tinha que as escrever previamente, ou seja, este meu texto (*mostra o texto*) tinha que definir que queria isto em “futura negro”, se tivesse um *tracking* tinha que lhe pedir espaços lá com a medida de X, tinha que escrever tudo, mas depois a fotocompositor nem sempre percebia a minha letra ou nem sempre cumpria aquilo ou enganava-se e eu outra vez, correção... E vinha aquilo tudo em fita fotográfica, não é? Às vezes cortavam as páginas. Se fosse eu a enganar-me ainda era pior, não é? “Ei «pá», a futura não fica nada bem e agora vou ter que fazer isto com (...)”. E à segunda era capaz, mas à terceira começavam-me a cobrar e cobravam sempre, não é?

**Então era preciso um exercício de abstração muito grande, certo?**

Tínhamos que antecipar tudo, uma antecipação muito grande... Talvez como na impressão, embora se fizessem provas e tal, mas depois era muito complicado... Eu não tinha coragem de repetir muitas vezes, não é? Portanto às vezes ia assim, por isso é que o João Machado... Eu ainda sinto muito que ele trabalha como se fosse em fotocomposição, (...) está sempre certo e aquilo não dá nenhum problema. Nos computadores, nós é que fazíamos os ensaios e víamos, era ótimo. Eu acho que até comprei muito mais rapidamente o computador, não para me resolver os problemas gerais mas para resolver os problemas de texto.

**Mas as gráficas adaptaram-se rapidamente à tecnologia e portanto, os computadores começaram a entrar nas gráficas... Acha que foram as gráficas a puxar...**

Não, as gráficas praticamente depois todas se equiparam e aí também o problema do... Todas as gráficas trabalhavam com Macintosh, não é? Por exemplo, na Porto Editora, na ASA, os programas que corriam, não é porque eles quisessem, mas eram os programas próprios para artes gráficas... O caso do Quark, o Freehand, isso tudo... Depois começou a haver também para PC, mas toda a gente... Mesmo na minha escola, em Coimbra, mais rapidamente foi equipada com computadores do que aqui as Belas

Artes, o que é irónico, mas era assim... O Estado, primeiro que viesse dinheiro, lembro-me que tínhamos só um computador para a escola toda. Depois os alunos iam lá, depois já havia uma salinha com alguns... Portanto, isso foi muito complicado. Lembro-me que na escola de Coimbra começou logo a haver uma aula de informática com uma professora e todos tinham aqueles LC assim com um “ecrãzinho” lá em cima e pronto, havia uma aula com os meus alunos... Lembro-me da primeira turma toda tinha informática, mas eu, pronto, nunca fui assim um grande *expert*, aprendi por mim, um bocado ao desenrasque e depois tive colaboradores que, de facto, eram especialistas nisso e também daí ter que me adaptar. Mas não podíamos depois paginar nada que não fosse para as editoras que não fosse de... Pronto, foi rapidamente sim, sem dúvida.

**Professor, se calhar agora passávamos para a parte da questão do processo. No fundo, a questão aqui prende-se com o seu processo de design. Desde a parte de que recebe o convite ou a proposta de trabalho até à questão da experimentação, da investigação que faz, de perceber no fundo que linha é que... Ou os seus processos de trabalho, quando trabalhava... Desde a apresentação depois ao cliente novamente, ou seja, o voltar para trás ou o que... A negociação com o cliente também, que muitas vezes não... Nós temos uma ideia, mas o cliente acaba por nos mudar muitas vezes aquilo e o resultado final não tem propriamente a ver com o que nós queremos, mas com a negociação que se possa ter...**

Pois, exato.

**E no fim até à produção gráfica, no fundo, o acompanhamento ou... Ou não acompanhamento, essas questões. Pronto. Era para se desenvolver um pouco esta ideia. Se quiser suportar-se de alguns exemplos de trabalhos que tenham sido icónicos em termos de processo, ou um mau processo ou um bom processo...**

Pois, sim.

**Relacionado com o que... Com a sua ideia.**

Esse é sempre o drama entre aquilo que é a autoria e o trabalho, digamos assim, de diálogo ou de colaboração com o cliente ou até com os próprios intervenientes no processo, não é? Muitas vezes, lembro-me de chegar à

gráfica e ser o... As pessoas mais entendidas em determinadas tecnologias que me diziam: “Ah, isto ficava bem era aqui uma coisa... Cortada, ou um cortante X.” E eu: “Ah, porque não? Vamos experimentar e vamos fazer”. Pronto, ou seja, o facto de se aceitar bem isso tudo como processo, há pessoas que convivem muito mal com essa ideia de outrem... Eu não, curiosamente nunca – claro que tive as minhas chatices e... Sempre que se falava do gabinete de... Ou do gabinete da equipa de... Quando se fala daquela gente do “Marketing”, eu torço-me todo, não é? E sei que até costumo dizer isso muitas vezes e em sítios de... Há dias, no doutoramento em Lisboa eu afirmei... E pedi desculpa se estava lá gente da área do “Marketing” e tudo, mas eu acho que o tempo que eu perdi mais foi a discutir questões de design com gente do Marketing, fechado em reuniões na Porto Editora! Por exemplo, não é... Porque nunca achei que todas as intervenções que fizessem, seja no bom trabalho, seja nas opiniões gerais de... Beneficiassem o que eu fiz. Não que eles depois, lá os números deles e isso também... Não sei. Nem me meto muito. Mas o que eu fiz, não vi vantagens. Ah, se depois, aquilo deu em números, resultados, pronto, ou pelo menos, estão a cumprir o seu papel, não é? Mas, comigo, sei que não. Portanto, eu sempre convivi bem com esta questão. E até digo muitas vezes que o design é sempre mais uma questão de diálogo do que de imposição. No meu caso, não é? E até não ponho de lado aquela afirmação do Peter Bil’ak que andou aqui há uns anos muito na moda, que dizia: “Quanto mais autor, pior é o design”. Ou seja, ele diz que o design melhor é aquele que perde a invisibilidade de quem o faz. Porque ele justifica que aí está, de facto, mais eficaz. Já pensei mais isso, mas eu hoje prefiro ser mais benevolente e achar que o espaço é de todos e é um bocado como eu disse há pouco, cada caso é um caso não é? E de facto isso é assim e devemos estar preparados para quem quiser fazer... Mas também acho... Também acho que há espaço e há de justificação suficiente para aquele design que, de facto, sem o autor não presta para nada, não serve para nada, não é? Se, de facto, não vamos pedir aquelas imagens do João Machado: bonitas, coloridas, etc, o que é que vai ficar depois além disso, não é? Portanto, é pela tipografia, pela informação que dá – as pessoas vão à... Feira do calçado mas... Sei lá aquelas coisas que ele fazia, os cartazes para a Exponor, é por aquele cartaz que o pessoal se dirige todo em exposições para a feira, não é? Portanto, há assim uma espécie de testemunhos e de artefactos que vão ficando e que

contemplam valores distintos. Portanto, para dizer que eu sempre trabalhei, depois na minha vida profissional mais em design submerso, aquela parte do “iceberg” que não se vê, não é? Sempre muito mais. Nos últimos anos, depois até de sair da escola de professor... Fiquei a colaborar muito com a Porto Editora e, praticamente, fazia trabalho que – embora às vezes aparecesse lá o meu nome, mas nem era eu que exigia – não era eu que o fazia só. Quando muito fazia as estruturas, não é? Paginar, por exemplo sempre me agradou muito. Fazer uma estrutura de um livro, por exemplo, na altura que as gramáticas da Porto Editora se... Cada uma de sua nação, cada uma de seu formato – foi um trabalho que me deu algum prazer, foi... Sistematizar isto, a ponto de haver uma matriz que se percebesse o que é que eram as gramáticas, não é? Sejam elas de francês, sejam elas de português, sejam de línguas para estrangeiros... Enfim. E depois com uma estrutura também gráfica simples que pudesse apenas ser: “Olhe, em vez do Garamond, como é de inglês, como é de francês, ponha o Bodoni para italiano”. Pronto. E isso praticamente resolveu-se. Mas depois também é muito... Depois são eles que põem os símbolos: “Ai, queremos um CD...”. “Mas um CD é muito grande, fica mal”. “Mas o Marketing quer.” E pronto, isto é Marketing está a ver? Quer dizer, esta coisa já é o Marketing que quer. “Mas eu arranjei-lhe aqui um sítio em cima...”. “Mas não, tem que ser maior...” E “pá”, não vou morrer nem vou... Quero é que eles também tenham prazer naquilo que fazem e que justifiquem... Portanto, essas questões de sistematização são muitas vezes obras que não têm nada. Outra coisa era se... Trabalhar, por exemplo na matriz dos livros, que era uma confusão muito grande... Eu, o que mais me desagradava ver era, livros escolares com tipografias desadequadas, com muitos estilos... Parecia que estávamos outra vez no século dezanove. Depois veio o “boom”! Antigamente os livros eram feitos tipograficamente – no antigo regime. Todos iguais, sem cor, sem nada. Depois veio o rumo do *offset*. Veio o rumo da fotocomposição. E mais tarde até o do digital e da quadricromia... E os livros começaram a ser uma feira completa. E quando eu comecei a trabalhar nisso lembro-me de pugnar por uma maior contenção, ainda que continuassem lá, porque toda a gente queria pôr símbolos em tudo, todos os mandatos têm um símbolo, todos os caixilhos têm que ter uma forma diferente, porque: “Ai, os alunos têm que identificar que isto são atividades, que isto são... Isto não são atividades para fazer hoje, são atividades para fazer ao fim do dia, são atividades para fazer de

manhã cedo!” Quer dizer, essas coisas todas: “Isto são respostas de inquiridos sem professor, isto é com professor!” Portanto, essas coisas todas que os alunos passaram a ter, tornaram-se muito confusas. As pessoas julgavam que estavam a fazer muito... E eu tentei várias vezes escolher tipos de letra que fossem mais ou menos contrastantes em relação àquilo que são atividades e texto principal, títulos que não ultrapassassem determinados corpos, essas coisas. E fiz esse trabalho durante alguns anos, que era sistematizar para aquele ano. Mas depois aquele trabalho básico não era o que aparecia, era dado aos gabinetes de design. Trabalho com muitos gabinetes e com muitos... Na altura, trabalhava com muitos gabinetes de design. E portanto, o meu, digamos assim, *layout* básico era depois atribuir e era uma matriz, mais ou menos orientadora. Tal como nas capas – também arranjava uma estrutura, durante um tempo fiz eu a estrutura, outras vezes era o Professor Eduardo Aires que vai ser... E outros, não é? Depende. Às vezes até pediam três maquetes e três alternativas a três designers, não é? Cheguei... Eu lembro-me de trabalhar em alternativa ao Eduardo Aires e outros, já não me lembro se foi o Professor Rangel, não me lembro. E portanto, eles depois uma... Às vezes eles têm livros concorrentes para o mesmo ano, para as duas equipas e as duas equipas escolhiam: “Quer o *layout* tal ou o Aires ou o Modesto ou o Aires e o Rangel?”. E portanto, durante muito tempo fiz esse trabalho. E isso dá-me algum arcaboço, ou seja, quando eu folheava um livro não me estava ali a ver em plenitude, mas estava um bocadinho de mim, quer dizer, não é mau isso, achei que: “Olha por acaso aqui ele não cumpriu bem, acho que ele ali... Até melhorou!” Às vezes, por exemplo, este (*pega num livro*)... Lembro-me deste, este *layout* é meu. Eu estou a ver aqui o Franklin Gothic e estas coisas, mas não fui eu que paginei este livro! Foi alguma equipa mas já há uma... Há aqui uma base minha, pronto, a capa sei que sim, mas do resto... Portanto, isso tudo nos livros escolares. Ah, outra coisa que também tem é que isto é com, é muito... Os livros escolares são muito trabalhados pelos autores. Os autores têm muitas ideias, muitas vezes até, fora do que pode ser possível. E portanto o negociar com os autores e ver até que ponto é que as nossas ideias resultam ou não, dá-nos muito trabalho – refazer e tornar a fazer e até eles estarem de acordo e gostarem mas temos que pensar: “O livro é deles, que diabo. Não é meu.” Portanto, meu é este, era o que eu ia dizer agora, quer dizer, isto aqui eu... Ah! Só antes de mostrar este... Portanto, tenho destes caso que não me

chateia nada, por exemplo, trabalhei com o Ângelo de Sousa e ele gostava sempre que eu o ajudasse a fazer os seus catálogos. Seja a exposição de Serralves, seja o CCB, depois outro que ele fez de fotografia também... Eu fiz sempre a paginação e o arranjo gráfico dos livros para o Ângelo. Mas eu sabia que o Ângelo tem uma maneira de querer as coisas. E portanto eu estava perfeitamente nessa disposição de... Ele é que quis que a fotografia da capa fosse esta... Pois, lá está, e depois é que lhe expliquei: “Vamos retirar aqui os bocadinhos de... Vamos raspar a chapa...” Porque o Ângelo gosta muito da soma da quadricromia como matéria da sua pintura e aqui, aparecem aqui na chapa do amarelo, do magenta e do ciano – retiramos pontos e isto parece defeito, mas é uma espécie de citação – isto é a minha pequena parte, mas agora a fotografia, o encaixe foi dele, não é? Portanto foi dele, ele é que quis assim. Cá está também ali a parte da... Raspamos ali nas letras e é uma sobreposição que é uma citação do trabalho que ele faz, não é? Ele pintava a acrílico como se fosse a imprimir em *offset* com quadricromia. Pintou a magenta, depois pintou a amarelo, conforme vai pondo as camadas, assim vai atingindo uma cor final e os quadros dele são cores que não são bem definidas, mas são sempre a soma das primárias, não é? É curioso, aliás está aqui um exemplo, isto (*mostra o trabalho*) é um trabalho dele, um postal dele em serigrafia e o processo dele também é um processo de quadricromia, não é? Ou tricromia porque acho que ele não chega a usar o preto.

#### Aqui não parece que tem...

É. Mesmo com os lápis de cera, quando faz desenhos, é com os três ou os quatro, enfim. Pronto. Eu, como trabalhei com o Ângelo também aceito bem isso, não é? Porque o admirava e porque é uma pessoa por quem eu tinha muita estima e ele acho que também tinha alguma por mim. Mas, é um trabalho que não me chateia nada colaborar. Portanto, depois, claro que diz assim: “Mas não é muito bom trabalhar às vezes com clientes onde a liberdade toda...” Eu acho que sim, as pessoas muitas vezes sentem-se melhor quando podem determinar mais coisas na vida. É como na vida não é? Se eu pudesse escolher a ementa que almoço e janto todos os dias, melhor! Mas quando é a minha mulher eu não vou reclamar, não é? À partida, já ela faz um favor de ser ela a cozinhar, não é? Portanto, é um bocado disso. Mas também tive a sorte de ter assim pessoas, não é?



**(...) Isto aqui também é o trabalho de designer, não é? Quer dizer...**

É.

**Este é que é o trabalho do designer, que é o Ângelo dizer que tem determinadas características e o Professor determina as características que estão...**

Eu é que fui lá... Ele... Não foi ele que cedeu isto...

**É isso, pois, é o que eu estou a dizer...**

Pois, eu disse: “Ó Ângelo, vou raspar aqui as letras e vão-lhe aparecer aqui as...” Ele achou graça... Não, e depois também, por exemplo, a composição dos... Ele às vezes dizia-me assim: “Não quero todos no mesmo sítio”. O que é muito difícil. “Quero separar e tal...” Mas fazer isto é... Foi com ele, não é? Foi com ele... Isto é tudo feito com as três cores. Só que ele vai pintando... É engraçado.

**A parte fotográfica também (...)**

É. Por exemplo, quando eu entrei na ASA, na Porto Editora, os livros infantis... Os livros para o primeiro ciclo eram todos infantilizados, mas assim de uma forma... Ainda hoje são, tornaram a ser...

**Sim, com aquelas (...)**

Eu na altura disse: “Não.” Tentei impor uma informação clara e limpa e as crianças não são burras, não é? Não precisam de ter as letras todas, agora... Mas está na moda outra vez isso. Raramente vemos um livro para crianças...

**Sim.**

...Cuja tipografia seja normal! Qualquer dia não sabem o que é que é uma tipografia clássica. A matriz das letras, não sabem, não é? Tem que ser tudo “macacada”, as letras têm que ser bonecos e eu disse: “Não, vamos fazer isto de uma forma... São fichas de avaliação, vá lá, é uma coisa mais séria. Vamos pôr aqui um Helvetica ou assim um... Franklin Gothic ou uma letra que funcione bem e que seja visível.” Ainda fiz estas séries mas não fui muito convincente. Olhe aqui uma coisa engraçada que eu fazia de (*mostra algo*) Como é que era antigamente. Por acaso não

sabia que estava aqui. Isto é a proposta para uma matriz, neste caso, do Jorge Afonso... Não, do João Machado... Onde é que está a assinatura dele?

**Ele é que aprovava?**

...É, porque ele na altura foi o diretor. Está aqui. Isto é... O diretor é... Este é o João Machado. (*risos*) Isto é, depois uma ilustração original para os de matemática, porque ele, na altura foi... Depois houve uma altura que ele era diretor artístico da ASA. E eu era avençado. Ele já não estava na escola a dar aulas, não é, era... O “atelier” dele...

**Nos anos noventa andou...**

Isto em que ano é?

**Noventa e um.**

Noventa e um.

**Pois. É o João Machado que fazia a parte de comunicação da ASA, não era?**

Era. É. Aliás, quando andava na escola, era ele. Mas eu lembro-me... O que é que os autores dizem ali? “Isto é apenas um estudo rápido de como vai ficar a disposição das figuras. O documento terá outra qualidade. Mostrar ao autor capas já realizadas.” Pronto, aquilo que eu já fazia, não é?

**Sim.**

“O roxo sugerido entra na cor de fundo do título.” Pois porque este *layout* é do João Machado, estes três... E os autores disseram assim: “Queriam pôr mais meninas, mais elementos femininos”, está a ver? Isto é importante, eu acho interessante isto: “Mais elementos femininos”. Quer dizer, eu pus... Acho... Mas pus aqui uma por acaso, mas pronto aqui são quatro... Cinco rapazes e uma rapariga. Eles querem mais igualitário. Agora tinham que ter um preto e um cigano, se fosse agora já era assim mais... (*risos*) “Situação de jogo...” Ah, desporto coletivo, não pus aqui o desporto coletivo, eu depois não sei como é que me desenrasquei mas devo ter feito, não é? Portanto eu gosto de cumprir. Não é? Podia dizer: “Ei, que (...)” E tal. Claro que às vezes quando não temos tempo, quando são situações muito chatas...

**Mas como é que é a questão do...? Por exemplo, quando vai fazer uma capa de um livro ou no caso de preparar um layout para uma...**

Eu só ia buscar aqui uma... (*levanta-se e vai buscar algo*).

**Sim sim.**

(...)

**Como é que funciona a questão do...**

Só para dizer que... Só para acabar...

**Sim, sim.**

Só para concluir aquilo – também, evidente que reconheço que trabalhar com clientes ou com pessoas que nos reconhecem e dizem: “O Modesto é que sabe.” Isso é o ideal, claro, e gostamos muito disso e pessoas, ainda por cima que tenham bom gosto e exigentes... Isso é muito raro encontrar. Por isso é que muitas vezes a história do design é feita não de bons designers mas de bons clientes, não é? Isso é uma coisa que não é muito... São os clientes que têm feito a história do design. Porque raramente vemos: “Pegue no R2”. Veja algum trabalho que seja assim mais massificado, se eles o usam para qual... Não usam, portanto, ou seja, é... E digo “R2” como digo outros autores, não é? Aquele trabalho mesmo de sistematização de informação, de... Pronto. Eu, por acaso, tive a sorte de trabalhar durante muitos anos com um cliente que tinha essa absoluta confiança em mim. Não é? Era quase mais meu amigo do que cliente. E portanto, tudo o que eu fizesse à partida, ele queria sempre melhor e o que fosse possível – só a limitação era quase sempre o processo económico, pronto. Mas isso é normal. E portanto trabalhei com ele mesmo numa pequena... Hum... Isto foi nos últimos trabalhos que fiz com ele, agora já não trabalho. Mas que era um formato estranho, pronto. “Ai é preciso... Para divulgarmos não temos muito texto, mas posso usar muitas fotografias?”. “Pode, o Modesto é que sabe”. “A tipografia não...” Pronto. “Fazer umas embalagens... Vamos usar um esquema em que seja sempre serigrafado com o nome nas várias línguas...” Portanto, ou seja, ele apoiava sempre aquilo que fosse o mais vanguardista possível ou, neste caso, quando era para fazer uma coisa nova, ou o mais tradicional possível se fosse para manter essa

tradição. E portanto, isto é um bocado raro, mas é evidente que também me dou bem com isso, não é? Levanta-nos problemas de muito mais, de natureza... Hum... Diria mais, mais inquietação, não sei bem a natureza aqui é: o que é que eu vou fazer que, de facto marque a diferença, porque ele está à espera disso. Enquanto que aqui é mais o conhecimento que eu tenho adquirido, que sei que funciona, que sistematizo e que, até muitas vezes, quero é que seja bem hierarquizado, bem cumprido, funcional. Aqueles problemas são mais de inquietação: “Ah eu não gosto daquilo...” E, portanto às vezes é mais difícil de gerir. Só para resumir que... Terminei um bocado sendo eu “os autores dos meus livros”, não pode haver melhor, não é? Ou seja, durante... Fazer livros para tantos anos, passado uns tempos a Porto Editora disse-me: “Porque é que não faz, Modesto, um livro para a disciplina de Educação Visual?”. “Ah! Mas eu nunca dei aulas a miúdos e tal...”. “Ah! Mas junta-se com alguém que dê...” E depois para mim já foi gratificante estar do lado de cá, poder maquetizar e escolher os tipos de letra... E a estrutura que vai contra... Até a base. Eu próprio, rejeitei o meu *layout* (*risos*), o que é curioso. Ou seja, os livros de Educação Visual rejeitaram o *layout* comum, mas também expliquei que é uma área completamente diferente, que não tem muito texto, e portanto, tem que haver liberdade para que a coluna de texto muitas vezes ande... Oscile, de umas coisas para as outras, e portanto que funcione mais como uma revista e menos como, pronto e... Fotografei isto, aqui no “atelier” – mal, é evidente – sem grandes critérios. Mas preferia ser aqui mal do que estar lá na Porto Editora a perder horas e horas e horas, com um técnico, que nos obrigava a que isto não ficasse tão bem assim. E pronto, digamos que dei-me... Acabei por fazer livros para os dois níveis de ensino médio, com a liberdade que eu... Olhe, cá está até aqui exemplos (*mostra algumas fotografias*), está aqui precisamente. Portanto, o terminar, não é? Pondo conteúdos que não é tão habitual – cá está o João Machado. Para miúdos de dez e onze anos começarem a aprender o que é que é o design. Modificar um bocadinho o panorama de que a Educação Visual é mais do que ensino, não é? E pronto... E isto digamos assim, é o culminar de facto daquilo que é o controlo...

**Mas aqui fez tudo. Conteúdos e...?**

Fiz. Conteúdos... Claro, tive a equipa de colaboração, aqui uma senhora, aqui mais duas, mas... No fundo, trabalho

essencial do conceito e desta... A Cláudia, que dá aulas e é a minha mulher que me ajudou a fazer isto tudo, mesmo as maquetes, aliás, este boneco da capa também – depois essa foi um fotógrafo profissional. Mas pronto desde a invenção de tudo... É airoso... Dá gozo, não é? Fazer uma coisa... O único problema é o tempo, não é? A Porto Editora e tudo são demasiado controladores nas questões temporais e, portanto, tive mais dificuldade foi a ter tempo... Isto era um trabalho belíssimo para dois anos, por exemplo e fazer um livro em condições, com exemplos e... Muitos exemplos estão aí, pronto, foi as circunstâncias que os determinaram e não... E curiosamente, com este outro não, do quinto e sexto ano porque as pessoas, infelizmente, não percebem bem o que está ali dentro e eu dei conta disso. Mas este é o livro mais adotado em Portugal – ficou em primeiro lugar e fiquei muito satisfeito com isso.

**Mas é um livro recente, estou a ver ali o like do Facebook portanto isto é uma coisa para quê...**

Já faço... Este, porque este já é a segunda edição... Terceira. Portanto, eu fui melhorando, ou seja, de quatro em quatro anos... Este já foi há três anos que está em vigor. Ah, pois está o like. Exato! (risos)

**...Bastante contemporânea.**

Pois é, pois é.

**Professor, como é que faz essa questão de... Ou seja, qualquer um dos casos, tem sempre essa questão da investigação, não é? De procurar ou... Ou seja, a partir do momento em que recebe a proposta de trabalho... Começa a trabalhar, como é que faz logo a seguir, tipo, vai para...? Pensa na altura? Discute com o cliente? Vai para casa ou vai para os escritórios – ou ia para o escritório...? Neste caso, seria “ou ia”. Como é que isto se processa?**

Acho que felizmente nós não temos, assim, um, não é de abrir um armário, uma gaveta e a coisa ser o dia “X”... Claro que mal estou na reunião qualquer pessoa, é evidente que pensa na tarefa, não é? E sou como qualquer um, venho de carro, já venho a pensar na solução e às vezes há soluções que aparecem logo. Acho que o aspeto criativo... Não sei, não sei quantificar nem qualificar nem dizer o que é que é isso da “musa inspiradora”, não é? Eu também digo como o Saramago: “O que tenho é de estar sentado. Se a musa

me apanha sentado, eu dou-me” (risos) O que eu tenho é de estar a escrever e a trabalhar e, se for assim, se eu vier para aqui, eu sei que faço qualquer coisa e faço, não é? Portanto acho que o meu processo é esse. Agora, gosto de tornar as coisas com alguma... Não sou obcecado com esta ideia da memória descritiva e do pensamento todo muito elaborado, mas acho que como qualquer pessoa estabeleço relações e o design não é mais do que saber estabelecer relações. E eu até digo muitas vezes isso como definição. Ainda ontem quase que disse na aula de ilustração, não é? É como a ilustração, hoje... A ilustração não é mais do que fazer ligações entre coisas que não conhecemos com coisas que conhecemos e com coisas que vamos dar a conhecer. E portanto, no design a mesma coisa. Por exemplo, mesmo naquilo que é o trabalho mais autoral, já que estou... Hum... Também foi um dos livros que foi desenhado... Foi-me proposto pela Porto Editora que fizesse uma coleção de clássicos, de livros clássicos, e depois a partir do quinto... No quinto ou no sexto volume pediram-me para ilustrar um. E aliás foi o último livro que illustrei, até hoje nunca mais illustrei mais nada. Isto já tem uns anitos. E como foi um tema para mim, o que me deram, foi “A poesia” de Fernando Pessoa, claro que eu preocupei-me, tendo eu liberdade... Primeiro: porque o Fernando Pessoa já tinha morrido, não tenho o autor a chatear-me: “Quero o menino com caracóis ou com a pele mais clara”. O editor não se metia muito, por acaso, na questão da ilustração e até porque a maquete e o layout do livro já estava feito no meu “atelier”. Portanto, ou seja, este livro clássico (*mostra o livro*) tem este formato... A capa ilustrada com uma imagem toda... Portanto, cá dentro... O layout está mais ou menos definido, o papel é este. Já sabia com o que é que contava. E não podia contrariar. Agora, na parte da imagem sim, eu podia... E investiguei, quer dizer, e gosto sempre de fazer um jogo de exercícios, não é? Mas, às vezes mais eruditos, outros menos, mas sou muito dado a isso (a esses jogos) não é? Mesmo que sejam com o “rabo escondido”, como é que se diz? Com o “rabo de fora” só! E pronto, e nunca tinha ilustrado poesia, nunca tinha ilustrado Fernando Pessoa e acabei por fazer aqui alguns jogos que muita gente não percebeu. Mas isto tem a ver com o período histórico do Fernando Pessoa e dos amigos dele. Foi amigo do Eduardo Viana e do Orfismo e muita gente não sabe o que é que é esse período do Orfismo... Desse Delaunay e essa gente... E eu usei muito essas formas geométricas que eram muito usadas, coloridas do Orfismo. Tal como está aqui este quadro de Amadeu de Sousa Cardoso, portanto...

O Fernando Pessoa entra aqui de formas bastante mais evidentes. Claro, eu disse: “Mas para uma criança isso não é importante...” Pois não é, não é, mas se alguém faz essa ligação, melhor ainda. E portanto, se tivermos mediadores que consigam fazer isso... Pronto, isto é Almada Negreiros que também foi amigo dele e é baseado num autorretrato do Almada Negreiros. Quem souber um bocadinho de História de Arte, quem perceber muito que isto é a capa do Orfeu e estas composições também do cubismo... Entre o cubismo e o orfismo eu parti um bocado... Por isso é que muitas vezes também dizem: “Ah, tu não tens um estilo de ilustração, varias tanto, é por isso que não és muito conhecido, nem és...” Mas eu também acho que é isso. Cada livro é um universo. Eu, lá está, convivi, convivo bem com os programas e não sujeito os programas àquilo que é a minha génese ou a minha intuição. Por acaso, aqui também disse: “Ah, eu também tenho direito a ter mais capacidade autoral”. E eu pintava assim nos anos anteriores. Eu aqui citei-me um bocado, quer dizer... Não tem muito a ver com este. Não, de facto. Com este aqui, principalmente, cubista, que está... Aparece aqui este, é o exemplo máximo desta ilustração. Mas isto para mim é um trabalho de design mais até do que propriamente artístico. Claro, que seja artístico, sem dúvida. E isto citei-me aqui, porque era a possibilidade de eu poder extravasar um poema que é muito mais sobre a beleza, não é? E aquilo que é, no fundo, mais filosófico: eu falar de mim, não é? É um bocadinho citando-me a mim. Mas este, por exemplo, muita gente não o entendeu e eu expliquei-o que, lá está, com a tal profundidade. É uma obra cubista feita à minha maneira, mas que representa uma ideia central que aqui está: “Cheguei à janela porque ouvi cantar; É um cego e a guitarra que estão a chorar; Ambos fazem pena; São uma coisa só”. E esta frase... Pronto, o processo só para dizer que às vezes saem-me coisas muito indefiníveis, no sentido metodológico. Sou um bocado avesso à questão metodológica ser... Pronto, um grande problema. O que aqui me deu a solução para este trabalho foi isto: “O cego e a guitarra são uma coisa só.” Uma coisa só... Ora, fez-me logo lembrar. O cubismo é isso que faz. Queria acabar muitas vezes com as... Nas composições de tudo o que era forma e o que era fundo. Portanto, uma composição cubista foi a melhor forma de resolver que guitarra... Onde é que começa o cego e onde é que começa a guitarra? Não sabemos! São uma coisa só. Quem souber de pintura percebe que há uma relação direta – Mas também uma criança quando está a ver pode... Também é capaz de se

interrogar: “De facto isto é o braço dele ou já é o outro braço? É o braço da guitarra..?” Pronto, a pintura moderna dá-nos estes... Dá-me... Deu-me jeito a mim para este estilo. Claro que depois há assim umas coisas... Umas brincadeiras, aparece o Fernando Pessoa ao longo do tempo, enfim.

**Vai sempre ser... Vai sempre aparecendo Fernando Pessoa em todo...**

Vai, vai.

**... Em todas as ilustrações, aparece sempre o Fernando Pessoa, não é?**

Até aqui no gato que é uma reprodução mais tradicional – até porque o poema também é mais tradicional – também se inverteu o estar sempre aqui um bocadito. Mas as... Aqui também foi o meu universo... A minha filha adora ver este desenho porque reconhece que os bonecos dela estão cá quase todos, estavam, até o Gil aparece aqui no meio... E a Beca Assine... Isto é um ilustrador que eu gostava na altura. Pronto, e cumpro o programa e consigo dar outro tipo de – olhe aqui uma homenagem ao meu Tom Blazer, por exemplo que eu gostava tanto do... O tipo do... Mas isto a gente também não percebe nem entende não é? (*risos*) Que aqui o menino tinha um caracol no cabelo, o caracol é como o cabelo do Bob Dylan (*risos*) Mas quem é que sabe isso, não é? É como tudo. Aqui também a representação temporal porque ela diz: “Ah e eu levava um jarro, levava não sei quê e depois partiu-se a jarra...” Se isto tudo não tivesse acontecido, é o tempo que está a contar. Então se eu desenrolar outra vez o tempo... Portanto, volta atrás, não é uma sombra mas é o tempo. Não sei de onde é que me vêm estas ideias, mas eu acho que é a capacidade e a inteligência que nos é própria que leva a que, às vezes o método seja diverso, não é? Portanto, eu sei que depois há coisas que eu aprendo e que repito. E vou dizer que isso que é...

**Sim, ou seja, trespassa isso também muitas vezes para o design também probamente, não é? Ou seja... Aliás, diz isso mesmo, que isto é... São exercícios de design, não é?**

São. Porque eu entendo muito que no meu caso, que a ilustração esteve mais próxima do design do que das artes plásticas. E era, antigamente era, a ilustração

começa assim não é? Hoje é que as pessoas chamam designs às paredes e a ilustrações. E não acho mal nenhum, eu próprio dou ilustração e digo... Não acho mal nenhum que façam desenhos e que exponham e que chamem a isso ilustração. Mas não sei porque é que se há de chamar ilustração. Não temos coragem de dizer que são desenhos? Não é?

**Sim.**

Que é arte? Que são narrativas? A virgem e o menino, tudo isso é narrativa. A pintura foi sempre narrativa até ao século dezanove, não é?

**Pois realmente sim, é uma forma é só diferente de representação sim.**

É uma forma de representação... É arte, não é? E portanto agora aqui não, eles pediram-me que era para o Fernando Pessoa e pediram-me que era para este texto que está aqui ao lado. Se... Pronto, claro que há pessoas que se desviam, desviam, desviam, e procuram nessa diferença que vai entre o constrangimento... Procuram aí a ênfase! E eu não. Por acaso, procuro sempre integrar o constrangimento seja parte do processo ou mesmo em design também. Não vejo com maus olhos que seja, por exemplo, quando eu há bocado referia que este livro, quando foi para paginar este livro determinei... Cá está, um processo metodológico, eu acho, quer dizer isto... O processo metodológico aqui foi muito técnico, comecei a achar que o maior problema de fazer uma composição de antologia de poesia. Ora, cá está o exemplo. Era saber a matriz, digamos, a mancha tipográfica. A mancha tipográfica de quanto é que vou fazer? (...) Trinta e duas linhas ou trinta e seis linhas ou quarenta e duas linhas...? Não. Eu não sabia o que é que ia determinar. E então foi exatamente a partir deste processo que é saber... Claro, lá está, muitas vezes os métodos e a forma de nós mais facilmente respondermos ou desenrascarmos, como quisermos, de um problema é também nós termos adquirido conhecimento. É lógico. Se eu não souber o que é um soneto: “Ai, sou só designer, de poesia não percebo nada”. É evidente que eu aí arrisco-me a ter um caminho mais longo. Pronto, eu analisei, claro, os poemas, e também sei que de facto a única métrica que existe é nos sonetos, não é? Pronto, os sonetos. Lá está. Eu quando trabalhava como paginador disse: “Olhe, vamos aqui criar uma grelha que pelo menos uma página com

quatro sonetos fique impecável. Já que os do Pessoa, “A Mensagem” e não sei quê, eu não consigo! É evidente, vai por aí fora e os poemas do José Andrade muito pequeninos vão ficar nas páginas soltas como aqui, estes evidente continuam... Portanto, foi isso. Ora, a partir deste livro, como há muita gente que ainda pratica de soneto, eu pelo menos atribuí a matriz tipográfica. Porque era muito desagradável, aqui neste soneto, por exemplo, que a mancha tipográfica acabasse aqui. E eu tinha que só aqui três... E depois a partir dali nunca mais ia endireitar, portanto... Isto aconteceu-me assim. E portanto, e depois houve soluções que são pontuais e que são interrompidas e que não são acabadas até ao fim e tudo bem, mas outra coisa que me propus fazer foi usar só um tipo de letra. E portanto, todo este livro desde a capa até ao interior e às notas – e tem muitas ordens, apesar de tudo... É todo feito... Ai, agora esqueci-me. Acho que até escrevi aqui. (...) Tem uma grande quantidade de fotos. A capa foi um problema, porque eu fiz uma proposta e eles não gostaram, já nem me lembro bem, era uma imagem mais abstrata e eu... O diretor... Ah, porque na Porto Editora existe muita gente a decidir, muitos coordenadores, muito “Marketing”... Mas há uma coisa que também está acima disso tudo que é o Dr. Vaz Teixeira (*risos*) que é o dono, que é ele sempre a última palavra. E portanto o Dr. Vaz Teixeira não aprovou a capa. E esta – a seguir fiz esta, ou seja meti-me ao caminho, pensei o que é que seria uma solução ideal, disse: “Vou à Serra da Estrela”, que é o único sítio do país... Porque isto é – eles diziam mesmo e é verdade – a maior antologia portuguesa feita até hoje, ou seja, do século treze ao século vinte e um, a maior antologia feita. Portanto tem duas mil e tal páginas, portanto estão aqui quase todos os autores portugueses, só menos quatro ou cinco que recusaram mesmo que não queriam... Disseram que não queriam estar presentes. E eu disse: “É a maior antologia feita em Portugal até hoje, ou seja a abrangência da poesia é maior”. E então eu disse: “Vou ao ponto mais alto de Portugal fotografar Portugal!” Eu vejo ou... Posso ver mais, não é? E fui lá mesmo à torre e fotografei com a minha máquina normalíssima, nada de especial... No lusco-fusco, que é aquela altura poética que nem é dia nem é noite (*risos*) e portanto tirei àquilo que são as montanhas que no fundo, no fundo são as estrofes, não é? Quer dizer, assim uma espécie de que se vê e tal... Até para beira de pedras, se reparar desde a primeira – está ali, olha, até podemos olhar para ali que estou a pintar aquilo na mesma. (*risos*) Agora deu-me para rir, depois do design gráfico, para fazer

a pintura. Pronto. E depois a tipografia também muito pouco exuberante, não é? Portanto, tentei que não fosse mesmo nada que contaminasse a imagem... E apenas aparece aqui um elemento, que o Dr. Vaz Teixeira ficou possesso, que isto não podia ser, que então que retirasse este tracinho que ainda por cima está aqui sulcado, eu até o queria mesmo pôr com, na altura, mais relevo, como se fosse cá alguém que tivesse marcado. E eu então também fiquei muito chateado, também é evidente que me fico aborrecido, não é? Tiro ou não tiro, não... Disse: “Não, vou tentar...” Fiz um texto e expliquei que se o Sr. Engenheiro Vaz – Ah, porque ele não percebia isto, que as pessoas não vão perceber e eu escrevi um... Fiz um... Deu-me para fazer um pequeno texto e mandei-lhe – ao Eng.º Vaz Teixeira. Lá expliquei que era a poesia, o ponto mais alto, a abrangência, fui lá eu, que fotografei, mal ou bem, mas tal e tal... E a última parte: “Senhor Engenheiro Vaz Teixeira também quer compreender a poesia? Mal está a poesia”. Portanto também se quer compreender... Escrevi assim um texto. E ele respondeu, assim logo rápido: “O Modesto também é um poeta. Siga.” (risos) Não sei, estive inspirado nesse dia, o que é certo é que também é que eu o convenci que isto é parte, não vale a pena – nem eu lhe quis explicar que era o risco vermelho, porque tal como a poesia, não se pode explicar toda, se não, não é poesia. (risos) É literatura ou é narrativa ou é o que quiser, ou um conto, pronto. Portanto, convivo bem mas também, claro. Existem estes momentos em que o autor tem que exercer alguma pedagogia, portanto eu acho que ele percebeu que, afinal as coisas que, muitas vezes, não se percebem também podem ser bem introduzidas, porque são a melhor forma de estabelecermos...

**E gosta de controlar o processo, ou seja neste caso, foi tudo feito por si... Foi tudo, quer dizer, recebeu o material, o conteúdo, mas fez a capa, foi fotografar a capa...**

Pois, sim, sim, sim. “Ai, isto parece um tijolo” E então eu lá, mais uma vez, também: “Não fica bem, aquilo é como os vossos dicionários, são mais...”, portanto, pronto, isso sim, sim. Até é interessante porque é quase cúbico e não sei quê. Pronto, isso...

**Mas a questão da fotografia. Era importante ser uma fotografia sua ou...? Como é que gere essa questão? É preferível...**

Como aqui havia um sentido muito poético da minha parte, sim eu preferi que a fotografia tivesse menos qualidade e fosse mais pessoal do que propriamente chamar o meu primo, que é um fotógrafo bom – o João Ferrand é um bom fotógrafo de arquitetura e ele fez esta fotografia no estúdio dele e de facto cobrou à Porto Editora e está impecável, não é? Está muito bem, eu não conseguia fazer isto. Mas aqui... O que eu queria que isto aparecesse, não é? Aqui... Percebi que o lusco-fusco, esta ideia entre o dia e a própria qualidade em si não ser muito importante, não... Tanto é que ele nem é muito visível às vezes. Mas controlo, gosto... Agora também trabalho com outras pessoas, com fotógrafos e com ilustradores se for preciso. Então muitas vezes eu fazia uma revista de ilustração, sobre a ilustração lá na Porto Editora... Estavam ali uns números também. E eram ilustradores que faziam as capas, não é? Até eu, aliás, a coleção que desenhei de clássicos, eu só illustrei aquela, mas depois havia uma coleção mais... Vou buscar (*levanta-se para ir buscar*) Também fui diretor artístico desta coleção, aliás, das duas... E esse papel é um bocadinho diferente, é... Eu conhecendo ilustradores, lendo os textos, além de fazer o *layout*, portanto, da coleção, que infelizmente acabou. Mas gente menos conhecida, outros mais – o João Vaz de Carvalho é conhecido, não é? Estas duas não, eram... Foram minhas alunas há uns anos. E eu via que o texto tinha estas características específicas e chamava os ilustradores. Também fizemos um do André da Loba e levei-o até aqui ao meu “atelier” com os objetos também... Assim umas coisas também em cartolina fotografada... Portanto, também trabalho bem com essa gente, não é? E muitas vezes faço eu este aqui da... Mas gosto de dizer: “Olhe, vou cortar aqui o dragão”. Mando o *layout*, dou sempre... O único que foi mais exigente foi o André da Loba que fez mesmo o esquema de... Todo ali... Mas eu, muitas vezes sugeria: “Ponha uma ilustração aqui ou faça outra...”. Mas também dizia: “Ah, não gosto de fazer pequenino, gosto de fazer grande...” Eu aceito bem isso, até porque também sei... Estou dos dois lados. Estando dos dois lados é muito bom perceber que as pessoas têm estes “tiques” se for preciso, não há mal nenhum, quer dizer, têm formas de fazer e de se sentir... Portanto, trabalhei com...

**Costuma desenhar, ou seja, desenha...? Já percebi que desde pequenino que desenhava, mas a questão da ideia passa muito pelo diálogo com o papel e com o caderno?**

Eu ainda hoje, aquilo que estava a mostrar há bocado, a capa do João Machado, ainda é assim que faço muito. Estes logotipos e tudo... Mesmo no café. Portanto este livro do... Aliás é até uma espécie de vício que (...), não é? O facto de eu ter a relação muito grande com o desenho... Parece que muitas vezes... Parou?

**Os altifalantes?**

Ah.

(...) **Sim.**

Mas pronto meto sempre estas coisas, não sei há qualquer coisa... Por exemplo, para a capa. Desenho-a mesmo, estou a ver, ponho lá borboletas e tal. Faço o *layout*, no mínimo com um boneco.

**Tem algum esquisso disso? Ou seja para nós... Tem alguma coisa que...**

Toneladas.

É?

Mas agora... Agora não sei se procurar... Mas tenho tudo – não sou eu – eu não sou organizado (*risos*) A minha filha mais velha... (...) Tudo...

**Mas vai desenhando em folhas soltas?**

Hã?

**Não é, ou seja não é sistemático, é em folhas soltas, não é... Não tem um caderno de...**

Não, não, não. (*procura algo*)  
(...)

Tinha de estar a procurar... Não sabia...

**Deixe estar, Professor, deixe estar, não se preocupe.**

Mas pronto, concebo o original, e às vezes logo na forma que estou a ler... Isto já tem uns anitos mas... Faço logo um boneco qualquer, não é? Aqui no próprio papel. Depois pode vir a dar uma ilustração ou não... Mas desenho sempre, sim.

**Era isso.**

Às vezes tenho coisas que... Tenho desenhadas... Este, por acaso, fiz de propósito. Pronto é assim, às vezes até faço isso num sítio que não é propriamente aqui sentado, não é? É o Douro... Mas é vinho verde, não pode ter socalcos. Está a ver, apesar de tudo isto é uma imagem abstrata a imitar um pouco o Douro. Porque este vinho é vinho verde mas é de Resende. Resende é o Douro.

**Pois. Sim, sim.**

Só que, se eu puser uma imagem de uma montanha do Douro, toda a gente diz que é vinho do Douro, maduro, pronto. Então a forma de fugir, foi assim uma coisa mais à Resende, como eu costumo dizer (*risos*) (...). Por acaso há tempos, num jantar: “Oh Modesto, podias ter feito isto, não podias?” (*risos*) Brinquei com ele. Mas sim, sim desenho muito... Tudo. É os logotipos e isso.

**O Professor também vai citando, ou seja...? As citações que vai falando nas ilustrações também vai fazendo no design, citações?**

Sim, sim.

**Pronto.**

Ah, as mesmas coisas, mesmo a capa e a fazer, por exemplo, um... Hum... (...) de uma série que está para ali, aquilo é feito no café, muitas vezes, ou aqui, quando chego de manhã, gosto de riscar.

**Quais são os trabalhos mais representativos, ou seja, da forma do seu processo criativo? Já (...), não é, ou seja...**

Não acho que haja, não. Gosto desta ideia de me meter desde aquilo que é uma engenharia quase visual – quase de um esquema gráfico (até espartano), não é? Que não vou estar aqui a fazer na poesia, pronto, agora é... Hoje até, fazia aqui coisas... Eles quiseram que eu separasse, eles queriam que eu tivesse todos os autores numa fotografia e eu... Custou-me muito porque as fotografias iam marcar muito. Consegui negociar isso: “Não ponho a fotografia”. Porque não ia ter a mesma qualidade, ia ter aqui alguns, sei lá, como é que era? O Álvaro de Brito Pestana que nasceu em Évora em 1432, devia ser uma

gravura mafiosa... Que nem sei se seria ele, eu tentei ao máximo... Depois ia pôr aqui ao fundo a Sophia de Melo Breyner a fumar, que é a fotografia que muitas vezes aparece... Não achei, consegui. E depois eles: “Ah, mas queríamos que se distinguisse mais quando acaba um, Modesto, tens tudo tão...” Depois é como a poesia, deixe andar assim. E mesmo assim depois criei aqui este rabisco. Hoje arrependo-me de o ter, acho que não é isto que devia cá estar. Mas se repararem aqui há muitas formas, neste nem é muito, por exemplo, os poetas, os mais... Há muitas ordens, tipográficas. Felizmente, a Minion Pro dá-me essa amplitude, não é, de ter muitos... Mas eu tive aqui que criar muitos estilos, não é? Um para aqui, outro para ali, o *small caps*, etc. Outro aqui para estas situações, depois este não pode corresponder a este... Os autores fizeram-me uma listagem na altura, que eu estive a fazer esse trabalho com eles e era imenso e eu disse: “Não, mas vou fazer tudo em Minion Pro e vai ficar bem. Não precisamos de estar aqui a pôr dois tipos nem nada...” E esse sentido espartano eu gostei de fazer, mas ao mesmo tempo, também a envolvimento poética do objeto. A ponto de eu ir à Serra da Estrela que é uma coisa que não... Nem tive grande verba, não sei... Não me lembro mais já... Mas nem pensei nisso, nem quis saber! Um dia que fosse para o Algarve, até foi – aproveitei e disse: “Vou pela Serra da Estrela fazer fotografia e tal...” – e fiz, portanto, toda essa envolvimento que me marcou muito também como conceito, não é? Já que a primeira foi recusada, que era uma capa mais gráfica, eu depois envolvi-me mais numa mais poética de, pronto, escolher o dia, escolher a hora, quase que aqueles que fazem aquela memória descritiva toda elaborada. Ninguém sabe mas também não interessa – sei eu, pronto. E isso dá-me algum prazer. Claro que isso é um trabalho representativo por esse lado, pela singeleza das formas... Costumo dizer até, ora o que estava no “atelier”, no “site”... No “site” não, na... O “site”, eu não tenho “site” há muito tempo... Desde que fui pirateado pelos palestinianos (risos) Os “hackers” palestinianos puseram-me aqui... Mas este é um trabalho de que só fiz a capa e que gostei de fazer porque é muito simples, muito singelo e ao mesmo tempo representa o estilo do “atelier”. Também é uma fotografia muito “mazita”, não é? Portanto é o lençol da cama só que aqui tem um ar de bandeira porque este poeta – o escritor, o (...), um escritor de esquerda, um historiador – morreu também há pouco tempo, para aí o ano passado ou há dois anos, já não me lembro – muito empenhado e, de certa forma, um dos mais reconhecidos mundialmente. E o livro

tem um bocado essa posição dele: forte, política. E também uma bandeira, assim uma coisa mais... Ao mesmo tempo, este sentido humano é de um lençol que é apenas passado para vermelho, ou seja uma montagem...

#### **Essa fotografia também é sua.**

Sim, mas isto nem é fotografia, isto é...

#### **Sim.**

... Chegar à cama e ver as dobras e ver a melhor parte e depois... Usar o vermelho como cor de fundo e portanto, e uma tipografia muito espartana também! Mas hierarquizada, porque aqui o que interessava, não eram os tempos interessantes mas era dizer que este livro era do Eric (...) Ou seja, o autor é o mais importante e portanto a inversão de coisas tem a sua intenção, portanto, aquilo está a branco e depois o título nem tem grande interesse não é?

#### **Sim. Está neutralizado com aquela cor...**

É... Depois também me obrigaram a pôr o texto e aí já escolhi outro tipo de letra porque é o que está para lá, não é, do título... Isso não é... E portanto, aí... O tipo latino já quer dizer exatamente isso. Isto é deles e eu, que remédio tenho se não pôr e o símbolo também é deles (risos). Mas pronto, isto também é um bocado espartano. Agora o que me representa mais, não sei, é o que ainda vou fazer, acho que... Não sei. Agora a minha ideia é, já que não estou a trabalhar no design de forma ativa, não é? Porque sou mais professor, mas claro, ninguém tem nada com eu à noite não faça trabalho para mim e ando a fazer um trabalho sobre mamas, não é? (risos) E ando há não sei quantos anos a desenhar mamas para eu próprio fazer uma edição de um livro, não é? Agora vamos ver... Isto para mim, embora sendo um trabalho artístico, ele representa um trabalho de design. E o que é mais curioso é que é uma espécie de – eu também senti uma obsessão pelos materiais e de os dominar, como veem, desde lápis – isto é lápis de cera. Mas também pinto a “guache” ou a aguarela ou a acrílico ou não sei quê. O que é certo é que eu, parece que faço aqui um contrassenso: o lápis de cera, como sabem, é um pau grosso com uma certa grossura, não é? O papel é mínimo, é um A6. E as pessoas perguntam: “Como é que... Porque é que estás a usar um lápis de cera que não tem...” E eu, pronto, mas é um bocado esse meu também lado que



sempre desde miúdo gostar de trabalhar e dominar os materiais. Aquarelas! Vou comprar as melhores porque se falhar o problema não é da aquarela, é meu. E tentar fazer alguma coisa consequente. Não gosto de “Photoshop” para imitar a aquarela. Quando trabalho com digital, então gosto que seja mesmo digital, não é?

**Sim, mesmo digital.**

E portanto, este trabalho à partida também, pronto, tem preocupações sociais, e tal, e gostava que ele revertesse a favor do problema do cancro da mama e da... E tive algumas voluntárias que me... Que se associaram a isso e gostaram mesmo e quiseram mesmo participar. E portanto isto é (...) Ando aqui a estudar também a forma de o tornar também artístico porque para mim é um problema de design – como expor isto, não é?

**Pois.**

Como expor? Também, lá está, é uma questão metodológica... O que é que... Como é que é agora o método para dividir isto em partes como se fosse um corpo humano, em oito partes... A zona das mamas mais ou menos para oito... Mas criei este estilo... Mas ainda estou a ensaiar. Depois...

**Mas estão bastante bonitas. O desenho de luz...**

Tudo isto é real. Algumas são... Não tive duzentas e tal modelos, não é? Algumas são retiradas da internet e... Ah! E tem outra coisa aqui muito engraçada: é que às vezes aparece a máquina fotográfica. Nunca pinto nenhuma... Eu tenho – lá está, o método... Isto não chamo bem “método”, são condições, isto é... É isto que eu estou muito contaminado também pelo processo de design, curiosamente nunca cheguei a ser um artista nem um designer, não é? E eu sei... Separo bem as coisas e por isso é que também convivo bem porque se eu quiser fazer arte... Sei que à noite ou à tarde, posso fazê-la e portanto aturo os clientes numa altura – ou podia aturar – mas ao mesmo tempo sou contaminado pelos dois processos pelos dois lados. Por exemplo, aqui, eu disse: “Ah, não vou pintar ao natural, nada. Quero que seja sempre fotografia”. E portanto, registo isso várias vezes, não é? Na máquina... A máquina fotográfica está sempre entre mim e o modelo. Isso é uma imposição. Depois a expressão técnica, às vezes,

não é também tão importante assim. Alguns são muito mais realistas, outros quase fotográficos... Outros, como estes, são assim meios *art deco* e impressionista... Feito assim muito rapidamente. Às vezes demoro uma horita a fazer um desenho e outras vezes ando ali dois ou três dias com outro. Pronto. Mas isto, como disse, vou fazer um livro. Já tenho a... Portanto este aqui é assim um bocado à Botichelli... Muito mais... Eu não lhe chamo arte, embora...

**Está preparado para exposição, ou não?**

Sim e estou a ensaiar para ver se fica bem depois numa sala. Depois tenho que arranjar um sítio, tratar dessas coisas, também não tenho assim muita... Eu, o mundo da arte também... É de mim, não gosto. Mas esses foram para experimentar. Olhe, este é uma rapariga que é uma escritora conhecida até: ela é Bertolo. Eu um dia vi uma fotografia dela, e perguntei-lhe e ela ficou toda agradecida. Deixou-me, portanto, assim. Pronto, mas há mamas mais realistas, outras menos. Outras, no caso desta, que foi mesmo uma amputação. É mais “chato”. Pronto, e isto também terá a ver com algum... Mas os desenhos são feitos assim nestes moldes: algum trabalho social, algum empenhamento social, portanto. Não sei, o livro, uma parte reverter para... Se ajudar com alguma coisa já não é mau. e tomar consciência também disso, porque de facto é... As pessoas não fazem ideia mas é mesmo um flagelo.

**Pois.**

... Muita gente morre. E fazer o rastreio é simples, é muito simples... Não é que a minha preocupação fosse essa. Também não sou um... Como é que se diz...? Um filantropo de nascença, mas sempre tenho essa preocupação. Se puder as coisas ligar, lá está, é estabelecer ligações. Se o livro ligar umas coisas com outras... Portanto, este trabalho que gostaria de editar por mim agora este ano. Já está – até já fiz demais, só que... Eu também sou muito inseguro, embora não pareça, mas sou. Quando as coisas estão feitas já me custa um bocado... Já me apetece refazer para aí os primeiros todos.

**Pois. À medida que vai evoluindo (...)**

É, pois. É, é.

**Professor, quais são os designers portugueses, que acha que são os mais marcantes? Ou seja, designers portugueses que sejam de referência, para si. Que existam... Que tenham sido referência ou já foram alguns, provavelmente, professores que teve, não é? Que poderão ter sido alguma referência mas quais é que acha... Entende que...**

Eu gosto. Eu nessas coisas sou assim bastante eclético. Mesmo com as pessoas de quem sou amigo e que agora são mais conhecidas, eu... Já disse que gostava muito do Armando Alves e das coisas que ele fazia. Aprendi muito a ver as capas dele da Inova e foi isso que me sensibilizou para aqueles títulos em “Futura” muito apertadinhos, quase sem *tracking* nenhum. O João Machado também. Claro, não me vou esquecer do Dario Alves porque, de facto aprendi com ele, porque vi ele a fazer as coisas. E tenho esse privilégio de conhecer muita obra gráfica dele, que a maior parte das pessoas não conhece. Há tempos o Bártole por acaso escreveu uma coisa sobre ele, há um tempo já... E as capas disco que ele fez... E eu conheço capas de livros dos anos setenta e oitenta que são de facto contemporâneas, que se fazia quase lá fora e muita gente não sabe, portanto... Que ele também se dedicou, como eu disse, à pintura. Eu aprecio muito e gostava muito do trabalho dele, que não é nada conhecido. Porque ele também rejeitou muito... Mas também gosto agora do Sebastião Rodrigues e, claro, e aliás, foi um dos júris de prémio que tive no Mobil, conheci-o pessoalmente e ele até me dedicou na altura um catálogo e gosto. Aprecio muito agora o trabalho dele “à posteriori”. Na altura não era assim dos meus favoritos, não é? Embora reconhecesse a modernidade e o sentido. O João Machado também, claro... Quase meu patrão sem ser diretamente. E das gerações novas – ultimamente não gosto muito do design que está agora. Há tempos, o Paulo Cunha e Silva, antes de falecer, acabou por nos abriu este ano o curso de design lá na escola. Convidei-o para ir lá fazer uma palestra sobre o Porto e a identidade do Porto e a forma como está a dinamizar aquilo e o design se compromete com isso. E ele apresentou, de facto, as atividades todas e eu fiquei muito desiludido. Eu lembro-me que estava lá e até estava o Aires ao meu lado e disse: “Mas eles agora fazem tudo... Tão feio, tão feio, tão... Parece tão técnico mas ao mesmo tempo... Não sei, que é tudo tão deprimente, deve ser mesmo da crise”. Disse eu assim, não é? (*risos*) “Até tu, ó Eduardo, já estás a fazer assim umas coisas... Tão ascéticas, não é? Tão...” Põem o texto como se fossem orégãos nas

pizzas, tudo ali... Dividem o texto todo, ali, quer lá saber do leitor, põem uns travessões gigantescos em vez de hífen e depois... Não sei. Não gosto muito, atualmente, não gosto. Acho que está assim um reflexo de crise... Aparentemente quer-se... Associa-se muito à arte contemporânea, que é cada vez mais desumanizada, não é? E acho que o design também está assim muito desumanizado. Preferia os *punks* ou preferia que... Não é? Nem que fosse muito... Ou o design mais agressivo do que este que não é carne nem é peixe, nem é ciência, nem é arte, nem é lírico, nem é... Bom. Pronto. (*risos*) Não... Portanto, não tenho assim ninguém de referência. E não aprecio muito... Mas eu, a pergunta não era “quem não aprecia?”, por isso não vale a pena (...) Mas eu não vou dizer quem não aprecio mas gosto do Cayatte, claro, o trabalho que faz é um trabalho digno, pronto, tem altos e baixos, como todos. Acho que o Providência, sendo de uma estrutura de pensamento muito mais racional e ligada àquilo que foi a geração do Jorge Afonso, desenvolveu aquela capacidade racional de pensar o design, muitas vezes não ser... Embora havia uma coisa boa no Francisco. O Francisco era uma pessoa ligada ao desenho e à matriz do desenho muito forte, não é? Aqui uma coisa que o Jorge Afonso não era, não é? Mas gosto, também aprecio muito o trabalho dele... Por isso, não...

**Está atento ao design gráfico que se faz em Portugal atualmente? Ou seja, vai acompanhado, uma vez que é professor?**

Sim, pois, mais obrigação, tenho essa obrigação, não é? Ainda há dias a explicar aos alunos dessa história das modas fiz num quadro – e eles riram-se todos, não é – um cartaz rapidamente, assim, só para exemplificar: “Como é que vocês hoje organizam a informação, como se fosse um cartaz da moda...?” Pronto. Exposição... Um texto ali, um texto ali, depois o caixilho, a forma como, pronto. E eles riram-se muito e é sinal de que estou atento porque consegui resumir em poucos segundos e ter o atrevimento de o fazer em público... Não quer dizer, que ficasse bem ou mal, mas caricaturando a gente diz que sabe ler, não é?

**Claro.**

Portanto, estou um bocadinho atento.

**E como é que define a evolução do design gráfico em Portugal?**

Eu acho que hoje, exatamente, a maior evolução é dizer-se que não vale a pena pôr em Portugal (*risos*). Porque é... Hoje... Venho de Edimburgo há dias e eu fui lá visitar uma escola e não vejo diferença nenhuma. Em condições, em clima, tudo bem. Mas na produção, naquilo que são os espirros ou a forma mais sustentada de fazer design, não. No passado sim e é típico por exemplo ver a rua. Uma rua de Edimburgo ou uma rua de Londres em termos tipográficos é uma diferença abismal de uma rua do Porto. A parte da produção, principalmente a cultural, não é nenhuma. Até o Porto está ao nível de qualquer uma, portanto, a produção hoje em Portugal de design gráfico – ou do design em geral, mas o gráfico é o que estou mais ligado – está perfeitamente ao nível do que se faz nos outros lados. E portanto, só temos um problema, como há bocado dizia, é que os clientes não abundam. Portanto, o que faz muitas vezes bons designers e designers muito conhecidos e com grande aparato é porque, se eu fizesse os cartazes do Olivetti... Portanto do Olivetti não sei se ainda funciona, mas... O que é certo é que quando o Olivetti encomendava um trabalho, ele vinha na *Graphis* nos anos seguintes. Quase sempre, não é? Portanto, claro que também não vão escolher gente muito má, mas o que é certo é que, fazendo determinado tipo de trabalho para determinados clientes é mais certo que virar... Porque tem um bom diretor artístico, uma pessoa que portanto é exigente no ponto... Tem boa produção, por exemplo, ainda há dias vi o Aires a fazer um trabalho para a Gmund, não é? Para os papéis. Que fui lá ao “atelier” dele... Qualquer ideia, não é, qualquer... É evidente que é acarinhada de uma forma e depois é potenciada na sua exequibilidade, na sua execução e no seu final... Que à partida atinge níveis que o designer até vai ficar satisfeito. Contrariamente a outros, que é o contrário: “Ai, não podemos, o papel não sei quê, isto não, ai e tal...”

**Como é que olha para o futuro do design gráfico? Vou-lhe pôr em Portugal, mas e aqui sim, se calhar... (*risos*)**

Hum... Pronto, o design, apesar de tudo, hoje, como eu disse, há estes nichos. Eu vou chamar a este meu livro das mamas, vou dizer que é um trabalho de design gráfico? Às tantas, no final vai ser. Se é um livro, é. Portanto não é que tenha uma grande componente depois de ingredientes de design gráfico, ou seja, não há texto, muito, não há não sei quê... Mas é e cumpre uma determinada função. Ora, este trabalho, digamos assim, é aquilo que eu hoje penso que

pode ser um futuro, que é os designers, cada vez mais que estão a ter a capacidade de se tornarem também editores, não é? Ou seja, o facto... De que aqui há muitos anos atrás era impensável eu propor à editora um determinado tipo... Não acreditavam sequer, não é? “O senhor está aqui é para fazer bonecos e para dizer o que...” Pronto. Hoje em dia, portanto, com a cultura adquirida, portanto, deixamos de ser artistas gráficos ou arte-finalistas, como na altura havia assim um intermédio entre aquilo que era mesmo quem concebia e depois quem imprimia ou executava. Também como disse, já não somos artistas gráficos só. E, portanto, capacidade de autor afirma-se. E como também a crise obriga a que esta é uma atividade ligada também à atividade económica e, neste caso, ao sistema, não é? Ao capitalismo. Portanto, se melhorarem as condições também melhora logo, não é? Portanto, a primeira coisa que, quando há uma crise, sente-se... A publicidade é reduzida, o investimento em publicidade e em comunicação é reduzido depois também no design, pronto. E é isto, vem tudo por acréscimo. Portanto, estou convencido de que, se as condições melhorarem do país, também melhorará. E portanto, haverá mais emprego, haverá mais trabalho, que os ateliers queixam-se todos que não têm trabalho. A saída que eu vejo já muito... É, de facto, a autoedição. O único problema é que ainda há muito a ideia de que trabalhar para nichos e trabalhar muito para fanzines e para a pequena produção artística, é do umbigo de uns dos outros e ainda há pouco atrevimento. E eu, por acaso, na minha escola queixo-me um bocadinho disso. Há assim uma espécie de relutância, às vezes, em ensinar, digamos assim, outro tipo de intervenções que sejam mais de massas... Por exemplo, neste momento, o projeto que estou a desenvolver com os alunos é sobre um livro de culinária. Portanto, ou seja, têm de trabalhar à volta da culinária. Se puderem fazer a comida e se a fotografarem ou ilustrarem, melhor. Portanto, e... Mas uma das partes do programa é que a minha tia, que é a metáfora, a minha tia tem de usar o livro e tem de o usar na cozinha. Portanto, não tem de reclamar, não pode ser uma fanzine. Vinha-me há dias uma aluna a dizer que ia fazer em três partes e eu disse: “Olha, esqueça isso, nenhuma editora lhe vai editar o livro em três partes, não é?”

**Sim.**

Portanto essa realidade económica, essa capacidade... Agora, se me diz: “Mas então é só um projeto só, que já...”

Porque é que está na escola a fazer uma coisa que toda a gente faz?” Primeiro, os alunos não têm esse conhecimento e têm de o adquirir, não é? De saber fazer algo com determinado tipo de requisitos e que respondam... Mas ao mesmo tempo, não fique por aí. Depois podemos introduzir conceitos...

**Certo.**

Como eles estudaram a retórica visual do design do século dezanove e vinte, quero que eles estabeleçam uma ligação conceptual – ou seja, do ponto de vista ideológico, político – entre a arte culinária e a retórica do design. E portanto, ou seja, se estudaram o movimento *Arts and Crafts* ou *Bahaus*, vão ter que fazer um livro que tenha a ver com isso. E isso é muito bom, porque eu acho que, na comida nós percebemos algumas coisas que de outra forma não chegavam lá. E eu assim percebo que eles perceberam o movimento. Ou seja, se estão a estudar o *Art Deco* podem fazer um livro de *cocktails* supérfluos. Mas se fizerem a *Bahaus* ou o movimento suíço internacional ou se tiverem a estudar esses dois movimentos de certeza que têm que ter algo com preocupações sociais maiores, não podem fazer *cocktails* nem... Portanto, e é essa ideia que eu acho que, apesar de tudo, é um elemento que acrescenta entendimento e, lá está, estabelece relações, não é? Por exemplo, as tardes, que é uma coisa tradicional e que tem a ver com algum... Também com alguma forma de fazer... Uma aluna do ano passado fez-me um trabalho que eu gostei imenso do título: *Arts and Crafts – Tartes and Crafts (risos)* Não é? E portanto um livro sobre tartes com algum requinte, de facto, decoração medievalista, não é? Uma tarte parece uma comida medieval. E portanto, ela desenvolveu esse conceito e vai tentar que isso seja, assim... Ou seja é, apesar de tudo de ser um livro de culinária, é acrescentar valor e acrescentar originalidade, etc, etc. Mas não fazer disso a escola, porque muitas vezes aquilo que eu digo é que se faz da escola o sítio, o laboratório de criatividade. E isso não é preciso muito. Curiosamente, eu acho que não é tão preciso. É bom desenvolvê-lo, sem dúvida. Mas também é preciso é dar ferramentas para termos segurança quando temos criatividade. Porque a criatividade vem e depois não sabemos fazer nada com ela.

**Claro. E depois há os oregãos por cima...**

Exato. (risos) Pois é.

## Anexo 33

### Entrevista em vídeo com non-verbal Club

**Entevistados:** Miguel Almeida (MA), João Martino (JM) e Joana Sobral (JS)

**Entevistador:** João Tiago Santos

19 fev 2016

**Duração:** ±2h

#### **Vocês são três e só temos dois, por isso vai ser mais complicado ouvir o som.**

**JS:** Ok. Olá. Sou a Joana Sobral, sou de Coimbra, tenho trinta e um anos. E estudei primeiro três anos em Coimbra – Arquitetura – depois entretanto percebi que não queria nada daquilo e vim para o Porto estudar Design Gráfico nas Belas Artes. Fiz logo mestrado a seguir, também nas Belas Artes, em Design de Imagem e foi logo, acho que foi mesmo logo a seguir, passado poucos meses que mandei um e-mail para a Martino&Jaña e entrei em Martino&Jaña. E estou cá até hoje, sendo que agora já não é Martino&Jaña.

**MA:** Ehh.. Posso?

#### **Sim. Fala para a frente...**

**MA:** Sim, tranquilo... O meu nome é Miguel, nasci no Porto, tenho vinte e oito anos, também estudei arquitetura, tive dois anos na FAUP, mas acho que fiz mais turismo do que arquitetura. Mas também serviu para perceber que não era aquilo que queria fazer. Acho que gosto muito de arquitetura, mas nunca quereria ser arquiteto. Entretanto, passados esses dois anos inscrevi-me na ESAD, fiz o curso de Design Gráfico – fui aluno do João, na ESAD no segundo ano. Acabando o curso percebi que não sabia nada e tive um exercício de frustração muito grande: nem sabia se queria continuar a ser designer, ou se alguma vez iria ser designer. Mas por descargo de consciência inscrevi-me no mestrado, também, no programa de mestrado na ESAD. Entretanto comecei a fazer alguns projetos com o Andrew também. Depois o João convidou-me para fazer uma edição na *Pli* e entretanto fui ficando pelo estúdio,

e acho que foi em 2011, certo? Entrei na Martino&Jaña e, ainda hoje em dia ainda estou por aqui.

**JM:** E pronto... E eu sou o João Martino, sou um bocadinho mais velho do que eles, portanto isto é um exercício, para mim é um bocadinho um exercício de arqueologia, e tirei... Acho que acabei o curso acho em noventa e seis na ESAD. Na altura também o meu percurso começou, além da formação na ESAD, porque comecei a trabalhar com o Andrew. Ele convidou-me mais ou menos a meio do último ano para trabalhar com ele e trabalhei seis anos no estúdio. Depois também fui assistente dele já na ESAD, já dar aulas com ele. Portanto obviamente que o Andrew teve uma importância muito grande na minha formação, se calhar as raízes desta obsessão pela tipografia, etc... vem muito também do Andrew, que eu acho que também estou a passar um bocadinho este legado, o Miguel também dá aulas comigo no mestrado das Belas Artes em editorial, e a Joana um dia também vem.

**JS:** Este ano já.

**JM:** (*Ri-se*) Não... Mas isto tem a ver com... Isto é importante porque, isto é uma convicção minha, eu acho que ensinar faz parte... Primeiro, porque faz parte pela generosidade, mas depois também faz parte por uma coisa que eu lhe chamo qualquer coisa como um “altruísmo egoísta”, porque nós ao ajudarmos e ensinarmos estamos a aprender imenso, e se calhar é a maneira mais rápida de ganharmos maturidade e, aliás esta no cerne da construção da *We came from Space*. Aliás, acima de tudo aquilo que eu costumo dizer é que: quando se ensina o grande *wake up call* é que quando nós percebemos que as perguntas que estamos a fazer aos nossos alunos deviam

ser as perguntas que nos devíamos estar fazer a nós próprios. E isso faz-nos crescer. Isto faz-nos subir esse patamar... Subir sempre um patamar, e o patamar vai mudando. Mas no fundo esta é a minha apresentação.

**E de influências? Pronto, vocês tiveram algumas de arquitetura, provavelmente, mas não foram só essas, não é? Vocês tiveram, não é? Que influências é que vocês tiveram para além disso?**

**MA:** Influências em que sentido?

**No fundo, aquilo que vos possa ter levado ao Design?**

**MA:** “Hmm...” Sei lá... Pergunta difícil. Fugir de Arquitetura? (*Risos*)  
 Não sei... Não sei muito bem porque é... Porque é que cheguei ao Design sinceramente... Acho que... Como é que posso explicar isto...? Para mim sempre foi muito claro que queria estar inserido ou aprender alguma coisa ligada ao ramo artístico, ou cultural. Não sabia muito bem o quê, aliás, quando acabei o décimo segundo ano não fazia a mínima ideia do que queria e, dizia que iria para tudo menos arquitetura. E acabei em arquitetura, portanto a minha clarividência era esta. Mas não sei muito bem porque é que acabei em Design. Não sei, lembro-me por exemplo de ter feito um projeto na FAUP ainda e, na altura, o Vitor Fernandez que era o meu professor de projeto virou-se para mim e disse: “Ó «pa» isso está muito fixe, mas isso é um poster, não é uma cidade!” Não sei... se já na altura tinha uma maneira de pensar mais gráfica e menos volumétrica digamos assim... Mas, sinceramente, acho que foi uma... Nisso sempre fui incentivado enquanto crescia a experimentar, e tal como fui experimentar arquitetura e não gostei, e a seguir fui experimentar Design e comecei a gostar. Portanto se calhar teve alguma coisa por aí, mas não... Sei lá, não acho que não foi algo que estivesse predestinado ou que eu sempre tivesse a maturar muito tempo que queria ser designer. “Pá”, não sei, queria fazer alguma coisa ligada com esta área e acabei por estar bem aqui.

**Às vezes... Percebemos que muitas vezes... Portanto alguns entrevistados falam da questão da fotografia... Da questão de... seja alguma coisa de... Ainda anteaquem estava conversar com o António Modesto e estava-me a dizer que percebeu quando começava a fazer a desenhar**

**as caixas das mercearias do pai, e que percebeu que tinha alguma coisa a ver com isso. Portanto, às vezes é esse tipo de influências que possam ter ficado mais marcadas.**

**MA:** Sim, há coisas que eu, enquanto crescia havia coisas que ia fazendo, por exemplo eu lembro-me de ter... Sei lá, fazia as capas dos meus CDs que ia gravando, fazia e customizava uma série de coisas no computador. Portanto já havia uma vontade de... Eu lembro-me que detestava os “interfaces” de alguns programas, e os tentava modificar ligeiramente porque aquilo era agressivo... Sempre gostei muito de livros, sempre houve algum fascínio por essas pessoas que imprimiam coisas e essas coisas vinham parar às nossas mãos. Lá está ... não sei foi tudo muito tentativa-erro, tentativa-erro, até chegar a designer gráfico. Podia ter corrido mal na Faculdade e nesta hora ser merceeiro em vez de designer gráfico, não faço ideia...

**Joana?**

**JS:** Eu por acaso também não tenho muito bem noção, nem consigo identificar o que é que me levou a ir para design gráfico. Na altura nem sabia... Não fazia sequer muito bem ideia do que é que era design gráfico... Mas também acho que quando se tem dezoito anos, as decisões que se tomam são assim um bocado inconscientes, e a decisão que eu tomei, embora eu tenha noção clara que eu no fundo... Na minha cabeça já queria ir para design... Só que depois ao longo daqueles três anos é que me apercebi que, de facto, era melhor ter ficado com a minha opção inicial, que implicava sair de Coimbra, e essas coisas todas – o que era capaz de ser mais complicado... Mas não tão mais complicado do que continuar onde eu estava. Mas não, também não consigo explicar porque é que eu tinha esta noção, porque é que queria de facto design gráfico. Mas, porque até eu não entendia muito bem o que era a coisa... No fundo. De facto sabia que era fazer posters, fazer livros... e... Agora já me perdi não me lembro do que é que ia dizer.

**JM:** Já disseste tudo, vá... (*Ri-se*)

**JS:** (*Ri-se*) Mas ia dizer outra coisa...

**Se te lembrares entretanto interrompes**

**JM:** Lá está mais uma vez neste exercício de arqueologia, eu também nunca pensei que ia parar a design gráfico...

Aliás o mais perto que eu pensei, achei sempre que ia ser arquiteto. O meu avô era designer de interiores e eu desde que me lembro desde muito, muito, muito, muito novo que ia acompanhá-lo a desenhar plantas e a desenhar moveis e... Desde de sempre. Mesmo quando fui para design – e, não consigo por também o dedo na ferida, não consigo dizer qual foi a altura que me levou a decidir ir para design em vez de ir para arquitetura – também sempre pensei que ia para design de interiores. E as coisas, mesmo pela maneira como correu o curso, me levaram para lá, mas também não tive dúvidas nenhuma em escolher design gráfico. Eu sempre tentei – acho que também foi assim que eu fui educado e se calhar por esse meu avô também – seguir um bocado o coração e por onde eu sentia era por onde eu ia. Portanto não tive grandes dúvidas, mas também não sei muito bem a razão. Sei donde é que esta veia artística ou do design vem daí: do meu avo. Acho que é isto. Desculpa João, só um parenteses: o que nós falamos os três individualmente não falamos se calhar da Non-verbal, não sei se precisas...

**Sim.. Acho que podem entrar a apresentar o projeto, sim.**

**JM:** Pronto então... Eu, junto com a Alejandra, formamos a Martino&Jaña em noventa e oito, salvo erro. E, depois de um processo longo, passou por muitas fases, mas as fases mais interessantes foram aquelas em que nós percebemos que tínhamos uma aptidão para trabalhar colaborativamente. O Atelier foi crescendo sempre muito com... Muito ligado à personalidade e à ideia de missão e portanto... Com alguma alegria de crescer junto com os nossos pequenos, quer dizer, tornar os nossos pequenos clientes, maiores. E foi sempre assim. Depois era... A equipa também, no fundo absorvia este ideal, ou não absorvia, revia-se neste ideal. E fomos construindo sempre o estilo, sempre muito... Depois formalmente sempre muito ligado à tipografia e à competência tipográfica e, de alguma maneira pensávamos sempre o projeto assim. Entretanto como todos os bons projetos, para evoluírem as vezes têm que morrer, a Martino&Jaña houve uma parte que morreu e renasceu, com um novo nome, chamado Non-verbal. No fundo a Non-verbal é a herdeira de tudo aquilo que a Martino&Jaña fez. Mas com uma nova equipa. E uma equipa nova, porque o Miguel a Joana já trabalhavam na Martino&Jaña há bastante tempo. Mas nota-se acho eu, que já se nota no próprio trabalho uma ligeira... Como é que se diz..?

**JS:** Mudança de direção.

**JM:** Mudança de direção, sim bom... Uma ligeira curva. E acima de tudo, porque também os nossos interesses vão mudando, não é? E se calhar, hoje em dia, não temos tanta paixão pela forma, apesar de nós estarmos numa profissão em que a forma é muito importante, mas estamos cada vez mais interessados em resolver os problemas. Portanto temos tendência sempre, e cada vez mais e, acho que com esta equipa ainda mais, a olhar sempre para um desafio como muito mais... Como qual era... Qual é a melhor estratégia... O que é que tu realmente necessitas, porque se tu me pedes um livro se calhar o precisas... Necessitas é de um vídeo, ou vice-versa, não é? E portanto hoje a Non-verbal, neste momento – hoje tem dois anos – e acho que já se nota...

**MA:** Ainda não.

**JS:** Já tem, já.

**MA:** Ainda não, mas tem quase... Tem quase.

**JM:** Tem quase. Ainda tamos a lutar com uma série de... Obviamente que esta passagem de testemunho da Martino&Jaña para Non-verbal não é um processo simples, nem óbvio. Portanto ainda estamos a lutar e a esgrimir uma certa... Com algumas dificuldades, essencialmente também porque ainda não fizemos comunicação pública, ainda não assumimos publicamente. Vamos assumindo quase palavra a palavra, mas ainda não assumimos publicamente. Estamos a preparar o...

**MA:** Essa passagem.

**JM:** Sim, essa passagem e os meios para o fazer. Ao mesmo tempo também há uma coisa, também interessante: nós pomos muito a nossa vontade e a nossa inteligência e a nossa... Acho que a natural capacidade para a análise e para ... E que por isso acho que é uma das razões que nos encanta tanto fazer editorial. São problemas que normalmente são sempre problemas complexos: normalmente são sempre problemas complexos e que para chegarmos a um resultado que parece simples não sei quê, temos que estudar muito, trabalhar muito e não sei quê. E acho que o editorial tem isso. E de alguma maneira é o menos efêmero dos suportes gráficos, acho eu. Ou pelo menos um dos menos efêmeros. Mas nós também, uma

das coisas que temos vindo a notar cada vez mais, é que o mesmo tipo de problemas que se põe, por exemplo, quando nos pedem projetos complexos de identidade – e é uma das coisas que nós cada vez fazemos mais é identidade, porque no fundo também de alguma maneira a nível de raciocínio se... Debate-se com o mesmo tipo de problemas e encaixa de alguma maneira nas nossas mais-valias.

**Hm, hm.**

**MA:** Sim, eu acho que pegando um bocado naquilo que foi a tua pergunta anterior, e aquilo que... A maneira como o João começou a introduzir a Non-verbal, fazendo esse exercício, de olhar para mim mesmo aqui no meio, tem piada como, durante o curso a Martino&Jaña eram capazes de ser os meus heróis. E eu olhar para eles e pensar: “«Pá», um dia quero mesmo trabalhar ali!” Lembro-me perfeitamente de eles verem esse... De sair esse jornal do jazz, em 2009 e eu ficar: “«Pá», gostava de um dia fazer coisa destas!” E é engraçado como esse percurso vai evoluindo. Não percebi muito bem como acabei, por, por uma série de coincidências, acho eu, acabámos por partilhar ideias e isso levou a que trabalhássemos juntos. E, neste momento levou também a que reformulássemos o projeto para uma outra coisa que acho que foi aquilo que a Non-verbal fez. E daí se calhar a demora, ou este período de transição estar a ser um processo um bocado difícil, mas muito interessante para nós... Que foi, chegou uma altura em que nós percebemos que o caminho em que a Martino&Jaña estava, não era propriamente um caminho onde nós queríamos estar, mas percebemos que apesar de tudo tinha muitas coisas que nós queríamos manter e tínhamos... Continuávamos a ter muitos interesses em comum, muitos caminhos, que já tínhamos começado a ensaiar de alguma maneira. Eu acho que há um período final da Martino&Jaña que já se predispõe a testar uma serie de coisas, e acho que foi isso que nos despertou o interesse para, se calhar, nós querermos mesmo fazer isto, mas acho que o estúdio não estava muito alinhavado para este tipo de projetos. E acho que teve a ver, precisamente com essa passagem que o João estava a falar, não é? Já não nos interessa tanto estar à procura de pegar num cliente muito pequeno e acompanhá-lo desde o início e fazer... “Vamos fazer de ti grande!” Não é que já não nos interesse fazer isso, mas o foco ser só isso ou só projetos assim, já não é propriamente aquilo que mais nos interessa. Interessa-nos sim, procurar oportunidades para, cada vez mais, desenvolver projetos relacionados

com inteligência, raciocínio, de uma maneira até, se calhar, mais experimental do que o que era: menos formal, muito mais interessada em vamos conseguir integrar soluções, pensar como é que isto se pode desdobrar, como é que isto pode ter mais consequências digamos assim, não ser tanto... Tão numa lógica *for us, by us* que acho que aí o Design Português teve aí uma fase de “Ok, nós também conseguimos fazer coisas fixas”. Mas tentar passar um bocado disso e, nesse aspeto, posicionarmo-nos também numa posição muito mais de consultores e diretores de arte. Para nós próprios, para os nossos clientes e para as pessoas com quem costumamos colaborar, porque era um papel que nós naturalmente já tínhamos em todos os projetos que fazíamos. Nós sempre tivemos um hábito saudável, acho eu – pelo menos nós vêmo-lo como saudável – de convidar muita gente para os nossos projetos. Nós sempre fomos trabalhando com muitas pessoas, externas ao próprio estúdio, consoante as necessidades do projeto... “Pá” precisamos de um ilustrador, achamos que este “gajo” tem o estilo certo para isto, ou era “fixe” trabalhar com ele porque sabemos que ele nos vai proporcionar alguma destabilização àquilo que nós costumamos fazer. E acho que fomos percebendo naturalmente que, se calhar é essa a nossa maior competência – é dirigir os projetos pensar como é que eles deveriam ser, pensar quem é que eles deveriam ter e, acima de tudo pensar o que e que eles poderiam ser. Porque, muitas vezes – aquilo que o João tava a dizer, também concordo em absoluto – vêm-nos pedir uma brochura ou qualquer coisa e tu: “«Pá», se calhar devias estar a construir um prédio, não é isso que devias estar a fazer.”

(...)

**MA:** Mas é esse tipo de raciocínio, esses tipos de análise... Sim. Nem sempre é fácil, mas cada vez mais nos interessa que nos procurem por isso... Não é que nós não... Nós continuamos a meter as mãos na massa, obviamente, continuamos a fazer as coisas, a ter um gozo enorme em, em estar a trabalhar tipografia, em paginar um livro... Não nos interessa fazer só isso (acho, eu). Acho que foi esse o grande, o grande *shift*... Não sei... Que é que tu achas?

**JS:** Sim. Sim. Acho que é verdade... A grande mudança é essa – não sei se é só essa, mas também... Eu nunca na vida quero estar a fazer só isso. Tenho mesmo que estar a desenhar coisas...



**MA:** Claro.

**JS:** Pois agora se, se calhar também não é só... Mesmo graficamente, acho que é... A Non-verbal é um bocado diferente da Martino&Jaña. A Martino&Jaña e era um bocadinho mais acho eu berrante, sólida, não sei, um bocado mais festiva...

(Risos)

**JM:** Gostei do “festiva”.

**JS:** E nós agora estamos... Se calhar também por isso, porque... Acabamos por não estar... Por muito interessados que estejamos no aspeto visual das coisas graficamente pura e dura, também estamos interessados (e, cada vez mais) em toda essa questão mais estrutural, de conteúdo e de funcionamento de se pensar sistemas, como é que as coisas funcionam e ir lá.. E por isso mesmo é que os livros são um exemplo tão bom disso, porque acabam por ser se calhar... Depende dos livros também, mas no geral, dos projetos mais complexos, com mais fases durante o processo e todas elas muito interessantes, e que se pode pensar naquilo asserio... Não sei...

**Vocês já foram avançando um bocado com a questão do processo e com a questão das metodologias que vocês têm. Mas eu gostava que vocês falassem um bocadinho sobre isso, e se pudessem arranjar algum exemplo concreto disto, ou seja isto a ideia é que vocês consigam explicar como trabalham também o processo que têm. E aqui o processo que perceba a ideia da questão do... Que tem que haver muito diálogo com o cliente para que a coisa funcione, porque se o cliente vos está a pedir uma coisa e vocês estão-lhe a dar outra resposta, provavelmente a coisa pode não ser tão bem aceite pelo cliente, portanto há esse... Há sempre esse diálogo que, eu acho que se percebe no discurso pelos três que a Non-verbal tem. E, portanto queria que vocês falassem também um bocadinho sobre essa questão – sobre a ideia, desde que chega um cliente aqui (ou contacta-vos, não me interessa como agora) mas vos contacta até à fase de... Todos os passos, um pouco que vocês seguem, a parte da investigação, se investigam? Se... Como é que apresentam ao cliente? Se o cliente vos mandar para trás como é que vocês reagem? Ou seja, todas estas angústias também e sucessos que o designer tem, como é que vocês vêem o vosso processo de trabalho? E se quiserem aproveitar para**

**explicar de alguma maneira com um trabalho, pronto, este é, este é...este bloco de perguntas, que é uma grande pergunta... Mas é, no fundo que se passa até a altura em que o trabalho vai para rua, ou vocês entregam-no ou, ou seja, se vocês acompanham ou não o trabalho..? Portanto é mesmo perceber o processo, a vossa metodologia. Também percebi que vocês trabalham muito em termos de parcerias, isso também faz parte da vossa metodologia. Quando é que isso entra? Quando é que vocês percebem isso? É através de uma investigação? Ou partem logo para esse trabalho? Portanto isto é mesmo uma resposta livre estejam a vontade é... Quería era que apanhassem mais ou menos esta ideia.**

**JM:** Como surgem os clientes é impossível defini-lo porque surgem das mais variadas maneiras e é uma coisa... Mas é uma coisa interessante isso, como é que surgem? Eu acho que nós ... Sei lá... Eu acho que... Eu sempre pensei que os clientes surgiam porque iam ver portfólios e, porque viam coisas que... Que gostavam.

(Risos)

**JS:** (...)

(...)

**JM:** (Ri-se) E acho que em grande parte, em grande parte não é assim. Surgem por acaso, porque alguém disse alguma coisa. Surgem porque alguém fez um bom comentário, mas não surgem normalmente – obviamente há exceções – não surgem normalmente porque conhecem muito bem o trabalho e que gostavam de trabalhar connosco... Passando isso...

**Mas (...) Desculpe (...) Vocês acham que... Vocês tinham uma presença online e depois passaram para o Behance as coisas todas isso teve algum impacto na alguma maneira como os clientes chegavam a vocês ou nem por isso..?**

**JM:** No nosso caso em particular não, é...

**Ok** (...)

**JM:** É muito estranho porque somos muito populares...

(...)

**JM:** Alguns trabalhos obviamente que sim, sei lá... Tipo quando trabalhamos para a Nike ou para a NBC vieram pelo Behance. Mas normalmente... Curiosamente até, de alguma maneira não... Não surge, para nós... Talvez porque nós também o que fazemos, o tipo de Design que fazemos e mesmo o facto de estarmos muito ligados a editorial que é sempre um processo muito partilhado e com uma comunicação, que se quer sempre também muito próxima... Talvez também por causa disso não, não... O Behance não teve assim uma importância muito grande nessa...nesse... Pelo menos direta, não é? Eu acho que o Behance teve, tem muita importância por exemplo na maneira como... Entre pares, no fundo, como os outros designers nos vêm a nós nacionais e internacionais, não é?

**MA:** Eu acho que isso aí foi também um bocado responsabilidade nossa, não é? Nós por exemplo, acho que até foi uma das coisas que nós detetamos agora na maneira como queremos comunicar e percebemos que o Behance é, claramente, um caso à parte, porque acho que nós temos tendências a escrever imenso sobre os projetos no Behance. Não preparamos aquilo propriamente tanto para um possível cliente ir lá ver e entende isto muito bem. Não! Queremos explicar um bocado porque é que as coisas foram feitas. Aliás nunca nos agradou muito a ideia de... Sei lá... Olha pega numa imagenzinha de uma capa de um livro e diz que isto é bonito porque... Não, se os projetos têm muito mais que isso, nós queremos explicar às pessoas também que eles têm muito mais que isso. Eu acho que isso também tem muito a ver com o facto de estarmos ligados ao ensino, de quererem posicionar os teus projetos com outro tipo de referência, ou outro tipo de conteúdo. Explicar os processos que estiveram por trás deles e acho que é natural que isso aconteça, quando posicionas aquilo muito mais para ser consumido por designers ou interessados em design, que também os principais contactos que surjam daí são de pessoas mais ligadas a isso... Mas por exemplo o Behance proporciona-nos que sejamos publicados mensalmente em milhares... Eu sinceramente já nem sei onde é que é, porque todas as semanas temos pedidos para ser publicados, recebemos imensos pedidos de...

**JM:** Estágios.

**MA:** Estágio internacionais... E faz... E acabamos por estabelecer uma rede de contactos que é interessante não

sei se, sinceramente, não tenho capacidade para dizer se isso se traduz em clientes finais. Diria que não, na generalidade dos casos, mas que é uma rede de contactos interessante de outra maneira e que nós a usamos muito mais. Acho eu, para fins educativos do que propriamente para fins comerciais, é... Acho que é aí que está a diferença e lá está também porque o nosso tipo de trabalho não é... Acho que, por exemplo, é mais fácil alguém, um cliente contratar um ilustrador pelo Behance, do que contratar alguém que faz um livro, não é? É um tipo de projeto que é muito mais complexo e envolve uma proximidade e um diálogo completamente diferente, não é algo que te diga: "Tenho uma página de um jornal, tenho uma zona com esta área e gostava que fizesse alguma coisa relacionada com este tema". Não. Nem nós, não é? Ninguém nos entrega um ficheiro Word e diz: "Olha faz-me um livro disto." Não é? Há sempre um diálogo muito grande e um processo muito partilhado nesse aspeto. Portanto acho que é o tipo de projeto que nós fazemos é um bocado difícil de o vender pelo Behance.

**JS:** Sim... e... Posso falar?

(Risos)

**JM:** Não, não podes.

(Risos)

**JS:** Eu acho que essa questão de... Acho que são coisas diferentes... Os clientes arranjar, clientes encontrar clientes, os clientes que nós mais queremos, terá de ser por outra via que não necessariamente a divulgação do trabalho no Behance ou numa série de outras plataformas, que são mais direcionadas para designers também, etc... E, aliás até foi uma coisa que nós também... E isso faltou-me dizer há bocado: que nós também identificamos, como uma falha que nós, em geral na Martino&Jaña tínhamos, e que agora com a Non-verbal estamos a tentar colmatar. Nós somos, nós os três, não eramos três, eramos mais. Mas também éramos todos assim, completamente desorganizados... Completamente interessados em fazer as coisas simplesmente e a fazer aquilo que nos interessava e não tanto pensar no projeto enquanto uma coisa realmente viável e...

**MA:** E "gerível"

**JS:** E "gerível".

**JM:** O que querias dizer é que nós, às vezes, somos demasiado idealistas.

**JS:** Sim... Sim.

**Não fazem o projeto para vender e para se mostrar em termos de marca. Fazem o projeto em termos de paixão.**

**JS:** Pois, e Deus me livre, eu quero continuar a ser idealista sempre, mas com um bocadinho mais de... Enfim...

**MA:** Sim, mas é por isso que agora temos uma gestora de projeto...

**JS:** Sim, era isso que eu ia dizer...

**MA:** Para nos dar umas “chicotadas”, de vez em quando... (Risos)

**JS:** Era isso que eu ia dizer. Tivemos noção perfeita de que tínhamos que colmatar essa falha e, por isso, agora temos uma gestora de projeto que também vai cobrir muito a essa parte de clientes, não é? Pensar em clientes e de falar com clientes e de...

**JM:** Já (...)

**JS:** Sim, já está, sim. E por isso, essa agora, penso, que é uma das partes que nos vai... E ainda estamos neste processo de ver como é que a coisa está a funcionar, mas de qualquer forma, como é que os clientes chegam até nós? Pode ser também muito por essa via que nós sabemos que anteriormente não...

**JM:** Voltando ao processo: o processo difere, obviamente, de problema para problema, de projeto para projeto, mas há alguns pontos em comum. E obviamente que a análise faz-se... A análise é reflectida, mas faz-se muito também com a quantidade de experiência que tu tens. Para nós e muito mais fácil fazer uma análise quando temos tantos anos de experiência, não é? Portanto, numa pequena reunião com o cliente nós já temos algumas pistas do que é que ele necessita e já temos algumas pistas daquilo que devemos procurar. E isso faz uma diferença muito grande. Mas depois há um processo de trabalho puro e duro que é sempre um processo partilhado e isso é uma coisa que é difícil explicar porque é... Eu lembro-me que sempre que

entrava alguém de novo para trabalhar no estúdio achava extremamente estranho, porque não há... Nunca ninguém faz... Nunca ninguém tem um projeto para trabalhar. Uma pessoa pode começar a fazer aquele projeto, mas a qualquer momento eu ou outra pessoa: nós trabalhamos num disco central e num ficheiro único e portanto se a Joana está a trabalhar num projeto que eu acho que tem potencialidades, mas gostava de tentar que fosse para outro lado, eu vou-lhe pegar no ficheiro dela e ela a seguir faz-me o mesmo a mim... E isto é constante e portanto se por exemplo me quiseres perguntar: “Dá-me os créditos de quem fez este trabalho. Ou de quem fez este...” Não é possível, porque todos trabalhamos no projeto é mesmo... É algo que nós... Nós fazemo-lo inconscientemente, agora se calhar mais um bocadinho, mas muito conscientemente também, é algo que nos falta.... Eu costumo dizer que é uma coisa estranha que é que, parece que já não conseguimos muito bem... Fazer os projetos sozinhos. Porque estamos tão habituados a este sistema em que estamos constantemente os três ou mais pessoas a trabalhar no mesmo projeto. E isto parece que não é muito eficiente. Mas é, porque se responde muito mais rápido e com muito mais acuidade nos projetos e, principalmente também porque estamos muito ligados nesta maneria de trabalhar, não é? E portanto isso é algo que todos os projetos têm em comum, é que trabalhamos os três, ou se envolver mais pessoas trabalham mais pessoas. Aliás, até relativamente raro trabalharmos só os três não é?

**MA:** Sim.

**JM:** Há sempre alguém, convidamos sempre alguém. Também uma pergunta que fazemos sempre no início, quando temos o problema mais ou menos claro é: “O que é que precisamos para responder a isto?” Mas logo a seguir: “De quem é que precisamos?” E isto é constante, em todos os projetos praticamente. Podemos chegar à conclusão de que não precisamos de mais ninguém, às vezes isso acontece. Mas, muitas vezes vamos convidar pessoas exteriores porque isso – também temos a ganhar com isso, porque ao estabelecer essas relações nós estamos a aprender também e, torna o projeto de alguma maneira mais interessante. Interessante não só para o cliente mas interessante também para nós. Estamos a lidar com caras novas, pessoas novas e preocupações diferentes, isso também é algo que no processo é muito importante na maneira de trabalhar. Já o era na Martino&Jaña, agora na

Non-verbal se calhar até o é numa maneira mais assumida. Num sentido de direção artística pura e dura, no facto deste exercício ser uma coisa muito mais racional do que era, muito... Antes se calhar era mais *fun* era mais pelo divertimento da coisa hoje é estratégico, ou se calhar mais estratégico. Não sei se concordam..?

**MA:** Sim. Acho que sim. Acho que acima de tudo, eu tenho sempre muitas dificuldades em falar de metodologia em design. É uma coisa que me faz muita confusão, porque eu acho que é mesmo... Nós usamos processos, é verdade, e usamos processos comuns a mais ou menos todos os projetos, mas tudo varia tanto de projeto para projeto... É muito difícil eu dizer que usei a mesma coisa. Acho que não consigo dizer que fiz a mesma coisa que isto, que isto, que isto... Acho que em todos os casos foi absolutamente diferente. Acho que há coisas comuns, é verdade, e acho que esse processo de partilha e de trabalharmos juntos... É, concordo em absoluto: é algo com o qual eu já tenho muita dificuldade – em fazer projetos sozinho. Eu já não... Porque aborreço-me. Acho que acima de tudo a grande virtude disto, ou de trabalhar assim é que primeiro conseguimos nós, por exemplo: somos pessoas que temos vários interesses comuns, mas também, temos vários interesses diferentes e temos várias competências comuns e várias e, ou melhor várias competências diferenciadas e várias lacunas diferenciadas também... Eu sei que, por exemplo: vou pegar num projeto e, rapidamente, vou começar a empurrar em duzentas direções diferentes, porque estou entusiasmado com aquilo e perco completamente o fio à meada... E comecei num... Que lá está, comecei num poster e já vou num prédio, mas... Precisas alguma coisa?

#### **Estou só a ver (...)**

**MA:** Ok. Mas também sei que eu posso estar muito mais descansado em... Quando começo um projeto não tenho que estar tão preocupado em refinar ali uma coisa. Que sei que a seguir alguém vai pegar naquilo e vai olhar e: “Ó «pá», tem calma, entusiasmate-te aqui, mas tens que fazer isto bem primeiro. Tens que afinar estas coisas aqui e não sei quê.” E acho que essa segurança que nós temos a trabalhar de que... E vice versa não é? De que nos podemos entusiasmar que a seguir vem alguém e vai ter um... Vai fazer uma mediação naquilo que nós já fizemos, não é? Vai olhar para aquilo e dizer: “Ok, calma.” Porque quando nós estamos tão entusiasmados com uma coisa,

às vezes é difícil triar aquilo que é realmente interessante, ou aquilo que é realmente bom, ou que é que há ali de sumo. Ou às vezes, é nos acharmos que estamos a fazer uma coisa muito fixe naquela direção e o que é realmente fixe é na outra e as vezes é preciso vir alguém: “Calma olha para ali, olha para ali”. E acho que nós temos isso constantemente e usamos isto também para escovar aquilo... Que, no fundo, para conseguir aproveitar aquilo que todos nós temos de melhor e, de alguma maneira, cobrir aquilo que tudo aquilo que nós temos de mais frágil portanto é ... Acho que é uma maneira muito...

**JM:** Eu acho que o que provoca é que essencialmente... Provoca que estás-te sempre a reinventar, porque não és tu que pensas tudo então estás-te... Como... Estás constantemente a ser estimulado por problemas diferentes, problemas que nós nos vamos causando uns aos outros. Vais responder de uma maneira diferente também e então isso faz-te evoluir e faz-te pensar radicalmente, às vezes de uma maneira, radicalmente diferente. Nós podemos dar alguns exemplos, por exemplo da maneira como nós pensamos que... Ora chega-me a capital. Porque acho que são bons exemplos daquilo que nós queremos dizer, quando dizemos que gostamos de pensar em problemas complexos, e no fundo... Eu posso-vos contar um bocadinho da história do que foi por exemplo a capital da cultura – o Guimarães capital da cultura. Até posso... Até nesta ideia de colaboração, no fundo aquilo que nos guia é também um bocadinho esta vontade. Posso-vos dizer quando nos propuseram para fazermos a comunicação da capital da cultura, aquilo que nós propusemos é: “Se é uma capital europeia da cultura então não devemos ser nós a fazer, então devíamos alargar isso.” Então o que propusemos foi fazer uma espécie de We came from Space para a capital europeia da cultura. Depois, basicamente disseram que não havia orçamento e não conseguimos levar isso avante. Mais tarde montamo-la de qualquer maneira. Mas ideia era essa dar algumas oportunidades com uma direção artística mas... A jovens designers ou não tao jovens mas no fundo se era uma capital da cultura devia abranger um leque muito maior. Num aspeto prático, mais uma vez como é que nós raciocinamos? Lá está, não é... Cada vez menos é uma questão de forma, de forma final. Então por exemplo, este programa era... Pronto, era um objeto como eu costume dizer que é um objeto impossível, porque não havia tempo para o fazer, basicamente por uma série de circunstâncias:

porque a direção da capital da cultura, uma direção tinha sido demitida e substituída por outra direção, e estamos a falar de uma capital da cultura que tinha seiscentos eventos diferentes e, de repente, aquilo que nós nos apercebemos – porque íamos pedindo informação, que queríamos trabalhar e eles iam-nos prometendo sempre – que iam sempre adiando e nós começamos a reparar que eles não nos davam informação porque não a tinham. Chegamos depois, mais tarde, a saber, que basicamente a informação estava espalhada por muitas pessoas diferentes, por ficheiros de Word espalhados e eles não conseguiam ter sequer uma noção do que é que estava programado, e o tempo a passar. Qual é... E aqui é que está... Qual é que foi o nosso entendimento, não é: “Vamos ficar de braços cruzados” e depois vai sair o que vai sair, ou podemos dizer que não é possível, foi: “O que nós podemos fazer?” O que seria ideal para conseguir fazer uma coisa muito competente mas que, “pá”, quando surgir, quando houver informação e então foi sempre esse o nosso raciocínio. Eu lembro-me de uma reunião, aliás com o Carlos Martins — que era o diretor executivo — e que foi muito interessante, porque eles estavam à espera de então: “Façam um simulado... Ou façam...” Ora isso de fazer simulado nunca me convenceu, porque é sempre um “tiro no escuro” e é trabalho perdido. Portanto aquilo que eu fiz, na altura foi: chegamos lá com uma pilha de livros: “Olha o que nós temos a fazer é isto, e a nossa estratégia é fazer as coisas desta maneira”. Então o que é que era: nós fizemos... Construímos uma base de dados para pôr toda a informação, mas direcionada à comunicação. Não era uma base de dados pública, portanto nem para organização interna nem nada, era para nós organizarmos a informação e depois desenvolvermos alguns “softwares” para automatizar tarefas repetitivas. Se nós vírmos que todos os seiscentos eventos têm uma data, têm um local, têm um horário, têm um título têm um subtítulo, têm uma introdução, têm uns textos têm uns (...), têm uma fotografia... E tudo isto ser automático. Então fizemos alguns “softwares” para o fazer e explicámos isto. Acho que naquela reunião estavam para aí quinze pessoas e a única pessoa que compreendeu realmente foi esse diretor executivo, que é uma pessoa bastante aberta e bastante informada que se levantou e: “Ahh... Estou muito mais descansado!” (*Ri-se*) Nem nós, ainda na altura sabíamos bem como é que íamos... Mas ele percebeu a direção, como é que nós estamos a pensar. E então, preparamo-nos: antes de ter um bocadinho de informação, preparamos

tudo, toda esta base de *software* e de organização para quando chegou a informação, nós tivemos... No primeiro dia a única coisa que fizemos, foi metemos doze pessoas dentro do estúdio a pôr a informação toda dentro da base de dados. A paginação toda automática demorou uns segundos e o livro conseguiu-se fazer em quatro dias, que é assim... Este dia normalmente num processo habitual nunca demoraria menos de um mês e meio e mesmo assim... “Ok”, foram quatro dias vinte e quatro horas por dia a mudar... Mas foi possível... Era impossível fazer este trabalho, sei lá. E pequenas coisas como tem... sei lá se nós abríamos... Eu gosto que as pessoas marquem o objeto. Queres ler o que está dentro vais rasgá-lo e o objeto nunca mais vai ser igual (...). Pronto, mas preparamos isto, que podíamos preparar... Preparamos tudo antes para depois chegar ao fim e conseguirmos responder dentro da mesma lógica. Isto correu bem, não é? E foi um sucesso e eles adoraram, porque eles nunca imaginaram que fosse possível realmente pôr, mas isto foi o objeto que deu credibilidade à direção que disse: “Pronto este «gajos» conseguiram fazer um programa e o programa existe e é visível, e qualquer um independentemente de se a data de se calhar o horário está mal num ou doutro, não sei quê...” Nos seiscentos, na globalidade estavam bem, e isto foi, pronto, uma base de credibilidade que eles estavam a necessitar muito. E resolveu-lhes esse problema. E depois também preparamos na altura até em colaborações com o Miguel Carvalhais e com alguns *developers*, preparamos como é que iria ser a comunicação da capital e, dentro deste conceito é aquilo que nós... E estamos a falar de 2011 não é? De finais de 2011, quando a coisa que se usava era os QR Code e etc.

**MA:** Os QR Code estavam a começar aparecer.

**JM:** Estavam a começar aparecer os QR Code, e que... Os QR Codes são um código de barras. O que nós fizemos e desenvolvemos com alguns *developers* foi um código. Um código que pudesse ser utilizado para fazer design, mas que qualquer telemóvel ou *webcam* pudesse reconhecer e automaticamente – conseguisse colocá-lo na agenda, ou o ligasse automaticamente à bilheteira do evento e etc. Só com um apontar, muito antes de haver estes “softwares” que existem hoje em dias de reconhecimento de página, etc. E isto era mais ou menos o *look* que no início chegou aparecer, correu menos bem porque a direção da capital teve medo desta estratégia e então nunca a implementou. Para

nós foi um choque e basicamente nessa altura, no início abandonámos a comunicação da capital, pouco depois...

**MA:** E ficamos a fazer livros.

**JM:** E ficamos a fazer as publicações editoriais, que era aquilo que...

**JS:** E ficamos a fazer as agendas, durante...

**JM:** Sim, mas não foi durante muito tempo. Mas pronto, esta era a estratégia, mas isto acho que demonstra bem a maneira como nós pensamos sempre. Que é: “Como é que vamos resolver este problema? Ok! Isto vai ser muito trabalho, vai ser muito complicado, vai ser as coisas todas a última da hora.” Então como é que nós respondemos a este problema? Se calhar automatizá-lo e ganhar com isso ainda a vantagem de utilizar as novas tecnologias para o próprio utente é sempre assim que nós pensamos. Não sei se queres acrescentar alguma coisa?

**MA:** Eu acho que não...

**JM:** Outro exemplo também, não sei que queres tu agora falar, do exemplo por exemplo de, que acho que também é um bom exemplo de como chegamos a este objeto. (...)

**MA:** Sim, posso falar.

**JM:** (...)

**MA:** Bem, isto foi uma, quando nos convidaram para pensar como é que poderia ser a comunicação do pavilhão de Angola na bienal de Veneza, só sabíamos de uma coisa é que havia, muita pressão por eles, no ano passado, terem ganho o Leão de Ouro. Portanto este ano tinham que fazer uma coisa séria e credível.

**JM:** Com metade do orçamento...  
(Risos)

**MA:** Sim, com pouco orçamento, com pouco tempo, com problemas de comunicação brutais, porque tinham... Estavam a trabalhar com imensos artistas que pura e simplesmente não conseguiam contactar com eles, porque não tinham telemóvel...

**JM:** Alguns não sabiam ler nem escrever...

**MA:** Não tinham telemóvel... Sim, não sabiam ler nem escrever, não tinha acesso a internet, portanto estás a contactar com um artista que vai estar na bienal de Veneza que não consegues contactar com ele... Consegues de quatro em quatro meses, ou assim... Não é uma coisa muito simples nem muito acelerada... Mas, acima de tudo, havia vontades de fazer algumas coisas interessantes e a premissa da... Da orientadora da presença de Angola na bienal era interessante, que era no fundo o António Ole é o grande artista angolano e a grande referência na arte angolana e o que estavam a tentar desta vez a fazer era preparar a transição de António Ole para as novas gerações de artistas. No fundo ele selecionou uma série de afilhados, dos quais ele reconhece que esteja o futuro da arte angolana e queria trabalhar sobre isso, e nós achámos que isso era uma coisa muito interessante. Para além de que percebemos que havia uma série... todo... No trabalho todo vemos as imagens, os produtos, os trabalhos dos artistas e são realmente muito africanas sente-se muito, as ideias de colagem, sobreposições de cores fortes...

**JM:** (...)

**MA:** É muito identitário e é muito “fixe”... Ao mesmo acho que “Ok”, mas isto vai estar num contexto europeu, italiano, modernista quase... Portanto, quer dizer, é Angola, mas não é Angola em Angola, não é? Isto não vai ser uma exposição em Luanda, vai ser uma exposição em Veneza, que vai estar rodeada de uma série de outros países também a representarem-se... Então como é que nós conseguimos trabalhar isso? Uma das soluções que nós arranjamos e nos pareceu interessante foi, vamos desenhar isto de uma maneira absolutamente modernista, vamos fazer uma grelha do mais... Acho que foi das grelhas mais fixas com as quais trabalhamos, vamos fazer isto à moda antiga “pá”. Fazemos uma grelha muito regular, muito estática, muito fixa e em que vamos pôr a informação de uma maneira absolutamente modernista, com tipografia grotesca, tudo muito bem alinhado, espaçamentos todos controlados, tudo muito preso à grelha, sem grande libertação e depois vamos deixar isto ser interrompido... Este discurso que já não faz sentido hoje em dia, não é? Mas que, no fundo, explica um bocado até esta lógica destes grandes tempos áureos, destas grandes exposições mundiais e como eram comunicadas, mas vamos deixar

isto ser interrompido, ser aquecido por esta energia angolana que...

**JM:** É uma atitude quase viral de África sobre a Europa...

**MA:** Sim... Nós queríamos mesmo que... Isto é África vem à Europa, Angola vem a Itália, tem que ser... Tem que ter força e temos que ter espaço para fazer isto. Portanto aqui temos só uns exemplos, e tem que funcionar numa miríade de suportes completamente diferentes, aqui temos um catálogo um desdobrável e um convite que fizemos e são todos eles... E partilham todos eles a mesma coisa, mas existe, por exemplo uma série de suportes “online” até em que, no fundo, este mesmo princípio era reproduzido em vídeo e animação, portanto, toda esta atitude constante. Nós até queríamos ir mais longe até do que aquilo que conseguimos ir e queríamos mesmo pôr isto a cobrir os palácios... O palácio que era completamente renascentista onde aquilo estava. Não conseguimos ir tão longe quanto queríamos, mas acima de tudo tivemos sempre essa vontade. E é muito engraçado como se isto graficamente se traduz depois desta linguagem muito forte, muito agressiva, mas por exemplo consegue ser controlada depois para um ambiente mais formal, ou algo mais...

**JM:** Sim, mas acho que pelo menos com todos os elementos modernista não tem aspeto modernista...

**MA:** Sim, mas foi quase uma piada... Vamos fazer uma piada com isto, mas depois disso é engraçado que isso foi o conceito que nos ajudou...

**JM:** Mas por acaso, uma das coisas que... Desculpa te interromper. Mas aquilo que eu estava a pensar nisto era... Como foi? Como é que é que esse catálogo aconteceu? Basicamente também foi o cliente que já tomou uma outra perspetiva disto e disse: “Por favor ajudem-nos porque, nós não temos material para fazer isto mas precisamos mesmo de fazer isto e não temos muita ideia de como o podemos fazer de uma maneira eficaz e interessante.” Então aí nós tivemos um grande papel de editores. E então começamos a ler os conteúdos e: “Olhe precisamos disto, precisamos de uma entrevista, se calhar ou que precisamos de algo que faça a mediação entre a entrevista e o trabalho atual, aquilo que vai estar lá, mas também se calhar de alguma maneira dar a conhecer também o que eles fizeram antes não só o que esta na exposição e etc.”

E foi uma mediação com a Rita Gt muito interessante que levou depois a um livro, que eu acho que esta bem “esgalhado”, principalmente o sentido de organização: percebe-se muito bem o que se está a dizer, não é... E isso é dos tipos de clientes que nos dão realmente a pica, que nos fazem... Que no fundo retiram de nós toda a nossa mais-valia... Por exemplo já com o Paulo Mendes, também gostamos muito de trabalhar mas tenho um problema diferente, por exemplo: fizemos um livro em que nós percebemos que o livro que ele queria fazer, que era... Teria 150 páginas não era realmente um livro... Ou melhor, era um livro que ele tinha mas se calhar não era o livro que ele queria e esse livro de 150 páginas acabou como um livro de 600 e tal páginas. O grande problema é que 600 páginas custam muito mais. Custa muito mais dinheiro para imprimir do que 150 páginas, portanto ainda não foi impresso... (*Ri-se*) Estamos em vias de, mas estamos a espera de quase à um ano...

**MA:** Mas acho que acima de tudo o que tem piada foi...

**JM:** E também um grande livro, acho eu...

**MA:** Sim. Acho que foi nos dois casos, não é? Neste aqui... (*barulho*) Eh lá. Estás a ser agredido. (...) Disseste está a ser imprimido e (...)

**MA:** Falaste ainda não foi impresso e (...) Acho que acima de tudo essa, lá está, esta aquilo que estávamos a fazer no início desta relação, como é que o nosso diálogo com o cliente muda os projetos é interessante, porque aqui este, o próprio livro está sequenciado dessa maneira: “«Pá» se nós arranjamos este princípio para ele funcionar graficamente, porque é que estruturalmente e em termos de edição ele não pode funcionar assim também? Vocês não têm textos, e não vão conseguir arranjar textos novos escritos a tempo.” “Então, mas existem texto escritos destas pessoas”. “Arranjem-nos”. Como é que os conseguimos organizar? E tudo isto foi trabalhado de uma maneira muito...

**JM:** Mesmo a nível de portfólio?

**MA:** Sim.

**JM:** Nós chegamos trabalhar com originais acabados de fazer, que foram feitos, de alguma maneira, parte daquilo foi feito para o catálogo, o que é incomum acontecer, não?

**MA:** Sim mas foi muito engraçado essa ideia porque o próprio livro é mesmo assim, são discursos que vão sendo interrompidos vão sendo contaminados por outras coisas, mas que de alguma maneira na sequência, criam esta lógica de “ok”, isto é a passagem de testemunho de António Ole para as novas gerações de artistas, curada obviamente pela Rita Gt, e...

**JM:** E uma das coisas que quisemos fazer também foi... “Pá” há sempre aquela, quando se fala de Angola, há uma espécie de... Do “catalogozinho” tradicional, de capa dura, invariavelmente “chato” e sem grande novidade, umas das coisas que nós também nos propusemos a fazer foi algo contemporâneo: “Nós estamos no século vinte-e-um, vamos fazer algo contemporâneo para este pavilhão”. E que foi interessante também a reação dos clientes, os curadores adoraram logo, depois os patrocinadores – também foi interessante a reação deles, porque não estão habituados a este tipo de catálogo, ou que nós chamamos e dissemos desde o início que nós não queremos um catálogo, queremos um livro... (*Barulho*) Começou o almoço...

**MA:** Sim...

**JM:** E eles começaram por desconfiar, estavam espera do tal “catalogozinho” de capa dura e não sei quê... Para depois serem os primeiros a começar a compreender. Isto acontece muitas vezes com o cliente, nós designers temos um conhecimento do que se faz, porque é que se faz muito superior e maior (porque é a nossa profissão) do que o cliente. Então e muitas vezes temos que convencer o cliente, para o cliente ter tempo para começar a entender aquilo que nós queremos dizer não é?

**E esse ter tempo até ao que vocês fazem..? Como é que vocês apresentam o trabalho ao cliente? Ou seja na primeira maquete, há uma primeira maquete? Ou...**

**JM:** Normalmente isso é uma coisa muito discutida e que há... Conheço muitos designers que apresentam passos do trabalho. Nós não, nós normalmente apresentamos projetos finais, e apresentamo-lo o melhor que conseguirmos. Portanto se pegarmos em qualquer um destes livros, a maquete que nós apresentamos ao cliente, provavelmente não vais notar grande diferença a nível de qualidade de acabamentos e etc. Porque somos muito rigorosos. Não queremos deixar muito espaço para o

cliente ter que visualizar alguma coisa, nós apresentamos as coisas quase praticamente como elas vão sair. A verdade e sem, espero que, salvo seja (...) Mas a verdade é que raríssimo, mesmo – acho que se contam pelos dedos das mãos – projetos que o cliente não o percebe, não aceita e manda para trás.

**E quando não aceita como é que é? (risos)**

**JM:** Quando não aceita é muito complicado porque não estamos habituados a esse...

**MA:** Sim, mas normalmente, acho... Eu não me lembro assim de nenhum: “Não”, assim redondo, não é? Normalmente há coisas que se querem mudar ou querem mudar o foco, ou alguma coisa assim. Isso, depois é sempre ali uma mediação também, porque... Quer dizer se o cliente quiser transformar aquilo numa coisa que nos agride, ou que não nos interessa fazer parte digamos assim também... Acho que também é uma coisa que nós estamos a aprender agora – mais recentemente – que é: já não nos interessa estar a convencer também, ou não podemos estar a converter todas a gente. Há aqueles que sim, e nós pomos o nosso esforço e a nossa dedicação toda em fazer com que as pessoas percebem aquilo que nós queremos fazer, até antes de começarmos a trabalhar. No fundo arranjar aquele *common ground*, ser... É muito importante ser muito definido, que é: “Ok, mas nós vamos tentar fazer uma coisa assim. Estás a vontade com isso?”

**JM:** Não... Basicamente estou me a lembrar, ainda ontem, tivemos uma reunião com um cliente internacional de uma grande marca em que ele perguntou: “Ahh mas vocês sentem-se com capacidade?”. E, na altura, até o Miguel disse muito claramente: “Se estás a procura de uma agência comercial e não sei quê que te vai fazer e vai te responder a um *pitch*, não! Não estamos interessados nisso. Se estás a procura de um estúdio que vai pensar nas coisas de outra maneira, que vai trazer sangue fresco e vai trazer uma nova... Ou pelo menos vai clarificar aquilo que vocês querem, isso sim, podes contar conosco.” E acho que ele ficou muito bem impressionado.

**MA:** Sim, acho que acima de tudo, toda essa... O processo sendo o mais honesto possível ser é... Faz... Retira espaço a que existam esses mal entendidos, porque acho que depois os próprios clientes também percebem que isto é



umas coisas que tem sempre dois lados, não é? O trabalho não é só nosso, mas também não é só deles e tem que haver sempre aqui uma mediação e um diálogo. E se as coisas estiverem realmente a chegar a um ponto em que não é comportável – eu não me lembro de nenhuma situação assim, mas em que não é mesmo comportável – continuarmos a trabalhar nisso, acho que nós também temos a humilde de o perceber. E já chegamos... E digo isso nunca chegou a acontecer, mas chegamos a pôr isso em hipótese de ter algumas situações mais (...) e: «Pá» acho que talvez o melhor é vocês procurarem outro caminho... Não temos problemas nenhum”.

**JM:** Mas por exemplo, estamos aqui a ver este trabalho com o Paulo Mendes, e tanto no jornal como no livro, houve alturas em que o Paulo não entendeu o que é que nós estávamos a tentar fazer, mas lá está, gostamos de trabalhar com ele porque bastou-nos falar um bocadinho com ele, bastou-nos... E ele entendeu perfeitamente aquilo que nós queríamos dizer e então até nos ajudou a ir nesse caminho, não é? De Alguma maneira ele se revê, no fundo, na abordagem. Se nós não tivermos esta capacidade retórica, então sim é um problema muito grande. Se for só uma luta, porque é uma luta não faz sentido e aí o cliente nunca vai perceber. Se nós conseguirmos e tivermos a capacidade de explicar porque é que é estamos a fazer as coisas assim, claro que evita que no fim as pessoas não entendam o projeto.

**JS:** Ele até foi dos clientes que esteve mais presente durante o processo...

**MA:** Sim.

**JS:** Que viu mais coisas, que não foram... mais fases, que não forem só a final. Mas também porque ele insistiu demasiado. *(Ri-se)* Mas pera lá que eu quero dizer uma coisa, que era... De que é que vocês estavam a falar?

**MA:** Da maneira como... Da Interação com clientes, recusas...

**JS:** “Ahh”, sim... Sim. É que nós também temos a alguma consciência de quem são os clientes e se nós estamos a tentar a fazer alguma coisa – pelo menos isso tem acontecido algumas vezes, se calhar ultimamente nem tanto – que achamos que é demasiado e que o cliente não

vai aceitar aquilo, mas nós queremos fazer na mesma, temos a sempre a segurança de fazer uma segunda hipótese. Então se ele diz que não logo, apresentamos a segunda hipótese.

**JM:** Sim isso é mais no... Quando estamos a fazer, por exemplo identidade porque às vezes... Lá está, isso às vezes, isso é um bocadinho um defeito nosso, mas que está também...

### **É intrínseco.**

**JM:** Sim mas que está, no fundo, encontrado, e está diagnosticado, que é, as vezes nós entusiasmano-nos. Lá está, fazemos sempre as coisas com muita paixão, e uma das coisas... Às vezes não é preciso, quer dizer, se estar a fazer um “logotipozinho” para um restaurante qualquer, se calhar não é preciso inventar a roda, não é? E nos temos a tendências para inventar, constantemente, a roda, não é? Para ver sempre o ideal, o que é que deveria ser, como é que tu respondias melhor ao que eles estão a propor, porque muitas vezes o cliente diz coisas que ele próprio não sabe muito bem porque é que está a dizer, por exemplo a nível de posicionamento, sei lá. Às vezes eles acham que se querem pôr numa classe média alta, por um preço e se calhar realmente não estão. E, realmente não é isso que eles quererem, eles gostavam disso, quase numa perspectiva filosófica, mas depois a realidade, eles sabem que vai ser muito diferente. Portanto é uma das coisas que nós temos vindo a corrigir: é perceber que não podemos entrar em guerra em todas as batalhas, porque se não perdemos a guerra e perdemos a batalha. Portanto há coisas que vale a pena lutar e, que vale a pena argumentar e, que vale a pena usar toda a retórica e todo o esforço que é possível, para levar o projeto na direção certa, e há outras vezes, que mais vale fazer uma coisa competente e que chega.

**MA:** Mas eu acho que isso...

**JM:** Mas isto é um processo difícil que ainda estamos a interiorizar, porque nós somos sempre levados a tentar o ideal.

**MA:** Sim, mas acho que isso tudo também passa por um processo que nós temos começado a desenvolver: estamos agora a começar a perceber quais são os mecanismo

extremos para o fazer, que é de procurar quais são os clientes certos, e realmente interessa-nos isto, acho eu... Estarmos a trabalhar... E com isto não digo que são só Museus, são só pessoas que publicam, são só pessoas assim... Não! São as pessoas que estão dispostas a trabalhar neste sistema de diálogo.

**JM:** Sim.

**MA:** E de estarem abertos, pode ser uma coisa tão simples como um café, ou um restaurante, até à coisa mais complexa do mundo, mas são pessoas que estão dispostas a isto. É perceber que...

**JM:** A dialogar, não é?

**MA:** Exatamente, vai ser sempre preciso encontrar um território de trabalho que é tanto nosso como deles. E é daí que vem o trabalho que nós achamos que é realmente melhor, tem sempre... Os nossos melhores projetos, acho que são sempre esses que passam por essa troca toda...

**Isto obriga-vos também... Ou seja, o facto de vocês apresentarem uma proposta, e de terem uma segurança na proposta, isto obriga-vos a que o *briefing* seja muito bem pensado, e bem... Ou seja, no fundo, bem discutido com o cliente, não é? Ou seja, mas vocês têm que dialogar com o cliente e, pelo menos têm que ter isto...**

**JM:** Eu acho que temos que ter haver uma sensibilidade muito grande, e temos que perceber... E acho que isso... Lá está, logo no início disse que isso vem muito da experiência e vem, vem realmente muito da experiência, também porque somos bastante diferentes entre nós, mas de alguma maneira nós conseguimos sentir o que é que o cliente precisa, entre todos e depois há uma outra... A nível do processo também – agora para voltar – que é: estavas a perguntar: “investigam logo e não sei quê...” Normalmente nós partimos desta intuição, do que é que o cliente necessita e começamos a testar logo, que é uma fase que nós chamamos o “pensar com as mãos”: no fundo sermos estimulados racionalmente para raciocinarmos acerca do problema, e só depois de nós percebermos bem o que é que está em jogo é que vamos fazer um investigação profunda, uma análise capaz. E depois, obviamente que tudo também depende do problema, se o problema é muito complexo a fase de investigação e de pensar é muito maior

e muito mais profunda. Se o problema é menos complexo obviamente que também esta fase será mais leve.

**MA:** Sim, e também acontece, às vezes, sei lá, temos uma primeira reunião, vemos o *briefing* e começamos a trabalhar, começamos a pesquisar depois e começamos a fazer este... A procurar os caminhos através de experimentar coisas e percebemos que: “Espera aí, precisamos de reunir com eles outra vez”. Porque isto só serviu para percebermos que não percebemos nada do que é que eles querem, e então vamos lá, e: “Então mas vocês aí..?” Percebemos melhor quais eram as perguntas que devíamos ter feito na altura, mas não tínhamos informação suficiente.

**E quando estão na questão da experimentação, ou quando começam a avançar com o trabalho... Vocês partilham o mesmo ficheiro, mas utilizam recursos... Ao desenhar, vocês tem blocos de esquiço? Ou vocês como é que...? Passam logo diretamente para o computador? Como é que a coisa funciona em termo de avanço do trabalho no imediato?**

**MA:** Acho que depende de projeto para projeto, mas na maioria dos casos é no computador.

**JM:** É muito no computador e não, porque...

**JS:** É muito na cabeça.

**JM:** Porque o que nós fazemos muito e é uma coisa que nós insistimos imenso que é: imprimimos tudo. Imprimimos pesquisa, sempre, constantemente. Não adianta estar no computador a fazer um “slide show”, porque três imagens depois já não te lembrás da primeira e, normalmente ao imprimir tudo nós temos um universo de imagem que achamos que estão relacionadas com o projeto. E portanto não é o esquiço que propriamente... Mas depende, por exemplo, se é um logo, sim há muito esquiço, há muito esquiço, provavelmente, sei lá, quando trabalhamos com o “Xesta” há um...

**MA:** Sim...

**JM:** Há a atitude de esquiçar muito, mas o que há realmente tem que ser material, tem que ser impresso, e é nessa pesquisa e nesse processo que as coisas têm que estar

constantemente impressas, para fazerem sentido. Depois é um diálogo constante. Agora por exemplo com... Há algum tempo que nós começamos a adotar, por exemplo, grupos de “facebook” internos, só para começarmos e, no fundo, estarmos sempre constantemente a pôr toda a gente a par daquilo que estamos a fazer e: “Ahh. Gosto disto e gosto disto. Ah, deixa-me tentar isto. Ah, põe aí o ficheiro quero ir aí buscar” e não sei quê, portanto...

**MA:** Sim, acho que é isto.

**E na produção? Vocês acompanham a produção na máquina, vão às gráficas? Como é que isso..?**

**JM:** Bem, nós trabalhamos com um artista. (*Ri-se*) Não, um mediador, que é uma pessoa fantástica e que de alguma maneira nos garante sempre qualidade nos trabalhos, que é o Fernando Cruz e que representa várias gráficas. No fundo é ele que faz a análise de onde é que aquilo deve que ser impresso. Se é preciso mais qualidade tem que ser numa gráfica, se calhar, se é preciso o preço, ou não sei quê, tem que ser noutra. Normalmente é assim que fazemos. Obviamente é “super” interessante e se calhar entra na tua última pergunta, que nós há pouco tempo fizemos a tal entrevista para *Slanted* e eu estava a perguntar: “Mas então pronto falaste com já com uma dezena de designers portugueses e o que é que achastes do nível do trabalho e não sei que?” E ele basicamente disse que acha o nível de trabalho é altíssimo o nível de produção já não é assim tão alto... E obviamente, isto tem uma explicação. Nós sabemos – e já andamos aqui a alguns anos – que todas as gráficas que estavam direcionadas para a qualidade ou quase todas foram à falência, não é? Com a crise. Desculpa, sei que te interrompi.

**MA:** Não acho que é isso... Há coisas que são evidentes. Nós para além de termos esse guardião de sanidade mental que é o Fernando Cruz, que sabemos que lhe entregamos uma coisa e que aquilo vai correr bem e mesmo esteja correr mal, ele vai arranjar uma maneira de por aquilo a correr bem... Agora há coisas que são evidentes, não é? Qualquer suporte editorial, nós ultimamente fizemos montes de livros, tens que acompanhar a gráfica... Não tens a mínima hipótese, existem até de casos que são feitos ali na hora, e decisões que tomas ali, e são importantes, sei lá, eu lembro-me, por exemplo, quando foi este livro, só faltava termos alugar um quarto na gráfica, porque estivemos lá para aí dez dias...

**JM:** Ainda por cima, metia papéis diferentes de cores diferentes.

**MA:** Pois, tínhamos sei lá esta subcapa era feita noutra sítio e tivemos que acompanhar... Nós nisso somos um bocado *control freaks*, acho que...

**JM:** Só um bocadinho.

**MA:** Isto é mesmo uma coisa que é: já que pões tanto esforço num objeto, nós temos tanto cuidado com uma série de pormenores que depois, é evidente que não conseguimos... Tendo consciência de que não conseguimos controlar tudo, gostamos de conseguir pelo menos passar por uma parte de situações. Até porque se aprende muito sentado na gráfica. Apercebemo-nos de uma série...

**JM:** E depois tem a ver com outra coisa: todos os objetos impressos – e isso é uma coisa muito diferente de quem trabalha em multimédia ou design de ecrã – só tens uma oportunidade. Em design de ecrã podes sempre remendar, arranjar, modificar. Num objeto impresso tens uma oportunidade, portanto se vai um erro, se não tens cuidado se vai um erro, o erro vai ficar lá sempre, e depois porque nós somos perfeccionistas, quando olhamos para o projeto só vamos ver aquele erro, nunca mais vamos gostar do projeto. Tem aquele erro horrível e que destrói o projeto. Portanto habituamo-nos, de alguma maneira, a ser um bocado obsessivos, para controlar. E mesmo assim obviamente que de vez em quando ...

**MA:** Sim. (...)

**JM:** Assim escapam menos, não é? E num projeto editorial é pior porque tem mais oportunidades de erros acontecerem. Porque claro que no meio de seiscentas páginas, há mais oportunidades de as coisas correrem mal do que num poster.

**MA:** E tem uma responsabilidade acrescida que é: nós gostamos tanto de livros, e uma das coisas que nos faz gostar tanto de livros, é exatamente o acreditarmos que são objetos que nos ultrapassam em ciclo de vida, não é? Que é daqui duas ou três gerações, alguém vai encontrar este livro em casa do avô, ou qualquer coisa assim, vai pegar e vai começar a folheá-lo, ou vai parar a um alfarrabista, ou vai parar a algum lado, ou está numa

biblioteca e isso trás uma responsabilidade acrescida em relação à...

**JM:** (...)  
(Risos)

**MA:** Claro. E traz uma responsabilidade acrescida em relação até a própria produção do objeto. Que é algo que nós pensamos para que nos ultrapasse em ciclo de vida.

**Agora ia vos perguntar um bocado sobre a questão de (...) Estejam há vontade para responder ou não... Nomeadamente esta aqui que geralmente é um bocado mais complicada que é: quais são os designers portugueses que vocês consideram mais marcantes e porquê...? E que de certa forma vos tenham... Em termos de processo, em termos daquilo que vocês entenderem que seja interessante (...)**

**JM:** Obviamente que os históricos, não é? Mas isso é um bocadinho senso comum. Obviamente que Sebastião Rodrigues e Victor Palla, são pessoas históricas e criaram sempre aquela base para nós podermos trabalhar e termos algum orgulho no nosso passado como profissionais. Mas os contemporâneos, que acho que é um bocadinho também virada para aí a pergunta, não é? Eu acho que não tenho uma resposta única... Não é? Eu acho que existem trabalhos que são referências. Acho que, sei lá, o Andrew fez muita coisa que foi interessante na altura, e principalmente, levou o nosso design, acho eu – pelo menos no Porto – por um caminho que foi muito importante. Mas acho que por exemplo o Faria teve muita importância numa outra fase de levar o design para um outro... Por outros caminhos também acho que foi muito importante... Assim desses que me tenho lembrado... Acho que...

**MA:** Sim, eu concordo em absoluto. Acho que tem a ver com... Não identifico tanto o design, identifico muito mais o projeto e é algo com o qual não tenho problema nenhum em dizer: «Pá», aquele gajo fez um projeto brutal, «fixe». Sinceramente, estou muito... Em relação ao design português contemporâneo tenho muito mais a noção daquilo que é feito no Porto do que aquilo que é feito no resto do País. Mas por exemplo que, eu acho que é impossível, não me lembrar de enquanto estudava por exemplo, não me lembrava do trabalho que o “atelier” fazia para o Centro Cultural Vila Flor, mas o que o Faria fazia

para o Teatro Nacional de São João. Que é uma coisa que é marcante na cena do design português, ou que agora se faz de outra maneira, não é? Não sei, há muitos nomes que poderia dizer, há muitos projetos, sei lá, é mesmo ver a própria R2, que eu me lembre começou com Chaumont teve um poster de Chaumont muito forte e depois começou-se a ligar mais há arquitetura e houve assim séries... Vários momentos que vão sendo fragmentados por vários. Lembro-me que depois apareceram mesmo uma série de pessoas ligadas a vários projetos interessantes, que sei lá.. É isso... Se calhar lembro mais facilmente de nomes de projeto até nem sei quem é que os fez, mas ó «pá» sei que é português e sei que é “fixe”. De resto não...

**JM:** E eu acho que há... Lá está, nós vamos procurar, no fundo, os projetos que de alguma maneira nos revemos e que têm um nível de qualidade que nós achamos certo ou que achamos que ajudam a nossa profissão e o nosso... O design português. A ideia que eu tenho num panorama geral é que o design está bom e está com saúde.

**MA:** Vê-se muito já, novas gerações a fazer coisas muito “fixes”, por exemplo, eu olho para o trabalho do “Royal Studio” e acho que é brutal para a idade deles, acho que é muito “fixe”...

**JM:** E fresco...

**MA:** Mas por exemplo, vejo projetos até mais pequenos... Sei lá, vê até mesmo a própria Márcia – os posters que fazia para Belas Artes. Acho que há uma série de pessoas e pequenos movimentos... Lembro-me dos Arara numa componente completamente diferente... A fazer coisas brutais por aí, não sei se são bem design, mas pelo menos fazem...

**JM:** (...)

**MA:** Mas fazem posters brutais. Portanto acho que há uma série de novas coisas e nós dando aulas temos o privilégio de constantemente ver pessoal muito talentoso que passar à nossa frente e achamos que o design português está...

**JM:** No auge, não é?

**MA:** Sim.

**JS:** Mesmo o Ricardo Leite...

**JM:** Sim, o Ricardo Leite não está cá, mas também está em Amsterdão, também dá cartas.

**MA:** E a própria Marta.

**JS:** Eu também sou um bocado fã do Silveira Gomes – Barbara Says...

**MA:** Sim, tem bom trabalho.

**JM:** Sim, por acaso esqueci-me da Barbara Says...

**Portanto vocês estão atentos ao que se passa cá? Em Portugal... Estão atentos ao que se passa...**

**JM:** Sim, sim, claro...

**MA:** Sim, acho que temos que estar... (*risos*) Faz parte da nossa...

**Alguns já responderam que não estão assim tão atentos...**

**MA:** Sim...

**Como é que se definem a evolução do design gráfico em termos nacionais? Ou seja como é que vocês vêm que isto está andar...? Quando está alguém a dizer “estão de boa saúde”.**

**JM:** Eu acho que por exemplo no Porto, principalmente no... Eu acho que não foi na qualidade do design, mas foi na visibilidade do bom design portuense, houve uma quebra muito óbvia e significativa quando a Câmara, quando o Rui Rio estava enfrente da Câmara, porque basicamente não se olhava para o design e como a Câmara não olhava para o design... E entramos num período, numa crise global na cultura, no Porto. Acho que com a nova Câmara as coisas ressurgiram, ressurgiu pelo menos a visibilidade e as oportunidades multiplicam-se e há projetos melhores ou piores, mas nota-se que há qualidade...

**MA:** E que há investimento.

**JM:** E que há investimento, sim.

**MA:** E valorização.

**JM:** A cena portuense do design, acho que neste momento está com saúde, acho que... Não consigo avaliar em comparação com dez ou quinze anos atrás, não consigo avaliar se está melhor ou está pior, mas acho que está bem.

**Como é que olham para o futuro do design gráfico?**

**JS:** Eu espero que continue mesmo haver livros, porque se não vou ficar muito triste.

**JM:** Eu acho que há uma coisa que o design português ainda faz pouco, que é – e é uma das premissas principais da Non-verbal – acho que o design português tem que se internacionalizar, e tem que se credibilizar lá fora, porque os designes portugueses que vão para fora. Esses credibilizam-se porque esses têm uma experiência direta com os intervenientes. Acho que os estúdios que estão baseados em Portugal o fazem de uma maneira muito tímida, ou é muito difícil, não é? E acho que faz falta isso. Faz falta isso no futuro.

**JS:** Sim. Não, mas o que eu estava a dizer é só uma reação àquela... Aquilo que se ouve para ai... Que é tudo digital...

**JM:** Pois, acho que por enquanto não vai estar. Acho que não vai estar tão cedo, porque ainda não há nada a nível de livros e... Ainda não há nada que tenha.. Que seja tão humano como abrir um livro ou transportar um jornal. Obviamente vai perder mercado e vai cada vez perder mais, mas acho que não vai desaparecer, acho que... É de uma... Os livros estão connosco há dezoito séculos não é? Nós estamos com a era digital há vinte anos? É um bocadinho diferente, não é?

**MA:** Sim, mas para além disso eu acho que, obviamente nós somos uns dos grandes defensores da impressão e que queremos continuar a poder segurar em objetos e não em *tablets* e ler em livros e não em *smartphones*. Mas acho que o futuro design gráfico tem todo o potencial para ser ainda mais forte do que é agora. Nós vemos cada vez mais, nós comentamos isso muitas vezes isto entre nós, de coisas que vamos lendo, vemos cada vez mais designers gráficos a serem chamados para posições de chefias das empresas, para ser integrados o quanto antes no processo de trabalho. Nós reparamos, por exemplo,

que cada vez mais temos clientes que nos chamam em fases mais anteriores do projeto, ainda estão a definir um serie de coisas e já nos vêm consultar. Portanto eu acho que, nesse aspeto, o design gráfico como área global, tem todo o potencial para crescer. Agora, acho que é verdade que em Portugal ainda tem um atraso significativo, na maneira como é percecionado ou como é valorizado. E há agentes que o fazem muito bem e há que lhes dar o devido crédito. Há agentes que se preocupam realmente com isso e que integraram e souberam integrar o designer ou design gráfico, tanto faz, na sua agenda e na sua maneira de funcionar e perceberam qual o contributo que pode dar para a suas áreas, mas também acho que a esmagadora maioria da população...

**JM:** (...)

**MA:** Sim, ainda não percebeu que...

**JM:** O design fala, continua a falar muito para dentro. Os designers, continuam a falar para o designer e o design por si só continua a falar com o design, mas vê-se isso por exemplo em exposições, vê-se isso... Há pouca preocupação em realmente tornar...

**JS:** Em comunicar.

**JM:** Em comunicar realmente aquilo que a área é. Mesmo podendo ser difíceis de entender, não há ainda, ou há pouco a preocupação de falar para, no fundo para a população em geral, que são os clientes.

**MA:** É um trabalho de desmistificação, não é? Que acho que ainda é pouco feito, por exemplo, mesmo numas conferências (nos ciclos de conferências), regra geral, são na mesma lógica é o mesmo problema que estamos a falar há pouco, em relação ao Behance – o público é esse, aquilo é de designers para designers ou curiosos pela área, assim no limite. Não é feito sei lá: vai lá alguém que não perceba nada, vai lá o meu pai ou a minha mãe e fica a olhar para aquilo e: “Ó «pá» vi imagens muito giras, mas não percebi nada do que é que esta gente faz.” E acho que é um bocado esse que trabalho que nós aceitamos como uma das nossas responsabilidades, por exemplo em relação aos nossos clientes. Achamos sempre que há, que tem que haver um papel didático em relação a quais são as nossas capacidades ou aquilo que é espetável de nós e

da nossa área. Mas acho que é um trabalho que ainda tem que pedalar muito em Portugal, para conseguirmos chegar a onde outros países já chegaram, não é? Que já têm, sei lá... No Reino Unido têm outros problemas claramente diferentes dos nossos, mas por exemplo, já está enraizado nas grandes instituições, no governo, numa série de coisas que cá. Fez-se agora um “ano português do design” e não se viu muito design por aí.

## Anexo 34

### Grelha de análise de entrevista de Susana Fernando

Categorias	Subcategorias	Recorte	Análise
A. Formação	A1. Académica	<i>Estudei na Soares dos Reis, depois fiz o curso de Design Gráfico nas Bel... Design de Comunicação na Faculdade de Belas Artes</i>	Percurso relacionado com a formação artística desde o secundário, frequentando já escolas de Artes e posteriormente licenciando-se em design de comunicação na Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto
	A2. Informal	<i>Do cinema, da fotografia e do cenário, no qual trabalhamos</i>	O cinema, a fotografia, a cidade são as suas influências
		<i>A literatura, a poesia... Nem eu sei... Na questão da filosofia eu acho que é... Aí há uma coisa que misturo muito que é o tu construíres-te como pessoa e nessa pessoa também pode estar um designer</i>	Outras áreas das artes serviram para a sua construção enquanto indivíduo e consequentemente de designer
B. Processo	B1. Metodologia	<i>Tento fazer bem é, perceber o que é que é preciso, não é? [referindo-se à solicitação do cliente] Ora bem, o que é que é preciso?</i>	Sempre que inicia um trabalho, fá-lo com a certeza de que compreendeu o enunciado do problema, tentando perceber se corresponde realmente às necessidades do cliente
		<i>Passa só por conversar ou escrever</i>	Dialoga e questiona até conseguir finalizar o briefing com o cliente
		<i>[sobre o facto de ouvir ou não os discos quando faz as capas] mas é absolutamente necessário, não é? O ouvir.</i>	Inicia o seu trabalho dispondo de toda a informação para desenvolver o seu trabalho de forma mais competente possível.
		<i>eu acho que até a forma de dispor o problema precisa de criatividade</i>	A forma como compreende e formula as questões do problema também necessitam de criatividade

B. Processo	B1. Metodologia	<i>Arranjares uma maneira de teres ferramentas, de dispores as imagens de uma maneira que permita ver alguma coisa ou de as passares muito rápido num ecrã para perceberes</i>	A passagem da fase de recolha sistemática de informação para o seu processamento é fundamental
		<i>“Onde é que eu tenho a pesquisa?” Tenho numa pasta.  E os ficheiros, há um ou outro que pode ser uma digitalização ou fotografias que tiro, não é?</i>	Organiza a sua pesquisa em pastas digitais para poder aceder de forma mais rápida
		<i>Têm que fazer um livro e vão ver livros feitos, não sei onde é que encaixo isso, não é? Se calhar, pode passar por ver livros, não é?</i>	Entende que a pesquisa deverá ser alargada e inteligente
		<i>Se tu precisas de um garfo e pensar num garfo e estás a ver garfos na “internet”, não é? Eu, se calhar, vou. Olha, há uns tempos, estava a ver, era, chaves e encontrei coisas mirabolantes de chaves e tal.</i>	Valoriza muito a fase da pesquisa, que, entende, deve ser exaustiva e alargada (para além dos primeiros resultados de um motor de busca digital online)
		<i>Depois, também, controlar isso até ter a certeza e poder propor.</i>	Existe grande experimentação por parte da designer até considerar que o trabalho tem condições para ser apresentado
		<i>Às vezes isto... Eu acho que acontece, dizem-te uma marca, um nome, não é? E até, sem queres, estás logo a ver se tem ascendentes e descendentes e... Se a caixa alta ou a caixa baixa e parece... E numa fase em que até parece muito prematuro... (Ri-se) Mas é irresistível, não é?</i>	O trabalho de experimentação é iniciado quase de imediato, nem que seja conceptualmente
		<i>Eu acho que é essa necessidade do fazer e ajudar a pensar.</i>	O trabalho progride com a experimentação



B. Processo	B1. Metodologia	<i>Eu acho... As coisas ficarem ou tu cortares, o imprimir, ou às vezes até um erro de impressão ou isso, que te dão oportunidade de ver as coisas e, portanto, é mais uma maneira de poderes perceber aquilo que tu estás a pensar,</i>	A experimentação e a relação com o resultado impresso e/ou o acaso podem potenciar novas soluções que até então estavam por explorar.
		<i>[contacto presencial com o cliente] Não, indiferente não é, de maneira nenhuma, não.</i>	Prefere o contacto presencial com o cliente
		<i>"Ah, mas manda qualquer coisa", e eu não gosto, não é?</i>	Preferencialmente apresenta as soluções ao cliente quando estas estejam completamente resolvidas para si
		<i>"Olhe, eu gosto mas a letra tem que estar maior". Mas também daí temos que perceber que leu com alguma dificuldade. Pronto, e depois é talvez o tentar alterar, sendo fiel àquilo que nós propomos, e também correspondendo àquilo que está à espera, ou que estão à espera</i>	Um comentário menos informado do cliente poderá por vezes refletir uma falta de vocabulário específico, o que não invalida o seu ponto de vista.  O designer poderá ter em consideração as solicitações mas também terá que salvaguardar o seu trabalho criativo
		<i>isso faço sempre que posso.</i>	Acompanha sempre que pode a produção dos trabalhos
B2. Avaliação crítica da metodologia aplicada	<i>Há coisas dessas que posso fazer, de estar a perceber, mas esta relação traz outra coisa. Pronto, se calhar é isso: é outra coisa, não é o melhor nem pior.</i>	Entende que muitas vezes a sua metodologia poderia ser outra, se calhar mais eficaz, mas que também deixaria escapar outras coisas que assim consegue captar	
	<i>estabelecer fases quando são coisas que são mais longas e propor</i>	Vê a necessidade de estabelecer fases para o trabalho	
	<i>[em relação às alterações propostas pelo cliente] o tentar alterar, sendo fiel àquilo que nós propomos</i>	O designer tem sempre que salvaguardar o seu trabalho enquanto profissional	

C. Tecnologia	C1. Tipologia de tecnologia	<p><i>mas adoro a rapidez do computador porque, mesmo quando venho e digitalizo, depois há uma série de coisas que podes fazer com rigor e isso, e de uma forma muito fácil,</i></p> <p><i>São digitais, claro. Não existem em papel</i></p>	<p>Utiliza o computador como ferramenta para potenciar o resultado final do seu trabalho</p>
		<p><i>[internet como fonte de pesquisa] Claro que uso, não é?</i></p>	<p>Usa as novas tecnologias como forma de aceder à informação</p>
	<b>C2. Relação com tecnologia</b>	<p><i>Acho que temos que ser criativos, também, para a forma como usamos as ferramentas ou, se calhar, principalmente...</i></p> <p><i>... E aí é maravilhoso o universo todo que tens</i></p>	<p>Entende que as ferramentas são uma mais valia para o designer. Só através da boa utilização delas é que o designer poderá obter os melhores resultados</p>
		<p><i>Mas, claro, a "internet" é valiosa desde... Para ver uma enciclopédia ou como ires, sei lá, ver o que se faz em algum lado, a parte mais técnica, mais teórica, sacar um texto sobre alguma coisa, claro.</i></p> <p><i>Mas acho que os livros ainda... Não é? E muitas vezes o ir a alguns locais, não é?</i></p>	<p>Apesar de compreender todo o potencial que o mundo digital lhe pode proporcionar, não dispensa a consulta de materiais e a pesquisa no terreno</p>
		<p><i>Porque essa, eu acho que é uma armadilha grande se não formos... (Risos). É usarmos as ferramentas da maneira mais óbvia, não é?</i></p>	<p>Se as ferramentas forem utilizadas da mesma forma, o designer acaba por usar as ferramentas da maneira pouco criativa</p>
		<p><i>Se tu precisas de um garfo e estás a ver garfos na "internet", não é?</i></p> <p><i>Porque combatemos muito isso</i></p>	<p>restringir a pesquisa apenas a motores de busca online é limitativo</p>

D. Designer gráfico enquanto profissional	D1. Conhecimento da profissão	<p><i>E depois é fácil nomear esse, não é? Nem te sentes a excluir</i></p> <p><i>Muitos, não é? Há outros, como é óbvio, não é? Mas estou a dizer aquele que eu acho que é mais conhecido e reconhecido</i></p>	<p>Tem conhecimento da história do design gráfico português</p>
		<p><i>Mas da parte empresarial e isso faço por estar atenta, também</i></p>	<p>Faz questão de referir que o design gráfico não é só aquele que tem visibilidade, referindo os designers corporativos</p>
	D2. Avaliação crítica da profissão na atualidade	<p><i>Vejo mais Design, não é?</i></p>	<p>É cada vez mais visível no mercado o trabalho de design gráfico</p>
		<p><i>E que faz com que as três, - Ou todas as partes, quando estava aqui a tentar dizer um número - o designer, o cliente, mas depois também o público, que sejam mais exigentes, não é (...)</i></p> <p><i>sem dúvida, que noto essa evolução.</i></p>	<p>A maior quantidade de design provoca uma maior exigência por parte de todos os intervenientes no processo de design: o cliente, o designer e o público</p>
		<p><i>Não estamos a falar de um mundo de muita gente mas dou aulas, não é? Trabalho numa escola, tenho muitos colegas designers, é uma coisa que é fácil de fazer parte da vida de todos e ser partilhada</i></p>	<p>Uma parte significativa dos designers que tem destaque na cena portuense, também lecionam</p>
		<p><i>Há muitos "wine bars" e tu pensas: "Ah, para os estrangeiros perceberem"... Mas, "pá", "vinho" é uma palavra bonita, não é?</i></p>	<p>Atualmente, na cidade do Porto, o design não está a potenciar as mais valias que a cidade está a oferecer, mas está a fazer um nivelamento formal que poderá comprometer as especificidades que a cidade do Porto ainda tem e que a tornam diferenciadora</p>

D. Designer gráfico enquanto profissional	D2. Avaliação crítica da profissão na atualidade	<p><i>que já houve um momento mais saudável em que os estudantes tentavam ser diferentes dos professores, não é?</i></p> <p><i>E quando vês, assim, uma geração tão conformada e: "Eu quero ser igual". Ou: "Eu quero fazer"...</i></p>	<p>Enquanto designer e docente, supõe que os estudantes não encaram o ensino de design como um desafio de crescimento e criatividade, enveredando por um caminho de seguidismo formal</p>
		<p><i>Tenho a mesma sensação de que cada vez é mais necessário,</i></p>	<p>O design gráfico tem vindo a ser identificado pelos clientes como uma necessidade na sua empresa</p>
		<p><i>não vejo o papel desaparecer mas vejo que possa ter um lugar, não é? Em alguns objetos diferentes mas, pronto, acho que é uma coisa muito fácil de sentir, com consequências muito diretas na mudança do Mundo e da tecnologia</i></p>	<p>O designer gráfico não irá desaparecer, mas terá novos desafios pela frente perante os quais terá que ter uma capacidade de adaptação muito grande</p>
		<p><i>Ou uma metáfora, ou uma lógica, não é? De abordagem, do ser mais subtil, ou então ser mais berrante numa declaração</i></p>	<p>O seu trabalho pauta-se muito pela procura da metáfora, pela construção de uma lógica que possa criar novos níveis de leitura</p>
		<p><i>é o encontrar uma outra forma de contar as coisas</i></p>	<p>Entende o design gráfico como uma mais valia para a comunicação. O design gráfico ajuda a olhar o problema de outra perspetiva.</p>
		<p><i>há uma sedução nessas imagens que é o valor grande daquilo que nós fazemos</i></p>	<p>Para além de solucionar formas de apresentar o conteúdo, o design gráfico também tem um carácter de conseguir seduzir pela imagem.</p>
		<p><i>A disciplina tem um nome, não é? Mas não precisa de passar propriamente pelo significado que tem a palavra "gráfico", não é? Acho que quem diz "Design Gráfico" não está a pensar só em grafismo, não é? Ou o que é gráfico, não é? Mas gosto mais de Design Gráfico, mas só por isso mas...</i></p>	<p>Sente-se designer gráfica, com tudo o que a palavra congrega.</p>

## Anexo 35

### Grelha de análise de entrevista de João Faria

Categorias	Subcategorias	Recorte	Análise
A. Formação	A1. Académica	<i>a licenciatura em Design de Comunicação na ESAD em Matosinhos entre 1989 e 1993</i>	Licenciado na escola superior de artes e design (ESAD) em Matosinhos
	A2. Informal	<i>designer gráfico e leciono "Projeto" na ESAD, Matosinhos</i>	É docente na ESAD e é designer gráfico
		<i>A música, eventualmente o cinema e um bocadinho a literatura Os elementos com os quais se estabelecem mais facilmente ligações em relação ao facto de ser designer gráfico</i>	A música, o cinema e a literatura são influências importantes para a sua identidade enquanto designer gráfico
		<i>o desporto, nomeadamente o desporto de alta competição  atenção colocada nos grandes eventos desportivos Naturalmente os Jogos Olímpicos, mas não só, outro tipo de manifestações desportivas, umas maiores, outras mais pequenas, desde o desporto em direto na televisão a assistir em tempo real Qualquer bocadinho de desporto está cheio de design gráfico</i>	O desporto, em particular o de alta competição, é outra referência para JF. A nível gráfico, mas também no método, disciplina e performatividade a este associados.
	<i>Desde que se começaram a comprar revistas e a recortar para forrar as capas do liceu</i>	É desde cedo que inicia de forma empírica o contacto com o design gráfico	

B. Processo	B1. Metodologia	<i>houve que criar parâmetros de seleção e de escolha</i>	Existe a necessidade de criar parâmetros de seleção de informação para a definição do problema
		<i>no caso do teatro, passa por assistir o mais possível à própria criação do espetáculo, se é que isso me é possibilitado,</i>	Sempre que possível o designer deverá ter um pleno conhecimento de todo o material que irá tratar o trabalho gráfico
		<i>A par disso, naturalmente, as conversas com o encenador</i>	O diálogo com o cliente é fundamental para a recolha de informação mais confiável
		<i>Naturalmente, muitas vezes debruçamo-nos e entretemo-nos até a ver cartazes de teatro naturalmente, escuso de estar a dizer que a intenção não é copiar nem mimetizar, mas é sermos mais informados para que o confronto entre aquilo que são as ideias concretas do espetáculo em português</i>	Tem a preocupação de ver como foram resolvidos vários problemas com a mesma temática, com a função de se manter informado
		<i>Os "Pinterest". Antes dos "Pintoretos" era os "Found", não é? Eu também olho, mas pronto. Sei que aqui se calhar tem menos livros do que há uns anos no atelier... É mais "Pinterest", "Facebook" e tal, etc.</i>	Atualmente utiliza mais as redes sociais para aceder à informação do que anteriormente quando usava os livros para aceder à informação
		<i>... O desenho e a escrita! O retirar ideias, o sublinhar palavras que possam parecer palavras a representar ideias chave...</i>	A procura da ideia pode ser feita de diversas formas, do desenho, da escrita, da palavra
		<i>se chegar aqui e achar que esta parte de alguma forma tem qualquer coisa que possa ser interessante, já vem de acordo com a ideia que foi transmitida pelo encenador</i>	A procura da forma pode surgir logo do contacto com o cliente e do modo como ele coloca o problema

**B1.  
Metodologia**

*Depois, quer dizer, desta mistura vão surgindo, se calhar desenhos cada vez mais definidos sobre as possibilidades...*

A procura é bastante obsessiva, de modo a encontrar a forma que melhor se encaixa no resultado pretendido

*Eu achei que, se calhar, não era bem aquilo e quando até já estávamos quase satisfeitos com uma proposta, resulta um recuo e um sentido de que a coisa não estava a ser completamente honesta ou, mais uma vez justa com o próprio texto*

O trabalho pode ter vários avanços e recuos até chegar à solução final

*Não se vem para o atelier e começa-se a desenhar sem um contexto e um enquadramento.*

Não inicia o trabalho sem que tenha pleno conhecimento do contexto e enquadramento do problema

*começa-se a gerar esse confronto, portanto, aquilo que são as nossas memórias, ideias, os nossos conceitos do design gráfico e aquilo que o objeto tem para dizer ou o que interessa que seja dito*

A experimentação é o confronto de vários fatores: as memórias, ideias, conceitos e aquilo que o objeto tem para dizer

*quando digo que nos sentimos radiantes e muito contentes com as coisas que vão surgindo, é uma fase muito interessante do projeto, mas ao mesmo tempo, que se pode tornar frustrante porque, a seguir nós sabemos que vem um bocadinho o declínio daquela forma mais pura...*

*o saber esperar Permitiu-nos durante o processo perceber que, de uma forma progressiva, aquilo que ficou a meio do caminho, pode voltar e ter potencial para vir a ser, não qualquer coisa abandonada, mas um resultado final.*

Por vezes o caminho não é linear e o tempo de maturação de um trabalho é útil para compreender se poderão existir outras soluções que sejam mais interessantes do que a que se pensa ser a final

**B1.  
Metodologia**

*Além de tentar argumentar o próprio trabalho, argumentar quase que a posição contrária ao próprio trabalho, no sentido de haver um confronto e desse confronto resultar um contraste que possa ser útil.*

A solução final resulta de um permanente exercício de argumentação e contra argumentação dos resultados

*Levei para trás de uma forma completamente honesta e "meti o rabo entre as pernas" e fui refazer. Ainda bem que levei para trás, porque passado uns dias... De facto, a luz que essa recusa trouxe tornou possível uma solução que hoje eu considero muito mais interessante.*

A recusa ou a necessidade de reformular um trabalho são entendidas como uma oportunidade

*Uma palavra bastante frequente aqui no espaço de trabalho, neste "ping pong" que vai realizando entre maquetes que se fazem, que se enviam, que se discutem...*

O período de revisão das maquetes é também um período de reflexão sobre o trabalho

*fase de produção e aí é que talvez, eu acho que, por vezes, acontecem algumas falhas e eu não sou tão casmurro. acho que os designers são menos intransigentes que os arquitetos ao nível da produção.*

Na fase de produção, apesar da exigência, também sabe fazer cedências

*muitas vezes, nem sequer temos hipótese de ser de outra maneira, porque o tempo já foi tão curto, a coisa já ficou tão para as vésperas e tão em cima do tempo que já não há hipótese de refazer.*

O trabalho do designer muitas vezes é comprometido na fase da produção porque o tempo gasto nas outras fases do processo empurram esta última fase para tempos muito curtos

*Haverá com certeza designers gráficos e principalmente a geração mais velha, que são também muito, muito intransigentes com o trabalho gráfico...*

Encontra algum padrão nas gerações mais velhas que veem com mais rigor e intransigência a parte da produção



B. Processo	B2. Avaliação crítica da metodologia aplicada	<i>A experiência leva-me a saber conduzir o processo e isso lima muitas falhas.</i>	A sua experiência permite-lhe ter uma noção do projeto muito mais assertiva
		<i>Eu acho que uma das coisas que têm feito com que, de certa forma, um trabalho puxe outro trabalho aqui para o atelier, é que eu lido bem com essa fase dessa negociação</i>	Entende que a sua forma de trabalhar lhe permite ter uma boa relação entre o resultado final e a satisfação do cliente
		<i>O facto de nós dominarmos as possibilidades - portanto, a tal questão da memória do design gráfico em confronto - nós sabemos as possibilidades e temos que saber potenciá-las,</i>	A experiência permite-lhe ver soluções onde os outros não veem
		<i>Considero o meu processo mais conservador e, eu acho que é esse mesmo processo que acaba por me salvar um pouco desse bloqueio de não saber o que fazer.</i>	A sua forma de trabalhar, com uma metodologia simples, permite-lhe salvar um pouco os bloqueios criativos
		<i>Portanto, se até agora não tenho uma lista de taças ganhas começa a ser tarde</i>	Acha que o trabalho do designer se vai construindo desde cedo, e com o passar do tempo esse trabalho custa mais a ser reconhecido pelos pares
		<i>uma é que eles são todos diferentes uns dos outros e, ao mesmo tempo, é que eles são mais ou menos iguais entre si. Por mais diverso que seja o tipo de trabalho que estejamos a fazer acabamos também por sermos nós a responder e portanto, por haver muito em comum entre eles.</i>	Na base do seu trabalho está uma mesma base metodológica, que vai sendo adaptada a cada cliente
		<i>A primeira coisa a ditar no diálogo com o cliente, a ditar uma certa organização, é a própria experiência.</i>	Entende que o diálogo com o cliente é fundamental para o resultado final

B2. Avaliação crítica da metodologia aplicada	<i>já não é anormal acontecer que ao fim destes anos de experiência, eu não seja consultado apenas para caracterizar formalmente um texto que me é dado como uma coisa fechada e acabada, mas que me solicitem um bocado mais do que isso</i>	A sua experiência faz com que seja consultado para mais do que a resolução de um problema objetivo, mas para apresentar a sua visão estratégica sobre o mesmo	
	<i>a que aquilo que poderiam ser apenas horas de mero desenho se multipliquem também por horas de participação e de diálogo permanente com o cliente.</i>	O seu trabalho implica um permanente diálogo com o cliente	
	<i>comporta aquilo que são, mais ou menos, os passos tradicionais do processo de design: portanto o diálogo inicial, a introdução ao conteúdo, uma aproximação que se quer o mais informada possível,</i>	Entende que o seu processo contempla a fase do diálogo com o cliente para a definição do problema e a resposta que deverá ser o mais informada possível	
	<i>É um processo muito conservador, acho eu. Nem é um processo... É um processo de "b a ba". É muito intuitiva e não mete processos excessivamente elaborados.</i>	Vê a sua metodologia como conservadora, linear mas também intuitiva	
	<i>Porque ela vai ter que ser negociada com um conjunto de limitações que fazem parte do processo, E portanto, a nós se calhar compete-nos tentar aguentar o máximo possível a pureza daquela forma E portanto aí, começa aquela fase da decadência da forma, mas de certa maneira, digamos, de um decréscimo qualitativo a nível formal.</i>	O trabalho passa por um conjunto grande de limitações que tiram a pureza do trabalho e compete ao designer aguentar o máximo que conseguir essa pureza, ou seja, o trabalho autoral. Contudo, reconhece que este processo de "tradução" da forma para um resultado comercial viável é normal em design gráfico.	
C. Tecnologia	C1. Tipologia de tecnologia	-	-

C2. Relação com tecnologia	<p><i>agora não se olha para os livros, olha-se para os (...)“Pinterest”, “Facebook” e tal, etc (...) Mas pronto, se nos fecharmos rapidamente encontramos formas estilizadas ou então, no nosso próprio trabalho, na nossa forma de responder...</i></p>	<p>A tecnologia pode constranger a criatividade do designer se não existir mais nada para além dela</p>	
D. Designer gráfico enquanto profissional	D1. Conhecimento da profissão	<p><i>Há dois tipos de “estar atento”. Atento é estar sistematicamente a olhar para o blog ou para a publicação específica, especializada, que tende a afunilar, a mostrar ou a filtrar o que se faz - eu diria que não estou. Onde estou mais atento é no que é o meu dia-a-dia, e pensando que até circulo de alguma maneira ou procuro circular o mais possível no exterior e ver coisas e, de certa forma viver aquilo que no espaço que me circunda, acabo por ter contacto com um conjunto de coisas que são o design que se faz hoje.</i></p>	<p>Está atento ao que se passa na rua Não valoriza tanto a informação editada que está disponível em plataformas digitais online</p>
D2. Avaliação crítica da profissão na atualidade	<p><i>As mesmas coisas, não sei... A fruta que se vende ali em baixo no mercado vai ter que ter uma etiqueta a dizer se veio da Colômbia ou da Madeira. Já era assim há dez anos e vai continuar a ser.</i></p>	<p>Entende que será sempre necessário design gráfico e que os desafios que existiam na década passada são ainda os mesmos</p>	
	<p><i>Agora é menos cartaz, é mais capa do Facebook.</i></p>	<p>O futuro do design gráfico passará mais pelo digital e menos pelo impresso</p>	
	<p><i>A verdade é que alguém tem que lhe dar uma forma que seja legível e disponível para ser lida... E não é o escritor.</i></p>	<p>Independentemente da forma como o design se materializa. Este será sempre necessário para resolver problemas de legibilidade e acessibilidade</p>	

**D2. Avaliação crítica da profissão na atualidade**

*o trabalho anda aí. Acho que andamos permanentemente a queixar-nos que não há trabalho - acho que é um engano.*

Encara como um desafio a busca de trabalho e de novas oportunidades

*Acho que o design gráfico se adapta muito melhor a esta dimensão do trabalho que fazemos do que aquilo que acaba por parecer querer ser um design de comunicação.*

Enquadra-se enquanto designer gráfico e não como designer de comunicação

*Nunca aconteceu por questões que não sejam outras que não alguém ter assistido a um processo de trabalho ou, meramente ter gostado de um resultado final (...) pedir que fôssemos nós. Portanto, isso leva logo a que as expectativas sejam tremendamente realistas num determinado aspeto e, portanto, isso já nos põe num patamar de diálogo entre quem nos solicita o trabalho relativamente honesto ou pelo menos, eu vejo como honesto, como justo...*

Entende que o trabalho de design tem também a ver com as expectativas que o cliente tem sobre o seu trabalho. Quando inicia um trabalho, tem a consciência de que o cliente já compreendeu bem a sua forma de trabalhar. Este reconhecimento permite que o trabalho seja mais honesto e justo entre todos os intervenientes

*terem, por um lado, sabido manter uma certa intransigência relativamente àquilo que concediam sobre a sua visão que o design gráfico tinha para oferecer e, por outro lado, permitir que o trabalho também tenha que corresponder, às vezes, a aspetos menos interessantes num determinado sentido ou, pelo menos, de decréscimo de qualidade daquilo que podia ser*

A importância da gestão da relação entre: a expressão e solução originais apresentadas pelo designer, a satisfação do cliente, e a resolução do problema. Esta relação pode, por vezes, implicar um decréscimo da qualidade estética do trabalho

---

*A questão de se ter um conjunto de soluções à mão que permitem responder a quase tudo, ou seja, aquilo que mais ou menos vai sendo reconhecido com um estilo, eu acho que é o primeiro passo para sermos confrontados com essa questão do bloqueio criativo.*

Deve sempre abordar um trabalho sem fórmula e sem resposta feitas, cada projeto precisa de um olhar novo. Só assim se conseguirá obter uma resposta criativa e sem grandes repetições formais

---

*Passa sempre por uma questão de identidade, mas aquilo que o designer gráfico faz é fundamentalmente criar uma identidade.*

O designer gráfico é sempre, em todas as propostas, confrontado com um problema de identidade

---

*Portanto, se até agora não tenho uma lista de taças ganhas começa a ser tarde*

Acha que o trabalho do designer se vai construindo desde cedo, e com o passar do tempo esse trabalho custa mais a ser reconhecido pelos pares

---



## Anexo 36

### Grelha de análise de entrevista de Jorge Afonso

Categorias	Subcategorias	Recorte	Análise
A. Formação	A1. Académica	<i>portanto em 1960, acho eu - matriculei-me nas Belas Artes, no curso de Pintura</i>	Matriculou-se em pintura, em 1960, na Escola Superior de Belas Artes do Porto (ESBAP)
		<i>portanto em 1975, quando regresso a Portugal, reingresso nas Belas Artes. Na altura, tinha sido criado o curso de Design. Chamava-se Design e Comunicação/Arte Gráfica. E eu fui, quer dizer, mexia, eu tinha o (...), não é? Tinha Design e tinha-me interessado para o Design, a Pintura não me dizia muito.</i>	Em 1975 ingressa no curso de Design de Comunicação / Arte Gráfica na ESBAP
	A2. Informal	<i>se, na altura, já tinha interesse pelo Design, efetivamente tinha</i>	Já durante o seu curso de pintura tinha curiosidade pelo design
	<i>Depois, em Angola, [...] E cheguei a fazer alguns trabalhos também no âmbito do Design. Mais a nível do que se diz ser design, na Feira Internacional de Luanda e tal...</i>	Ainda sem formação superior em design gráfico, foi fazendo trabalhos de design gráfico em Angola	
		<i>Mas tinha conhecimento, portanto eu lia também alguns livros.</i>	Obtinha informação especializada sobre design em livros
		<i>Eu aprendi muito com as pessoas! Se me apanhava junto dum individuo desses, "espremia-o" todo para me dizer como o fazia e tal, mas ao pormenor!</i>	O contacto que foi tendo com diversas pessoas e diversas áreas profissionais ao longo da sua vida profissional, permitiram-lhe uma grande aprendizagem

B. Processo	B1. Metodologia	<i>é impensável analisar qualquer trabalho que eu tenha feito independentemente da fotografia. Ele está extremamente ligado à fotografia. A fotografia está presente no processo comunicativo positivo, o ampliar, o reduzir...</i>	A fotografia está na base do seu trabalho gráfico. Com a fotografia Afonso aprendeu a ver e toda essa aprendizagem foi determinante para a sua área profissional
		<i>é que normalmente – mesmo eu, no meu caso, era eu que fazia sempre as minhas fotografias - portanto habitualmente nunca utilizava fotografias feitas por outras pessoas ou pedia fotografias</i>	Afonso pensava numa determinada composição e depois cuidava de fotografar o que pretendia. Assim tinha um total domínio sobre o seu trabalho
		<i>Porque a verdade é que também está aqui um trabalho de negativo, positivo, fotolitos, de endurecer, de iluminar bem os tons, de “não sei quantos” e tal e, “pronto”, vamos para aqui arranjar uma imagem que sirva, não é?</i>	A fotografia era a sua principal ferramenta de trabalho
		<i>E era para mim um prazer muito grande fazer, sei lá, um trabalho qualquer, pintadinho a guache, com guache de muito boa qualidade e usava um papel excelente: papel para mim é uma questão muito importante</i>	Usava os melhores materiais que podia para poder ter os melhores resultados possíveis
		<i>O texto simulado, normalmente, era com o decalque. Mesmo a maquete Não estou a falar aqui de artes finais, estou aqui a falar do trabalho para se mostrar ao cliente, digamos, para o cliente aprovar,</i>	O trabalho apresentado ao cliente tinha o texto composto em decalque, um processo manual



**B1. Metodologia**

*com uma fotografia que se arranjava de uma revista*

As imagens eram quase sempre simuladas e apresentavam a ideia que o designer pretendia apresentar ao cliente

*O cliente olhava para aquilo, "pá", até tinha melhor aspeto que depois o trabalho feito. Como objeto é uma coisa muito bem feita. No meu entender, superando, muitas vezes, o resultado final*

O cliente receia uma proposta muito bem elaborada, que por vezes poderia superar o resultado final, uma vez que utilizava, por exemplo, fotografias que não eram as que seriam aplicadas no trabalho final

*Eu nunca recorri a artes finalistas, "pá", porque eu gostava de fazer as coisas. (...) portanto, a partir dali, os "coisos"... Às vezes nem precisava, era só passar à chapa, era só passar à chapa.*

Jorge Afonso sempre preparou os ficheiros para produção, não recorrendo a arte finalistas.

*Nós éramos respeitados – quando digo "nós" estou a referir-me aos designers – porque éramos importantes para as casas de impressão, porque dávamos bastante dinheiro a ganhar. (...) por isso, eles, "pá", respeitavam-nos e aturavam-nos.*

O designer era um profissional respeitado nas gráficas. Havia uma interdependência entre o designer e a gráfica

*Não, eu sou muito tolerante nesse aspeto. Era muito tolerante.*

Era tolerante com alguns erros que pudessem ocorrer durante a impressão, desde que o trabalho não ficasse comprometido

**B2. Avaliação crítica da metodologia aplicada**

*Eu compreendo perfeitamente que seja difícil, compatível com a positividade, com ter um indivíduo que entra por ali dentro e que vai falar com este, vai falar com aquele outro e que está à conversa com o impressor*

Tinha consciência de que se tivesse uma ótima relação com os impressores, poderia obter resultados finais muito melhores

*Acompanhava muito. Hoje é igualmente controlado também, até mais controlado se quisermos.*

Todo o seu processo de trabalho era controlado.

C. Tecnologia	C1. Tipologia de tecnologia	<i>Como é evidente, eu não sou um homem da época dos computadores. Eu sou um homem da geração da máquina fotográfica e da fotografia.</i>	Define-se como alguém da geração pré-computador, referindo a máquina fotográfica como a ferramenta definidora da sua geração
		<i>E que não tivesse grande interesse e grande curiosidade e necessidade de atualização e que não tivesse tido contacto, conhecimento, das novas tecnologias, dos computadores... Tive computador desde muito cedo. Tive vários computadores.</i>	Afonso sentiu sempre uma grande necessidade de se atualizar em termos de tecnologia. Teve computador desde muito cedo, e foi sempre trocando por tecnologias melhores
		<i>não estou a dizer que na minha época fossem feitas assim, eram muito feitas assim, mas estou a referir-me fundamentalmente ao meu caso – no meu caso, era muito eu a fazer as fotografias,</i>	Era comum na sua época, os designers terem uma grande aproximação à fotografia. Não seriam todos, mas uma maioria estaria relacionada com a imagem fotográfica
		<i>Materiais de pintura, o guache, as “Rotring”, essas coisas, não é? As fitas de montagem, não é? Essas coisas... Porque as maquetes eram feitas, “pá”... O processo era diferente, era feito manualmente.</i>	A tecnologia era manual e baseava-se muito na pintura e no desenho.
		<i>O grande programa, para mim, foi o “FreeHand” O Photoshop, tinha interesse como era evidente, até pela ligação à fotografia, não é?</i>	Utilizava os softwares adequados ao exercício da sua profissão

C2. Relação com tecnologia	<p><i>tinha que funcionar, como ainda hoje funciona. Só não com a mesma versatilidade que existe hoje, E que permite coisas extraordinárias, mas permite também alguma falta de respeito, digamos, na minha perspetiva. (...) para eu evitar que os alunos condensassem ou extraíssem fontes mas que procurassem fontes</i></p>	<p>Atualmente os processos digitais permitem ao designer ter uma grande versatilidade, mas também um desrespeito maior, neste caso concreto, pela tipografia</p>	
	<p><i>E o resto, não muito. Eu tinha a facilidade, eu preferia ter fulanos que eram especialistas a trabalhar com determinado tipo de software e eu sentava-me ao lado deles e dizia:</i></p>	<p>na impossibilidade de ser ele próprio a utilizar determinados softwares recorria a colaboradores</p>	
	<p><i>E eu pergunto-vos uma coisa: vocês hoje têm esse gozo do aveludado do guache? "Han"? Não têm.</i></p>	<p>Sente que houve um abandono das questões tácteis durante todo o processo de trabalho</p>	
	<p><i>É que estas maquetes que eu me estou a referir... Não se esqueça de que, na altura, não havia as impressoras que há hoje, não é?</i></p>	<p>As maquetes apareciam ao cliente como uma apresentação do que seria o trabalho final</p>	
D. Designer gráfico enquanto profissional	D1. Conhecimento da profissão	<p><i>Quer dizer, fazem-se coisas interessantíssimas, "pá"! Coisas de muita qualidade, fantásticas.</i></p>	<p>Tem consciência do design gráfico que se produz atualmente e reconhece qualidade neste</p>
	D2. Avaliação crítica da profissão na atualidade	<p><i>Eu não sei se havia muito dinheiro. Havia muito trabalho. E as pessoas consideravam... Muito importante, é preciso ver que vínhamos de uma fase de um obscurantismo tremendo, não é?</i></p>	<p>Aquando da sua formação, não havia grande oferta de designers e por isso tinham outro tipo de aura que hoje poderão não ter.</p>
		<p><i>O problema do design português está na falta de clientes para pagarem o trabalho aos designers.</i></p>	<p>O problema está na conjuntura económica nacional, que leva a pouco investimento no design</p>



## Anexo 37

### Grelha de análise de entrevista de Bolos Quentes

Categorias	Subcategorias	Recorte	Análise
A. Formação	A1. Académica	<i>quatro estudantes da faculdade - Das Belas Artes da Universidade do Porto</i>	Licenciou-se na Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto
	A2. Informal	<i>havia uma grande influência quer era o conteúdo que a própria faculdade nos dava: os pequenos ateliers, os pequenos designers</i>	Tomaram contacto com designers e pequenos ateliers durante a par da formação formal
		<i>a maior parte das referências que nós tínhamos de objetos de Design eram coisas da juventude, como capas de discos ou filmes</i>	As capas de discos e de filmes foram os primeiros contactos com o Design gráfico
		<i>na altura, havia alguns designers que, quase que era... Dizer que estavam "na berra", lembro-me que bebíamos muito daquilo</i>	Influenciaram-se muito pelos designers que tinham mais protagonismo na altura da formação superior
		<i>Primeiro, porque tinham uma linguagem muito "pop" e, como facilmente tocava a "toda a gente", e percebíamos dali mas, ao mesmo tempo, começámos a perceber que podia haver muito mais camadas no Design do que brincar com esses símbolos tão "pop" ou com linguagem muito mais, ao mesmo tempo limpas, mas com um exagero de informação</i>	À linguagem pop dos seus autores de referência começaram a acrescentar outras camadas de signos, criando um registo mais próprio
		<i>O que me rodeia é importante para o meu trabalho</i>	A sua influência vem de tudo o que o rodeia
		<i>Numa determinada altura do curso, decidimos arranjar um espaço: algum sítio onde pudéssemos partilhar trabalho, ajudar-nos uns aos outros, de alguma maneira</i>	A decisão de criar um grupo de trabalho surge ainda na faculdade, motivada pela necessidade de partilhar experiências

A2. Informal	<p><i>os primeiros anos da faculdade foram um bocado reveladores nisto, ou seja, descobrir, realmente, o que é que é o Design, quais são as ferramentas do Design</i></p>	<p>Só nos primeiros anos de faculdade é que começaram a compreender melhor o que se entende por design gráfico</p>	
B. Processo	B1. Metodologia	<p><i>Ou seja, nós conseguimos dar a volta neste momento inicial que é, pegar no que é necessário e criar um "briefing" ao qual nos pretendemos seguir e, se calhar, muitas vezes é, ou aprovar o "briefing" que nos é fornecido, porque há sempre dúvidas: há coisas que concordamos e discordamos, tentamos debater com o cliente, isso, ou, mesmo, apresente-lhe um "briefing"</i></p>	<p>A definição do problema é por vezes construído e desenhado pelos designers, mas muitas vezes é construído com a colaboração do cliente</p>
		<p><i>Isso é quase um momento inicial que, às vezes, é bastante longo: são semanas</i></p>	<p>O desenho do problema não é imediato e pode demorar algumas semanas</p>
		<p><i>o nosso primeiro... Que é pegar na pesquisa, no (...) de trabalhos que nos lembramos, de outros autores, que é: «Pá», aquela imagem ou aquele poster que tinha a ver com isto». Ou seja, este momento de partilha cria ali uma miscelânea de referências ou de ideias, muitas vezes é: "Vamos tentar usar um papel... Eu, noutra dia, vimos uma amostra de um papel, se calhar, era fixe para isto, tem um toque ou tem um brilho "xpto".</i></p>	<p>Assim que iniciam o trabalho, recorrem a exemplos, a trabalhos de autores que entendem ser importantes para a resolução do problema, e é a partir dessa recolha que começam a conceber uma resposta</p>
		<p><i>Por norma, como trabalhamos em equipa, há sempre um problema também, "interno", que é as expectativas de cada um de nós para o trabalho.</i></p>	<p>Pelo facto de serem dois, existe a gestão das expectativas de cada elemento para o trabalho</p>

**B1.  
Metodologia**

*Normalmente, recebemos um "briefing", depois de o ler, ou no dia a seguir, já temos algumas ideias que queremos. Muitas vezes, as minhas ideias são umas, as ideias do Duarte são outras*

Após a receção do briefing final, cada um tem uma ideia para o projeto e apresentam as ideias de cada um ao outro.

*Depois começamos com decisões que é: "Vou experimentar esta fonte, esta família de letras, começar a montar os corpos, definir o estilo, as famílias". Ou seja, quase que fazer um pequeno "puzzle" e, a partir desse "puzzle", perceber quais são os ritmos que ele nos oferece e, a partir daí, montar uma grelha.*

Após a apresentação das ideias de cada um, inicia-se o processo de seleção e decisão. Um diálogo entre os dois elementos do grupo, feito de escolhas até chegar ao resultado final

*Nós, por norma, com os clientes, gostamos muito mais de ir falando da expectativa que temos com o trabalho, ou da direção, e partilhar sempre pequenos fragmentos do processo do que ter aquele momento, uma primeira apresentação muito... Um dossier, uma coisa muito direitinha e formal*

O trabalho com o cliente é sempre de diálogo, nunca esperando pelo momento de solenidade e de apresentação da ideia. O cliente vai acompanhado todo o processo.

*mas interessa-nos mais um diálogo contínuo do que, quase, só pergunta-resposta, e depois, pergunta-resposta, é, quase, muito, o perceber...*

Por sistema tentam sempre que o diálogo exista com o cliente para que este se sinta parte do processo

*Ou seja isto foi tudo um jogo de procura e, muitas vezes, é... Um mono tenta salvar-nos da falha disso mas há momentos em que, se queremos, mesmo, chegar a alguma coisa específica, que só o processo físico de todas as partes é que dá o objeto que idealizamos, e não há mono que consiga prevenir isso.*

Fazem sempre uma maquete, mas admitem que muitas vezes esta não consegue reproduzir fielmente o resultado final. No entanto, esta será sempre a forma mais usual de apresentar o trabalho a um cliente

<b>B1. Metodologia</b>	<i>[acompanham muito o trabalho na “boca da máquina”?] Sim, muito</i>	O trabalho é acompanhado na produção
	<i>já tive casos que é o responsável da parte da impressão a ligar: “Olha, isto aqui é para imprimirmos? Olha, este aqui é daqueles que é para exagerar na tinta?”</i>	Tem uma relação muito próxima com as gráficas onde produzem os seus trabalhos permitindo-lhes construir plataformas de entendimento de como trabalham, sendo mais fácil obter os resultados pretendidos
	<i>E, às vezes, não ir à “boca da máquina”, ou descuidar-nos, nesse momento, pode representar... Acarretar muitos custos monetários</i>	O acompanhamento em gráfica é uma forma de se assegurarem da qualidade do trabalho, e evitar custos desnecessários
	<i>Como o cliente não domina nada do que está a ver à frente dele, uma máquina a revelar e está a disparar papel, de repente, começa a ver coisas sujas a aparecerem e é um desespero.</i>	Preferem ser eles a acompanhar a produção, sem a interferência do cliente nessa fase
<b>B2. Avaliação crítica da metodologia aplicada</b>	<i>[processos muito semelhantes] são ferramentas mentais, ou “ferramentas de desenho” que fomos criando, ao longo do tempo, com a experiência, já sabemos que se formos por aqui conseguimos ter um resultado num curto espaço de tempo, ou seja, tornar a coisa do processo mais rentável.</i>	A experiência permite-lhes compreender os caminhos que vão trilhando para os seus trabalhos. Essa consciência permite-lhes ser mais rentáveis
	<i>Ou antes, nós não temos uma fórmula, ou um guião, que seguimos em todos os projetos, muitas vezes, há aquele síndrome dos processos de...</i>	Não têm uma metodologia recorrente para os trabalhos que efetuam
	<i>também, muitas vezes, porque todos os trabalhos, de alguma maneira, chegam, ou iniciam-se, de forma completamente diferente:</i>	Essa ausência de metodologia prende-se com o facto de os trabalhos que recebem serem muitas vezes diferentes entre si



	<b>B2. Avaliação crítica da metodologia aplicada</b>	<i>se calhar, sempre que abordávamos um livro, a forma de o abordar tem processos muito semelhantes, em pegarmos num livro</i>	No entanto encontram metodologias coincidentes quando abordam determinada tipologia, como por exemplo o editorial
		<i>Mas, depois, há outros tipos de trabalho, como criar identidade ou desenvolver, mesmo, de raiz, partes visuais, que é, um bocado... É o "vale tudo", é experiência em cima de experiência até... Ou até sermos obrigados a tomar uma decisão porque o tempo está a acabar.</i>	Noutras tipologias, como a criação de identidades por exemplo, a metodologia não é a mesma que foi aplicada no editorial
		<i>Muitas vezes, é: "O tempo define o processo". Nós lidávamos, muito mais do que... Em vez de planearmos o processo para o tempo, o tempo dita o desenvolvimento do processo, ou seja... E há momentos em que há entregas, há uma pré-apresentação ou uma primeira apresentação de ideias</i>	Reconhecem que o fator tempo é um elemento definidor do desenvolvimento do trabalho, pelos constrangimentos que cria
		<i>... E, também, muitas vezes, nós, quando temos possibilidade, tentamos aprender qualquer coisa nova ou arriscar em qualquer coisa diferente na produção.</i>	Tentam sempre aprender alguma coisa nova com os projetos em que estão envolvidos. Desde a forma de os conceber até à forma de os produzir
		<i>Tentamos, é, que o objeto que vai ser entregue - final - tenha o "ok" dos dois.</i>	Todos os trabalhos são aprovados pelos dois elementos
<b>C. Tecnologia</b>	<b>C1. Tipologia de tecnologia</b>	<i>É assim, a nossa ferramenta é digital.</i>	A tecnologia digital é a mais utilizada
	<b>C2. Relação com tecnologia</b>	<i>Felizmente ou infelizmente, a nossa principal ferramenta de trabalho acaba por, no final da linha, ser sempre o computador.</i>	O computador é a principal ferramenta de trabalho, uma situação que consideram normal

C2. Relação com tecnologia	<p><i>O saber que eu posso voltar àquela imagem, sempre que quiser, porque ela existe na "internet", muitas vezes, faz com que nos desprendamos muito mais rápido dela.</i></p>	<p>As imagens deixam de ter a importância que anteriormente tinham, uma vez que estão sempre disponíveis online</p>	
	<p><i>Acho que é, um bocado, o fascínio do objeto, e, agora, com a massificação da distribuição digital acabou-se por perder esse fascínio do objeto.</i></p>	<p>A supremacia dos objetos digitais faz com que se perca a vontade de ter objetos impressos</p>	
	<p><i>alguém poder produzir fisicamente um objeto, está a despende ali dinheiro, que há alternativas em que o custo era muito mais baixo, com mecanismos digitais e se o cliente, neste caso, quer produzir um objeto</i></p>	<p>Referem os casos em que o cliente pretende que a solução final seja um objeto físico, especial, mesmo havendo alternativas digitais mais baratas</p>	
D. Designer gráfico enquanto profissional	D1. Conhecimento da profissão	<p><i>Ou seja, esta coisa do que nos rodeia, acima de tudo, é para crescer, eu vejo mais como para abrir portas do que, propriamente, criar novos dossiers de informação e de conteúdo</i></p>	<p>Necessidade de conhecer mais sobre o design gráfico</p>
		<p><i>se, efetivamente, representa uma melhoria para a disciplina em si, para a técnica em si, eu acho que sim porque, apesar de nós não termos uma capacidade crítica muito forte, em Portugal, a nível de Design (ou porque não querem ou porque não interessa) mesmo assim, nos últimos anos, tem havido mais crítica, tem havido mais história, que acho que também é uma parte fundamental que é não só haver a parte crítica, mas a histórica acaba por ser uma crítica, também</i></p>	<p>Existe hoje um maior sentido crítico do design nacional muito através de um maior conhecimento da história deste</p>

<b>D1. Conhecimento da profissão</b>	<i>há cada vez mais uma Comunidade Internacional a reconhecer alguns autores perdidos no espaço e no tempo – portugueses - que tinham trabalhos muito bons mas, de alguma maneira, não conseguiam passar da linha da fronteira para fora.</i>	Existe atualmente um olhar sobre os designers nacionais que até agora não existia
	<i>Começámos a descobrir o próprio Design português muito tarde</i>	Referem que o seu conhecimento do Design Gráfico português foi tardio
<b>D2. Avaliação crítica da profissão na atualidade</b>	<i>Qualquer miúdo que entra para a faculdade, agora – “miúdo” - acho que já tem mais consciência que eu do que é que é o Design, pela informação, pela internet e, acima de tudo, pelo valor que foi dado de alguma maneira... A Sociedade</i>	Entendem que o design começa já a ser conhecido pela sociedade através das novas tecnologias que reforçam o valor da profissão
	<i>E há cada vez mais ateliers ou autores, designers portugueses, com reconhecimento internacional</i>	Existe um maior reconhecimento internacional e nacional do design que é produzido em Portugal.
	<i>antigamente, uma pessoa se queria divulgar alguma coisa, metia um papel na rua com um cartaz ou um “flyer” e, agora, um papel é um pedaço de... Meia dúzia de pixéis num ecrã</i>	O design gráfico será cada vez mais digital
	<i>Acho também que pode haver motivos sociais ou económicos que façam retrair a profissão do designer ou a disciplina do design em Portugal.</i>	A crise económica poderá conduzir a uma desaceleração do consumo de design gráfico
	<i>Mas também acho que também voltar atrás não é voltar, por isso tudo é para a frente.</i>	Apesar de se prever uma desaceleração nunca será um retrocesso, pois as conquistas feitas nunca serão perdidas

**D2. Avaliação crítica da profissão na atualidade**

*E, atualmente, somos dois e tentamos fazer pequenos e grande projetos de Design com o máximo de empenho e dedicação a cada um deles, de forma a que, no final, consigamos agradar...*

Tem projetos com uma dimensão ajustada às suas capacidades de resposta, para os poder controlar e assim obter os melhores resultados.

*Que cada trabalho resulte numa coisa que nos agrada a nós e ao cliente, e a quem, muitas vezes, se destina o trabalho, é quase um casamento de três partes*

Um trabalho bem executado será sempre uma realização de três vontades: o designer, o cliente e o consumidor/espectador/utilizador

*De uma maneira muito simples, somos um elo numa cadeia de comunicação*

O designer é o elo de ligação numa determinada cadeia de comunicação.

*somos alguém que está no meio de uma cadeia de comunicação que tenta fazer a ponte, ou dar forma, a uma mensagem, a um conteúdo, entre uma pessoa (que é o autor do conteúdo, ou que quer divulgar esse conteúdo) e uma terceira parte que o vai receber*

Ao designer cabe a responsabilidade de conseguir dar forma a um determinado conteúdo

*E já tivemos casos em que chegámos à conclusão, com o nosso cliente ou quem nos pedia o trabalho, que a nossa intervenção não acrescentaria nada ao trabalho. O que ele queria não necessitava de nós na cadeia e não era no sentido de não aceitar o trabalho*

O designer deve ser sempre o mais honesto possível com o cliente, podendo por vezes declarar que o cliente não precisa dos seus serviços

*É fazendo o meu papel. (ri-se) Nós tentamos fazer a nossa parte para alguma coisa mudar, seja ela mais empresarial ou menos empresarial, mais correta ou menos correta.*

O trabalho do designer pode ajudar em alguma mudança

## Anexo 38

### Grelha de análise de entrevista de Eduardo Aires

Categorias	Subcategorias	Recorte	Análise
A. Formação	A1. Académica	<i>A licenciatura foi feita nas Belas Artes</i>	Licenciou-se na Escola Superior de Belas Artes,
		<p><i>vivi verdadeiramente a integração de todas as artes [na ESBAP]. Portanto, trabalhei com escultores, com arquitetos, com pintores, com designers, com sociólogos, com historiadores...</i></p> <p><i>Eu recordo-me que professores como Rolando Sá Nogueira, Fernando Pernes, Gustavo Bastos, Eduardo Tavares, Casal Aguiar, são professores que, de uma forma tangente, influenciaram o meu percurso em termos de Design</i></p> <p><i>pilar de referências que eu tenho em relação ao Design, onde estão sem dúvida dois nomes incontornáveis: Dario Alves e Jorge Afonso</i></p>	<p>A formação numa escola onde confluíam várias artes e ciências sociais e humanas, permitiu-lhe ter uma perspetiva mais holística do design</p>
		<i>porque passava os meus dias, enquanto estudante, nas gráficas. Eu queria perceber como é que se imprimia, como é que se trabalhavam fotolitos, etc.</i>	Complementava nas gráficas a educação que tinha na faculdade
	A2. Informal	<p><i>onde ia à Leitura buscar as minhas revistas, portanto, que eram o quê? A "Habitaré", a "Domus", a "Interni", depois mais tarde a "High", a "Novum"</i></p> <p><i>encontros internacionais ou congressos e pequenas</i></p> <p><i>publicações que surgiam, ou então através da "Graphis"</i></p>	O acesso à informação era muito diminuto e chegava através de revistas, conferências e encontros internacionais

B. Processo	B1. Metodologia	<i>identificação do problema (uma identificação muito clara do problema) e, imediatamente a seguir, tentar encontrar equipas multidisciplinares que nos ajudem a responder a esse problema</i>	Assim que define o problema, tenta formar equipas multidisciplinares que o ajudem a responder à questão
		<i>Mas esse elemento foi determinante para o desenho, portanto, no processo, na origem, construção de equipas multidisciplinares e depois isso ajuda a definir o "briefing", ajuda a fechar o "briefing", a afiná-lo</i>	A construção das equipas multidisciplinares também lhe permite racionalizar o problema e definir e otimizar o briefing
		<i>Atenção que eu acho que é preciso construir um território e essa construção desse território é motivacional, ou seja, é aí... Por isso é que eu chamo mais pessoas à volta desta mesa.</i>	Estas equipas multidisciplinares, com perspectivas e competências variadas, enriquecem o processo de recolha e tratamento da informação
		<i>Eu gosto muito da dialética que é: tentarmos construir soluções que se opõem - uma desenvolve-se sob o ponto de vista mais emocional, outra sob o ponto de vista mais racional.</i>	Concebe duas propostas opostas, de modo a testar a melhor solução
		<i>mas na base disto tudo está o desenho. O desenho mantém-se como fator exploratório, como gatilho para todos os projetos</i>	O desenho é a base da experimentação do seu trabalho. É através dele que o autor pensa sobre o problema
		<i>o pensar/ desenhar, é a forma de nós comunicarmos com os outros sem palavras,</i>	
		<i>passagem automática entre aquilo que pensamos e aquilo que vamos executar como solução final, deixa-se para trás um conjunto de explorações, de etapas, de desenhos, de esboços, que são tão ou mais ricos que podem-nos levar para outro campo</i>	No processo de experimentação rejeitam-se muitas soluções que acabam por enriquecer a própria solução final

B1. Metodologia	<p><i>[o desenho] é uma coisa que rapidamente todos podemos ver e perceber uma ideia, enquanto que partir da ideia rapidamente para uma execução imediata parece que se queimam etapas, parece que se parte diretamente e rapidamente pra a solução final, quando no intermédio há tanta matéria que pode ser interessante para todo o percurso</i></p> <p><i>não há aqui aquela velha máxima de que é preciso fazer dez esboços ou vinte ou duas pra chegar a uma conclusão</i></p>	<p>O desenho permite uma visualização mais rápida da ideia, potenciando um diálogo maior sobre os resultados encontrados</p>
	<p><i>eu desenho com os clientes, eu construo com os clientes porque queimam-se etapas muito rapidamente.</i></p>	<p>A experimentação é feita com as equipas multidisciplinares e com o cliente, de forma a que este se sinta parte da solução.</p>
	<p><i>deixei de ter uma ideia no abstrato, deixei de ter uma ideia só minha e passei a ter uma ideia colaborativa e com a facilidade do próprio processo e isto tudo são fatores de, eu diria, de aceleração</i></p>	<p>o desenho, que é resultado de um trabalho colaborativo, permite ser um acelerador na forma como pode negociar a ideia.</p>
	<p><i>mesas de negociações com o encomendador</i></p>	<p>As mesas de negociação com o cliente, que nomeia de encomendador, permitem-lhe avançar de forma mais sustentada e mais aproximada</p>
	<p><i>Vamos construindo com eles, ou com ele, neste caso, se pensarmos no cliente, digamos assim, vamos construindo com ele a solução final.</i></p> <p><i>a apresentação da proposta não existe. A apresentação da proposta é a construção da própria proposta, ou seja, nós não temos aquele momento em que, e quase que teatralizando: "Tcharan! Tá aqui a proposta".</i></p>	<p>Não existe uma apresentação de proposta, uma vez que o cliente acompanha o desenvolvimento do trabalho, desde o início.</p>
	<p><i>reduzimos ao máximo a abstração naquilo que queremos comunicar, ponho em prática a expressão inglesa, "what you see is what you get"</i></p>	<p>Existe um grande rigor na forma como a maquete é construída. Procura-se o maior realismo possível para não dar espaço a más interpretações.</p>
	<p><i>Todos. Isso é outra das questões que também caracteriza o estúdio</i></p>	<p>Todos os trabalhos são acompanhados em produção</p>

<b>B2. Avaliação crítica da metodologia aplicada</b>	<i>Eu diria que não temos um modelo rígido sob o ponto de vista metodológico. Agora, há determinados tipos de princípios que nós cumprimos. É óbvio que isto é tem a ver com uma questão autoral, ou seja, tem a ver com a forma como eu vejo o próprio processo</i>	A metodologia utilizada não é rígida, mas cumpre determinados princípios, alimentados pela sua visão autoral do design
	<i>Eu acho que quanto mais poderosos nós formos nesta questão, maior a eficácia teu o próprio projeto</i>	A metodologia utilizada potencia o resultado final do trabalho
	<i>Ele [o cliente] já faz parte do próprio processo, e isso é fundamental</i>	Sem o cliente, o seu método de trabalho poderia ser menos eficaz
	<i>Temos, penso eu, um grau de sucesso, relativamente a esta metodologia, muito elevado: muito elevado</i>	Os resultados deste tipo de metodologias são muito positivos
	<i>O cliente vai fazendo parte do processo e isso é que é especial, porque ele não se sente frente a frente, ele não se sente à frente. Ele está ao lado, ele cresce connosco, e é por isso que chegamos à solução e não às soluções, não é?</i>  <i>convidá-lo [cliente] a fazer parte do processo e isso gera um sentimento de pertença sobre o próprio produto, o próprio processo, o próprio projeto. E é relevante. Não há aqui imposição. Para chegar a isto tudo é preciso, acho eu, muita experiência, muita maturidade e, penso que, estratégia também.</i>	O cliente e o designer devem estar lado a lado na construção da solução
	<i>deixei de ter uma ideia só minha e passei a ter uma ideia colaborativa</i>	A sua visão do design que desenvolve é a de uma "ideia colaborativa"
	<i>Eu não trabalho pra designers, eu trabalho, efetivamente, para quem define a encomenda, e isso é muito importante</i>	O seu trabalho é focado no problema e no cliente, não no exercício estético ou conceptual que denomina de "trabalho para designers"
	<i>Eu digo mais até: é o controle do detalhe sobre o detalhe, e isso acontece também sobre na impressão</i>	Existe uma grande necessidade de controlar o trabalho desde a encomenda até ao cliente final



C. Tecnologia	C1. Tipologia de tecnologia	<i>eu vou muitas vezes a feiras industriais, ligadas à impressão. Não vou fazer rigorosamente nada, não vou comprar máquina nenhuma, apenas vou observar, vou à "imprint", à "drup", à "ipax", vou a muitas feiras</i>	Compreende a necessidade de se manter sempre atualizado em relação às tecnologias de produção e impressão, e fá-lo regularmente
	C2. Relação com tecnologia	<i>E também tirar partido, por exemplo, da tecnologia, da impressão, ou seja, usava-se muito os "degradés" diretos, usava-se muito a exploração de imagens posterizadas com a arrumação dos níveis de cinza,</i>	um conhecimento sólido das técnicas de impressão permite a melhor exploração e optimização de resultados.
		<i>[a fotocomposição] é onde se cometem... Eu diria, onde se leva ao extremo, o exagero na destruição dos códigos que estão na base da construção de letras por alteração, por exemplo, dos condensados e dos expandidos a fotocomposição, e não estamos a falar de uma técnica que é "what you see is what you get" porque é tudo por linguagens de comando</i>	Trabalhou com diferentes paradigmas de produção gráfica
		<i>a imagem posterizada, os pretos e brancos puros, não é? O efeito gráfico impresso, não é? Portanto, as nossas referências são muito mais esta apetência pela exploração da técnica, pelo carácter inovador que a técnica nos estava a dar, não é?</i>	Considera que a fotocomposição lhe ensinou a desconstruir códigos, e a ter a capacidade de ver para além do que estava no seu caderno de desenho.
		<i>Eu acho que é a técnica que nos faz... Que nos estimula, e estamos menos atentos àquilo que é, digamos, a referência verdadeiramente dita ou o que é a citação</i>	O domínio das possibilidades técnicas amplia as soluções criativas
D. Designer gráfico enquanto profissional	D1. Conhecimento da profissão	<i>Estou. Não sou um obcecado por aquilo que se faz em Portugal, não é? Mas estou atento. "Tou" atento.</i>	Está atento ao cenário português do design gráfico, mas não exclusivamente
		<i>E acho que nós estamos, talvez, com um "delay" que eu diria... Hoje praticamente... Vamos tentar materializar, com um "delay" de um ano ou talvez - "tou" a ser um bocado injusto - seis meses em relação àquilo que poderá ser a investigação de ponta já no Design.</i>	O design gráfico português atual tem conseguido encurtar o atraso que tinha em relação a alguns cenários internacionais
		<i>Eu acho que se produz hoje em Portugal bons projetos de Design: são multidisciplinares, são transversais também</i>	A qualidade do design gráfico português é boa

<p><b>D2. Avaliação crítica da profissão na atualidade</b></p>	<p><i>Todos os clientes, analisando o portfólio do estúdio, reconhecem-nos a autoridade, ou seja, a autoridade pelo mérito: reconhecem os projetos, identificam-se. Os prêmios ajudam a credibilizar essa autoridade,</i></p>	<p>Entende que o seu trabalho é já reconhecido pelos seus clientes e potenciais clientes. Refere que isso poderá advir dos prêmios que recebe</p>
	<p><i>vejo esta nova geração de designers a responder mais àquilo que é a referência do momento, ou seja, é um bocadinho "seguidista", isso eu noto. E muitas vezes, por, eu diria, respostas que a mim particularmente não me seduzem</i></p>	<p>Considera que a nova geração de designers segue demasiado as tendências</p>
	<p><i>Também aqui há uma certa vertigem, ou seja, o designer, o jovem designer, quer rapidamente ter o seu nome no estúdio e acho que é preciso queimar etapas, não é? Queimar ou não, ou seja, percorrê-las!</i></p>	<p>Esta abordagem (das gerações mais novas) justifica-se também pela urgência do reconhecimento</p>
	<p><i>eu só posso pensar e admitir que o design é uma peça chave para resolução dos muitos problemas que esta sociedade, neste momento, atravessa.</i></p>	<p>Vê o design como mais uma peça chave para a superação da crise atual</p>
	<p><i>eu só posso pensar que o futuro do Design Gráfico, não é brilhante. Mas só posso pensar que quem realmente quiser pôr mãos à obra, acho que o consegue fazer, honestamente.</i></p>	<p>Com a conjuntura que se avizinha, entende que o design gráfico poderá passar por algumas dificuldades, mas que poderão ser superadas com trabalho</p>
	<p><i>eu entendo que é crucial também e é extremamente gratificante trabalhar com pessoas inteligentes e com objetivos muito bem definidos. É isso é meio caminho andado para o sucesso.</i></p>	<p>Vê no cliente uma alavanca para o sucesso do trabalho desenvolvido</p>
	<p><i>Ou seja, eu acho que uma das questões principais na vida é a capacidade de adaptação que nós temos às diferentes circunstâncias</i></p>	<p>A capacidade de adaptação do designer a determinada proposta / cliente é fundamental para o sucesso no trabalho de design</p>

**D2. Avaliação crítica da profissão na atualidade**

*É muito importante nós pensarmos se os designers estiverem atentos (jovens designers) pensarmos que estamos a trabalhar para alguém que habita a casa. Não somos nós. A casa não é nossa. É muito importante pensar em quem efetivamente habita a casa e ir ao encontro desse desejo, que é o grande designio do Design.*

O designer deve ter sempre em consideração que o cliente é que irá usufruir do trabalho realizado pelo designer.

*mas, sendo curioso, - um conhecedor e faz com que também aquilo que se faça em termos de produção final seja controlado.*

O trabalho de um designer não se encerra na criatividade. A produção final deve também estar acautelada para que o resultado funcione como um todo

*Eu acho que faz parte também do fecho de ciclo: o designer que não está interessado em controlar o processo não é um designer, à partida, cuidadoso com os detalhes, porque tudo pode correr bem e tudo pode correr mal.*

*A palavra "Design", no alemão, diz-se "Gestalt", e "Gestalt" é "boa forma", a boa forma é aquela solução que produz conforto no leitor, e não o contrário, e eu muitas vezes acho que as novas gerações vão atrás dessas novas tendências e, francamente, não me revejo nesse tipo de linguagens.*

Entende que a sua forma de ver o design está distante da forma de ver o design das novas gerações. Para ele o design é sinónimo de boa forma

*O Design também existe para ser uma peça para gerar valor e para criar diferenciação.*

O design deve acrescentar valor ao produto

*Design, hoje em dia, não tem só aquela componente operacional, o Design, hoje em dia, tem uma componente estratégica*

Não vê o design como uma prestação de serviços, mas sim como uma disciplina que está integrada numa estratégia



## Anexo 39

### Grelha de análise de entrevista de António Modesto

Categories	Subcategorias	Recorte	Análise
A. Formação	A1. Académica	<i>inscrevi em artes plásticas com a vertente de pintura e inscrevi-me nas cadeiras de design. Até que cheguei ao terceiro ano e já não podia continuar junto e pronto, então optei e optei pela pintura, porque sempre gostei muito de desenho e o desenho foi muito influente.</i>	Esteve inscrito em Pintura na Escola Superior de Belas Artes do Porto (ESBAP), mas frequentou disciplinas de design. António Modesto frequentou as disciplinas dos dois cursos em simultâneo até que teve que decidir qual a área em que se queria formar
		<i>Por isso, tomei os meus professores como é lógico, já que não havia escola para se formarem, todos eles vinham como eu, não é? Vinham das artes plásticas: eram pintores ou escultores, não é?</i>	Toda a formação das disciplinas de design era dada por artistas plásticos
	A2. Informal	<i>estive ligado à edição, fazia trabalhos gráficos, também já tinha tido um grande contato com a parte gráfica através daquilo que era a atividade política.</i>	Foi efetuando trabalhos de editorial durante a sua formação superior bem como trabalhos de artes gráficas para causas políticas
		<i>portanto acho curioso que esta minha atividade de designer anónimo, aliás nem se podia sequer assinar nada até... Aquilo é para a comunidade e portanto, esse espírito fez-me bem também e isso serviu-me de sustentação de ideais que eu acho que ainda partilho hoje no design, não é?</i>	Na época em que trabalhava para causas políticas, fazia um design anónimo que Modesto entende como sendo determinante para o seu posicionamento no design
	A2. Informal	<i>Eu ia ver o cólofon, ia ver (...).</i>	Tentava sempre que podia consultar os cólofon para saber quem era o designer gráfico

A2. Informal	<i>um concurso nacional e fui um dos vencedores - na turma dele, fiz lá durante a aula - e que me deu depois grande abertura e que me levou a perceber o universo do design gráfico. Fui à Polónia e a esses sítios todos pago pela Mobil</i>	ganhou um concurso que lhe proporcionou uma viagem pela Europa até à Polónia, onde conheceu grandes designers da época	
	<i>E portanto, eu assistia muitas vezes... Professor Dario fez-nos o cartaz e eu acompanhei.</i>	Ao acompanhar trabalhos de design feito por professores, aprendia	
	<i>quase que é a aldeia, mesmo aquele universo da mercearia, é curioso isso.</i>	O universo das embalagens fascinou-o quando era mais pequeno	
	<i>os livros que podíamos consultar eram os "Graphis", que eram no fundo anuários de cromos</i>	Acesso às revistas era parco, mas fundamental para conhecer o design gráfico	
	<i>E eu fui muito influenciado por essa geração, do Lubalin (...), que trabalhava a ilustração, o design e a tipografia de uma forma muito idêntica,</i>	Deixou-se influenciar por designers importante como Lubalin	
B. Processo	B1. Metodologia	<i>Claro que mal estou na reunião qualquer pessoa, é evidente que pensa na tarefa, não é? E sou como qualquer um, venho de carro, já venho a pensar na solução e às vezes há soluções que aparecem logo.</i>	Assim que recebe as primeiras informações sobre o problema começa imediatamente a idealizar uma solução

**B1.  
Metodologia**

*Eu também digo como o Saramago: "O que tenho é de estar sentado. Se a musa me apanha sentado, eu dou-me" (risos) O que eu tenho é de estar a escrever e a trabalhar e, se for assim, se eu vier para aqui, eu sei que faço qualquer coisa e faço, não é?*

Entende que a experimentação é a chave para a solução dos problemas

*Por exemplo, para a capa. Desenho-a mesmo, estou a ver, ponho lá borboletas e tal. Faço o "layout", no mínimo com um boneco. Faço logo um boneco qualquer, não é? Aqui no próprio papel. Depois pode vir a dar uma ilustração ou não... Mas desenho sempre, sim.*

Utiliza o desenho como forma de pensar e de chegar à forma

*E portanto o negociar com os autores e ver até que ponto é que as nossas ideias resultam ou não, dá-nos muito trabalho – refazer e tornar a fazer e até eles estarem de acordo e gostarem mas temos que pensar*

Encara a negociação do trabalho com o cliente algo difícil, mas absolutamente necessário

*Mas depois também é muito... Depois são eles que põem os símbolos: "Ai, queremos um "CD...". "Mas um "CD" é muito grande, fica mal". "Mas o Marketing quer." E pronto, isto é Marketing está a ver? Quer dizer, esta coisa já é o Marketing que quer. "Mas eu arranjei-lhe aqui um sítio em cima...". "Mas não, tem que ser maior..." E "pá", não vou morrer nem vou... Quero é que eles também tenham prazer naquilo que fazem e que justifiquem...*

Havendo necessidade de proceder a alterações, procura que haja algum reconhecimento pelo seu trabalho, mas também tenta respeitar o desejo do cliente

<b>B2. Avaliação crítica da metodologia aplicada</b>	<i>Pronto, o processo só para dizer que às vezes saem-me coisas muito indefiníveis, no sentido metodológico. Sou um bocado avesso à questão metodológica ser... Pronto, um grande problema.</i>	Por vezes a fuga de uma determinada metodologia permite-lhe encontrar novas soluções
	<i>Não sei de onde é que me vêm estas ideias, mas eu acho que é a capacidade e a inteligência que nos é própria que leva a que, às vezes o método seja diverso, não é? Portanto, eu sei que depois há coisas que eu aprendo e que repito.</i>	A sua intuição informada permite-lhe aplicar diversos processos. E essa experiência permite-lhe replicar e combinar métodos de novas formas
	<i>Mas controlo, gosto... Agora também trabalho com outras pessoas, com fotógrafos e com ilustradores se for preciso.</i>	Controla todo o seu trabalho apesar de por vezes poder trabalhar me conjunto
	<i>As pessoas mais entendidas em determinadas tecnologias que me diziam: "Ah, isto ficava bem era aqui uma coisa... Cortada, ou um cortante X." E eu: "Ah, porque não? Vamos experimentar e vamos fazer". Pronto, ou seja, o facto de se aceitar bem isso tudo como processo, Eu não, curiosamente nunca</i>	Não tinha problemas em aceitar sugestões de outros desde que entendesse que pudessem melhorar o seu trabalho
	<i>evidente que reconheço que trabalhar com clientes ou com pessoas que nos reconhecem e dizem: "O Modesto é que sabe." Isso é o ideal, claro, e gostamos muito disso e pessoas, ainda por cima que tenham bom gosto e exigentes... Isso é muito raro encontrar. São os clientes que têm feito a história do design. Levanta-nos problemas de muito mais, de natureza... Hum... Diria mais, mais inquietação, não sei bem a natureza aqui é: o que é que eu vou fazer que, de facto marque a diferença, porque ele está à espera disso.</i>	Sente que pode ter um trabalho melhor quando o cliente confia completamente no seu trabalho e que sem um bom cliente o designer não consegue ter bom trabalho A liberdade de trabalhar sem demasiadas condicionantes leva-o a descobrir novos problemas, que podem elevar a qualidade do resultado final



B2. Avaliação crítica da metodologia aplicada		<i>Mas preferia ser aqui mal do que estar lá na Porto Editora a perder horas e horas e horas, com um técnico, que nos obrigava a que isto não ficasse tão bem assim.</i>	Reconhece a importância do cliente e a necessidade de compreender a sua visão do problema. Não aprecia, contudo, restrições técnicas injustificadas
		<i>convivo bem mas também, claro. Existem estes momentos em que o autor tem que exercer alguma pedagogia, portanto eu acho que ele percebeu que, afinal as coisas que, muitas vezes, não se percebem também podem ser bem introduzidas, porque são a melhor forma de estabelecermos...</i>	Entende que o designer deve, por vezes, exercer um papel pedagógico com o cliente
		<i>Gosto desta ideia de me meter desde aquilo que é uma engenharia quase visual - quase de um esquema gráfico (até espartano), não é?</i>	Olhar o problema de uma forma holística, e não apenas do ponto de vista da solução gráfica, isolada do sistema em que vai funcionar
C. Tecnologia	C1. Tipologia de tecnologia	<i>Depois ampliávamos fotograficamente e quando era o texto, era o texto fotocomposto, porque não tínhamos muita hipótese de estar controlar muitas ordens.</i>	Usava a fotocomposição para executar as suas maquetes
		<i>Em 1993 fiz o concurso do Gil para a Expo e a parte bidimensional já foi feita num computador, mas não era meu, ainda não tinha.</i>	Em 1993 já utilizou o computador para desenvolver a mascote Gil que veio a ganhar o concurso da Expo'98
		<i>Não gosto de "Photoshop" para imitar a aquarela. Quando trabalho com digital, então gosto que seja mesmo digital, não é?</i>	Defende o digital deve assumir-se enquanto linguagem e não enquanto ferramenta para mimetizar outras técnicas

C2. Relação com tecnologia	<p><i>E aprendíamos muito a fazer esse trabalho manualmente, compondo letra a letra porque, de facto, se o espaço ficasse maior notava-se e depois já não havia possibilidade de arrancar as letras, quando muito podíamos fazer tipograficamente...</i></p>	<p>Os processos manuais de maquetização obrigavam-no a ter um cuidado maior na composição do texto.</p>	
	<p><i>Tínhamos que antecipar tudo, uma antecipação muito grande... Talvez como na impressão, embora se fizessem provas e tal, mas depois era muito complicado...</i></p>	<p>O processo de produção exigia uma capacidade de antecipação muito grande</p>	
	<p><i>Em 1989 fui com a turma de quinto ano a um congresso em Israel e foi lá que foi apresentado o problema da tecnologia, dos computadores e a Apple tinha lá uma demonstração em que nós podíamos tocar e ver como é que abríamos letras e fechávamos. Aquilo assustou-me muito, parecia assim uma coisa muito bárbara e eu não gostei nada, não é?</i></p>	<p>Quando teve o primeiro contacto inicial com a tecnologia, ficou assustado com o que a tecnologia oferecia</p>	
	<p><i>Porque o impacto inicial foi muito negativo para quem era mais purista. Para quem era mais purista foi muito negativo...</i></p>	<p>Realça a opinião negativa que os designers mais conservadores tinham sobre a introdução dos computadores.</p>	
D. Designer gráfico enquanto profissional	D1. Conhecimento da profissão	<p><i>É normal que também nos anos setenta, que eu estou a falar, final de setenta... E Portugal, tendo sempre um atraso de dez, quinze anos em relação às... Na altura até mais...</i></p>	<p>Portugal tinha um atraso significativo em relação a outros países</p>
		<p><i>Eu nessas coisas sou assim bastante eclético</i></p>	<p>Tem um conhecimento diversificado do design gráfico</p>

D1. Conhecimento da profissão	<i>estou atento porque consegui resumir em poucos segundos e ter o atrevimento de o fazer em público... Não quer dizer, que ficasse bem ou mal, mas caricaturando a gente diz que sabe ler, não é?</i>	Compreende o estado atual do design gráfico
D2. Avaliação crítica da profissão na atualidade	<i>Mas eles agora fazem tudo... Tão feio, tão feio, tão... Parece tão técnico mas ao mesmo tempo... Não sei, que é tudo tão deprimente coisas... Tão ascéticas Associa-se muito à arte contemporânea, que é cada vez mais desumanizada E acho que o design também está assim muito desumanizado</i>	Entende que se perdeu a beleza e a humanização do design
	<i>Põem o texto como se fossem orégãos nas pizzas, tudo ali... Dividem o texto todo, ali, quer lá saber do leitor, põem uns travessões gigantescos em vez de hífens e depois... Não sei. Não gosto muito, atualmente, não gosto</i>	Descreve o design atual como despreocupado e aleatório, com algum desrespeito pelo leitor
	<i>Preferia os "punks" ou preferia que... Não é? Nem que fosse muito... Ou o design mais agressivo do que este que não é carne nem é peixe, nem é ciência, nem é arte, nem é lírico, nem é... Bom.</i>	Sente falta de um sentimento mais autêntico no design. Descreve o cenário atual como neutral, sem um posicionamento definido.
	<i>Até o Porto está ao nível de qualquer uma, portanto, a produção hoje em Portugal de design gráfico - ou do design em geral, mas o gráfico é o que estou mais ligado - está perfeitamente ao nível do que se faz nos outros lados.</i>	Atualmente o design gráfico no Porto está ao nível de outras grandes cidades mundiais

**D2. Avaliação crítica da profissão na atualidade**

*Pronto, o design, apesar de tudo, hoje, como eu disse, há estes nichos.*

A evolução da profissão criou nichos no design

*deixamos de ser artistas gráficos ou arte-finalistas, como na altura havia assim um intermédio entre aquilo que era mesmo quem concebia e depois quem imprimia ou executava. Também como disse, já não somos artistas gráficos só. E, portanto, capacidade de autor afirma-se*

O designer, nos últimos anos, torna-se menos técnico e mais autor

*Portanto, a primeira coisa que, quando há uma crise, sente-se... A publicidade é reduzida, o investimento em publicidade e em comunicação é reduzido depois também no design, pronto. E é isto, vem tudo por acréscimo. Portanto, estou convencido de que, se as condições melhorarem do país, também melhorará. E portanto, haverá mais emprego, haverá mais trabalho, que os "ateliers" queixam-se todos que não têm trabalho*

O contexto económico do país e a capacidade de investir em comunicação têm condicionado a atividade dos ateliers de design nos últimos anos.

*design e a componente, digamos assim, pela qual ainda sinto uma grande justificação para continuar ligado ao design é exatamente esse sentido estético que tem, não é?*

O que o motiva no design, hoje em dia, é o seu sentido estético

*E até digo muitas vezes que o design é sempre mais uma questão de diálogo do que de imposição.*

O diálogo é fundamental para obtenção de resultados em design

**D2. Avaliação crítica da profissão na atualidade**

*E até não ponho de lado aquela afirmação do Peter Bil'ak que andou aqui há uns anos muito na moda, que dizia: "Quanto mais autor, pior é o design". mas eu hoje prefiro ser mais benevolente e achar que o espaço é de todos e é um bocado como eu disse há pouco, cada caso é um caso não é. E de facto isso é assim e devemos estar preparados para quem quiser fazer... Mas também acho... Também acho que há espaço e há de justificação suficiente para aquele design que, de facto, sem o autor não presta para nada, não serve para nada,*

Identifica-se com um design mais funcional. Mas também reconhece o valor de uma vertente de design mais autoral, havendo espaço no mercado para as duas abordagens

*e o design não é mais do que saber estabelecer relações.*

O design gráfico é estabelecer relações



## Anexo 40

### Grelha de análise de entrevista aos non-verbal Club

Categorias	Subcategorias	Recorte	Análise
A. Formação	A1. Académica	<i>[Joana Sobral]</i> E estudei primeiro três anos em Coimbra – Arquitetura	Joana Sobral estudou Arquitetura em Coimbra antes de ingressar no curso de Design de Comunicação da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto (FBAUP)
		<i>[JS]</i> e vim para o Porto estudar Design Gráfico nas Belas Artes. Fiz logo mestrado a seguir, também nas Belas Artes, em Design de Imagem	Após a licenciatura na FBAUP, tornou-se mestre em Design da Imagem na mesma instituição
		<i>[Miguel Almeida]</i> estudei arquitetura, tive dois anos na FAUP	Miguel Almeida estudou arquitetura na Faculdade de Arquitetura da Universidade do Porto (FAUP)
		<i>[MA]</i> passados esses dois anos inscrevi-me na ESAD, fiz o curso de Design Gráfico	Depois de passar pela FAUP, ingressou a Escola Superior de Arte e Design (ESAD) onde se licenciou em design de comunicação
		<i>[MA]</i> inscrevi-me no mestrado, também, no programa de mestrado na ESAD	Após a licenciatura, Miguel deu continuidade aos seus estudos no Mestrado de Comunicação da ESAD
			<i>[João Martino]</i> Acho que acabei o curso acho em noventa e seis na ESAD
	A2. Informal	<i>[JM]</i> além da formação na ESAD, porque comecei a trabalhar com o Andrew. Ele convidou-me mais ou menos a meio do último ano para trabalhar com ele e trabalhei seis anos no estúdio.	Martino trabalhou durante a licenciatura no estúdio Andrew Howard

A2. Informal		<i>[JM] é que quando nós percebemos que as perguntas que estamos a fazer aos nossos alunos deviam ser as perguntas que nos devíamos estar fazer a nós próprios. E isso faz-nos crescer.</i>	Martino leciona na ESAD e na FBAUP, e considera que o ensino lhe permite um constante crescimento, pois está permanentemente a questionar e a ser questionado
		<i>[MA] fazia as capas dos meus CDs que ia gravando, fazia e customizava uma série de coisas no computador [MA] ... Eu lembro-me que detestava os "interfaces" de alguns programas, e os tentava modificar ligeiramente porque aquilo era agressivo...</i>	Impulso para personalizar (graficamente) elementos e interfaces do seu quotidiano
		<i>[MA] Sempre gostei muito de livros, sempre houve algum fascínio por essas pessoas que imprimiam coisas e essas coisas vinham parar às nossas mãos</i>	Almeida tem gosto pela leitura e pelo universo dos livros e da sua produção.
		<i>[JM] O meu avô era designer de interiores e eu desde que me lembro desde muito, muito, muito novo que ia acompanhá-lo a desenhar plantas e a desenhar móveis</i>	Martino teve uma influência do seu avô que era designer de interiores e que desenhava mobiliário
B. Processo	B1. Metodologia	<i>convidar muita gente para os nossos projetos.</i>	Para a definição do problema contam com equipas multidisciplinares e com participações externas
		<i>Nós sempre fomos trabalhando com muitas pessoas, externas ao próprio estúdio, consoante as necessidades do projeto</i>	Avaliam sempre a necessidade de trabalhar com equipas externas
		<i>também acontece, às vezes, sei lá, temos uma primeira reunião, vemos o "briefing" e começamos a trabalhar, começamos a pesquisar depois e começamos a fazer este... A procurar os caminhos através de experimentar coisas e percebemos que: "Espera aí, precisamos de reunir com eles outra vez".</i>	Por vezes, após o desenvolvimento do trabalho têm necessidade de recentrar o e o programa



## B1. Metodologia

*Normalmente nós partimos desta intuição, do que é que o cliente necessita e começamos a testar logo, que é uma fase que nós chamamos o “pensar com as mãos”: no fundo sermos estimulados racionalmente para raciocinarmos acerca do problema, e só depois de nós percebermos bem o que é que está em jogo é que vamos fazer um investigação profunda, uma análise capaz.*

Avançam para as propostas com uma abordagem exploratória e experimental primeiro e só depois desenvolvem uma pesquisa mais formal

*Acho que depende de projeto para projeto, mas na maioria dos casos é no computador.*

A maior parte da experimentação é feita no computador

*Porque o que nós fazemos muito e é uma coisa que nós insistimos imenso que é: imprimimos tudo. Imprimimos pesquisa, sempre, constantemente. Não adianta estar no computador a fazer um “slide show”, porque três imagens depois já não te lembras da primeira e, normalmente ao imprimir tudo nós temos um universo de imagem que achamos que estão relacionadas com o projeto.*

Após a experimentações, imprimem tudo para conseguirem perceberem melhor o trabalho desenvolvido

*Há algum tempo que nós começamos a adotar, por exemplo, grupos de “facebook” internos, só para começarmos e, no fundo, estarmos sempre constantemente a pôr toda a gente a par daquilo que estamos a fazer*

Recorrem à rede social Facebook para partilhar e atualizar conteúdos de forma rápida e ubíqua entre todos os intervenientes

*Acho que naquela reunião estavam para aí quinze pessoas e a única pessoa que compreendeu realmente foi esse diretor executivo, que é uma pessoa bastante aberta e bastante informada que se levantou e: “Ahh... Estou muito mais descansado!”*

A relação com o cliente é uma relação de forma a que este se sinta identificado com o resultado final

*Normalmente isso é uma coisa muito discutida e que há... Conheço muitos designers que apresentam passos do trabalho. Nós não, nós normalmente apresentamos projetos finais, e apresentamo-lo o melhor que conseguirmos.*

A apresentação ao cliente é feita sem que este tenha conhecimento prévio do trabalho desenvolvido. Essa apresentação é feita sob a forma de uma maquete o mais próxima do real possível

## B1. Metodologia

*Não queremos deixar muito espaço para o cliente ter que visualizar alguma coisa, nós apresentamos as coisas quase praticamente como elas vão sair.*

A apresentação ao cliente pretende ser uma antevisão do trabalho final de forma a que este não tenha dúvidas sobre o resultado final do trabalho encomendado

*já não nos interessa estar a convencer também, ou não podemos estar a converter todas a gente. Há aqueles que sim, e nós pomos o nosso esforço e a nossa dedicação toda em fazer com que as pessoas percebem aquilo que nós queremos fazer, até antes de começarmos a trabalhar.*

Não tem intenção de educar o cliente, entendem que este deve ter confiança sobre o seu trabalho

*O trabalho não é só nosso, mas também não é só deles e tem que haver sempre aqui uma mediação e um diálogo.*

O designer assume aqui um papel de mediador entre o trabalho e o cliente e admite que tem de existir diálogo

*Se for só uma luta, porque é uma luta não faz sentido e aí o cliente nunca vai perceber. Se nós conseguirmos e tivermos a capacidade de explicar porque é que é estamos a fazer as coisas assim, claro que evita que no fim as pessoas não entendam o projeto.*

Preferem que o cliente faça parte do processo a terem de discutir com ele

*Exatamente, vai ser sempre preciso encontrar um território de trabalho que é tanto nosso como deles.*

O desafio do processo de mediação está em encontrar um território comum aos dois lados

*Nós para além de termos esse guardião de sanidade mental que é o Fernando Cruz, que sabemos que lhe entregamos uma coisa e que aquilo vai correr bem e mesmo esteja correr mal, ele vai arranjar uma maneira de por aquilo a correr bem...*

Tem extrema confiança num produtor que consegue dar resposta a todas as necessidades que estes tem para a produção dos seus trabalhos

*Qualquer suporte editorial, nós ultimamente fizemos montes de livros, tens que acompanhar a gráfica... Não tens a mínima hipótese, existem até de casos que são feitos ali na hora, e decisões que tomas ali, e são importantes*

Todos os trabalhos que assim o exigem são acompanhados em gráfica pois é nessa altura que muitas vezes se tomam decisões importantes sobre o projeto

B1. Metodologia	<i>[acompanhamento de produção] Nós nisso somos um bocado “control freaks”</i>	Gostam de ter o controlo completo sobre a produção
B2. Avaliação crítica da metodologia aplicada	<i>Quando não aceita é muito complicado porque não estamos habituados a esse...</i>	Tem tido sempre grande aceitação com este tipo de metodologia, não estando habituados a repensar os trabalhos que apresentam
	<i>Tivemos noção perfeita de que tínhamos que colmatar essa falha e, por isso, agora temos uma gestora de projeto que também vai cobrir muito a essa parte de clientes,</i>	Na nova equipa (após a mudança de empresa) foi integrada uma gestora de projeto que admite ser parte importante da relação com o cliente
	<i>Portanto, numa pequena reunião com o cliente nós já temos algumas pistas do que é que ele necessita e já temos algumas pistas daquilo que devemos procurar.</i>	Existe já um amadurecimento da forma como abordam o trabalho que lhes permite ter algumas soluções aquando das primeiras reuniões com o cliente
	<i>Por muito interessados que estejamos no aspeto visual das coisas graficamente pura e dura, também estamos interessados (e, cada vez mais) em toda essa questão mais estrutural, de conteúdo e de funcionamento de se pensar sistemas, como é que as coisas funcionam e ir lá..</i>	A procura da forma é algo que não ignoram, mas é a perspetiva do projeto enquanto sistema, a ideia total, que mais os motiva
	<i>o processo difere, obviamente, de problema para problema, de projeto para projeto, mas há alguns pontos em comum</i>	Adaptam as suas metodologias de trabalho para trabalho
	<i>Mas, muitas vezes vamos convidar pessoas exteriores porque isso - também temos a ganhar com isso, porque ao estabelecer essas relações nós estamos a aprender também e, torna o projeto de alguma maneira mais interessante.</i>	Trabalhar com equipas multidisciplinares faz parte da sua forma de abordar os problemas.

**B2. Avaliação crítica da metodologia aplicada**

*Já não nos interessa tanto estar à procura de pegar num cliente muito pequeno e acompanhá-lo desde o início e fazer... "Vamos fazer de ti grande!" Não é que já não nos interesse fazer isso, mas o foco ser só isso ou só projetos assim, já não é propriamente aquilo que mais nos interessa.*

Entendem que o seu trabalho deve ser compreendido pelo cliente

*Interessa-nos sim, procurar oportunidades para, cada vez mais, desenvolver projetos relacionados com inteligência, raciocínio, de uma maneira até, se calhar, mais experimental do que o que era: menos formal, muito mais interessada em vamos conseguir integrar soluções, pensar como é que isto se pode desdobrar, como é que isto pode ter mais consequências digamos assim*

Interessa-nos projetos com uma abrangência grande, ao nível estratégico, e não apenas encontrar uma solução para pequenos problemas. A sua abordagem, a este nível, também se tem tornado cada vez mais experimental e consequente

*[partilha de ficheiros entre membros do grupo] Nunca ninguém faz... Nunca ninguém tem um projeto para trabalhar*

A autoria dos projetos deste atelier é partilhada, uma vez que nunca está só uma pessoa associada a um projeto. Estão sempre todos a trabalhar sobre o mesmo projeto

*Nós usamos processos, é verdade, e usamos processos comuns a mais ou menos todos os projetos, mas tudo varia tanto de projeto para projeto...*

Apesar de terem consciência que utilizam recorrentemente algumas formas de trabalhar, tentam sempre encarar um novo projeto com processo de trabalho novos

*Provoca que estás-te sempre a reinventar, porque não és tu que pensas tudo então estás-te... Como... Estás constantemente a ser estimulado por problemas diferentes, problemas que nós nos vamos causando uns aos outros.*

Essa forma de encarar os projetos de uma nova forma permite-lhes reinventarem-se a cada projeto

C. Tecnologia	C1. Tipologia de tecnologia	<p><i>Construímos uma base de dados para pôr toda a informação, mas direcionada à comunicação. Não era uma base de dados pública, portanto nem para organização interna nem nada, era para nós organizarmos a informação e depois desenvolvermos alguns “softwares” para automatizar tarefas repetitivas.</i></p> <p><i>O que nós fizemos e desenvolvemos com alguns “developers” foi um código.</i></p>	<p><b>Desenham os seus próprios sistemas de informação para apoio aos projetos através de softwares especificamente desenhados para o efeito</b></p>
	C2. Relação com tecnologia	<p><i>A paginação toda automática demorou uns segundos e o livro conseguiu-se fazer em quatro dias, que é assim... Este dia normalmente num processo habitual nunca demoraria menos de um mês e meio e mesmo assim...</i></p>	<p><b>Consciência das vantagens de poder utilizar a tecnologia como ferramenta de auxílio e acelerador dos processos de trabalho do designer</b></p>
		<p><i>[utilização do QR Code na Guimarães 2010] correu menos bem porque a direção da capital teve medo desta estratégia e então nunca a implementou.</i></p>	<p><b>vontade de explorar tecnologias ainda pouco comuns, mas que entendem ter potencial</b></p>
		<p><i>[em relação ao uso da programação na paginação da agenda cultural de Guimarães 2012] Era impossível fazer este trabalho, sei lá.</i></p>	<p><b>Sem a tecnologia, muito do trabalho efetuado pelo designer seria muito mais difícil</b></p>
D. Designer gráfico enquanto profissional	D1. Conhecimento da profissão	<p><i>Obviamente que os históricos, não é?</i></p>	<p><b>Conhecem os autores históricos do design gráfico nacional</b></p>
		<p><i>Eu acho que não tenho uma resposta única... Não é? Eu acho que existem trabalhos que são referências. Não identifico tanto o design, identifico muito mais o projeto e é algo com o qual não tenho problema nenhum em dizer</i></p>	<p><b>Preferem referir os trabalhos aos designers</b></p>
		<p><i>Sim, acho que temos que estar... (risos) Faz parte da nossa...</i></p>	<p><b>Entendem que é fundamental estarem atualizados e a par do que se faz e de como se faz em design gráfico</b></p>

<b>D2. Avaliação crítica da profissão na atualidade</b>	<i>A ideia que eu tenho num panorama geral é que o design está bom e está com saúde. Vê-se muito já, novas gerações a fazer coisas muito "fixes", A cena portuense do design, acho que neste momento está com saúde, acho que... Não consigo avaliar em comparação com dez ou quinze anos atrás, não consigo avaliar se está melhor ou está pior, mas acho que está bem.</i>	<b>Julgam que o design gráfico nacional está com um bom nível de qualidade</b>
	<i>Eu acho que não foi na qualidade do design, mas foi na visibilidade do bom design portuense</i>	<b>O design gráfico portuense precisa de mais visibilidade</b>
	<i>Agora, acho que é verdade que em Portugal ainda tem um atraso significativo, na maneira como é percecionado ou como é valorizado.</i>	<b>O design em Portugal não tem visibilidade e valorização internacional</b>
	<i>Mesmo podendo ser difíceis de entender, não há ainda, ou há pouco a preocupação de falar para, no fundo para a população em geral, que são os clientes.</i>	<b>O design tem tendência para se fechar sobre ele próprio, o que condiciona a percepção que o público tem dele</b>
	<i>Eu espero que continue mesmo a haver livros, porque se não vou ficar muito triste. Que seja tão humano como abrir um livro ou transportar um jornal.</i>	<b>Esperam que se continue a investir na publicação em papel, e não só em digital</b>
	<i>acho que o design português tem que se internacionalizar, e tem que se credibilizar lá fora,</i>	<b>Entendem que o design português tem que se internacionalizar e credibilizar internacionalmente</b>
	<i>Mas acho que o futuro design gráfico tem todo o potencial para ser ainda mais forte do que é agora. Nós vemos cada vez mais, nós comentamos isso muitas vezes isto entre nós, de coisas que vamos lendo, vemos cada vez mais designers gráficos a serem chamados para posições de chefias das empresas, para ser integrados o quanto antes no processo de trabalho.</i>	<b>o reconhecimento da importância estratégica da visão do designer</b>

D2. Avaliação crítica da profissão na atualidade

*nós, às vezes, somos demasiado idealistas*

São demasiado idealistas, que pode condicionar a viabilidade do seu projeto

*E se calhar, hoje em dia, não temos tanta paixão pela forma, apesar de nós estarmos numa profissão em que a forma é muito importante, mas estamos cada vez mais interessados em resolver os problemas*

Estão num processo de se centrarem num trabalho mais pragmático

*O que é que tu realmente necessitas, porque se tu me pedes um livro se calhar o precisas... Necessitas é de um vídeo, ou vice-versa, não é?*

Equacionam todas as necessidades dos clientes, podendo aconselhar outras soluções que não os requeridos pelo cliente

*“O que é que precisamos para responder a isto?”*

Olham sempre para o projeto numa perspetiva holística e de como é que o design pode ser um meio para responder a um determinado problema

*nós pomos muito a nossa vontade e a nossa inteligência e a nossa... Acho que a natural capacidade para a análise e para ... E que por isso acho que é uma das razões que nos encanta tanto fazer editorial. posicionarmo-nos também numa posição muito mais de consultores e diretores de arte a nossa maior competência - é dirigir os projetos pensar como é que eles deveriam ser, pensar quem é que eles deveriam ter e, acima de tudo pensar o que e que eles poderiam ser. Porque, muitas vezes*

Consideram que poderão aportar mais do que design gráfico a um projeto de comunicação

*São problemas que normalmente são sempre problemas complexos e que para chegarmos a um resultado que parece simples não sei quê, temos que estudar muito, trabalhar muito*

Consideram que a sua profissão é uma profissão exigente

*uma das coisas que nos faz gostar tanto de livros, é exatamente o acreditarmos que são objetos que nos ultrapassam em ciclo de vida*

Querem deixar uma marca nas gerações vindouras através da aposta do estúdio no trabalho de editorial

