

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE BELAS-ARTES



**CONCURSO JOVEM DESIGNER:
UM CONTRIBUTO PARA A CULTURA DO DESIGN EM PORTUGAL**

Carla Maria Xavier Castanheta

MESTRADO EM DESIGN DE EQUIPAMENTO

Especialização em Estudos de Design

2012

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE BELAS-ARTES



**CONCURSO JOVEM DESIGNER:
UM CONTRIBUTO PARA A CULTURA DO DESIGN EM PORTUGAL**

Carla Maria Xavier Castanheta

MESTRADO EM DESIGN DE EQUIPAMENTO

Especialização em Estudos de Design

Dissertação orientada pela Professora Doutora Isabel Maria Dâmaso-Rodrigues

2012

Resumo

A estrutura do Concurso Jovem Designer (1986-2002) – criado para colmatar uma lacuna na ligação entre a indústria e os designers – conferiu a esta iniciativa dimensões *para além de um concurso*, atribuindo-lhe, em consequência, um lugar de destaque no panorama do design em Portugal.

Delinearam-se dois planos de investigação do tema. Num pretende-se contextualizar o Concurso na realidade nacional resultante das especificidades dos campos económico, industrial e do design. Averigua-se a sua relevância no âmbito da formação de uma geração de estudantes de design, na divulgação do design em Portugal e do design português no estrangeiro. No outro plano, procede-se a uma análise e contextualização dos conteúdos presentes em programas, apresentados pelos designers convidados, enquadrados numa mesma tipologia de proposta, contextualizando-os e complementando-os à luz da cultura do design dos respectivos países de origem, da sua prática projectual e/ou da fundamentação da temática apresentada. No encadeamento, estabelece-se um enquadramento das temáticas mais significativas no âmbito de uma evolução do design que evidencia as questões de responsabilidade da profissão na sociedade. Tais questões reforçam o design e a sua percepção como uma actividade construtora e manipuladora de sentidos dentro de amplas e dinâmicas realidades sócio-culturais, não remetida à dualidade designer – utilizador final. Esta perspectiva surge manifestamente expressa nos programas apresentados por Isao Hosoe, o qual estrutura um discurso consonante com temáticas que adquirem foco significativo nas contextualizações que circunscrevem o design no período de transição do séc. XX para o séc. XXI, particularmente as referentes a questões de sustentabilidade dentro de um quadro de reforço da componente cultural do design.

As realidades nacionais e internacionais são assim perscrutadas sob focos diferentes, sobressaindo a localização do design no contexto da sua relação com a indústria e um quadro regulador e normativo da cultura do design assente num conjunto de práticas e respectiva fundamentação.

Concurso Jovem Designer; design industrial em Portugal; promoção do design industrial; design na transição do milénio.

Abstract

Launched in the first place to bridge the gap between industry and designers, the way Concurso Jovem Designer (Young Designer Award, 1986-2002) was conceived enabled the initiative to develop well beyond the framework of a mere contest, having thus attained a major place in the Portuguese design landscape.

The research for this thesis was twofold. In the first instance, the aim is to contextualize the Award within the Portuguese reality, namely as influenced by the economic, industrial and design fields. At the same time, one seeks to address the relevance of the Award in the training of a whole generation of design students, in the promotion of design in Portugal and of the Portuguese design abroad. On another level, there is an analysis and contextualization of the contents of the programmes presented by the guest designers, complemented in the light of the different design cultures in their respective countries, of their project practice and/or of the fundamentals of the set of themes presented by these same designers. A framework of the more significative themes for the design evolution which underlines the questions related to the responsibility of the design profession for the society as a whole is drawn in the follow up. These very questions reinforce design and its perception as an activity that both builds and manipulates meanings and senses in the midst of broad and dynamic socio-cultural realities, not assigned to the duality designer – final user. This perspective is clearly expressed in the programmes presented by Isao Hosoe, who builds a discourse in line with a set of themes which attain a relevant focus in the design contextualizations in the transition from the 20th to the 21st century, namely those related to sustainability issues in the framework of the reinforcement of the cultural component of design.

National and international realities are thus analysed from different points of view, with particular emphasis on the question of the positioning of design in the context of its relation to industry and on a regulating and normative framework of the design culture based on a set of practice and their fundamentals.

Concurso Jovem Designer (Young Designer Award); industrial design in Portugal; promotion of the industrial design; design in the millennium transition.

Agradecimentos

A todos os entrevistados e inquiridos – incluindo aqueles que contribuíram com os seus testemunhos, ainda que não presentes na versão final deste estudo – agradeço a disponibilidade manifestada, traduzida em exercícios de opinião e de memória, inestimáveis para a concretização deste trabalho.

Agradeço à minha orientadora, Professora Doutora Isabel Dâmaso-Rodrigues, a singular disponibilidade revelada, a confiança e o interesse demonstrados neste estudo desde a fase inicial, enquanto hipótese, até à sua conclusão. Expresso-lhe, sobretudo, o meu reconhecimento pelas “afinações de rota” encontradas durante as nossas conversas e facultadas pelo seu amplo saber.

Manifesto ainda um agradecimento ao Director e à Subdirectora da escola onde lecciono, António Rolo Mendonça e Conceição Soares, pela atenção dispensada na elaboração dos meus horários e na calendarização de reuniões, que me permitiram conciliar as minhas tarefas de docente e estudante.

Ao núcleo da minha família, em particular ao pai e à Cristina.

Índice

Índice de Figuras e Quadros _____	viii
Lista de Acrónimos e Siglas _____	ix
Introdução _____	1
Parte 1: Enquadramento do Concurso Jovem Designer: Economia, Indústria e Design	
1.1. Nota Introdutória _____	6
1.2. O panorama económico em Portugal entre 1985 e 1995 _____	6
1.3. Os desafios da indústria portuguesa no contexto da adesão à CEE e a valorização do design industrial _____	9
1.3.1. As principais instituições criadas na Europa para a promoção do design industrial: perspectiva histórica _____	14
1.3.1.1. O caso de Portugal _____	20
1.4. Etapas relevantes no vínculo do design à indústria em Portugal _____	29
1.4.1. Os anos 80 e 90 _____	36
1.5. O ensino do design em Portugal _____	42
Parte 2: O Concurso Jovem Designer em análise	
2.1. Nota Introdutória _____	48
2.2. Uma visão para o design dentro do ICEP _____	48
2.3. Instrumentos e critérios utilizados na caracterização do Concurso _____	53
2.4. O Concurso: objectivos e modelo _____	56
2.5. O Concurso: a perspectiva de professores e de estudantes _____	60
2.6. Os programas das 16 edições: proposta de organização tipológica _____	70
Parte 3: Temas estruturantes do panorama do design nos anos 80 e 90 com base nos programas do Concurso	
3.1. Nota Introdutória _____	74
3.2. Breve contextualização do panorama do design nos anos 80 e 90 _____	74
3.2.1. O design na transição para a pós-industrialização _____	77

3.2.2.	Isao Hosoe: A interculturalidade e a globalidade humana como chaves para os desafios do séc. XXI _____	84
3.2.3.	Ingegerd Råman : Os aspectos sociais e da relação com a natureza na identidade do design sueco _____	91
3.2.4.	Tapio Yli-Viikari: Uma perspectiva humana para o design _____	97
3.2.5.	Jorge Pensi: A vanguarda de Barcelona no campo do design _____	101
3.2.6.	Isao Hosoe: O design da energia comportamental _____	107
3.3.	Perspectivas de Isao Hosoe no quadro de questões caracterizadoras do panorama do design no final do séc. XX _____	112
3.3.1.	O reforço da componente cultural no projecto de design _____	116
3.3.1.1.	Perspectivas de sustentabilidade _____	121
Parte 4: Conclusões _____		130
Bibliografia _____		136
Fontes Iconográficas _____		149
Anexos		
Anexo 1.	Citações originais _____	150
Anexo 2.1.	Entrevista a Mira Amaral _____	160
Anexo 2.2.	Entrevista a Paulo Parra _____	170
Anexo 2.3.	Entrevista a Madalena Figueiredo _____	187
Anexo 2.4.	Entrevista a Jorge Alves _____	195
Anexo 2.5.	Entrevista a Raul Cunca _____	204
Anexo 2.6.	Entrevista a Salette Brandão _____	214
Anexo 2.7.	Entrevista a Marco Sousa Santos _____	224
Anexo 3.1	Questionário relativo à participação no Concurso Jovem designer_	228
Anexo 3.2.	Dados relativos aos inquiridos no questionário _____	234
Anexo 3.3.	Questionário: registo global das respostas _____	236
Anexo 3.4.	Breve listagem de dados biográficos dos designers convidados no âmbito do Concurso _____	237
Anexo 3.5.	Quadro dos intervenientes em cada edição do Concurso _____	239
Anexo 3.6.	Quadro-resumo dos intervenientes no Concurso _____	246
Anexo 3.7.	Quadro dos conteúdos abordados em cada edição do Concurso ____	247

Índice de Figuras e Quadros

Figuras

Fig.1 - Capa do Relatório do Congresso Internacional de Estética Industrial (1953) _____	23
Fig.2 / Fig. 3 - Exposição de protótipos do Concurso Jovem Designer 1990 (Triennale di Milano, 1991)_____	57
Fig.4 - Exposição de Protótipos do Concurso Jovem Designer 1993 (International Spring Gardening Fair, Londres, 1994)_____	57
Fig.5 - Exposição de Protótipos do Concurso Jovem Designer 2001 (Sociedade Nacional de Belas-Artes, 2002)_____	57
Fig.6 - Malga/Decantador. Luís Pessanha, Prémio ICEP (Plásticos), CJD 1995_____	91
Fig.7 - Modelo Pure (city bike)/ Fluida.it. Marco Gaudenzi, 2002 _____	111
Fig.8 - Bica. Miguel Estima, Prémio FLAD, CJD 2001_____	112

Quadros

Quadro 1 – Questão 1 do questionário e resultados _____	60
Quadro 2 – Questão 3 do questionário e resultados _____	62
Quadro 3 – Questão 5 do questionário e resultados _____	63
Quadro 4 – Questão 4 do questionário e resultados _____	65
Quadro 5 – Questão 2 do questionário e resultados _____	65
Quadro 6 – Questão 6 do questionário e resultados _____	66
Quadro 7 – Questão 7 do questionário e resultados _____	68
Quadro 8 – Questão 8 do questionário e resultados _____	69
Quadro 9 – Questão 9 do questionário e resultados _____	69
Quadro 10 – Comparação Cultural. Isao Hosoe _____	108

Lista de Acrónimos e siglas

AIP	Associação Industrial Portuguesa
APD	Associação Portuguesa de Designers
ARCA/ETAC	Escola de Tecnologias Artísticas de Coimbra
CEE	Comunidade Económica Europeia
CENCAL	Centro de Formação Profissional para a Indústria Cerâmica
CENFIM	Centro de Formação Profissional da Indústria Metalúrgica e Metalomecânica
CENTIMFE	Centro Tecnológico da Indústria de Moldes, Ferramentas Especiais e Plásticos
CEVALOR	Centro Tecnológico para o Aproveitamento e Valorização das Rochas Ornamentais e Industriais
CFPIMM	Centro de Formação Profissional das Indústrias da Madeira Mobiliário
CINDOR	Centro de Formação Profissional da Indústria de Ourivesaria e Relojoaria
CITEX	Centro de Formação profissional da Indústria Têxtil
CIVEC	Centro de Formação profissional da Indústria de Vestuário e Confeção
CJD	Concurso Jovem Designer
CML	Câmara Municipal de Lisboa
CPD	Centro Português de Design
DM	Deutsche Mark
DUIL	Duil - Comércio Internacional
DRS	Design Research society
EFTA	European Free Trading Association
ESAD (C.R.)	Escola Superior de Arte e Design (Caldas da Rainha)
ESAD (Mat.)	Escola Superior de Arte e Design (Matosinhos)
ESAD (FRESS)	Escola Superior de Artes Decorativas (Fundação Ricardo Espírito Santo Silva)
ESBAL	Escola Superior de Belas-Artes de Lisboa
ESTGAD (C.R.)	Escola Superior de Tecnologia, Gestão, Arte e Design (Caldas da Rainha)
ESTGAD (V.C.)	Escola Superior de Tecnologia, Gestão, Arte e Design (Viana do Castelo)
FAL	Faculdade de Arquitectura de Lisboa
FAPODEL	Faianças Porcelanas Decorativas, S.A.
FBAUL	Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa
FCG	Fundação Calouste Gulbenkian
FEDER	Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional
FLAD	Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento
FOC	Fábrica Osório de Castro
FSE	Fundo Social Europeu
GATCPAC	Grupo de Artistas e Técnicos Catalães para o Progresso da Arquitectura Contemporânea
HCD	Human Centered Design
IAPMEI	Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação
ICEL	Indústria de Cutelarias da Estremadura, S.A.
ICEP	Instituto do Comércio Externo de Portugal
ICSID	International Council of Societies of Industrial Design
IFAVIDRO	Indústria de Fabricação de Vidros, Lda

INDEG/ISCTE	Instituto para o Desenvolvimento da Gestão Empresarial/ Instituto Superior de Ciência do Trabalho e da Empresa
IN-FUSÃO	Transformação de Vidro, Unipessoal, Lda
INII	Instituto Nacional de Investigação Industrial
JASMIN	Vicrimag: vidros e cristais da Marinha Grande
JMGlass	Jorgen Mortensen Glass – Vidros da Marinha Grande, S.A.
LMA	Leandro Araújo, Lda
MADEIN	Mármore Decorativos Industriais, Lda
MARIVIDROS	Marividros - Produção de Vidros, Lda
MoMA	Museum of Modern Art
NAAI	Núcleo de Arte e Arquitectura Industrial
NATO	North Atlantic Treaty Organization
NDI	Núcleo de Design Industrial
Normax	Fábrica de Vidros Científicos, Lda
PEDIP	Programa Específico de Desenvolvimento à Indústria Portuguesa
RARI	Construções Metálicas, Engenharia, Projectos e Soluções Industriais SA.
RECIVITRO	Indústria e Comércio de Artigos Cristalaria, S.A.
SECAM	Secam International Agencies - Exportação de Cerâmicas, Lda
Simplástico	Sociedade Industrial de Matérias Plásticas, Lda
SPA	Sociedade Portuguesa de Autores
SPAL	Sociedade de Porcelanas de Alcobaça, Lda
SNBA	Sociedade Nacional de Belas-Artes
SONAE	Sociedade Nacional de Estratificados
Stephens	Fábrica Escola Irmãos Stephens
Tecnimoplás	Indústria Técnica de Moldes, Lda
TL	Tradução Livre
Tosel	Empresa Vidreira Tosel
UCD	User Centered Design
UE	União europeia
Vidroplás	Indústria de Plásticos e Vidros, S.A.
Vista Alegre	Fábrica de Porcelana da Vista Alegre
VITROCRISTAL	Estudos e Projectos de Apoio à Cristalaria
YKK	Fastening Products Group Portugal

Introdução

O Concurso Jovem Designer (CJD) foi criado pelo Instituto do Comércio Externo de Portugal (ICEP) com o objectivo principal de colmatar uma lacuna na ligação entre a indústria e os designers e implementado num contexto nacional marcado pela integração de Portugal na Comunidade Económica Europeia ¹, cenário gerador de grandes alterações na política económica que implicou mudanças nos restantes sectores da sociedade. A premência do aumento da produtividade conduziu a uma valorização do design – por parte do Estado – particularmente na vertente industrial, enquanto elemento fundamental no desenvolvimento da indústria nacional. Desenvolvendo-se paralelamente a outras iniciativas estatais de promoção do design industrial, o CJD constituiu *uma* peça particular de uma ampla construção que visava a divulgação e promoção do design junto da indústria nacional, sector relevante no contexto das políticas de crescimento económico.

O Concurso Jovem Designer é uma iniciativa do Instituto do Comércio Externo de Portugal – ICEP ², que tem por objectivo promover o contacto entre a Escola e a Empresa e encorajar os estudantes de Design a desenvolver a sua carreira na indústria, sensibilizando-os para problemas específicos com que as empresas se debatem. ³

Não se pretendendo fazer um historial ou uma avaliação do CJD nas diferentes dimensões em que este se concretizou, a orientação que presidiu a este trabalho, procurou relevar a sua importância enquanto contributo para a cultura do design em Portugal. A abrangência temporal (1986-2002) e as diferentes articulações proporcionadas pelo formato que o estruturou conferiram ao CJD uma identidade não confinada a um concurso, permitindo-lhe, assim, constituir-se como uma iniciativa na qual convergiram realidades nacionais e internacionais e cuja análise permite um vasto mapeamento de conteúdos de natureza histórica e cultural. A escolha deste tema no âmbito de uma investigação em Estudos de Design prende-se, deste modo, com as particularidades enunciadas, tendo sido motivada pela consciência do papel

¹ Hoje União Europeia (UE). A integração na CEE foi formalizada em 12 de Junho de 1985 e tornada efectiva em 1 de Janeiro de 1986.

² Actual Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP), após a fusão com a Agência para o Investimento (API) em 2007. [N.A].

³ É deste modo que, a partir de 1989, o ICEP enuncia nos catálogos do CJD os objectivos que originaram o Concurso.

desempenhado por esta iniciativa no âmbito do design nacional, quer a nível individual quer a nível colectivo. A orientação desenvolvida no estudo assenta na perspectiva preconizada pelos Estudos de Design, «onde o espaço de investigação em design se abre ao *mapeamento* e à produção de conteúdos científicos na sua interacção com os circuitos culturais, cujas relações recíprocas informam e fundamentam a sua dimensão actuante [...]»⁴. Na época a que se reporta o Concurso Jovem Designer, o panorama nacional e internacional do design sofreu alterações significativas. Verificar de que modo estas podem ser detectadas na evolução do Concurso – enquanto processo (no formato do concurso) e enquanto produto (particularmente nos universos conceptuais apresentados pelos designers convidados) – é uma das questões centrais da presente investigação.

A abordagem empregue pretendeu observar os contextos em que o CJD se inscreveu, os quais, simultaneamente, o condicionaram e configuraram. A origem do Concurso reside nos desafios colocados à indústria nacional no âmbito da abertura dos mercados, e o modelo/formato implementado procurou agir sobre o eixo design-indústria, numa estratégia que incluiu a esfera do ensino. A análise das diferentes dimensões presentes nesta contextualização permitiu inserir o CJD numa perspectiva histórica e entender a sua pertinência no contexto nacional da época.

No que respeita à análise do Concurso enquanto produto, ela centrou-se no universo de conteúdos teóricos presentes nos programas propostos pelos designers convidados, abordando diferentes questões globais do design que, movendo-se entre as realidades dos respectivos países de origem e as visões particulares de questões transversais do design, se traduziu num referencial de conceitos e modos de operacionalização que se destacam na contemporaneidade. Considerou-se que o estudo destes conteúdos permitiria constituir uma base de referências e accionamento teórico bastante pertinentes para um reflexo do estado da arte. O período temporal correspondente à implementação do CJD desenrola-se acompanhando alterações na configuração das relações entre o designer e a indústria, entre o designer e utilizador/consumidor, entre o utilizador e objecto, e no próprio papel do design na sociedade, em resultado das

⁴ Isabel Dâmaso-Rodrigues, “Investigação em Design: Uma viagem num momento de viragem/ elementos para uma reflexão” in *Investigação em Arte & Design*, vol. II, coord. José Quaresma, Fernando Paulo Rosa Dias, Juan Carlos Ramos Guadix (Lisboa: Edição do Centro de Estudos em Belas-Artes da FBAUL, 2011), 292.

alterações sociais, tecnológicas e produtivas que ocorreram entre as décadas de 80 e 90. Como refere Paola Antonelli, «a figura do designer está a evoluir de um criador de formas para um intérprete essencial de uma realidade extraordinariamente dinâmica»⁵.

Não incidindo num tema específico de investigação ao nível do design, mas sobretudo visando construir uma matriz que organiza diferentes conteúdos suscitados pelo formato e pela substância teórica do CJD, propõem-se duas redes contextualizadoras e complementares do CJD: *i*) aquela que incide na localização do design no contexto da sua relação com a indústria; *ii*) aquela que constrói um quadro regulador e normativo da cultura do design assente num conjunto de práticas e respectiva fundamentação. Definem-se os seguintes objectivos para a presente dissertação:

- Compreender os contextos nacionais que estiveram na base da implementação desta iniciativa;
- Enquadrar o CJD no âmbito de iniciativas nacionais que visavam criar pontes entre o design e a indústria;
- Caracterizar o modelo e a implementação do concurso, destacando o modo como diferentes etapas se evidenciaram enquanto elemento activo na promoção do design em Portugal e no estrangeiro;
- Verificar a relevância da iniciativa CJD: a sua justificação no contexto e as suas repercussões para a classe;
- Analisar as contribuições teóricas dos designers convidados, no âmbito do concurso, que apresentam programas assentes em enquadramentos conceptuais e não no(s) objecto(s) a projectar;
- Enquadrar e reflectir sobre as perspectivas teóricas e metodológicas, expostas pelos designers convidados, mais consonantes com as orientações apropriadas pelo discurso contemporâneo do Concurso.

O corpo deste estudo estrutura-se em três partes. Na primeira – Enquadramento do Concurso Jovem Designer: Economia, Indústria e Design – caracterizam-se as principais esferas que contextualizaram a emergência do Concurso. Na segunda parte, intitulada O Concurso Jovem Designer em análise, procede-se à caracterização do

⁵ Paola Antonelli, “Design and the Elastic Mind” in *Design and the Elastic Mind*, ed. Paola Antonelli, (New York: MoMA, 2008), 17. [T. L.].

Concurso em dois planos: por um lado, enquadrando-o, do ponto de vista histórico, nas iniciativas de promoção dos produtos nacionais desenvolvidas pelo ICEP; por outro lado, analisando-o enquanto processo e articulando-o com o seu papel enquanto elemento activo na formação dos estudantes de design. A terceira parte – Temas estruturantes do panorama do design nos anos 80 e 90 com base nos programas do Concurso – debruça-se sobre as perspectivas veiculadas pelos programas de quatro designers convidados ⁶, integrados numa mesma tipologia de proposta em que não se define à partida o objecto a projectar, mas o quadro conceptual em que se devem integrar os projectos dos estudantes. Tratam-se de programas abrangentes e ricos do ponto de vista de conceitos e/ou das práticas projectuais neles referenciados. Neste âmbito foi analisado mais profundamente o universo conceptual de Isao Hosoe, na medida em que se considerou que a abrangência e a profundidade do seu discurso poderiam constituir um importante fundamento e fomento para o actual panorama do design. A introdução, onde se definem os objectivos do trabalho e as principais questões inerentes ao mesmo, e a conclusão, na qual se explanam os aspectos mais significativos retirados deste estudo e onde são apontadas possíveis temáticas futuras de investigação adjacentes, precedem e procedem, respectivamente, as três partes principais.

Tendo presente os objectivos traçados, delineou-se uma estratégia que assentou na recolha de informação em bases documentais e em testemunhos directos. A investigação documental centrou-se nos catálogos do concurso ⁷, em trabalhos científicos com temas contíguos relevantes para o enquadramento desta investigação, publicações periódicas (de destacar os Cadernos de Design e a Design Issues) e em monografias e compilações de artigos que pela forma pluridimensional como abordam conteúdos de design se identificam com a área de estudos de design.

No que se refere aos testemunhos directos, realizaram-se entrevistas a protagonistas cuja memória, experiências e opinião foram consideradas essenciais para a caracterização do Concurso e sua contextualização no panorama do ensino universitário e do design nacional, no sentido de se obter um enquadramento abrangente do mesmo. Tal processo

⁶ Tapio Yli-Viikari (1994 e 1998); Isao Hosoe (1995 e 2001); Ingegerd Råman (1996); Jorge Pensi (1997).

⁷ Saliente-se que alguns conteúdos apresentados pelos designers não constam dos programas registados nos catálogos, tendo sido referidos nas apresentações orais, das quais não há registo. Contudo, os conteúdos mais significativos são os que estão presentes nos programas.

permitiu a obtenção de informação que dificilmente se conseguiria de outro modo, bem como a recolha de perspectivas por parte de actores significativos – professores e principal responsável pela iniciativa, a designer Madalena Figueiredo – dentro do panorama nacional do design. Num outro plano, que se reporta ao discurso político-económico nacional, foi realizada uma entrevista ao Eng.º Mira Amaral, cuja tutela do Ministério da Indústria e Energia (1987-1995), em articulação com as políticas europeias, fomentou o investimento no design, particularmente no design industrial, dentro do contexto da entrada de Portugal na CEE. Visou-se no caso, sobretudo, incluir uma perspectiva oriunda de uma esfera exterior ao design, mas não dissociável deste no âmbito do presente estudo, relativa à evolução da situação e do papel do design desde a realização das primeiras edições do concurso até aos dias de hoje.

A pesquisa de campo concretizou-se também num inquérito por questionário a estudantes vencedores das diferentes edições do concurso, que estejam ou tenham estado, após a formação universitária, activamente inseridos no mundo profissional do design. Este instrumento permitiu recolher opiniões significativas relativamente ao CJD e à sua repercussão no quadro da prática profissional.

Parte 1

Enquadramento do Concurso Jovem Designer: Economia, Indústria e Design

1.1. Nota Introdutória

Procede-se, nesta secção, ao enquadramento do Concurso Jovem Designer balizando-o nos campos económico, industrial e do design, que se consideram aqueles que mais directamente configuraram e condicionaram a implementação desta iniciativa. Proposto por uma entidade estatal (ICEP), o Concurso promoveu a articulação do ensino do design à realidade da indústria nacional, a qual estava a ser alvo de investimentos com o objectivo de promover o seu desenvolvimento no âmbito de políticas económicas que pretendiam reforçar o crescimento económico. A limitação temporal destes três campos apresenta diferenças em resultado das suas especificidades, da sua importância para o enquadramento do tema em análise e da necessidade de se obter uma visão abrangente que permita estabelecer conexões que possibilitem um entendimento mais aprofundado das situações que contextualizaram esta iniciativa.

1.2. O panorama económico entre 1985 e 1995

A época a que se reporta o início do Concurso Jovem Designer corresponde ao início de uma fase marcada, no panorama nacional, pela expansão e prosperidade económicas, resultantes da adesão à CEE, e por um longo período de estabilidade política. Com efeito, o primeiro aspecto, se por um lado, impôs substanciais transformações a nível económico, por outro, proporcionou também a Portugal várias vantagens, especialmente em termos de apoios financeiros, cujo objectivo era aproximar os níveis de desenvolvimento do país, particularmente o industrial, do dos restantes membros da Comunidade. As transformações resultantes deste processo de integração tiveram reflexos em todas as áreas de actividade. A palavra *abertura* é paradigmática da natureza destas alterações, que acentuaram uma tendência já iniciada após o 25 de Abril de 1974. De facto, a Revolução de 1974 produziu já mudanças na vida política e, por consequência, nas esferas sociais, económica e cultural. O pedido de adesão à CEE surgiu neste enquadramento, e tinha, segundo o economista José da Silva Lopes, objectivos políticos (sobretudo o reforço do regime democrático) e económicos:

Reconhecia-se que, por causa da exiguidade do mercado interno, o desenvolvimento da economia nacional não poderia apoiar-se no proteccionismo aduaneiro e teria de continuar a ser orientado para o exterior. Considerava-se, por outro lado, que o progressivo desenvolvimento das relações económicas internacionais teria de continuar a ser focalizado na Europa Ocidental: era nessa área que se concentrava a maior parte do nosso comércio externo;⁸ e era para ela que predominantemente se encaminhavam as correntes de emigração; era dela que provinha a maior parte das inovações tecnológicas e de investimento estrangeiro de que o desenvolvimento da economia portuguesa carecia.⁹

Em traços gerais, pode afirmar-se que na primeira década após a Revolução de 25 de Abril a situação política e económica se caracterizava pela existência de alguns focos de crispação política, dificuldades económicas e financeiras (elevadas taxas de juro, forte inflação, perdas significativas nas reservas de ouro e divisas e agravamento na dívida externa), desemprego, escasso desenvolvimento tecnológico e industrial, fraco dinamismo empresarial e carências na rede de comunicação. Apesar deste quadro, para o qual também contribuíram os choques petrolíferos de 1973 (o preço do crude quadruplicou) e de 1979 (preço duplicou), foi possível atingir um crescimento económico não inferior ao da média europeia.

Segundo José da Silva Lopes¹⁰, nos finais de 1985, a economia portuguesa apresentava já um quadro substancialmente diferente¹¹, verificando-se o desaparecimento dos constrangimentos da balança de pagamentos¹². O período compreendido entre 1985 e 1990 é caracterizado por uma expansão e prosperidade económicas, resultante sobretudo da melhoria nos termos de troca¹³ (1985-86), directamente associada à baixa no preço do petróleo (que em 1984-85 passou de 28 para 15 dólares por barril), à baixa das cotações do dólar (de 2,9 DM para 1,7 DM entre 1985 e 1987) e aos quadros de

⁸ Refira-se que cerca de ¾ das exportações dirigiam-se a países europeus. [N.A.].

⁹ José da Silva Lopes, “As relações económicas internacionais,” in *A Situação Social em Portugal, 1960-1995, org.* António Barreto (Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, 1996), 280.

¹⁰ J. Silva Lopes, “Panorama geral da evolução económica entre 1960 e o início da década de 90.” *Ibid.*, 243.

¹¹ Resultado, sobretudo, das medidas de política económica implementadas na sequência do segundo acordo de estabilização com o Fundo Monetário Internacional, associadas a uma queda significativa do preço do petróleo (que permitiu uma redução do preço das importações).

¹² «É o registo sistemático de todas as transações económicas efetuadas entre os residentes e os não-residentes de um país num determinado ano. O seu saldo exprime o que um país deve ao resto do mundo ou o que este lhe deve». Infopedia, s. v. “Balança de Pagamentos,” [http://www.infopedia.pt/\\$balanca-de-pagamentos](http://www.infopedia.pt/$balanca-de-pagamentos).

¹³ Rácio entre os índices de preços médios das exportações e das importações, calculados com base nos deflacionadores das exportações e importações de bens e serviços.

apoio gerados pela entrada na CEE (no âmbito do qual provinham significativos montantes financiados pelos fundos estruturais) e pela estabilidade política nacional.

O referido economista afirma que até aos primeiros anos da década de 90 foi mantido um equilíbrio macroeconómico: a inflação (medida na base da variação do índice de preços no consumidor entre o princípio e o fim de cada ano) que era de 21% em 1984, desceu para 8,9%, em 1987, situando-se nos 13,7% em 1990; a balança de transacções correntes¹⁴ registou, pela primeira vez, saldos positivos em 1985, 1986 e 1989, sendo que nos restantes anos os défices foram muito moderados; por outro lado, até 1991 os montantes referentes a investimentos directos estrangeiros e outros capitais externos, foram os mais altos até então registados; o défice do sector público administrativo desceu de 9,6% do PIB, em 1985, para 4% em 1992.¹⁵

Este quadro teve reflexos claros e significativos no nível de vida, resultado do clima de optimismo instalado. Tal pode ser constatado pela subida dos salários médios, em termos reais, e à taxa média de 4,7% ao ano, verificada entre 1985 e 1992. Como consequência, o consumo privado cresceu 5% (taxa média anual) durante o mesmo período, sendo de destacar a aquisição verificada nos bens duradouros, nomeadamente automóveis. Para dar resposta a esta procura, as importações aumentaram à taxa média de 14% ao ano, em volume. As exportações de bens e serviços registaram uma taxa de crescimento de 8,8% ao ano, em termos reais, o que, associado à queda verificada nos preços do petróleo permitiu um equilíbrio na balança de transacções correntes.

Tais circunstâncias não foram, no entanto, suficientes para que o crescimento persistisse. O período de 1990-1994 fica marcado por uma fase de quebra. Entre 1985 e 1989 o Produto Interno Bruto¹⁶ (PIB) aumentara à taxa média anual de 4,4%. Já na fase de 1989 a 1993, a média da referida taxa cifra-se nos 1,6%, tendo atingido valores negativos em 1993. O desemprego voltou a crescer, os salários reais diminuíram e as produções industrial e agrícola registaram, entre 1991 e 1994, uma das maiores descidas

¹⁴ «Registo de todas as entradas e saídas de bens e serviços e das transferências unilaterais entre um dado país e todos os outros. Algebricamente, corresponde à soma de três balanças: a comercial, a de serviços e rendimentos e a de transferências unilaterais». Infopedia, s.v. “Balança de Transacções Correntes”, [http://www.infopedia.pt/\\$balanca-de-transaccoes-correntes](http://www.infopedia.pt/$balanca-de-transaccoes-correntes).

¹⁵ S. Lopes, “Panorama geral da evolução económica,” 244.

¹⁶ Que «Corresponde à quantidade de bens e serviços produzidos num país dividida pela sua população». Luciano Amaral, *Economia Portuguesa - As últimas décadas* (Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2010), 102.

desde o pós-guerra. Os défices do sector público administrativo aumentaram de novo e apenas a inflação manteve níveis positivos (descendo para 5,5%). Na base de tais alterações está uma mudança na orientação da política macroeconómica, que passou a ter como prioridade o combate à inflação ¹⁷ (visando a convergência nominal no âmbito da Comunidade Europeia), relegando para segundo plano o crescimento da produção, aspecto que fora preponderante na época anterior. Esta alteração, associada à depressão generalizada nos países europeus, provocou um quadro de crise ¹⁸ na economia nacional.

A insuficiência dos investimentos nos sectores produtivos, o abandono de tantas explorações agrícolas e o encerramento de tantas unidades industriais suscitaram o receio de que a crise de 1991-1994 acabasse por não ter apenas características cíclicas, mas reflectisse também transformações estruturais susceptíveis de afectarem negativamente o desenvolvimento económico durante vários anos mais da década de 90. ¹⁹

A época fica ainda fortemente marcada pelo peso que os grupos privados voltam a ter na economia nacional, influência que se reforçara nos finais da década de 80, e que continuou nos anos iniciais da década de 90, em resultado sobretudo das reprivatizações. Grupos empresariais antigos (Mello, Champalimaud, Espírito Santo) e grupos resultantes mais recentes (SONAE, Amorim, Banco Comercial Português) aplicam os seus esforços no sector financeiro, com a banca a adquirir posição de destaque, ficando a indústria fora das principais intervenções.

1.3. Os desafios da indústria portuguesa no contexto da adesão à CEE e a valorização do design industrial

Para um melhor entendimento do contexto industrial dos anos 1985-1995 será importante ter presente alguns aspectos caracterizadores da indústria portuguesa, nomeadamente, a tardia industrialização de Portugal (relativamente aos países europeus mais desenvolvidos). Com efeito, só em 1963 o valor da produção industrial superou o

¹⁷ Que desceu de 13,7% em 1990 para 5,5% em 1994. Cf. S. Lopes, “Panorama geral,” 245.

¹⁸ Como refere Luciano Amaral, até 1990, os efeitos económicos gerados pela entrada na União Europeia e a participação na União Monetária e Financeira puderam ser compensados por uma política monetária que, através de uma “desvalorização deslizando”, permitia a competitividade da economia. «Este contrapeso desapareceu com o Câmbio a ser fixado a um nível demasiado elevado para a produtividade nacional». L. Amaral, *Economia*, 18.

¹⁹ S. Lopes, “Panorama geral,” 246.

da produção agrícola ²⁰. Apesar do crescimento desta ter atingido valores de 15% (entre as décadas de 60 e 90), a população activa industrial nunca foi maioritária, o que, como refere António Barreto, é caso único na Europa ²¹. E, assim salienta Pedro Lains, em Portugal a indústria nunca foi o principal sector da economia. Passou-se de uma situação de domínio da agricultura para uma economia sustentada pelo valor dos produtos dos serviços.²²

A alteração política ocorrida em 1974 não modificou a estratégia até então seguida pelo Estado relativamente à indústria. Como sustenta Pedro Lains «Se alguma coisa foi decidida em 1974 e 1975, foi o reforço da intervenção estatal na indústria e nos outros sectores da economia» ²³. Durante décadas o modelo económico português assentou numa indústria que gozava do proteccionismo ²⁴ gerado pelas fronteiras fechadas ao exterior (os aspectos de regulação e de controlo de mobilidade constituíam o cerne da política industrial, em articulação com o apoio estatal directo a determinados sectores industriais). Com efeito, ao restringir-se ao mercado interno, onde a procura era limitada e pouco exigente, o mercado não cumpria a função de exigência, geradora de desenvolvimento. A competitividade baseada no preço, tirando partido, sobretudo, do baixo custo da mão-de-obra ²⁵ (não especializada), não poderia fazer face aos novos desafios, que surgiam no horizonte, suscitados pela entrada na CEE.

Com a abertura das fronteiras, os recursos materiais e imateriais ficariam disponíveis para quem, no mercado internacional, deles quisesse tirar partido. Por outro lado, a entrada no mercado nacional de grandes quantidades de produtos, com uma relação qualidade/preço muito competitiva, tornou imprescindível a revisão de tal modelo económico. Contudo, conforme sublinha Pedro Lains, o papel interventivo do Estado na

²⁰ Pedro Lains, “O Estado e a Industrialização em Portugal 1945-1994,” *Análise Social* vol. XXIX – 4º, no. 128, (1994): 931-932. <http://analisesocial.ics.ul.pt/>.

²¹ António Barreto, “Quatro Décadas: da Mudança à Incerteza” (Comunicação apresentada à Classe de Letras, Academia de Ciências de Lisboa, 22 de Outubro 2009), 9, http://s1.acadciencias.pt/files/Mem%C3%B3rias/Ant%C3%B3nio%20Barreto/abarreto_22_10_09.pdf

²² Lains, “O Estado e a Industrialização,” 937.

²³ *Ibid.*, 934.

²⁴ Resultante da Lei do Condicionamento Industrial, que serviu para eliminar a concorrência interna das empresas já existentes em cada ramo, mas que, simultaneamente, contribuiu para a estagnação tecnológica, a criação de monopólios e a fraca qualidade dos bens e serviços comercializados. O Decreto nº 19354, de 6 de Abril de 1931, estabelece o condicionamento industrial. Em 17 de Maio de 1937 é publicada a Lei nº 1956, conhecida como Lei do Condicionamento industrial.

²⁵ Que compensava, de certo modo, os aspectos mais negativos: o tecnológico e a produtividade. Refira-se que antes da descolonização, a indústria beneficiou ainda do baixo preço de muitas matérias-primas, provenientes das colónias.

economia, e, de modo particular na indústria, foi reforçado ²⁶. Tal aspecto deveu-se à especificidade do panorama industrial nacional, e foi atendendo a este aspecto que foi concebido, no âmbito da entrada na CEE, o Programa Específico de Desenvolvimento à Indústria Portuguesa ²⁷ (PEDIP) que desenhou um novo modelo de política industrial, baseado na atribuição de subsídios às empresas, para o qual contribuíram também os programas do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER ²⁸) e do Fundo Social Europeu (FSE ²⁹).

O PEDIP foi concebido como um programa integrado para apoiar o desenvolvimento e a modernização da indústria portuguesa, abrangendo não apenas as empresas mas, igualmente, o seu enquadramento. Tendo em conta o desenvolvimento da competitividade industrial, as autoridades portuguesas e a Comissão decidiram que era necessário intervir, por um lado, a nível produtivo e, por outro, mediante a criação e a melhoria das infra-estruturas de base, das infra-estruturas tecnológicas de apoio através da formação do pessoal, a fim de lhe conferir competências acrescidas, mediante o desenvolvimento de esquemas de engenharia financeira e, finalmente, mediante a promoção da produtividade, do marketing, das novas técnicas de gestão, da normalização, da certificação, da metrologia, e do design. ³⁰

Como refere Silva Lopes, a atribuição de subvenções teve como base os objectivos enunciados, havendo, no entanto, várias críticas que salientavam o facto destes apoios se terem dispersado por toda a indústria ³¹. Levanta-se, assim, a questão de uma eventual falta de ponderação de prioridades, atentando o contexto específico da indústria portuguesa, e tendo em conta, em particular, as áreas que pudessem revelar-se potencialmente mais rentáveis. É neste sentido que aponta uma avaliação do PEDIP da autoria de Silva Lopes, na qual salienta que não faltaram exemplos de investimentos não integralmente aproveitados e de subsídios a empresas que não melhoraram o seu desempenho ou que inclusivamente desapareceram. Realça também que, apesar das

²⁶ Lains, “O Estado e a Industrialização,” 935.

²⁷ O PEDIP I foi implementado entre 1988 e 1992, seguindo-se o PEDIP II entre 1994 e 1999.

²⁸ Fundo estrutural instituído em 1975 com o objectivo de «reforçar a coesão económica e social na União Europeia através da correcção dos desequilíbrios regionais». Comissão Europeia, “FEDER”, http://ec.europa.eu/regional_policy/funds/feder/index_pt.htm.

²⁹ Fundo estrutural da CEE/UE instituído em 1957 que “tem por objectivo melhorar o emprego e as possibilidades de emprego na União Europeia e intervém no âmbito dos objectivos «Convergência» e «Competitividade regional e emprego». Comissão Europeia, “FSE”, http://ec.europa.eu/regional_policy/funds/fse/index_pt.htm.

³⁰ Comissão das Comunidades Europeias, *Relatório Final de Execução do PEDIP*, Bruxelas, 7 Janeiro, 1994, 12, <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:1993:0711:FIN:PT:PDF>

³¹ S. Lopes, “Os sectores produtivos,” in *A Situação Social em Portugal*, 270.

subvenções atribuídas terem contribuído significativamente para os objectivos fixados, não evitaram, contudo, a queda significativa da produção industrial entre 1991 e 1994, provocada pela apreciação do escudo e pela concorrência das importações. Refere que o grande problema residiu na especialização em sectores de grande intensidade de mão-de-obra, nomeadamente os têxteis, o calçado e o vestuário, que era maior em 1992 do que dez anos antes. Defende que as grandes contribuições do PEDIP terão sido o apoio na melhoria da competitividade e modernização de um reduzido número de unidades fabris, o atrair de investimentos estrangeiros para a indústria (menciona como exemplo o projecto Ford-Volkswagen) e o de impedir uma queda mais significativa do produto e do investimento na indústria do que o verificado no período 1991-1994.³²

No contexto desta afirmação, convirá registar que se assistiu na década de 90 ao encerramento de algumas das mais representativas empresas de mobiliário, um dos sectores industriais com mais expressão no panorama nacional e que mais cedo reconheceu o valor do design, patente numa “tradição” de trabalho com designers industriais³³, de que são exemplo a Metalúrgica da Longra, a Olaiio (que fecharam em 1995) e a Fábrica Jerónimo Osório de Castro (FOC). No caso da Longra, o encerramento deveu-se, de facto, a um complicado processo de reestruturação, na sequência da atribuição de fundos europeus.³⁴

O programa 6 do PEDIP – Missões de Qualidade e de Design Industrial – tinha, entre outros objectivos, a promoção do design industrial, tendo sido definidas as seguintes medidas com vista à sua concretização: a elaboração de uma campanha de motivação para o design industrial; a realização de estudos de diagnóstico e prospectivos no âmbito da qualidade e do design industrial; o apoio a iniciativas de promoção do design industrial.

As alterações na estrutura económica portuguesa, instauradas em consequência da integração europeia, possibilitaram também que o Estado reconhecesse o importante

³² Ibid.

³³ A maioria ainda sem formação académica específica, geralmente arquitectos (ex. Sena da Silva colaborou com a FOC; Daciano da Costa com Longra; José Espinho com a Olaiio).

³⁴ Cf. M. Otilia Lage, “Metalúrgica da Longra (1920-1993): ancoragem para um estudo sobre regimes de acção.”, *Revista da Faculdade de Letras – História*, Porto, III série, vol. 8 (2007): 217, <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/3355.pdf>.

papel do design, nomeadamente no contexto industrial. De facto, pela primeira vez ³⁵, o *design* surge integrado nas políticas económicas e são estabelecidas estratégias para promover a sua inclusão nas empresas. Neste sentido, o design foi visto pelo Estado como uma estratégia fundamental no novo caminho a trilhar pela indústria portuguesa no desígnio do desenvolvimento do país.

A necessidade sentida pelo Estado em promover estrategicamente o design, que advinha duma visão consciente das dificuldades que a indústria portuguesa enfrentaria após a abertura das fronteiras, foi partilhada por Fernando de Carvalho Seixas ³⁶ (n. 1918) que sublinhava ser necessário que o industrial português alterasse a sua concepção de produtos industriais. Estes deveriam resultar de uma análise exaustiva do mercado e das necessidades do consumidor, «de modo a produzir o que será vendido e não tentando vender o que se pode produzir» ³⁷. Por outro lado, sustentava como indispensável (e já tardia) a implementação de uma política do design, presente em todas as decisões de programação industrial, com particular ênfase na fase inicial de desenvolvimento do produto. ³⁸

Duas vertentes apresentavam-se incontornáveis para a resposta da indústria portuguesa às novas exigências. Uma alteração ao nível das mentalidades (mudança cultural) dos empresários/industriais que permitiria, por outro lado, uma consciencialização do valor do design, a qual por seu turno possibilitaria desenvolver uma estratégia (mudança estrutural) que explorasse as diferentes dimensões que o design poderia incutir na renovação do tecido industrial português. É neste contexto que, em 1985, é instituído ³⁹ o Centro Nacional de Design (como pessoa colectiva, de utilidade pública e sem fins lucrativos), designação posteriormente alterada para Centro Português de Design ⁴⁰ com o intuito de permitir a sua identificação internacional. O Estado recorria, deste modo, a uma nova estratégia visando articular a relação entre a indústria e o design, de modo a

³⁵ Refira-se, no entanto, a acção precursora do Núcleo de Design Industrial (inicialmente designado Núcleo de Arte e Arquitectura Industrial), que enquadrado no Instituto Nacional de Investigação Industrial (INII, criado em 1959), teve objectivo semelhante de estimular a produção industrial, numa iniciativa estatal que visava o reequilíbrio da balança de pagamentos. Veja-se páginas 24 a 29 deste trabalho.

³⁶ Industrial pioneiro no apoio ao design, destacando-se a sua acção na direcção da Metalúrgica da Longra.

³⁷ Fernando Seixas, "Opinião," *Cadernos de Design*, no. 4, ano 1, 1992, 34.

³⁸ *Ibid.*, 36.

³⁹ Pelo Decreto-Lei n.º 47/85 de 26 de Fevereiro.

⁴⁰ As actividades efectivas do Centro iniciam-se em 1990, sob direcção do Arq.^{to} António Sena da Silva.

impulsionar o desenvolvimento industrial e consequentemente a produtividade e o crescimento económico. A promoção do design por parte do Estado resultava novamente de necessidades económicas, e, deste modo, é a esfera do design industrial que acciona este (novo) olhar estatal relativamente a esta actividade: «O *design* industrial é um poderoso meio de satisfazer as necessidades do mercado, possibilitando o desenvolvimento de produtos que corresponderão aos requisitos e necessidades da população, aumentando a sua competitividade nos mercados nacional e internacional e contribuindo para atenuar os desequilíbrios da balança de pagamentos»⁴¹. Contudo, o discurso político não deixava também de mencionar o papel do design na esfera cultural: «O *design* industrial pode contribuir para a afirmação de uma entidade cultural, permitindo a demarcação da dependência tecnológica que se verifica no País e que tem sido um dos mais sérios obstáculos à instauração de uma tradição de design próprio»⁴².

1.3.1. As principais instituições criadas na Europa para a promoção do design industrial: perspectiva histórica

Do ponto de vista da estratégia política, o design tem sido utilizado em duas vertentes, uma relativa à identidade/imagem dos países/regiões e a outra ligada ao desenvolvimento económico dos mesmos⁴³. A inclusão de políticas específicas para a integração do design como elemento indispensável na estratégia económica dos países tem sido implementada, ao longo dos tempos, de diferentes formas, de acordo com os objectivos a atingir e em sintonia com a natureza ideológica dos governos⁴⁴. Os casos das designadas “economias emergentes” ilustram este ponto de vista:

Em economias emergentes como a Índia, a China e antes delas o Japão e a Coreia, o design tem sido encarado como um meio essencial para a transformação de economias baseadas em produtos baratos, concebidos por e produzidos para empresas estrangeiras, em economias capazes de criar marcas originais que irão competir nos mercados globais. O design tem-se revelado elemento essencial neste esforço, integrando produtos,

⁴¹ Decreto-Lei nº 47/85 de 26 de Fevereiro, 465.

⁴² *Ibid.*

⁴³ John Heskett, “Aspects of Design Policy in History,” *SEE Bulletin*, DesignWales, Issue 2 (2010): 3, <http://www.seeproject.org/docs/SEE%20Bulletin%20Issue%202%20-%20Jan%202010.pdf>.

⁴⁴ John Heskett, *Design – A Very Short Introduction* (Oxford: Oxford University Press, 2005), 120.

identidades visuais e marketing e exportando o design e produção locais para os mercados internacionais.⁴⁵

Na concretização destes desígnios, tem sido prática comum a criação de instituições que visam a promoção do design, muitas directamente criadas pelo Estado, mas que, apesar disso, gozam geralmente de grande liberdade no seu modo de funcionamento e na definição de estratégias com vista à concretização dos objectivos estipulados. Na Europa, os antecedentes mais relevantes de procedimentos desta natureza tiveram origem no Reino Unido, sendo de destacar o papel desempenhado pelo *Select Committee on Arts and Manufactures* criado pelo Parlamento em 1835-36. Este teve uma acção pontual, mas determinante para a indústria britânica. Constituído na sequência da constatação de que a indústria no geral, e o sector têxtil em particular, embora produzisse produtos em quantidade e a preços baixos, não conseguia competir com países europeus, designadamente com a França (sobretudo nos têxteis) e a Alemanha, tinha como objectivos averiguar as causas do declínio da produção inglesa e investigar «a melhor maneira de alargar o conhecimento das artes e dos princípios do design entre a população (especialmente a população dedicada à manufactura) do país»⁴⁶. A Revolução Industrial tinha colocado a indústria inglesa na posição cimeira do comércio internacional, mas agora a vantagem tecnológica já não era suficiente para competir com outros países. Comprovou-se que a fraca qualidade estética dos padrões apresentados pelos têxteis levava a uma generalização da cópia de padrões de sucesso, quer nacionais quer estrangeiros, e à necessidade de importar, a grande custo, padrões internacionais⁴⁷. Para inverter esta situação, o Comité propôs agir sobre a formação de designers, criando um sistema público de educação para a arte e o design, que se iniciou com a abertura, em 1837, da Normal/Government School of Design de Londres⁴⁸ (actual Royal College of Art), complementada com criação de escolas semelhantes nas principais cidades do país. A educação ao nível da arte e do design previa,

⁴⁵ Tim Marshal, “Design and Politics,” in Board of International Design Research, *Design Dictionary – Perspectives on Design Terminology*, eds. Michael Erlhoff, Tim Marshall (Basel: Birkhäuser, 2008), 110. [T. L.].

⁴⁶ “Catalog: Industrial Revolution: Design,” British Parliamentary Papers, <http://www.britishparliamentarypapers.com/acatalog/Design.html>. [T. L.].

⁴⁷ Conclusões do *Select Committee on Arts and Manufactures*. Cf R. Chernow, *Alexander Hamilton* (New York, Penguin Press 2004): 183, citado em J. Heskett, “Aspects of Design Policy,” 5.

⁴⁸ Escola frequentada por Christopher Dresser (1834-1904), que viria a desempenhar um importante papel no panorama do design industrial, inglês e internacional, através da criação de produtos simultaneamente acessíveis, funcionais e esteticamente simples. Dresser também leccionou na escola entre 1852 e 1870, período em que esta foi dirigida por Henry Cole (1808-1882).

paralelamente, a criação de galerias e museus⁴⁹, com espólios provenientes das esferas comercial e industrial e não das belas-artes⁵⁰, com o objectivo de melhorar a qualidade dos produtos industriais e de os tornar mais apelativos aos mercados nacional e internacional. Seguindo esta linha de orientação, é também publicado, entre 1847 e 1852, o *The Journal of Design and Manufactures* que tem como editores Henry Cole e Richard Redgrave (1804-1888):

Incidindo sobre as artes decorativas e aplicadas, a publicação pretendia melhorar o design industrial britânico e educar o gosto do público. Amostras verdadeiras de tecido e papel de parede faziam parte das edições e o seu design era aí analisado. Era igualmente contemplada a crítica relativa a trabalhos contemporâneos de cerâmica, vidro e metal. Outros conteúdos incluem novidades, críticas sobre livros e textos originais sobre tópicos que vão desde os direitos de autor à importância do estudo da botânica para o design. A Grande Exposição de 1851 é debatida amiúde.⁵¹

A Exposição Universal de 1851⁵² acabará por ter repercussões importantes na promoção de qualidade na produção industrial inglesa e no cultivo do bom gosto da sociedade, apesar dos objectivos oficialmente enunciados se terem centrado na demonstração da superioridade da indústria inglesa (muito contestada em termos estéticos), não descurando os objectivos morais associados à moral vitoriana. Este modelo de iniciativas, promovido pelo Estado, não difere muito das posteriormente

⁴⁹ O exemplo mais significativo será o Museum of Manufacturers (actual Victoria & Albert Museum), fundado em 1852, com fundos provenientes da Exposição Universal de 1851. «Henry Cole considerava que a finalidade de um museu de artes decorativas não era apenas expor o talento do designer, mas educar todas as classes sociais e criar um novo padrão de gosto. Com esta ideia em mente, introduziu inovações no período de abertura do museu, prolongando-o pelo fim da tarde e pelos domingos, de modo a possibilitar a visita das classes operárias. [...]. Cole ambicionava melhorar a qualidade dos produtos britânicos, mostrando aos estudantes, designers, artesãos e utilizadores a realidade física, funcional e da produção tecnológica do artesanato britânico valendo-se de exemplos históricos. Integrou também novos produtos, que considerava exemplificativos dessa tradição, na colecção». Annette Tietenberg, “Design Museums” in *Design Dictionary – Perspectives on Design Terminology*, 122-123.

⁵⁰ Este aspecto foi alvo de muito debate na medida em que se colocava a questão de saber se a educação dos estudantes de design retirava vantagem na existência de museus específicos da cultura industrial ou se seria melhor optar por uma visão holística que integrasse a esfera industrial e das belas-artes.

⁵¹ Livraria Digital para as Artes Decorativas e Cultura Material da Universidade de Wisconsin, “Journal of Design and Manufactures,” *designinform*, <http://www.designinform.co.uk/journals25.htm>. [T. L.].

⁵² Um marco incontornável na história do design na medida em que constituiu a primeira exposição internacional da indústria, como deixava antever o título original “*The Great Exhibition of the Works of Industry of all Nations in 1851*”.

adoptadas quer em Inglaterra ⁵³, quer nos restantes países. Elas serão, contudo, moldadas em função dos contextos geográficos e temporais.

A necessidade de reestruturar as economias e o tecido social após a Segunda Guerra Mundial levou a novas intervenções estatais fomentadoras de crescimento económico. As orientações de John Keynes ⁵⁴ (1883-1946), que apontavam no sentido de um intervencionismo dos governos em situações de turbulência económica, revelaram-se determinantes nesta agenda, tendo dominado o panorama macroeconómico das três décadas seguintes. Foi também este contexto que conduziu à criação pelo Estado, sobretudo na Europa, de instituições específicas que deveriam agir como pólos orientadores e dinamizadores na recuperação do tecido produtivo, as quais foram, de um modo geral, designadas por *Design Centres*. Deste modo, em consequência da urgência na resolução de problemas gerados pela Guerra, nomeadamente ao nível da reconstrução, da melhoria da qualidade de vida e do restabelecimento do comércio internacional, o design, centrado na sua articulação com a indústria, ganhou relevância, em particular nos países beligerantes. Assim, foram instituídos, entre outros, o Dansk Design Centre, na Dinamarca, em 1945; o Instituut voor Industriële Vormgeving (Institute of Industrial Design), na Holanda, em 1949; a Rat für Formgebung (German Design Council) em 1953, na Alemanha ⁵⁵; o Norwegian Design Council, na Noruega, em 1963; o Centre de Création Industrielle, em França, em 1969. Quanto ao Reino Unido, refira-se que o Council of Industrial Design (CoID), actual Design Council fora já criado durante a Guerra, em 1944. Esta instituição tinha a particularidade de centralizar três funções, geralmente operadas por instituições distintas: a protecção dos interesses da classe; o esclarecimento das potencialidades do design junto de fabricantes e do público em geral; a promoção dos produtos ingleses no estrangeiro.

Além do Reino Unido, dois países nórdicos também se destacaram na promoção do design, segundo uma abordagem que articulava, de forma muito concreta, a indústria e o

⁵³ Por exemplo, a Exposição “*Britain Can Make it.*” (organizada pelo Council of Industrial Design, actual Design Council, em Londres, 1946) na qual se pretendia, através das obras de arquitectos e designers, fazer uma apresentação da indústria e cultura britânicas.

⁵⁴ Apresentadas no livro *The General Theory of Employment Interest and Money* (1936).

⁵⁵ De acordo com a organização político-administrativa da Alemanha, vários centros foram criados com objectivos diferentes, como por exemplo o Design Zentrum Nordrhein Westfalen (1954) e o Industrie Form Design Hannover (1953).

campo do ensino: a Suécia, onde em 1845 é fundado o Svenska Slöjdföreningen⁵⁶ (Swedish Society of Crafts and Design, Svensk Form desde 2005) e a Finlândia, que tem numa entidade particular a principal promotora do design: a Finish Society of Crafts and Design (responsável pelo Design Forum Finland, organização fundada em 2006 e incumbida da promoção do design finlandês), criada em 1875 por um grupo de industriais e de personalidades com forte presença no campo cultural. Nestes dois países, onde as Artes e Ofícios tinham grande relevância, foi através de instituições ligadas a este domínio que o design foi promovido. O objectivo de ambas era promover a qualidade artesanal na indústria que, gradualmente, assentava a sua produção em produtos baratos. De facto, a industrialização não tivera a importância nem a dimensão atingidas na Grã-Bretanha e o contributo destes países para o design residiu, sobretudo, na qualidade do seu artesanato e na produção de pequenas séries fabricadas em unidades industriais de pequena dimensão. Ambas as sociedades concretizaram actividades de promoção do design, através da organização de exposições, de publicações, da fundação de museus e da implementação de programas académicos que posteriormente viriam a gerar importantes instituições de ensino: University College of Arts and Design (Konstfack, na Suécia) e University of Arts and Design Helsinki.

Uma outra vertente institucional, que se foi cimentando no pós-guerra, refere-se às associações profissionais. Se em certos países, devido à sua tradição em áreas criativas afins, já existiam há muitas décadas instituições desta natureza com objectivos de representação dos profissionais e de promoção da sua actividade, como é o caso da Finlândia (a Finnish Association of Designers Ornamo data de 1911), da Áustria (a Bund Österreichischer Gebrauchsgraphiker, hoje DesignAustria, foi fundada em 1927) e da Grã-Bretanha (a Society of Industrial Artists, actual Chartered Society of Designers, foi instituída em 1930), a maioria viria a ser constituída no pós-guerra acompanhando o crescimento do design enquanto actividade profissional. Destas, destaca-se a Associazione per il Disegno Industriale (ADI), fundada em Itália em 1956. Constata-se assim que em Itália a principal instituição promotora do design não surge por orientação

⁵⁶ Com o objectivo de proteger a qualidade da indústria manufactureira sueca. O aumento da produção em massa e a pobreza da qualidade do produto dela resultante, frequentemente elaborado por artesãos não formados nas guildas, eram as maiores ameaças com que esta indústria se debatia. “*Beautiful Everyday Goods*” (1919) foi o slogan que orientou a sua missão durante a primeira metade do século XX. Cf. Svensk Form “About Svensk Form,” <http://www.svenskform.se/en/about-svensk-form>. Refira-se que desde 1904, este organismo edita a *Form*, considerada a mais antiga revista de design.

estatal, mas pela acção de uma associação profissional, a qual engloba profissionais, investigadores, professores, críticos e jornalistas, numa colaboração que visa o desenvolvimento do design industrial enquanto fenómeno cultural e económico, sustentando-o dentro de uma activa cultura do design ⁵⁷. Victor Margolin realça o papel desta instituição a propósito da relevância atingida pelo design italiano:

A justificação para a proeminência mundial que o design italiano conquistou no fim da década de 60 residiu na capacidade de afirmação por parte de vários elementos da comunidade italiana de design – designers, fabricantes, críticos, jornalistas – em termos de presença e significado cultural do design em exposições, publicações e outras iniciativas promocionais. Esta actividade foi resultado de uma longa experiência de exposições institucionalizadas como a Triennale, de prémios de design como o *Compasso d’Oro* [...], revistas como a *Domus* e a *Casabella* e uma activa associação de designers (ADI) que tem sistematicamente vindo a asseverar a importância cultural do design.⁵⁸

Na sequência da institucionalização do design em diferentes países, a criação do International Council of Societies of Industrial Design ⁵⁹ (ICSID), em 1957, surge como mais uma etapa na afirmação do design como actividade profissional. Neste caso, através da criação de uma organização internacional, não lucrativa, cujos objectivos são a protecção e a promoção dos interesses da profissão de design industrial. Inicialmente fundada por doze membros, passados dois anos contava com vinte e três representantes de dezassete países, para, no final da década de sessenta, ter quarenta membros em representação de mais de trinta Estados. Este crescimento reflecte a difusão que a profissão foi adquirindo nos diferentes países, sendo ainda de destacar o facto de na década de 70, terem sido incluídas as primeiras organizações profissionais de países não capitalistas, o que veio a conferir à instituição um carácter mais global, uma vez que as fronteiras políticas deixavam de ser entraves a uma reflexão e partilha de experiências por parte de profissionais que exerciam a actividade em contextos diversificados.⁶⁰

As iniciativas de promoção do design não são exclusivas de situações em que o design é uma realidade de fraca expressão ou em estado embrionário. De facto, as diferentes

⁵⁷ Cf. ADI, “Association,” <http://www.adi-design.org/about-us.html>.

⁵⁸ Victor Margolin, “Teaching Design History,” University of Illinois at Chicago, Department of Art History, <http://tiger.uic.edu/~victor/articles/teachdesignhistory.pdf>. [T. L.].

⁵⁹ A ideia de criar uma organização desta natureza havia sido sugerida por Jacques Viénot, em 1953, no Congresso Internacional do Instituto de Estética Industrial.

⁶⁰ Cf. ICSID, “ICSID History,” <http://www.icsid.org/about/about/articles33.htm>.

tipologias de promoção reflectem uma diversidade de situações com objectivos específicos adequados aos diferentes contextos: quer de países em que o design começa a adquirir expressão, enquanto peça fulcral do desenvolvimento económico (geralmente é neste campo que o se iniciam os programas estatais de promoção do design), quer em Estados onde o design já está consolidado nessa perspectiva. A evolução da abrangência do território do design, tem feito com que, sobretudo nas últimas décadas, a ênfase tenha passado a centrar-se no papel estratégico que o design tem, articulando-se com uma multiplicidade de dimensões que vão muito para além do seu directo papel no crescimento económico, nomeadamente as que se concretizam em aspectos de melhoria efectiva da qualidade de vida da sociedade, e que não se restringem à concepção de bens materiais mas que passam pela concepção/melhoria de sistemas e serviços. É neste sentido que apontam alguns dos mais recentes programas de política e promoção do design.

1.3.1.1. O caso de Portugal

O estabelecimento de huma Academia de Pintura, e Desenho será certamente para Portugal hum dos passos mais agigantados no caminho da sua civilização, prosperidade, e adiantamento literário. O Desenho, e Pintura são huma das mais sólidas, e nutritivas bases de muitas bellas idéas. Dellas depende a apuração do bom gosto, resulta a perfeição das Fabricas, e Manufacturas.⁶¹

Este extracto ilustra a abrangência da capacidade de visão de Vieira Portuense (1765 – 1805) relativamente à importância do ensino artístico para a qualidade da produção, indispensável para a prosperidade (a que hoje chamamos crescimento económico) de Portugal, resultado do seu entendimento lato do Desenho. Sem dúvida que se tratou de uma importante chamada de atenção pública para estas questões e, nesse sentido, um marco significativo, que, contudo, não teve grandes repercussões no desencadear de iniciativas que na prática traduzissem esta visão. E aqui residirá uma diferença relativamente a situações semelhantes ocorridas em outros países europeus, que foram mais sistemáticas e consequentes na articulação entre o discurso e a prática, exercida, por exemplo através de sociedades civis que promoviam, em termos latos, a articulação

⁶¹ Francisco V. Junior, “Discurso feito na abertura da Academia de Desenho e Pintura na cidade do Porto” (Lisboa: Regia Officina Typografica, 1803), 3 – 4, <http://www.fc.up.pt/fa/index.php?p=nav&f=books.0274.0>.

entre o conhecimento de diversas áreas e a sua aplicação em termos de benefícios para a melhoria da qualidade de vida da sociedade. Nesta esfera de acção será de destacar o papel da Society for the Encouragement of Arts, Manufactures and Commerce (RSA - fundada em Londres em 1754) cuja acção abrangente ainda hoje é notória.⁶²

Em Portugal, duas instituições criadas pelo Estado em diferentes períodos são responsáveis pelas principais iniciativas que marcam o caminho percorrido na promoção do design industrial: o Núcleo de Design Industrial (NDI, inicialmente designado Núcleo de Arte e Arquitectura Industrial, NAAI), enquadrado no Instituto Nacional de Investigação Industrial (INII, 1960) e o Centro Português de Design que, como referido anteriormente, iniciou as suas actividades em 1990. Na base da criação destas instituições residiu o mesmo problema: o desenvolvimento a indústria nacional com o intuito de aumentar a produtividade e o crescimento económico. Embora com estratégias de intervenção diferentes, houve contudo modelos de iniciativas comuns às duas situações.

A época a que se reportam as iniciativas concretizadas pelo INII coincide com o período em que o design começa a despontar em Portugal enquanto actividade profissional de propósitos não necessariamente coincidentes com os de áreas fronteiriças (arquitectura, artes plásticas), mas tendo, no entanto, como seus pioneiros os profissionais daquelas áreas. O facto de o NDI ter sido inicialmente designado por Núcleo de Arte e Arquitectura Industrial (apresentado em 1962) é compreensível neste contexto de emergência. Não se pode deixar de registar que, à altura, design era uma palavra cujo significado era dominado apenas por uma elite. Num momento em que objectivo do INII era incrementar a produtividade industrial, a entrada de M^a Helena Matos para a direcção do Núcleo de Design Industrial em 1969, permite começar a falar-se da importância de *estética industrial* no contexto desse propósito⁶³: «A estética industrial deverá estar no início do projecto, sistematizando finalidades e informações,

⁶² «O nosso modo de trabalhar consiste na disponibilização de *uma plataforma para o debate crítico e novas ideias*; no trabalho com parceiros no sentido de traduzir conhecimento e pensamento reformista em *mudança prática*; em inspirar a nossa rede de associados para que sejam uma força para inovação cívica e mudança social». [T.L]. RSA, “Mission,” <http://www.thersa.org/about-us/mission>.

⁶³ Cf. Victor Almeida, “O Design em Portugal, um Tempo e um Modo, A institucionalização do Design Português entre 1959 e 1974” (Tese de Doutoramento, FBAUL, 2009), 140.

controlando, entre umas e outras coisas, as decisões a tomar para a obtenção duma mais completa qualidade e duma atraente novidade»⁶⁴.

O conceito de *Esthétique Industrielle*⁶⁵ adquirira destaque em França, particularmente pela acção de Jacques Viénot, à frente do *Institut d'Esthétique Industrielle*⁶⁶. Esta organização apresentou na *Charte de l'esthétique industrielle* (1952) a seguinte definição: «A estética industrial é a ciência do belo no domínio da produção industrial. O seu domínio é o dos locais e ambientes de trabalho, dos meios de produção e dos produtos»⁶⁷. Este termo não era bem aceite pelos funcionalistas – apesar de, na opinião defendida por Jocelyne Le Boeuf, uma leitura da referida Carta permitir observar vários pontos em comum com a teoria funcionalista⁶⁸ – como se depreende da visão exposta por Max Bill, em 1953, quando discursou na 1ª Conferência Internacional de Estética Industrial, e que J. Le Boeuf retrata :

[...] sublinhou o perigo de utilizar a expressão “estético” no contexto de uma moral funcionalista. Questionou o significado da escolha da realização da conferência sob a égide do sinal/letra “I” de Indústria contornado por uma serpente simbolizando a estética. O seu comentário é particularmente interessante uma vez que permite matizar a questão da decoração, cuja rejeição anda sempre associada ao funcionalismo. Com efeito, o ornamento poderá ser retido se não for um acréscimo superficial, mas parte integral da coerência do objecto como um todo. Max Bill sublinhou que certos elementos decorativos não “enganam” e que a serpente à volta do “I”, de certo modo, subordinava a conferência ao “símbolo que denota que a estética adorna a indústria”.⁶⁹

⁶⁴ Helena Matos “Estética Industrial e Qualidade,” *Indústria portuguesa*, Separatas de Arte e Arquitectura, no. 448, 1965, 330, citada em V. Almeida, “O Design em Portugal, um Tempo e um Modo,” 140.

⁶⁵ Noção que Daciano da Costa classifica de equívoca, em Daciano da Costa, “A Integração do Designer no mundo empresarial,” in *Design em Aberto – uma antologia*, coord. Ana Calçada, Martins Barata (Lisboa: CPD, 1993), 76.

⁶⁶ Criado em 1952 por Jacques Viénot e designado por L’institut Français du Design a partir de 1984.

⁶⁷ Institut d’Esthétique Industrielle, “Charte de l’esthétique industrielle,” Institut Français du Design, http://www.institutfrancaisdudesign.com/L_Institut/Les_racines_de_l_Institut/Lois_de_l_Esthetique_Industrielle/art34.htm. [T. L.].

⁶⁸ Jocelyne Le Boeuf, “Jacques Viénot and the Esthétique Industrielle in France (1920-1960),” *Design Issues*, vol. 22, no. 1(2006): 50.

⁶⁹ Ibid. [T. L.].

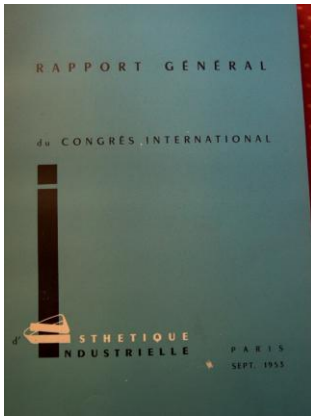


Fig. 1
Capa do Relatório do Congresso
Internacional de Estética Industrial (1953)

Max Bill reforçou ainda mais a questão do enfoque preconizado pela Conferência, asserção que, na sua opinião, não seria partilhada por muitos dos seus membros, particularmente pelos representantes da *Schweizerischer Werkbund* e da *Deutscher Werkbund*, associações que, realçou, privilegiavam as necessidades do homem, não a indústria nem a forma, nem a função⁷⁰. Os críticos da terminologia utilizada pela Conferência pretendiam reforçar a ideia de que a prática do design não deveria ficar associada apenas, ou sobretudo, a uma alteração formal, mas reflectir uma realidade mais ampla, que se traduzisse em termos funcionais, estruturais e formais. Este debate iniciado na década de 40, prolongou-se pelos anos 50 e inícios da década de 60, acompanhando o expansionismo do legado modernista na Europa, que se difundiu – com especificidades – particularmente no Reino Unido, Alemanha, países escandinavos e Itália, sobretudo no pós-guerra. Com efeito, o período era propício e fomentou uma abordagem assente em pressupostos de economia, funcionalidade e eficiência, como os veiculados pelo ideário associado ao Movimento Moderno. Já em França, em virtude da sua tradição de trabalho artesanal ligado a produções de luxo, a assimilação dessa linguagem e das práticas associadas foi mais lenta.

Como resultado dos debates em torno do significado de estética industrial e de design industrial, assiste-se nestas décadas, com particular ênfase nos anos 60, a várias sugestões para a definição de design(er) industrial e que vão no sentido de não restringir o design industrial à aparência visual, como se pode verificar na evolução das definições apresentadas pelo ICSID :

⁷⁰ Max Bill, “Base et but de l’esthétique au temps du mécanisme”, *Esthétique Industrielle* 9 (second trimestre, 1953):60-63. Cf. Le Boeuf, Jocelyn, “Jacques Viénot and the Esthétique Industrielle,” 50.

O designer industrial é uma pessoa que é qualificada pela sua formação, o seu conhecimento técnico, a sua experiência e a sua sensibilidade visual, por forma a determinar os materiais, a estrutura, os mecanismos, a forma, o tratamento das superfícies e a roupagem (decoração) de produtos fabricados em série através de processos industriais [...] ⁷¹ (ICSID, 1957)

O design industrial é uma actividade projectual que consiste em determinar as qualidades formais dos objectos produzidos industrialmente. Entende-se por propriedades formais não só as características exteriores mas também, e sobretudo, as relações estruturais e funcionais que tornam o objecto uma unidade coerente, quer do ponto de vista do produtor quer do utente. ⁷² (ICSID, 1969)

A clarificação do significado de *design industrial* era tema de discussão internacional e, nesse sentido, o INII promove em 1965 uma das suas mais importantes iniciativas: a 1ª Quinzena de Estética Industrial ⁷³, realizada no Palácio Foz, que contou com a participação de Henri Viénot ⁷⁴, Madini Moretti, Noel White, Sérgio Asti, Xavier Auer e Olof Gummerus. Em 1966, Sérgio Asti é convidado para leccionar um curso de design industrial e, mais tarde, também se solicita a Bruno Munari e a Xavier Asti a realização de cursos semelhantes. Já com Helena Matos na coordenação do NDI, realizam-se as 1ª e 2ª Exposições de Design Português ⁷⁵ em 1971 e 1973, respectivamente. Saliente-se, relativamente à primeira exposição, o papel decisivo do pintor José Mª Cruz Carvalho (n. 1930) e do designer João Constantino que, em nome da empresa de mobiliário Interforma, propuseram fazer uma exposição relativa ao design industrial português ⁷⁶. Estas exposições, particularmente a primeira, ao apresentarem, pela primeira vez, ao público, o trabalho relativo a uma actividade ainda muito desconhecida, revelaram-se

⁷¹ Cf. Gui Bonsiepe, *Teoria e Prática do Design Industrial*, (Lisboa: CPD, 1992), 35-36.

⁷² *Ibid.*, 37.

⁷³ Em Portugal a utilização regular deste termo na década de 60 (quando o termo design era claramente dominante na Europa) não pode ser dissociada da forte influência da cultura francesa em Portugal.

⁷⁴ Que na sua intervenção ("Rentabilidade do Industrial 'Design'") sente a necessidade de clarificar a expressão *estética industrial* de modo a evitar interpretações menos correctas: «foi criada como equivalente ao conceito americano e inglês de "Industrial Design". É preciso entender que a estética industrial, tal como o "industrial design" é a procura da qualidade completa do objecto e isto sob todos os aspectos: funcional, técnico e de harmonia em conjunto». Em Ministério da Economia – Secretaria de Estado da Indústria, *Tradução das Conferências proferidas durante a 1ª Quinzena de Estética Industrial* (Lisboa: INII/NAAI, 1965). Henri Viénot viria a ser presidente do ICSID entre 1971 e 1973.

⁷⁵ Na primeira participaram, entre outros, Alda Rosa, António Garcia, Carlos Rocha, Cristina Reis, Daciano Costa, José Espinho, Manuel Rodrigues, Sena da Silva e Vítor Manaças. Na segunda, com cerca de 100 participantes, destacaram-se, além das personalidades atrás referidas, Eduardo Afonso Dias, Eduardo Anahory, Fernando Libório, José Sommer Ribeiro, Luís Carrolo, Luís Filipe de Abreu, Mª Helena Marques, Miria Toivola.

⁷⁶ Esta contou com o patrocínio do Fundo de Fomento de Exportação, da Associação Industrial Portuguesa e da Metalúrgica Longra.

importantes por terem, gradualmente, contribuído para a construção de uma ideia mais aproximada do design industrial, particularmente junto do público em geral e dos profissionais ligados à indústria. Já o entendimento desta actividade por parte dos profissionais estava mais clarificado, sendo visível nas palavras do arquitecto Nuno Portas (n. 1934) proferidas em 1971:

O “design” (que eu gosto de traduzir em português por “risco”), é desígnio e desenho, é mais do que representar uma forma desenhando-a; é equacionar e solucionar um problema de alguma maneira novo ou não resolvido antes, é conceber a forma arrancando-a como hipótese, relacionando os fins propostos e os meios possíveis. Design, como resolução de problemas, é assim um conceito comum à economia, à engenharia e à arquitectura ou ainda à comunicação não verbal (gráfica, audiovisual).⁷⁷

Numa outra esfera de acção, o INII cria também na década de 70 três Centros Técnicos de Cooperação Industrial para os sectores da madeira, cerâmica e metalurgia com os objectivos de: manutenção de um serviço de assistência técnica; organização do sistema de informação sectorial tecnológica; promoção da normalização e da qualidade dos produtos e processos de fabrico; evolução do sector⁷⁸. Como veremos estes propósitos também estiveram na base de medidas implementadas nas décadas seguintes, no âmbito da Campanha de Motivação para o Design Industrial promovida pelo Ministério da Indústria e Energia e pelo PEDIP.

A partir do final da década de 80, coube ao CPD continuar o percurso de articulação entre o design e a indústria, vertente sublinhada na estratégia global de promoção do design. Considerando o novo enquadramento económico criado com a adesão à CEE, o Ministério da Indústria e Energia tinha, entre outros objectivos, melhorar a imagem das empresas e dos seus produtos; melhorar a qualidade dos produtos e processos; melhorar a competitividade internacional; aumentar o valor acrescentado; criar um ambiente inovador. Com vista à concretização destes desígnios, o CPD delineou várias iniciativas agrupadas em quatro áreas de intervenção: Projectos de Educação Formação e Aperfeiçoamento; Projectos de Apoio aos Designers e às Empresas; Projectos de Investigação e Assistência Tecnológica; Projectos de Promoção e Informação.

⁷⁷ Nuno Portas, “Política e Formação no Campo do Design,” in Conferências proferidas durante o Colóquio sobre Design Industrial, 1971, citado em Almeida, “O Design em Portugal,” 298.

⁷⁸ Helena Matos in *Binário*, no. 176, Maio 1973. Cf. Almeida, “O Design em Portugal,” 301.

Não pretendendo fazer uma exposição exaustiva dos projectos e iniciativas implementadas em cada uma das referidas áreas de intervenção, destacam-se os que tiveram maior visibilidade. No que concerne a Projectos de Educação Formação e Aperfeiçoamento, refira-se o Programa Designers para a Indústria, iniciado em 1991, que pretendia proporcionar aos jovens designers uma experiência profissional e às empresas a possibilidade de se aperceberem do valor do design ⁷⁹. Realce ainda para a criação do Curso de Mestrado em Ciências Empresariais (MBA- Gestão do Design iniciado em 1992, com docentes do INDEG/ISCTE, da London Business School e da Universidade de Delft).

Na segunda área atrás enunciada, as iniciativas centravam-se no apoio técnico, na prestação de serviços de consultoria e no desenvolvimento de projectos de valorização da cultura do design em sectores industriais, como o do mobiliário e das indústrias metalomecânicas. Ao nível dos Projectos de Promoção e Informação, os “Cadernos de Design” ⁸⁰, editados pelo CPD, materializaram uma das vertentes da Campanha de Motivação para o Design Industrial e constituíram uma importante referência editorial sistematizada, de origem nacional, na divulgação e análise de temáticas de design. Complementava-se uma linha de acção, que adquirira visibilidade na década de 70, e que até então assentara essencialmente na publicação de catálogos de exposições ⁸¹ e na redacção de artigos em revistas e em jornais de referência ⁸², sobretudo com «duas preocupações recorrentes: a afirmação do "lugar do design", procurando afirmar a autonomia da disciplina relativamente a outras áreas de produção artística ou industrial; a sua definição crítica, procurando estabelecer um *programa* orientador da prática do design» ⁸³. No campo editorial destaca-se ainda a edição, em tradução portuguesa, de vários livros, nomeadamente “A Dimensão do Design” de Christopher Lorenz, em 1991,

⁷⁹ «O design não podia esquecer a competitividade dos produtos e por isso lancei essa iniciativa do Centro Português de Design e o Programa Designers para a Indústria que tentava justamente formar designers num ambiente industrial [...]». Mira Amaral, entrevista da autora, Banco BIC, 12 de Outubro de 2011.

⁸⁰ Revista cujo primeiro número foi publicado em Março de 1992.

⁸¹ Na qual se evidenciaram as publicações relativas a iniciativas do INII, como os catálogos da 1ª e 2ª Exposições de Design Português e a *Tradução das Conferências proferidas durante a 1ª Quinzena de Estética Industrial*.

⁸² «Recordo, por exemplo os textos de Maria Helena Matos, Calvet de Magalhães e Sena da Silva no Diário de Lisboa; de Lima de Freitas no Diário Popular; para além das revistas, como a Binário onde João Constantino publicou, com grande regularidade, textos de crítica de design». José Bártolo, “Design Português”, Reactor, colocado on-line em 21 Outubro, 2009, <http://reactor-reactor.blogspot.pt/2009/10/partir-do-inicio-da-decada-de-1970-uma.html>.

⁸³ Ibid.

“Teoria e Prática do Design Industrial” de Gui Bonsiepe e “A Matéria da Invenção” de Ezio Manzini, ambos em 1992, com o objectivo de disponibilizar elementos capazes de conduzir a uma reflexão abrangente em torno do design, particularmente no que concerne ao universo mais próximo da indústria.

No editorial do número um dos “Cadernos de Design”, António Sena da Silva (1926-2001) sublinha a intenção da publicação em servir de apoio a diferentes sectores da indústria transformadora portuguesa e em salientar o papel do design como articulador dos diferentes objectivos almejados pelos vários intervenientes, nomeadamente o das empresas (lucro), os dos grupos laborais (segurança e prosperidade) e o dos destinatários dos produtos (satisfação). No quadro de promoção deste «design conciliatório»⁸⁴ releva que não se podia deixar de ter em consideração o facto da disciplina se ter tornado «nos últimos anos, cada vez mais vulnerável a equívocos e mistificações» e que «As cargas de subjectividade que afectam, frequentemente, os diagnósticos e os critérios de intervenção na área do Design, representam riscos difíceis de avaliar»⁸⁵. Consequentemente, reforça a necessidade de um design “objectivado”, que não incida apenas em aspectos de comunicação (identificação do produto, identificação da empresa e meios de promoção comercial), mas que seja reflexo do cariz de cada unidade de produção. Prosseguindo, destaca o facto de alguns dos problemas que afectam o tecido empresarial português não se resolverem com o recurso a mais investimentos que se traduzam em novas instalações e equipamentos, nem com formações complementares para designers, engenheiros, gestores, técnicos de marketing e vendedores, nem com “concursos de ideias”. Paralelamente, defende que o *design inovador* pode nem se focar na “aparência” do produto e concretizar-se em aspectos de «racionalização de um sistema de componentes, na optimização de determinados recursos de produção ou numa exploração inteligente de uma rede de subcontratação».⁸⁶

O “design conciliatório” de Sena da Silva preconiza uma articulação entre a cultura do designer e a cultura da empresa. As fronteiras dessa cultura são cada vez mais abrangentes. Neste sentido, aludindo ao facto das «origens prestigiosas se estarem a

⁸⁴ Sena da Silva, editorial, *Cadernos de Design*, no.1, 1992, 5.

⁸⁵ Ibid.

⁸⁶ Ibid., 6.

tornar nómadas»⁸⁷, afirma: «Todos os produtos industriais estão a ficar apátridas». Sublinha ainda que o “milagre japonês” – que permitiu à indústria japonesa passar de uma etapa caracterizada pela cópia de produtos para uma fase marcada por uma identidade própria onde a qualidade⁸⁸ e a tecnologia são fulcrais – foi resultado de uma estratégia baseada na apropriação de outras culturas⁸⁹. Com esta exposição, o então presidente do Centro Português de Design pretendia transmitir a ideia de que o design industrial português deveria definir as oportunidades a explorar e estabelecer as estratégias adequadas para as atingir. Ilustra este ponto de vista, sugerindo:

O “milagre português” pode consistir – por exemplo – em reconhecer a tempo as escassas oportunidades que temos de apanhar certos comboios da “segunda vaga” e em procurar explorar inteligentemente os numerosos embriões de uma “terceira vaga” que existem em certas regiões e em certos sectores de produção. Num cenário optimista, mas de modo nenhum utópico, poderemos imaginar redes de subcontratação prósperas e eficazes, integradas em sistemas de Garantia da Qualidade talvez inspirados na antiga relojoaria suíça, orientadas para o abastecimento “*just-in-time*”⁹⁰, com o recurso simultâneo às tecnologias mais avançadas e ao trabalho doméstico com elevado nível de qualificação.⁹¹

Ainda no quadro das iniciativas promocionais realizadas pelo CPD, refira-se a exposição itinerante “Os Caminhos do Design” (1993), realizada em colaboração com dezanove autarquias do país, que percorreu concelhos considerados importantes pólos industriais, com o objectivo de debater *in loco* questões relevantes para o design e para a indústria, articulando perspectivas de industriais, designers, estudantes, empresários, consumidores⁹². Foi uma iniciativa que teve cerca de 120 mil visitantes.

⁸⁷ Ibid., 7.

⁸⁸ A importância deste aspecto é salientada por Tomás Maldonado: «Os estudiosos do chamado milagre japonês estão de acordo em sublinhar um aspecto que, no seu entender, foi decisivo: o verdadeiro milagre é terem conseguido fazer da qualidade uma obsessão colectiva. Uma obsessão que se manifesta no comportamento, actualmente muito difundido, dos cidadãos, que exigem, sempre e em toda a parte, o máximo de qualidade». Tomás Maldonado, *Design Industrial*, trad. José Francisco E. Martins (Lisboa: Edições 70, 2009), 104.

⁸⁹ Sena da Silva, “editorial”, 7.

⁹⁰ Estratégia operacional iniciada, na década de 50, pela empresa Toyota e que visava reduzir o tempo e espaço necessários para o armazenamento dos materiais/peças necessários para a produção. [N.A].

⁹¹ Sena da Silva, “editorial”, 7.

⁹² Cf. “Os Caminhos do Design,” *Cadernos de Design*, no. 5, 1993, 80.

Para além das acções já referidas, e de modo a evidenciar contributos importantes para o design em Portugal, foram instituídos os Prémios Nacionais de Design ⁹³, dirigidos a empresas, instituições e designers, os Prémios Carreira e o Selo de Design.

As iniciativas aqui destacadas, bem como as restantes promovidas ou co-patrocinadas pelo CPD, que podem ser vistas como uma expansão e actualização das anteriormente implementadas pelo INII, surgem em consonância com as geralmente preconizadas, numa primeira fase, pelos *Design Centres* com o objectivo de esclarecer e promover o âmbito do design industrial, realizando exposições, organizando seminários, promovendo publicações. Paralelamente, instituem-se certificações de qualidade de produtos e criam-se prémios destinados a distinguir projectos e práticas significativas que contribuam para a construção da cultura do design. As acções dirigidas a empresas no âmbito da formação, assessoria e consultoria, constituem um outro nível de apoio ao design. Foi sobretudo nestes dois planos que se concretizaram em Portugal as iniciativas estatais de promoção do design promovidas pelo INII e pelo CPD.

Apesar de o ICEP nos seus desígnios de promoção no exterior de bens e serviços nacionais e da imagem de Portugal ter, simultaneamente, concretizado acções que promoveram o design em Portugal, considera-se que estas constituíram um complemento de segunda linha nos propósitos desta instituição. Um breve historial destas iniciativas será contudo feito na segunda parte deste trabalho com o enquadramento do Concurso Jovem Designer – iniciativa em que o ICEP mais se destacou no contexto de uma promoção directa do design industrial em Portugal – na estratégia do ICEP. Neste caso houve, de facto, o objectivo de agir sobre agentes que directamente contribuem para o desenvolvimento do design nacional.

1.4. Etapas relevantes no vínculo do design à indústria em Portugal

Em Portugal, a indústria teve um crescimento irregular desde as suas remotas origens enquanto sistema manufactureiro no séc. XVIII. Entre condicionalismos externos ⁹⁴ e

⁹³ A atribuição de prémios de design é uma prática que data de 1954, quando por sugestão de Gio Ponti, a “La Rinascente” instituiu o Compasso d’Oro (1954) de modo a promover a qualidade dos produtos industriais italianos. A partir de 1964 coube à ADI a atribuição deste prémio.

⁹⁴ «Precedendo e excedendo mesmo os efeitos nefastos das Invasões Francesas, deve salientar-se a acção atrofiadora da já então desenvolvida indústria britânica. Efectivamente, a Grã-Bretanha, ao guindar-se a

internos ⁹⁵, entre medidas e “pacotes de apoio” externos ⁹⁶ e internos ⁹⁷ e entre condições globais mais ou menos favoráveis, o sector secundário, como já salientado, nunca se afirmou como dominante na sustentação da economia portuguesa. No entanto, essa incapacidade da produção se reflectir em termos quantitativos expressivos, não deve implicar uma leitura redutora da indústria em Portugal, na perspectiva do design industrial. Paulo Parra (n. 1961) afirma que tem sido dominante uma visão que negligencia a indústria em Portugal ⁹⁸, e veementemente defende «que nós temos história do design industrial em Portugal, e em paralelo com os outros países [...]».⁹⁹

Nunca se evidenciando em sectores convencionalmente chamados de ponta, os grandes destaques da indústria portuguesa têm sido obtidos sobretudo na produção de objectos para a mesa. Este sector, que ainda hoje revela grande evidência no panorama da indústria nacional, tem um historial de produção relevante que permitiu que cedo se destacassem algumas empresas, no panorama internacional. É o caso da Vista Alegre – que presentemente mantém aí uma posição cimeira – que, sublinha Paulo Parra, obteve uma medalha de prata numa das exposições universais ainda no final do séc. XIX ¹⁰⁰. Salienta ainda que este sector de produção – onde se incluem os têxteis, cerâmica, vidro e cutelaria – foi aquele que, em Portugal, mais cedo apreendeu processos industriais mais complexos revelando «um processo evolutivo próximo do que aconteceu noutros países europeus» ¹⁰¹. Um outro caso que espelha a precoce qualidade deste sector produtivo foi obtido por Bordalo Pinheiro na Exposição Universal de 1889.

[...] Bordalo Pinheiro vendeu pelo preço que quis taxar tôdas as peças que expôs da sua louça [...]. A razão deste êxito prodigioso e único em tôdas as representações de Portugal

uma posição privilegiada, após ter realizado a sua revolução industrial ainda na segunda metade de Setecentos, já dispõe de condições — internas e externas — que lhe permitem o domínio do mercado português no que respeita à exportação de artigos industriais». J. M. Amado Mendes, “Sobre as Relações entre a indústria portuguesa e a estrangeira no séc. XIX,” *Análise Social*, vol. XVI, 61-62 (1980): 31-32, http://analisesocial.ics.ul.pt/?page_id=12.

⁹⁵ Condicionamento industrial. (ver nota 24); Isolamento imposto pelo período de Ditadura (1926-1974).

⁹⁶ Plano Marshall (1948); PEDIP (1988-1992 e 1994-1999).

⁹⁷ Destacam-se no séc. XVIII o Impulso industrial pombalino, que tenta acompanhar a Revolução Industrial que se expande na Europa, e no séc. XIX a criação do ensino industrial visando articular as artes aplicadas à indústria.

⁹⁸ A que não será alheia a falta de pesquisa nessa área sob a perspectiva do design.

⁹⁹ Paulo Parra, entrevista da autora, 25 de Julho de 2012.

¹⁰⁰ Ibid. Refira-se que, entre várias outras distinções nacionais e internacionais, a Vista Alegre obteve medalha de cobre e prata, respectivamente, nas Exposições Universais de Paris de 1887 e de 1900.

¹⁰¹ Paulo Parra, *Cadeiras de Design Nacional, 250 anos a sentar Portugal*, Colecção P. Parra, cat. expos. (Évora: MADE, Museu do artesanato e do Design, 2011), 16.

em exposições estrangeiras é simplesmente que Bordalo foi o único dos nossos artistas e dos nossos industriais que soube ser original, isto é, mantendo-se em todo o seu trabalho humildemente fiel à tradição artística da sua pátria.¹⁰²

Não se pode comparar a realidade portuguesa à verificada por exemplo na Grã-Bretanha e na Alemanha, países onde a industrialização foi prévia, profunda e mais sistemática (e acompanhadas, como se pode observar no caso inglês, de medidas mais abrangentes e consequentes de apoio ao design industrial). Contudo, se os dois exemplos apresentados – apesar de exceções dentro do panorama nacional – devem ser considerados pertinentes, sobretudo de um ponto de vista simbólico, não se pode todavia deixar de registar a sua importância na produção destas fábricas e no papel delas no desenvolvimento do sector cerâmico em Portugal.

Nos anos 20 do séc. XX, desenvolvimentos no sector do mobiliário vão manifestamente impulsionar o design industrial em Portugal. Neste ramo, que segundo Paulo Parra manifestou um desenvolvimento mais lento no que respeita à aquisição de processos industriais, foram determinantes para o estabelecimento da produção industrial o aparecimento de normas de higiene e segurança de equipamento para hospitais e as exigências do mobiliário de escritório¹⁰³. O programa de equipamentos sociais, proposto pelo médico e professor Bissaya Barreto (1886-1974) e implementado entre 1929 e 1936, foi o grande impulsionador do mobiliário tubular em Portugal, tendo a sua acção proporcionado um notório desenvolvimento deste sector, na sequência do qual se concretizariam importantes parcerias “empresa-designer” nas décadas de 50 e 60. Este plano foi concretizado de forma mais evidente pela Metalúrgica Martins e Irmão Teixeira (MIT, posteriormente Metalúrgica da Longra; 1920 -1995), Adelino Dias da Costa & C^a Lda (Adico, fundada em 1920) e pela Fábrica Portugal. No caso da MIT a experiência de produção proporcionou depois o desenvolvimento de mobiliário para outros espaços públicos¹⁰⁴ e posteriormente para escritórios¹⁰⁵. Ainda neste sector destaca-se a produção da Fábrica Osório de Castro (FOC, 1930) que, através de concurso público, equipou com carteiras escolares os liceus do país: «Jerónimo Osório

¹⁰² Ramalho Ortigão citado em M. Helena Souto, “A Exposição de 1900 e os Caminhos para o Design em Portugal no início do séc. XX,” in *O Tempo do Design, Anuário 2000*, dir. Pedro Brandão (Lisboa: CPD, 2000), 38.

¹⁰³ Parra, *Cadeiras de Design Nacional*, 16.

¹⁰⁴ Cine Teatro Monumental (1951); Cinema Império (1955); Auditórios da FCG (1969), entre outros.

¹⁰⁵ Ver páginas 33e 34 deste trabalho.

de Castro [...] concebe e desenha pela primeira vez no País, vários modelos originais de estruturas de carteiras escolares ajustáveis, e ergonómicas pelo uso de excêntricos, para serem produzidos em chapa estampada. [...]»¹⁰⁶

A afirmação da indústria correspondia à modernização que o país reclamava e as metáforas maquinistas do funcionalismo dava a resposta adequada à desejada renovação estética. Rapidamente os móveis de tubo metálico iam ultrapassar o estigma da frieza e da rigidez “industrialista” para serem tomados como sinónimos de mundanismo cosmopolita, como elementos indispensáveis à definição de uma modernidade que se insinuava em todos os ambientes.¹⁰⁷

Foi sobre as produções dos designers¹⁰⁸ que se destacaram nas décadas de 50 e 60 que se construíram as bases conceptuais e os registos materiais que constituem as raízes mais directas do design industrial em Portugal, em termos de prática profissional. Este período ocorre numa das duas fases¹⁰⁹ mais dinâmicas de crescimento e produtividade industrial (1951-73), concretizada dentro de um quadro de abertura ao exterior (adesão à EFTA), de um ciclo de incentivo às políticas industrialistas e de condições favoráveis à exportação. Deste contexto emerge uma visão “moderna” de alguns industriais que procuram nos designers a chave para a actualização da sua produção, resultando uma dupla realidade: o surgimento gradual de um público aderente à linguagem moderna patente nos novos produtos projectados para o mercado doméstico e a criação das primeiras situações de trabalho mais sistemático para os designers.

A interdisciplinaridade inerente a muitos dos projectos realizados nestas décadas assentava em dois factores: no trabalho de equipa e na versatilidade caracterizadora dos designers desta geração. A exploração do design gráfico, do design industrial e da arquitectura, num único projecto é característica deste período. Numa década de afirmação do Movimento Moderno na arquitectura portuguesa, a racionalidade implementada estende-se aos equipamentos e aos objectos que, em conjunto com os

¹⁰⁶ João Osório de Castro, “Jerónimo Osório de Castro,” *Cadernos de Design*, ano 1, no. 4, 1992, 23.

¹⁰⁷ João Paulo Martins, “Anos Trinta e Quarenta – Objectos e Produção Industrial,” in *O Tempo do Design, Anuário 2000*, 55.

¹⁰⁸ Embora se utilize o termo *designer*, a actividade é ainda concretizada por profissionais de áreas adjacentes, sem formação específica em design, geralmente arquitectos, mas também artistas plásticos.

¹⁰⁹ A outra ocorre entre 1985 e 2000.

espaços arquitectónicos, criam uma unidade coerente, emergindo como paradigmática, neste contexto, a vasta obra de Daciano da Costa ¹¹⁰ (1930-2005).

A actividade profissional de Daciano, que se inicia no atelier de Frederico George ¹¹¹ (1915-1994), onde a ambivalência entre diferentes disciplinas projectuais (traço igualmente presente na sua própria obra projectual) era identitária, é caracterizada por um sentido de projecto global, assente numa conceptualização da actividade projectual vincadamente estruturada e coerente. Particularmente importante para o design foram as suas intervenções no sector do mobiliário – a nível dos produtos concebidos e na relação do design com a indústria – que desenvolveu com a Metalúrgica da Longra entre 1962 e 1992. Essa estreita colaboração, que surgiu por iniciativa de Fernando Carvalho Seixas quando se tornou gerente da empresa em 1961, visava responder a uma reorientação da política da empresa no sentido de uma diversificação ¹¹² na produção e da necessidade de destacá-la das restantes ofertas do mercado. Considerava-se essencial a articulação entre as necessidades dos consumidores e as propostas da empresa. Neste contexto, a intervenção de Daciano da Costa não se limitou à actividade de projecto – no âmbito da qual se criam os primeiros sistemas de mobiliário metálico de escritório produzido industrialmente ¹¹³ – uma vez que accionou alterações organizativas da própria empresa, revelando uma aceção de design mais abrangente, que partilhava com Fernando C. Seixas, e que convergia no sentido de tornar a Longra uma “empresa Design” ¹¹⁴:

Para isso organizámos a recolha de informação, criámos um centro de modelos, montámos no sector fabril uma oficina piloto para ensaio de protótipos, caminhámos no controlo de qualidade, estabelecemos programas para a formação e especialização da mão-de-obra, organizámos um gabinete de métodos e demos ao sector produtivo novos

¹¹⁰ Licenciado em Pintura pela ESBAL em 1961. Neste contexto destacam-se os projectos de interiores para o *foyer* do Teatro Villaret (1964), Sede e Museu da Fundação Calouste Gulbenkian (1966-69), Casino Estoril (1968), Pavilhão de Portugal em Osaka (1969-70) e o Centro de Documentação do Laboratório Nacional de Engenharia Civil (1972).

¹¹¹ Licenciado em Pintura (1937) e em Arquitectura (1950) pela ESBAL.

¹¹² Até então a empresa centrava a actividade na produção e comercialização de equipamento hospitalar.

¹¹³ Destacam-se as linhas de móveis como as Prestígio (1962), Cortez (1963), Dfi (1971). As posteriores, nomeadamente Mitnova (1975), Logos (1986-87), Metrópolis (1988) e a Práxis (1990) não adquirem igual relevância.

¹¹⁴ Fernando Seixas, “Indústria e Design”, in *Design em Aberto – uma antologia*, 107. Refira-se que, em 1991, a empresa obtém o Prémio de Design para a Indústria de Mobiliário em Metal, instituído pelo CPD.

meios de actuação para responder em termos adequados às necessidades da produção, orientada para os produtos concebidos dentro desta óptica.¹¹⁵

Várias empresas de mobiliário adoptaram atitude semelhante, contratando designers para materializar uma estratégia global que articulasse o projecto ao consumo dos produtos. Para além da Longra, também a Móveis Olaio¹¹⁶ e a Altamira¹¹⁷ se destacam neste quadro revelando-se «pioneiras a estabelecerem as pontes entre o design e a cultura empresarial»¹¹⁸. Na Olaio trabalhava, desde 1950, José Espinho (1917-1973), que «vai determinar na empresa a passagem da produção com uma linguagem rústica e artesanal para uma linguagem mais racional e contemporânea de influências nórdicas, decisiva para a confirmação da Olaio como uma empresa que aposta no design».¹¹⁹ Para além das produções tridimensionais, José Espinho é também responsável pela imagem gráfica, catálogos e *stands*, concretizando, na opinião de P. Parra, um dos mais coerentes exemplos de “design global” em Portugal. A qualidade de produção alcançada permitiu à Olaio equipar muitas construções relevantes.¹²⁰

Para a assimilação da linguagem moderna dos produtos domésticos, quer pelos designers quer por parte do público/consumidores, foi também determinante o papel da loja Altamira, particularmente após a integração, em 1954, de Cruz de Carvalho que, paralelamente à actividade projectual, apresentava na sua loja vários objectos importados paradigmáticos da linguagem característica do Movimento Moderno. Segundo Daciano da Costa, Cruz de Carvalho terá sido «o primeiro a fazer a síntese da produção globalizada do objecto – fez uma fábrica, fez uma loja, criou uma marca, uma imagem, criou os modelos e começou a comercializar»¹²¹. Em 1955 concebe mobiliário doméstico marcadamente contemporâneo, mas apenas um público específico, que incluía artistas, arquitectos e indivíduos com formação universitária, se revelou sensível às novas propostas. Perante esta realidade, Cruz de Carvalho criou três categorias de mobiliário que, com diferentes preços e características, pretendiam satisfazer as

¹¹⁵ Ibid.

¹¹⁶ Denominada José Olaio & Cª de 1886 a 1922.

¹¹⁷ Móveis da Bela Vista até 1954; encerrou em 2010.

¹¹⁸ Parra, *Cadeiras de Design Nacional*, 35.

¹¹⁹ Ibid., 33.

¹²⁰ Por exemplo a Reitoria da Universidade de Lisboa (1966); Hotel Estoril-Sol (1966); Centro Cultural de Belém (1990).

¹²¹ Daciano da Costa citado em Vitor Manaças, “Percurso do Design em Portugal,” vol. I (Tese de Doutoramento, FBAUL, 2005), 158.

diferentes procuras. Como salienta Rui Afonso Santos, «A sugestão das propostas inovadoras do design internacional encontrava-se implícita neste processo pioneiro de emergência do design português»¹²². Apesar da relevância destas três empresas outras empresas se destacaram no panorama do mobiliário, contribuindo visivelmente para o desenvolvimento do design neste sector, destacando-se a Interforma, fundada por Cruz de Carvalho em 1967, cuja actividade vai ser directamente concorrencial com a Altamira; a FOC e a Móveis Sousa Braga (1887), com a qual colaboravam Sena da Silva e António Garcia (n. 1925).

Os sectores proeminentes da produção industrial portuguesa, que lhe conferem contornos identitários, estão patentes nas Exposições do Design Português. Segundo Ana Tostões e João P. Martins, estas atestando a vasta produção verificada nos diferentes sectores industriais, destacam, contudo, as indústrias com fortes tradições no país, como o mobiliário (Longra, Olaio e Sousa Braga), as cerâmicas (Bernarda e Secla) e os vidros (Fábrica Escola Irmãos Stephens)¹²³. Como constata os mesmos autores, nestes sectores, a existência de uma mão-de-obra especializada permitia que a componente de trabalho artesanal superasse as lacunas resultantes da falta de investimento na mecanização¹²⁴. Por outro lado, estas indústrias, devido ao incremento de investimentos verificados no sector terciário, particularmente no turismo e, conseqüentemente, na hotelaria, registaram um incremento nas encomendas.¹²⁵

Ao longo da década de 70, o crescimento económico abrandou, em resultado da crise petrolífera e da Revolução de 74, registando-se um afastamento entre a indústria e o design. Nesta década a Dimensão (1967) destaca-se como uma das empresas que tira partido dos limitados recursos de pequenas empresas fabris do norte, tendo como objectivo a «produção de mobiliário destinado a um público classe média, com capacidade económica e gosto conservador»¹²⁶. Acompanhando a abertura da sociedade, a empresa, paralelamente à aposta na sua própria produção¹²⁷, vai esboçando

¹²² Rui Afonso Santos, “A Altamira e o Design Português,” *Arte Ibérica*, Ano 5, no. 48, 2001, 22.

¹²³ Ana Tostões, João Paulo Martins, “A Construção do Design em Portugal: de 1960 à Revolução de Abril de 1974,” in *O Tempo do Design, Anuário 2000*, 68.

¹²⁴ Ibid.

¹²⁵ Ibid.

¹²⁶ Emília Ferreira, “De 1967 até Hoje, Design com Dimensão,” *Dimensão*, <http://lamartine.lvengine.net/Imgs/dimensao.pdf>.

¹²⁷ Os materiais de eleição são o pinho (boa relação preço/qualidade), o bambu, o metal e os têxteis e a modularidade está na base das criações. Segundo E. Ferreira, este conceito será explorado mais

uma política de marketing e comercialização de produtos internacionais que se consolidará nos anos 80 e desenvolverá na década de 90, associando a uma nova imagem a criação da Galeria de Design Dimensão. Com efeito, é na vertente de disseminação de conteúdos de design que reside a principal contribuição desta empresa para o design nacional. A publicação da revista “Dimensão” (1982) reflecte este caminho, contribuindo para a divulgação junto do público, de opiniões de designers, arquitectos e artistas plásticos, bem como de produtos e de informação relativa a feiras internacionais. A estratégia incluirá, a partir de 1990, a realização do evento MID - Mostra Internacional de Design ¹²⁸, que conjuga exposições com “jornadas de participação”.

1.4.1. Os anos 80 e 90

No início da década de 80, alguns projectos configuram uma nova relação entre o design e a indústria, uma vez que assentam num campo tradicionalmente não explorado em Portugal ¹²⁹. O telefone 8P (1981), de Jorge Pacheco (1941-2010), concebido para a Centrel ilustra esta perspectiva e os comboios, concebidos por José Santa Bárbara (n. 1934), para a linha de Sintra da CP ¹³⁰ (1987-1996) reforçam-na. Intrínseca a estes está uma postura racional, também visível, por exemplo, em Salette Brandão (n. 1952), Miguel Arruda (n. 1943) e Jorge Alves (n. 1952) nos projectos que desenvolveram para a indústria.

Marcante para a década foi a «explosão cultural» que se verificou em Lisboa no panorama geral das artes, situação que leva Paulo Parra a afirmar que os anos 80 foram «os nossos anos 60». Contudo, como salienta, o desfazamento temporal leva a que o pop

incisivamente a partir de 1985: «Em 1985, é criado o Kit-Market, estrutura produtiva e de comercialização revolucionária entre nós: além de um mobiliário modular e flexível, de cores saturadas e directas, com algumas analogias ao vestuário (velcros e fechos éclairs, usados por exemplo nas assemblagens de sofás), dirigido a um público jovem, com algum poder de compra, propõe a montagem por parte do consumidor. Sob o lema “compre, leve, monte você mesmo”, o Kit-Market tem enorme sucesso, sendo outro importante elo na relação da Dimensão com a indústria nacional.». Ibid.

¹²⁸ Na edição de 1991 esta mostra contou com o apoio da Rosenthal, da SPAL, do IADE, do CPD, do Pelouro da Cultura da Câmara Municipal de Lisboa e da Rádio Comercial e teve como participantes Marcello Morandini e o pintor António Mira, que realizara uma colecção de pratos para a SPAL.

¹²⁹ Isabel Dâmaso-Rodrigues, “Estratégias de desenho no projecto de design: um estudo sobre o uso do desenho como recurso instrumental e criativo ao serviço do pensamento visual do designer de equipamento” (Tese de Doutoramento, FBAUL, 2007), 98.

¹³⁰ Realce-se, contudo, que em 1937, a CP construía integralmente os vagões, furgões e carruagens em Portugal.

seja substituído pelo pós-modernismo ¹³¹. Este caminho não pode deixar de ser também entendido como revelador de um afastamento da “influência do Movimento Moderno”, promovendo uma nova abordagem que Rui Afonso Santos denomina de “Novo Design”¹³², a qual foi sobretudo fomentada pelos “designers do Bairro Alto” ¹³³. O paralelismo com a situação anteriormente ocorrida em Itália encontra justificação no facto de esta nova geração de designers concretizar uma revolta que «era muito inspirada no que aconteceu em Itália com a Pop italiana, que fugia aquilo que são as marcas convencionais, a estética e o gosto convencionais»¹³⁴. De igual modo, a inexistência de encomendas por parte de empresas levou a que os designers fizessem os seus próprios protótipos e os expusessem. Mas, ao contrário do que sucedera em Itália, onde a indústria, apercebendo-se da oportunidade de negócio, foi ao encontro dos designers, em Portugal, onde a cultura empresarial não tinha o mesmo nível, tal não sucedeu.¹³⁵

Também em outros países encontramos um paralelo de novas linguagens e modos de acção, igualmente gerados pela dificuldade de acesso à indústria, o que atesta a dificuldade sentida na década de 80 neste âmbito, inclusivamente em países com maior destaque na produção industrial, como é o caso da Inglaterra. A este propósito pode referir-se a exposição “Creative Salvage”¹³⁶, sobre a qual Tom Dixon (n. 1959) afirma:

O Salvado Criativo [Creative Salvage] tinha uma estética distintiva. Era muito enferrujado. Era bastante pontiagudo, irregular e perigoso. Era muito pouco prático e, muitas vezes, algumas partes caíam. Era irreverente mas tinha muito carácter, não era Pós-modernismo em Fórmica com padrões disparatados, nem alta tecnologia em preto mate super-sério e cromado, nem cortinas armadas da Laura Ashley que dominavam o design de interiores à altura [...] era muitíssimo difícil mandar fazer as coisas, por isso as pessoas acabavam por fazê-las elas próprias.¹³⁷

¹³¹ Paulo Parra, entrevista da autora, FBAUL, 25 de Julho de 2012.

¹³² Rui Afonso Santos, “Actualidade e Internacionalização do Design em Portugal,” in *1990/2004 Arquitectura e Design de Portugal*, cat. expos. (Milão: Triennale di Milano, Nov. 2004), 103.

¹³³ Essencialmente estudantes de design da ESBAL, destacando-se José Viana, Marco S. Santos, Paulo Parra, Raul Cunha, Pedro S. Dias, Filipe Alarcão.

¹³⁴ Parra, entrevista.

¹³⁵ Ibid.

¹³⁶ Realizada por Tom Dixon, Mark-Brazier Jones e Nick Jones. Creative Salvage é igualmente o nome do grupo que os três formaram em 1985.

¹³⁷ Tom Dixon, “Eighties, Nineties, Noughties,” in *British Design from 1948: Innovation in the Modern Age*, cat. exposição V&A, eds. Christopher Breward, Ghislaine Wood (London: V&A Publishing, 2012), 251. [T. L.].

Como refere P. Parra, em Portugal «não há, de facto, um processo de continuidade. É uma evolução pela ruptura, a nossa geração quer-se distinguir e distingue-se directamente dos nossos antecessores, tínhamos outras linguagens, outros gostos, acesso a outro nível de informação, nós eramos mais irreverentes, e tudo isso facilitava esse *décalage* relativamente à geração anterior»¹³⁸. Os protótipos que os novos designers exibiam funcionavam, segundo P. Parra, como manifestos¹³⁹. Destacam-se neste circuito Pedro Silva Dias (n. 1963) e Filipe Alarcão (n. 1963) que se associaram à Loja da Atalaia e o grupo “Ex-Machina”¹⁴⁰(1989-90) – outra das faces visíveis deste corte com a geração anterior – formado por José Viana (n. 1960), Marco Sousa Santos (n. 1962), Paulo Parra e Raul Cunca (n. 1963). O seu formato de banda musical é também revelador da cultura popular vigente, dado que nesta década surgem alguns dos principais grupos de música pop/rock em Portugal.¹⁴¹

Esta geração viria a diversificar caminhos que seriam seguidos pelo design em Portugal, reflectindo e sendo influenciada pela turbulência e novas direcções pelas quais o design tem passado desde a década de 70 – particularmente o design italiano. [...] Não pretendemos, contudo, afirmar que o actual design em Portugal não reflecte esta inter-relação entre gerações [...].¹⁴²

Na década de 80, para além de algumas iniciativas estatais, pontuais acções particulares vão permitir uma relativa difusão do design, sobretudo visível em Lisboa, em parte como resultado da actividade de lojas como a Loja da Atalaia e a Dimensão, as quais simultaneamente divulgavam e comercializavam produtos nacionais e internacionais, constituindo, assim, importantes agentes fomentadores de novos gostos e estratégias. Contudo, como salienta Parra, «nós não tínhamos nada de grande difusão para chegar às pessoas. A Dimensão, um pouco através do *kit-Market* – que era um design camuflado – e o início da Habitat podem ter servido para alguma difusão. Mas o que contribuiu

¹³⁸ Parra, entrevista.

¹³⁹ Ibid.

¹⁴⁰ Das suas criações destacam-se os telefones “Morphos” (1990) e “Nó” para o Concurso Sony Design Vision’90; o serviço de chá “Nave” (1991), editado pela Secretaria de Estado da Cultura para a Europália 91; Linha de mobiliário de escritório para a empresa Latina Europa (1990). Contratados pela Longra, nenhuma das propostas que desenvolveram foi produzida, sobretudo devido às dificuldades que empresa já enfrentava.

¹⁴¹ Taxi (Porto, 1979); Grupo Novo Rock (GNR, Lisboa, 1980); Mler Ife Dada (Cascais, 1984), entre outros.

¹⁴² Vitor Manaças, “Design in Portuguese,” in *Design aus Portugal- eine anthologie/Design from Portugal – an anthology* (Stuttgart: Axel Menges/ICEP, 1998), 51. [T. L.].

muito para a democratização do design foi a chegada do IKEA,¹⁴³ e aí estamos a falar de Lisboa e fora de Lisboa»¹⁴⁴. Neste contexto, Parra refere ainda que nos anos 90 estava na moda estudar design, um fenómeno cuja origem não sabe explicar, mas que terá consequências práticas, decisivas para efectivar uma verdadeira democratização do design em Portugal, a qual, sublinha, não se registou por intermédio das acções de difusão implementadas. Paulo Parra reforça o papel determinante dos consumidores: «digamos que ainda não tínhamos propriamente uma produção, mas temos um sistema produtivo de alunos que vão ser os futuros consumidores e que vão exigir design. O processo vai ser irreversível. Estes alunos, como vão ser muitos, vão puxar pelo sistema. E quando o público exige, a coisa já funciona»¹⁴⁵.

Se no caso da Dimensão os propósitos eram marcadamente comerciais, na Atalaia é a ênfase cultural que lhe traça a matriz, no sentido de se pretender construir “aqui e agora” (acompanhando e contribuindo para a “edificação” da nova identidade do Bairro Alto, onde se destacavam igualmente as intervenções do Bar Frágil¹⁴⁶) uma produção assente numa linguagem expressa através de criatividade individuais. Tal espírito está patente na colecção que Manuel Reis lançou em 1988: uma tiragem limitada de móveis, concebidos por designers, arquitectos e artistas plásticos que representavam uma ofensiva de gosto assente em variadas linguagens plásticas¹⁴⁷. Com efeito, uma das marcas do período é a edição de autor, desenvolvida em parte devido à crescente dificuldade em se conseguirem encomendas, o que, a par de uma exploração pouco rigorosa do termo design, particularmente pela imprensa não especializada e pela própria publicidade, contribuiu para desvirtuar o entendimento da actividade profissional.

Os primeiros anos da década de 90 reflectem a continuidade das incursões da década anterior, como se pode constatar pelos produtos seleccionados para integrar algumas das exposições¹⁴⁸ então realizadas, uma vez que muitos deles constituíram edições de autor.

¹⁴³ Em 2004.

¹⁴⁴ Parra, entrevista.

¹⁴⁵ Ibid.

¹⁴⁶ A Loja da Atalaia e o Frágil são da responsabilidade de Manuel dos Reis.

¹⁴⁷ Delfim Sardo, “Design Português em Madrid,” *Cadernos de Design*, Jul. Ag. Set. 1992, 52.

¹⁴⁸ Refira-se a exposição Manufacturas (Bruxelas, 1991) reveladora de um design português caracterizado mais pela arte (assente no valor do trabalho, na manipulação da matéria) que por estratégias produtivas. Cf. Nuno Lopes, “O novo design e a transformação dos modos de habitar,” in *O Tempo do Design, Anuário 2000*, 83.

Estas permitem salientar a qualidade artesanal dos produtos, visível segundo Rui A. Santos em ícones de Pedro Silva Dias, como o armário Igor (1991) ou cadeira Tonc (1992), sendo de destacar também «o reaproveitamento e reconversão criativa de objectos e materiais»¹⁴⁹, no âmbito das quais refere o prato Dominó (1996) de Filipe Alarcão e a Cadeira Natura (1998) de Francisco Providência. No caso deste último «de acordo com um programa pessoal de “eco-design”»¹⁵⁰. Comum a todos é uma simplicidade formal, mais ou menos evidenciada, aspecto que revela paralelismo com o panorama internacional.

Os anos 80 e 90 deram-nos assim mais os designers que o design, criaram mais os profissionais do que a profissão, e justificaram-se os produtos mais do que a produção. A falta de uma tradição e de uma exigente e histórica responsabilização da profissão do designer na sociedade portuguesa, permitiu uma complexa abordagem de aproximações a uma produção pouco sistematizada industrialmente e pouco orientada produtivamente, resultando uma crescente intromissão de diferentes áreas do saber, que alheias por vezes à disciplina do desenho e da “criação” industrial iam gerindo toda uma produção avulsa, numa espécie de navegação à vista onde parecia haver espaço para uma actividade aberta a uma experimentação mais formal que conceptual, mais na procura de si própria do que na oferta de soluções.¹⁵¹

Contudo, Nuno Lopes, refere uma consolidação do design português na indústria na segunda metade da década de 90 – para a qual contribuíram, decisivamente, iniciativas estatais promotoras do sector – como patente na Exposição Design/Lisboa 94, realizada no Centro Cultural de Belém. Salienta também que muitos autores consideraram esta exposição como mais próxima da mostra comercial e afastada do debate e da reflexão teórica do campo do design¹⁵². A opinião é partilhada por V. Manaças que sublinha a ausência, no respectivo catálogo, de textos de natureza teórica ou de análise histórica que ajudassem a inserir a exposição no contexto e a permitir que o catálogo servisse de memória da exposição.¹⁵³

Impulsionados pela falta de acção da indústria relativamente ao design nacional, surgem novas iniciativas colectivas de designers que visam criar essa ligação e cuja acção se

¹⁴⁹ R. A. Santos, “Actualidade e internacionalização,” 103.

¹⁵⁰ Ibid., 103-104.

¹⁵¹ N. Lopes, “O novo design,” 82.

¹⁵² N. Lopes, *ibid.*, 84-85.

¹⁵³ Manaças, “Design in Portuguese,” 53.

reflecte em Portugal e a nível internacional. Neste âmbito realce-se o papel desempenhado pelo atelier Proto Design, fundado em 1991 por José Viana e Marco Sousa Santos na edição, comunicação e internacionalização do design português. O primeiro projecto, Ultra Luz (1995), com candeeiros em polipropileno, foi apresentado na Feira de Frankfurt, ao qual se seguiram o Programa Terra (1997), que se concretizou na execução de candeeiros cerâmicos por quinze designers¹⁵⁴ e o Programa Sweet Revolution (SWR, 1999) que consistiu na criação de objectos em vidro soprado de forma inovadora e que, segundo Rui A. Santos, proporcionou uma actualização do sector produtivo da Marinha Grande.¹⁵⁵

Ao longo da década vão surgindo novos produtos que denotam formalmente uma continuidade da simplicidade atingindo frequentemente um minimalismo, como patente no Tabuleiro Pile (2001) de Miguel Vieira Baptista (n. 1968), e que pontualmente exploram o aspecto irónico em interpretações dos objectos do quotidiano (Fruteira Hold Back, 2001, Miguel V. Baptista)¹⁵⁶. Acentuam-se abordagens geralmente referidas como mais conceptuais, no sentido em que a orientação que lhes preside reforça sobretudo o carácter comunicativo dos objectos, não se regendo apenas pelo pragmatismo e formalismo dos objectos, evidenciando-se neste âmbito a actividade que Fernando Brízio (n. 1968) desenvolve desde 1993. Geralmente entendidos no âmbito de posturas individuais face à actividade projectual, mais ligadas à esfera artística do que à produtiva, estas abordagens inserem-se num universo onde se constroem narrativas e experiências na relação homem-objecto e são representativas de um entendimento do design que realça o seu sentido enquanto actividade cultural. Refira-se que estes caminhos estão em sintonia com o panorama internacional. O carácter explorador inerente a estas abordagens deve, contudo, remeter igualmente para uma valorização das mesmas dentro de um quadro de inovação que procura produtos e comportamentos significantes, vertente cada vez mais importante dentro da cultura projectual.

Por outro lado, a actividade projectual desenvolvida, mais abrangente e com fronteiras menos estanques, vai sendo divulgada através de novos eventos, que configuram

¹⁵⁴ Para além dos organizadores participaram Elder Monteiro, Fernando Brízio, Filipe Alarcão, Paulo Parra, Raul Cunca, João Félix, Eliane Marques, Luís Pessanha, Miguel V. Baptista, Francisco Providência e Rita Filipe.

¹⁵⁵ R. A. Santos, “Actualidade e internacionalização,” 106.

¹⁵⁶ Ibid., 104.

também novas realidades, apresentando-as de modos menos tradicionais, como é o caso da exposição Experimenta 99.

A experimentadesign é a primeira bienal portuguesa dedicada à cultura material. A experimentadesign não é uma mostra de produtos. [...] ...é uma plataforma estabelecida entre autores, instituições e público ... é um palco de dimensões internacionais e contornos a definir, onde os mais interessantes projectos e eventos que nascem do design e dos seus interesses encontram formas de se dar a ver. Em movimento.¹⁵⁷

1.5. O ensino do design em Portugal

Segundo M^a Helena Souto, a Escola de Artes Decorativas António Arroio foi pioneira na introdução em Portugal da pedagogia do design, apoiando-se na tradição dos modelos inglês e austríaco das escolas de artes e ofícios, em que as aulas funcionavam em regime de *atelier*¹⁵⁸. Nos anos 50, quando Frederico George substituiu o pintor Lino António (1898-1974) na orientação pedagógica, aprofundou-se o debate relativamente à disciplina do Design, suscitado pela influência que o modelo pedagógico inspirado na *Bauhaus* adquirira na visão de Frederico George¹⁵⁹:

Seguindo um entendimento Bauhausiano, e apoiado num corpo docente movido por um pensamento Moderno – como eram os casos de Daciano da Costa, António Sena da Silva, Manuel Rio-Carvalho, ou Bragança Gil – Frederico George obteve uma prática pedagógica em que, intelectualizado o ensino do desenho, se deu a passagem para o enquadramento técnico. [...] Aos alunos eram propostos exercícios onde se operava a recuperação da base artesanal com o estudo e produção de objectos tradicionais, ligados à vertente do utilitarismo, em aulas cuja componente didáctica, fortemente oficial, era assegurada por Mestres e Professores, cabendo aos primeiros a transmissão do conhecimento das técnicas tradicionais de produção artesanal, incorporando deste modo o melhor do legado Arts and Crafts que transitou para o ensino da Bauhaus.¹⁶⁰

As experiências de ensino do design em Portugal realizadas em *ateliers* de arquitectos e de artistas plásticos constituíram também um importante modo de compensar a inexistência de cursos oficiais de design. De destacar, neste contexto, o “Curso de

¹⁵⁷ Guta Moura Guedes, Marco Sousa Santos citados em “A experimenta 99 foi...,” in *O Tempo do Design, Anuário 2000*, 138-145.

¹⁵⁸ M^a Helena Souto, *História do Design em Portugal I – Reflexões* (Lisboa: edições IADE, 2009), 73.

¹⁵⁹ Determinantes nesta visão de Frederico George foram os contactos estabelecidos com Mies van der Rohe e Walter Gropius no início dos anos 50.

¹⁶⁰ Souto, *História do Design*, 178-179.

Design Básico”, criado por Daciano da Costa e que funcionou no seu *atelier* entre 1962 e 1964. As suas experiências anteriores, enquanto colaborador no atelier de Frederico George ¹⁶¹ e a sua prévia actividade docente na Escola António Arroio, entre 1953-57, influenciaram a orientação incutida ao curso. Foram as primeiras etapas de um longo percurso que viria a construir no âmbito da pedagogia do design, para o qual contribuíram, decisivamente, a sua própria prática profissional e a pesquisa pedagógica efectuada enquanto docente. Relativamente a este último aspecto, foram determinantes as visitas realizadas a várias escolas no estrangeiro, em particular a efectuada, no final da década de 50, à *Hochschule für Gestaltung*, em Ulm, que lhe permitiu constatar as mudanças pedagógicas introduzidas por Tomás Maldonado, no sentido de «imprimir aos programas de estudo da escola um carácter mais técnico e científico conferindo-lhes simultaneamente, uma orientação linguístico-informativa em oposição à estético-formal que Max Bill (o anterior director, defensor da concepção da *gute form*), tinha defendido» ¹⁶². Sublinhe-se que tal alteração na orientação pedagógica não é alheia à situação gerada no pós-guerra e ao contributo de diferentes áreas da ciência/investigação para a explicação de aspectos que estavam também ligados à prática do design, o que veio aprofundar a sustentação teórica desta disciplina e realçar a necessidade do diálogo entre prática e teoria. Já no início da década de 60, Daciano da Costa contactou directamente com uma perspectiva diferente na abordagem ao ensino do design (e ao próprio design) aquando da visita à *École des Arts Appliqués à l'Industrie*, cujo responsável era Henri Viénot.

Em 1965, numa tentativa de colmatar a inexistência de oferta educativa estatal no campo do design e como resultado de uma crescente preocupação com uma decadência no ensino artístico (que, segundo Helena Souto, já atingira a Escola António Arroio ¹⁶³), é criado o “Curso de Formação Artística” na Sociedade Nacional de Belas Artes (SNBA), sob orientação de José-Augusto França (n. 1922) e Conceição Silva (1922-1982). Este curso pré-universitário desenvolvia-se por três anos, sendo o primeiro destinado a um curso preliminar (estudos básicos) e os seguintes à especialização em

¹⁶¹ «O atelier dele, à época, era uma espécie de atelier-escola, onde se juntava muita gente. Nessa altura o design foi surgindo no âmbito do trabalho para exposições: pavilhões, stands, etc. Aí se fizeram os primeiros grandes exercícios de Design.». Daciano Costa, “Depoimento,” *Cadernos de Design*, no. 2, 1992, 71.

¹⁶² Souto, *História do Design*, 80.

¹⁶³ *Ibid.*, 83.

artes gráficas e fotografia ou em design (equipamento e interior). Leccionavam o curso, entre outros, Daciano da Costa, Sena da Silva e Manuel Tainha (1922-2012).

Em 1969, António Quadros (1923-1993) cria o Instituto de Artes Visuais e Design (IADE), escola privada dedicada ao ensino específico do design (embora inicialmente tivesse aberto com um curso de decoração), que conta com a participação de figuras nacionais (Lima de Freitas, Eduardo Nery, entre outros) e estrangeiras (Gaetano Pecce; John David Bear, do Royal College of Art; Bruno Munari, da Scuola Politécnica di Design) na concretização de um caminho precursor ao nível do ensino do design em Portugal. Em 1973 é fundado o Centro de Arte e Comunicação Visual (AR.CO), que, segundo o Professor Manuel da Costa Cabral, «constituiu a resposta de um grupo de pessoas à necessidade, largamente sentida, de um local de formação capaz de articular, de modo rigoroso e coerente – mas também versátil e personalizado – o ensino, prática e divulgação de diferentes disciplinas no campo das artes visuais»¹⁶⁴.

Após estas “incursões particulares”, resultantes de necessidades sentidas pelo sector da sociedade civil mais próximo das “novas questões projectuais”, são instituídos, em 1975, os primeiros cursos de design, a nível superior e oficial, nas Escolas de Belas-Artes de Lisboa (Design de Comunicação e Design de Equipamento) e do Porto (Design Gráfico). A inclusão destes cursos numa Escola de Belas-Artes confere-lhes características próprias, uma vez que a esfera cultural inerente ao meio reforça a sua vertente artística e humanista, aspecto mais vincado nos anos iniciais. Com a integração no corpo docente da ESBAL de Jorge Pacheco e Salette Brandão, em 1976, opera-se uma reorientação na pedagogia do design no sentido de uma maior ênfase na sua relação com a indústria, reflexo da formação académica feita em Inglaterra.¹⁶⁵

Os finais dos anos 80 e inícios da década seguinte são caracterizados pela proliferação de cursos superiores de design¹⁶⁶, situação que acompanha a tendência verificada nas outras áreas de ensino e resultante, em parte, da abertura do ensino superior ao sector privado. De acordo com dados da Direcção Geral do Ensino Superior publicados em

¹⁶⁴“Dossier Escolas,” *Cadernos de Design*, no. 2, 1992, 35.

¹⁶⁵ Na Ravensbourne School of Art and Design.

¹⁶⁶ De que são exemplo: a ESAD/ESTGAD Caldas (1988); Universidade Lusíada, pólo de Famalicão (1988); ESAD Matosinhos (1989); ESAD, FRESS (1990).

2000, na década de 90 passou-se de 9 para 53 cursos superiores de design ¹⁶⁷. Tendo presente este panorama, e debruçando-se sobre a abordagem de ensino implementada em muitos destes novos cursos, Daciano da Costa comenta:

Num país carenciado e com um nível cultural como o nosso, e em face de uma indústria relativamente incipiente como a nossa, o designer pode ter funções muito mais variadas no sector produtivo, sem se limitar à realização de objectos. Não se pode pensar que os designers têm de ser formados à semelhança dos interesses imediatos da indústria, ignorando-se toda a complexidade da sociedade que nos envolve.

Há uma vaga de neo-positivismo, certamente decorrente deste neo-liberalismo actual, que conduz a um ensino tecnocrático e retira às estruturas curriculares dos cursos a componente humanista indispensável.

Este equívoco tem gerado modelos de ensino excessivamente pragmáticos, quando seria desejável que a formação de designers fosse muito mais ampla e o peso dos valores culturais e humanos fosse predominante. ¹⁶⁸

Preocupações semelhantes foram também expressas por Vitor Manaças:

[...] muita coisa mudou no final dos anos oitenta, não só no ensino, claro! Muitos cursos apareceram, de norte a sul do país, uns oficiais, outros não. Contudo, questionamo-nos, por um lado, se alguns deles corresponderão ao equacionar dos problemas particulares que se poem ao ensino desta disciplina, ao conceito de design que lhe está subjacente e se os currículos de muitos deles estarão a dar uma correcta resposta às verdadeiras necessidades do país. ¹⁶⁹

No início da década de 90 com a constituição da Faculdade de Belas-Artes de Lisboa ¹⁷⁰, resultante da integração da Escola de Belas-Artes de Lisboa na Universidade de Lisboa, as Licenciaturas em Design de Equipamento e Design de Comunicação aí ministradas tornam-se as primeiras licenciaturas em design integradas numa universidade. Contudo, a formação pós-graduada é iniciada em 1990 com um Mestrado em Design Industrial ¹⁷¹ da responsabilidade do Instituto de Design da Universidade do Porto, cujo corpo

¹⁶⁷ Esse crescimento foi mais significativo no sector particular e cooperativo (de 2 para 29), seguindo-se o politécnico (de 2 para 14 instituições), tendo o sector público registado um acréscimo relativamente pequeno (de 7 para 10). Cf. Jorge Alves, “Contributos para o estudo da prática do design industrial no contexto do desenvolvimento em Portugal,” vol.II (Tese de Doutoramento, FBAUL, 2003), 73-74.

¹⁶⁸ Daciano da Costa, “Depoimento,” 72.

¹⁶⁹ Manaças, “Percurso do design em Portugal,” 268.

¹⁷⁰ Instituída pelo Despacho n.º 93/ME/91 de 10 de Julho, com publicação em DR, 2.ª série, n.º 170, de 26 de Julho de 1991.

¹⁷¹ Para a concretização deste curso foram determinantes os financiamentos provenientes do programa 2 do PEDIP.

docente era constituído por professores de escolas nacionais e estrangeiras (Glasgow School of Art, Les Ateliers de Paris, University of Industrial Arts of Helsinki, Université de Montreal, Domus Academy de Milão). A criação deste mestrado constituiu o primeiro passo na edificação da formação pós-graduada que, através de produções teóricas capazes de analisar, sustentar e perspectivar os domínios da prática, tem permitido uma gradual articulação entre a actuação prática e o campo de conhecimento em design.

Ainda na mesma década dá-se início à Licenciatura em Arquitectura de Design (introduzida no ano lectivo 1992-93), da Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa, que adquire destaque neste contexto, dado o historial profissional e pedagógico do seu criador e coordenador, Daciano da Costa. Nas suas palavras «está agora em preparação uma intervenção de fundo no ensino do Design que, retomando a experiência destes 15 anos de germinação do ensino a que me referi [os 15 anos de ensino da disciplina de Desenho II que estruturou numa perspectiva de ensino do Design no âmbito da Arquitectura] vai promover licenciaturas em design e pós-graduações com nível de mestrado. [...]. As novas licenciaturas, embora no âmbito da Faculdade de Arquitectura, irão formar designers de equipamento, designers em arquitectura de interiores, designers de moda e designers de cena»¹⁷².

Contudo, as designações adoptadas – “arquitectura de design” e “arquitectura de moda” – indiciam um entendimento muito abrangente do conceito de arquitectura, revelando também uma afastamento relativamente às principais orientações seguidas quer nacional quer internacionalmente no que se refere ao ensino do design, as quais tendiam a reforçar a sua identidade autónoma (traduzida em designações como design de produto, design industrial...) aspecto que, sublinhe-se, não invalidada que a maioria dos cursos de design estivessem – e estejam – integrados em faculdades de arquitectura, de engenharia ou de belas-artes, o que também não é antagónico com uma orientação interdisciplinar que cada vez mais se vinha afirmando na prática profissional. “Arquitectura de design” deixava subjacente uma concepção de design que não o valorizava enquanto disciplina/actividade profissional autónoma, integrando-o no universo material directamente relacionado com a arquitectura, o que evidencia uma

¹⁷² Daciano da Costa, “Depoimento,” 72.

linha de sustentação vincadamente histórica. Com efeito, relativamente à perspectiva preconizada para o curso, responsáveis desta licenciatura defendiam: «Ensinar design significa participar no espaço arquitectónico com a concepção de produtos a montante da construção, produtos de grande expansão e grande complexidade funcional, onde predomine a função medianeira»¹⁷³. Contudo, os autores do Relatório de Avaliação Externa da Licenciatura em Arquitectura de Design da FAUTL (2005) referem: «Esta afirmação parece-nos ser contradita pela grande parte dos trabalhos dos alunos apresentados na Exposição, que se limitam a ser propostas, e interessantes na maioria dos casos, de projectos de design de produtos»¹⁷⁴. Deste modo, era salientado um certo desfasamento entre a perspectiva teórica que assistiu à criação do curso e a concretização prática do mesmo, aspecto que veio entretanto a ser modificado com a alteração da designação para Licenciatura em Design de Produto (mais recentemente substituída por uma Licenciatura em Design).

¹⁷³ *In* Resposta ao Relatório Preliminar da Subcomissão. Cf. Comissão de Avaliação Externa dos Cursos de Belas-Artes e Design, “Relatório de Avaliação Externa do Curso de Arquitectura de Design da FAUTL,” Julho de 2005, 7, http://www.fup.pt/old/docs/ca/rae_c2a5_utl.ad.pdf.

¹⁷⁴ Comissão de Avaliação dos Cursos de Belas-Artes e Design, “Relatório de Avaliação Externa,” 7.

Parte 2

O Concurso Jovem Designer em análise

2.1. Nota Introdutória

Procede-se nesta parte do estudo a uma análise do CJD sob quatro ângulos: *i)* enquadramento histórico dentro das iniciativas do ICEP; *ii)* explicitação e contextualização do seu modelo de concretização *iii)* aferição do seu valor recorrendo a testemunhos de alguns dos seus mais significativos intervenientes; *iv)* organização tipológica dos programas das dezasseis edições, a qual sustenta a selecção de programas analisados na terceira parte deste estudo.

2.2. Uma visão para o design dentro do ICEP

Na década de 30 iniciaram-se as primeiras iniciativas institucionais de promoção do país no estrangeiro, cabendo ao Secretariado de Propaganda Nacional¹⁷⁵ a definição de estratégias a aplicar. A orientação assentou na “política do espírito”¹⁷⁶ de António Ferro:

O desenvolvimento premeditado, consciente, da Arte e da Literatura é tão necessário, afinal, ao progresso de uma nação como o desenvolvimento das suas ciências, das suas obras públicas, da sua indústria, do seu comércio e da sua agricultura. [...] A Política do Espírito (Paul Valéry acaba de fazer uma conferência com o mesmo título) não é apenas necessária, se bem que indispensável em tal aspecto, ao prestígio exterior da nação: é também necessária ao seu prestígio interior, à sua razão de existir. Um povo que não vê, que não lê, que não ouve, que não vibra, que não sai da sua vida material, do Deve e Haver, torna-se um povo inútil e mal-humorado. A Beleza – desde a Beleza moral à Beleza plástica - deve constituir a ambição suprema dos homens e das raças. A literatura e a arte são os dois grandes órgãos dessa aspiração, dois órgãos que precisam de uma afinação constante, que contêm, nos seus tubos, a essência e a finalidade da Criação.¹⁷⁷

¹⁷⁵ Criado em 1933 e que teve como primeiro responsável António Ferro (1895-1956). Este organismo estava sob a tutela dos Ministérios das Finanças, Economia e Ultramar.

¹⁷⁶ Apresentada no artigo, com o mesmo nome, que escreveu para o Diário de Notícias em 1932.

¹⁷⁷ António Ferro citado em Fundação António Quadros, “Biografia de António Ferro 1932-1938,” http://www.fundacaoantonioquadros.pt/index.php?option=com_content&task=view&id=29&Itemid=59&limit=1&limitstart=4.

Neste desígnio foi relevante o papel desempenhado pelas “Casas de Portugal” (Paris 1931; Londres, 1932; Antuérpia, 1933; Nova Iorque, 1939) que funcionavam como delegações comerciais e que se revelaram determinantes para a presença de Portugal nas grandes exposições internacionais da década de 30¹⁷⁸. Depois da Segunda Guerra Mundial, tendo em conta as novas realidades resultantes, e reconhecendo as dificuldades e limitações do sector exportador – «a fraca diversificação dos produtos exportados, a concentração geográfica das exportações num reduzido número de países, a fraca estrutura do comércio exportador e a inexistência de estudos sobre mercados externos»¹⁷⁹ – foi criado o Fundo de Fomento à Exportação (FFE)¹⁸⁰, organismo especificamente dedicado à promoção das exportações.

Do nosso comércio externo exige-se no dia de hoje, um esforço decidido com vista a aumentar, por todos os meios, o volume das suas vendas. Em vez de esperar que surjam os compradores, tem de ir ao seu encontro para lhes vender os produtos portugueses, desenvolvendo nesse terreno a actividade que se torna indispensável. O acolhimento depende não só de uma propaganda bem orientada que torne conhecidos os nossos produtos, como da cuidadosa e diligente observação das tendências e preferências dos mercados exteriores, assim como da nossa capacidade de adaptação às suas exigências.¹⁸¹

A acção do FFE concretizou-se em duas vertentes, a interna, sob o lema “Saber Produzir” (que incluía um Serviço de Assistência Técnica à Exportação e um Serviço de Informação Comercial, que também era responsável pelos mostruários de produtos portugueses a apresentar aos comerciantes estrangeiros) e a vertente externa, “Saber Vender”. Os meios utilizados pelo serviço de publicidade geral para promover¹⁸² os produtos nacionais assentavam catálogos, filmes, anúncios em revistas e jornais, campanhas publicitárias e a participação em feiras internacionais, um dos mais valorizados meios de propaganda deste organismo. Nestas, o apoio concedido, em termos técnico e financeiros, concretizava-se na organização de um *stand* colectivo de Portugal e das suas empresas. O recurso aos mais conceituados arquitectos e artistas nacionais para a concepção e decoração destes pavilhões foi uma estratégia recorrente,

¹⁷⁸ Particularmente na Exposição Internacional de Paris (1937) e Exposição Mundial de Nova Iorque (1939).

¹⁷⁹ Marie-Thérèse Newbery, *ICEP, 50 anos* (s.l.: ICEP, 2000), 62.

¹⁸⁰ Instituído pelo Decreto-Lei nº 37 538 de 2 de Setembro de 1949.

¹⁸¹ *Ibid.*, 1.

¹⁸² Inicialmente o termo usado era propaganda, só mais tarde se designaria promoção ou marketing.

que se iniciou nos anos 50, e de que é exemplo a primeira grande participação organizada pelo FFE, na Feira Internacional de Lausanne ¹⁸³ (1957), cujo pavilhão foi concebido por F. Conceição Silva, A. Sena da Silva e J. Santa-Rita (1928-2001).

Na década de 70 destacam-se algumas iniciativas reveladoras de uma incursão mais orientada para a relação entre o design e a indústria. Em 1973, em colaboração com o Banco de Fomento Nacional e o INII, o FFE promove os primeiros concursos de design para mobiliário em madeira, vidros, cutelaria, tecidos de decoração, cerâmica doméstica e decorativa, e papel de embalagem. Quatro anos mais tarde, por ocasião do primeiro Salão de Mobiliário e Decoração – Intercasa – lançou um concurso de peças, contando com a participação da ESBAL, da SNBA e da Associação Portuguesa de Designers (APD). Na vertente da formação, saliente-se a atribuição de bolsas de estudo no sector de vestuário e dos têxteis, nomeadamente para a St. Martin School of Art de Londres. No quadro de iniciativas de interesse sobretudo formativo para o design nacional, destaca-se ainda o papel do FFE que possibilitou a realização da reunião anual da Design & Industries Association (DIA) ¹⁸⁴ em Portugal no ano de 1972. ¹⁸⁵

Em 1982, o FFE é extinto e é criado o ICEP ¹⁸⁶, sob a tutela do Ministério da Indústria, Energia e Exportação, articulando-se com o Ministério dos Negócios Estrangeiros e com a Secretaria de Estado do Turismo. As alterações nos campos sociais, político e económico em Portugal e no exterior, e que geraram as mudanças na tutela, implicaram pequenas adaptações na acção deste organismo ao longo dos anos. Contudo, o grande desígnio da instituição não se alterou: a promoção, no exterior, de bens e serviços nacionais e da imagem de Portugal.

É sobretudo a partir de 1985 que as iniciativas empreendidas na área do design reflectem o início de uma política continuada de design que inclui acções de: i) divulgação, onde se destacam os artigos mensais sobre design publicados na revista

¹⁸³ Na qual Portugal foi o país convidado.

¹⁸⁴ Organização fundada em Londres em 1915 por designers, empresários e industriais, e cujo slogan “Nothing Need be Ugly” mudou o modo como os produtos foram concebidos e percebidos pelo público. Cf. DIA, “Design & Industries Association,” <http://www.dia.org.uk/>.

¹⁸⁵ «O apaixonado texto da autoria de António Sena da Silva [...] sobre a necessidade de haver no seu país uma nova visão oficial, dinheiro fresco e convicção no desempenho do governo acordou até os mais condescendentes – um discurso ousado por um homem valente que mostrou aos delegados que os ideais não são apenas semântica para convertidos». “Pedlerism in Lisbon,” *Design Journal*, no. 289, 1973, 35, <http://vads.ac.uk/diad/article.php?title=89&year=3&article=d.289.35>. [T. L.].

¹⁸⁶ Instituído pelo Decreto-Lei 115/82 de 14 de Abril.

Exportar ¹⁸⁷; ii) sensibilização, de que é exemplo um trabalho de racionalização dimensional concretizado na concepção de uma embalagem para a cerâmica - projecto do designer finlandês Leo Nicklander; iii) formação, cuja acção de maior destaque foi o Concurso Jovem Designer; iv) promoção, através de exposições, sendo de realçar as realizadas no âmbito do CJD e, a partir de 1987 as exposições “de prestígio” ¹⁸⁸, que mostram sobretudo o design de autor e de que é exemplo a Exposição “Tradição e Actualidade” ¹⁸⁹. A partir de 1995, o ICEP passa a realizar exposições só de design destacando-se as integradas na “Primavera del Disseny” ¹⁹⁰, em Barcelona; a “Design aus Portugal – eine Antologie” ¹⁹¹, realizada em 1997 em Frankfurt e a Exposição “Design Português – Um compromisso com a Indústria,” realizada em Madrid, em 2000.

O CJD emerge assim como uma iniciativa com dois objectivos estratégicos - a formação dos estudantes de design e a promoção do “design português” em Portugal e no estrangeiro. Esta iniciativa surge integrada num programa de promoção do design, particularmente assente na sua relação com a indústria, que o ICEP implementa em 1985, após a integração da designer Madalena Figueiredo ¹⁹² (1944-2012) como responsável pelo Núcleo de Design para a Cerâmica.¹⁹³

Madalena Figueiredo realizou um trabalho inicial em colaboração com David Sherlock – conselheiro solicitado pelo ICEP ao Centro de Comércio Internacional ¹⁹⁴ – com o intuito de constatar “*in loco*” a realidade industrial nacional. Confrontados com o caso particular do sector cerâmico, que na altura se queixava da falta de preparação dos

¹⁸⁷ Publicada entre Abril de 1983 e Dezembro de 1998, sucedendo ao boletim Fundexport, criado 22 anos antes.

¹⁸⁸ Assim denominadas por Madalena Figueiredo em “O design no ICEP” [documento não publicado].

¹⁸⁹ S. Paulo (1987); Bruxelas (1991); Washington (1993).

¹⁹⁰ Em 1995 (Design Português em Movimento), 1997 e 1999 (Experimentáveis ou Experimentais); esta última, em colaboração com a Experimentadesign 99.

¹⁹¹ Realizada no ano em que Portugal era o país-tema da Feira do Livro de Frankfurt, tirando partido da visibilidade daí decorrente e, simultaneamente, acrescentando outra dimensão à presença portuguesa nesse evento.

¹⁹² Que até então trabalhava como designer gráfica na Direcção-Geral do Turismo.

¹⁹³ Por vezes apenas designado como Núcleo de Design. Contudo, como a sua acção inicial se centrou no sector da cerâmica, esta foi a denominação oficial adoptada. A designer Madalena Figueiredo foi responsável por este núcleo até se aposentar, em 2010.

¹⁹⁴ Ou ITC (International Trade Centre) criado em 1964, com mandato conjunto da Organização Mundial de Comércio e das Nações Unidas. «A missão do ITC é contribuir para o sucesso das pequenas empresas exportadoras nos países em desenvolvimento e em economias de transição, disponibilizando, com o apoio de parceiros, soluções sustentáveis e inclusivas ao sector privado, instituições de apoio ao comércio e agentes políticos». [T.L]. International Trade Centre, “Mission, Objectives,” <http://www.intracen.org/about/mission-and-objectives/>.

designers portugueses, e tirando partido do estabelecimento do Centro de Formação Profissional para a Indústria da Cerâmica (Cencal, a funcionar a partir de 1985), David Sherlock sugeriu a realização de um concurso que ajudasse a colmatar esta lacuna. Este retrato do sector cerâmico é corroborado por Mira Amaral que relativamente à situação que encontrou quando iniciou a tutela do Ministério da Indústria e Energia em 1987 afirma: «Apercebi-me em dois sectores – era por demais evidente – que as necessidades do design eram cruciais: o sector do mobiliário e o sector da cerâmica. Porquê? Porque no fundo vendiam produtos ligados ao lar em que a qualidade tecnológica até já era boa mas muitas vezes aquilo eram uns “mamarrachos” sem design»¹⁹⁵.

Na base deste panorama não podem ser ignorados alguns aspectos, como o facto de muitos industriais portugueses, partilhando e estando conscientes da valorização dada pelos portugueses aos produtos estrangeiros – por vezes pela simples razão de serem estrangeiros – preferirem pagar “royalties” a estrangeiros ou copiar produtos, em vez de investirem no design português¹⁹⁶. Este entendimento era igualmente partilhado por David Sherlock:

É uma pena que a produção cerâmica portuguesa, na razão directa da sua dependência de designers estrangeiros, se esteja cada vez mais a parecer com o que se faz no exterior. E isto é, não só de lamentar, como também extremamente perigoso, particularmente com a adesão de Portugal à CEE, onde suponho que as produções das empresas de cerâmica já são todas muito parecidas.¹⁹⁷

David Sherlock salientava ainda as mudanças verificadas no sector cerâmico, sobretudo desde 1970, evidenciando o facto de as maiores companhias internacionais (cita a Rosenthal) terem reduzido a sua dependência em mão-de-obra especializada – não tendo muitas delas especialistas de pintura à mão ou modelistas – e seguido pela via do capital-intensivo. Nesse sentido, agregaram pequenas empresas, manufacturando assim, em vários locais onde a mão-de-obra era mais barata. Em resultado, acrescentava, apenas algumas empresas passaram a dominar o mercado mundial¹⁹⁸. Esta

¹⁹⁵ Mira Amaral, entrevista da autora, Banco BIC, 12 de Outubro de 2011.

¹⁹⁶ Cf. Madalena Figueiredo in “Cerâmica Decorativa: o design na base da mudança,” *Exportar*, no. 20, Fevereiro, 1985, 24.

¹⁹⁷ David Sherlock in “Cerâmica Decorativa: nove meses de um programa de design,” *Exportar*, no. 27, Outubro, 1985, 15.

¹⁹⁸ *Ibid.*

contextualização, acrescida do facto do tecido industrial português assentar em empresas de pequena e média dimensão, levaram-no a alertar para a necessidade de Portugal encontrar segmentos de mercado adequados às especificidades da indústria nacional, de modo a valorizar as suas diferenças. Assim, considerava essencial manter a mão-de-obra especializada, desenvolver um design «individualizado e forte»¹⁹⁹ e praticar um «marketing apurado»²⁰⁰. Também Mira Amaral continua, hoje, a reforçar este entendimento, afirmando: «*não nos safamos com produções massificadas para mercados externos, a gente tem que escolher nichos de mercado de grande qualidade em que tenhamos alguma vantagem em relação aos outros produtores. O espectro cultural é importante nesse esforço de diferenciação em relação aos outros produtos*»²⁰¹.

Como salientava Madalena Figueiredo, a indústria começava então a estar sensibilizada para os problemas gerados pelas orientações até aí seguidas e pelos desafios que se aproximavam. Contudo, nessa altura a acção dos designers era, efectivamente, pontual e pequena. A designer sublinhava ainda o factor histórico que poderia, em parte, justificar também esta situação, referindo que, por exemplo, a Inglaterra começara há mais de um século um percurso semelhante quando W. Morris alertou para o facto da Revolução Industrial estar a empobrecer os produtos. Em Portugal apenas as elites começaram a ser sensibilizadas para problemas semelhantes por volta dos anos 60.²⁰²

Para além da particular da situação da indústria cerâmica, David Sherlock e Madalena Figueiredo estavam conscientes da situação do ensino do design em Portugal onde «os alunos [...] lutam com a falta de equipamento, pelo que aprendem basicamente o Design do ponto de vista teórico»²⁰³. Inicialmente apenas dirigido a este sector, gradualmente o CJD foi abrangendo outras tecnologias²⁰⁴.

2.3. Instrumentos e critérios utilizados na caracterização do Concurso

Para caracterizar e analisar a relevância do CJD, atendendo às evoluções temporais do mesmo, recorreu-se a entrevistas aos protagonistas que acompanharam a iniciativa de

¹⁹⁹ Ibid., 17.

²⁰⁰ Ibid.

²⁰¹ M. Amaral, entrevista.

²⁰² Figueiredo in “Cerâmica,” 24.

²⁰³ Sherlock in “Cerâmica,” 17.

²⁰⁴ Veja-se o quadro dos intervenientes em cada edição do CJD [anexo 3.5.].

modo mais sistemático, processo que permitiu simultaneamente a recolha de informação não existente em documentação e que, dadas as diferentes experiências e sensibilidades dos entrevistados, permitiu obter uma leitura abrangente do Concurso. Assim, foram recolhidos os testemunhos da designer Madalena Figueiredo, à época Directora do Gabinete de Design do ICEP, responsável pela criação e implementação do Concurso (anexo 2.3.); do Professor Jorge Alves que acompanhou o desenvolvimento de quase todas as edições do Concurso enquanto Professor da ESBAL/FBAUL (anexo 2.4.); do Professor Raul Cunha, cuja visão do CJD comporta a dimensão de participante e de júri (anexo 2.5.); do Professor Marco Sousa Santos que, embora não tendo tido um envolvimento directo no Concurso, tem um percurso profissional, que inclui a participação e organização de diversas iniciativas de promoção do design, que lhe permite observar e enquadrar esta iniciativa de um modo particular (anexo 2.7.); da Professora Salette Brandão, grande dinamizadora da iniciativa enquanto docente na ESBAL/FBAUL (anexo 2.6.); do Professor Paulo Parra, que acompanhou a iniciativa enquanto aluno e, posteriormente, como docente na ESAD de Matosinhos e na FBAUL. Dado o seu conhecimento e posicionamento perante o design industrial nacional explorou-se igualmente nesta entrevista uma visão “interna” do design em Portugal, de modo a complementar as perspectivas apresentadas pelos historiadores do design, geralmente oriundos da esfera da arquitectura ou da história (anexo 2.2.).

O facto de esta recolha de testemunhos a docentes se restringir a professores e ex-professores da ESBAL/FBAUL deve-se à circunstância desta ter sido a única instituição de ensino que participou em todas as edições CJD, inferindo-se que estes protagonistas reúnam condições mais adequadas para a proporcionar uma visão abrangente do desenvolvimento do mesmo. Contudo, dois dos professores auscultados têm a experiência do CJD em outras instituições de ensino e o modo como o Concurso foi aí percebido foi também afluído nas respectivas entrevistas.

As entrevistas foram estruturadas tendo em conta o envolvimento de cada um dos entrevistados no âmbito do CJD. Foram respeitadas as suas sugestões quanto ao modo de concretização das mesmas, considerando-se que tal não inviabilizaria a recolha de informação pretendida. Assim, a entrevista a Raul Cunha, a seu pedido, assentou no formato de entrevista aberta. O entrevistado relatou a sua experiência do Concurso e,

pontualmente, foram colocadas questões com vista à recolha de opiniões relativas a determinadas hipóteses levantadas ao longo deste estudo. A entrevista a Marco Sousa Santos, também por sua solicitação, foi respondida por via escrita.

Quanto à construção da perspectiva do CJD pelos estudantes, optou-se pela aplicação de um inquérito por questionário (anexo 3.1.) por ser um instrumento que pode ser aplicado à distância, sem necessidade de presença do investigador, o que, dada a natureza das questões colocadas, foi considerado como o caminho mais adequado aos objectivos visados e às condicionantes de tempo da investigação. Pretendia-se com este questionário a recolha de opiniões por parte de ex-estudantes, não se ambicionando fazer uma análise estatística de carácter representativo. A amostra ²⁰⁵, constituída por dezasseis ex-estudantes, foi seleccionada com base os seguintes critérios: *i*) ter sido vencedor do CJD (visto serem os únicos estudantes que participaram em todas as etapas do concurso); *ii*) estar presentemente, ou ter estado no passado, a exercer profissionalmente a actividade de designer, tendo sido dada prioridade aos profissionais que mais se tenham evidenciado neste domínio. Uma das condicionantes a uma efectiva concretização do último critério prendeu-se com o facto de nem sempre ter sido obtida resposta aos questionários enviados como primeira e até como segunda opção.

Tendo a noção que alguns aspectos podiam prematuramente implicar uma receptividade negativa aos inquéritos, foi dada especial atenção à apresentação geral, à explicitação dos objectivos e ao número de questões. A formulação das perguntas pretendeu ser breve e clara, tendo-se privilegiado a hipótese de resposta fechada, em forma de escolha múltipla, dada a natureza objectiva dos aspectos a investigar. Apenas a questão 7.1. foi de resposta aberta, uma vez que se pretendia ilustrar o pensamento subjacente às propostas apresentadas pelos estudantes e verificar o modo como estes materializaram nas suas propostas os conteúdos apresentados pelos designers convidados. Visava-se complementar a análise das seis edições cujos programas foram analisados de modo mais aprofundado na terceira parte deste estudo. Tendo consciência do impacto da

²⁰⁵ A amostra final obtida [anexo 3.2.] não permitiu ter representantes de todas as instituições nacionais de ensino participantes. Contudo, sublinhe-se que os objectivos estabelecidos não pressupunham que a mesma fosse representativa desse universo global, dado que tal aspecto não iria condicionar a avaliação do CJD pretendida, nem tão pouco se pretendia uma análise comparativa de respostas por instituição de ensino.

perspectiva temporal e das condicionantes de memória que tal exercício implicava, decidiu-se, contudo, que se este pudesse ser concretizado seria um interessante contributo para o estudo. A pergunta 1 do questionário tinha como objectivo hierarquizar os três domínios proporcionados pelo CJD que se consideraram ser os mais importantes do ponto de vista da aprendizagem: formação pedagógico-científica; conhecimento da realidade industrial; actualização de perspectivas relativamente a aspectos da cultura do design abordados pelos designers convidados. As questões 2, 3 e 4 centraram-se na importância desta iniciativa enquanto exercício de prática de projecto. A questão 5 pretendia determinar a valorização de cada etapa da estrutura do CJD. A pergunta 6 visava aferir o impacto desta iniciativa no posterior percurso profissional de cada inquirido. As perguntas 7 e 8 centraram-se na importância dos conteúdos abordados pelos designers convidados e no modo como estes terão sido incorporados nas propostas apresentadas pelos estudantes. A questão 9 tinha o objectivo de constatar se as diferentes orientações resultantes das diversas tipologias de programas propostos pelos designers se concretizaram em projectos com ênfases distintos relativamente a aspectos técnicos, de uso, estéticos e semânticos.

Foram elaborados dois registos das respostas ao questionário: um global que as regista por ano de edição (anexo 3.3.), e que permite uma leitura de resultados que espelha a valorização dada, em cada edição, aos vários aspectos analisados; outro, que regista as respostas pergunta a pergunta, e que se apresenta no ponto 2.5 deste trabalho.

2.4. O Concurso: objectivos e modelo

O CJD (1986-2002) ²⁰⁶ esteve, desde a primeira edição, aberto a todas as instituições de ensino superior com cursos de design. A sua estrutura, que ficou solidamente definida na segunda edição, comportava as seguintes etapas: apresentação de um programa aos alunos por um designer convidado; desenvolvimento de projectos no âmbito das aulas de projecto; apresentação dos projectos ao júri e selecção dos finalistas; realização dos protótipos pelos finalistas em centros de formação ou fábricas (geralmente em Agosto e

²⁰⁶ Em 1999 o Concurso não se realizou por questões financeiras e porque o ICEP apoiou a realização da Experimentadesign (na qual foi realizada uma exposição acerca do passado e do futuro do CJD. Veja-se entrevista a Marco Sousa Santos).

Setembro, durante cerca de 6 semanas); exposição dos protótipos e atribuição dos prémios (no início do ano lectivo seguinte); exposição dos protótipos vencedores em exposições ou feiras nacionais (fig. 5) e internacionais (no país onde o designer convidado centrava sua actividade profissional, geralmente o seu país de origem – figs. 2, 3 e 4).



Figs. 2 e 3
Exposição de Protótipos do CJD'90.
Triennale di Milano (1991).



Fig. 4
Exposição de protótipos do CJD'93.
International Gardening Spring Fair (Londres, 1994).



Fig. 5
Exposição de Protótipos CJD'01.
SNBA (2002).

O júri era composto por um representante de cada entidade envolvida, por dois professores de cada escola participante e presidido pelo designer convidado pelo ICEP. A selecção dos designers era feita com base nos mercados indicados pelo ICEP, dando-

se primazia aos países em que o design tinha maior expressão. Após a primeira edição, em que foi convidada uma decoradora – Isabel Tapia – D. Sherlock sugeriu para representante do mercado inglês, James Kirkwood. Este, por seu turno indicou o nome de Ambrogio Pozzi, e, de certo modo, esta estratégia informal persistiu ao longo das diferentes edições. Apenas no caso dos mercados espanhol e austríaco os designers foram escolhidos pelas delegações do ICEP. Relativamente aos designers que participaram em mais do que uma edição, tal aconteceu devido a falta de tempo para estabelecer contactos. Consequentemente eram convidados designers cujas contribuições anteriores tivessem sido consideradas muito positivas. Por outro lado, uma das prioridades era convidar designers que fossem, simultaneamente, professores. Dos 13 designers convidados, 6 leccionavam, como professores ou como professores convidados, em faculdades/escolas, sendo em alguns casos directores de departamentos nessas instituições. Participaram no Concurso os seguintes designers: Isabel Tapia; James Kirkwood; Mariane Stockholm; Lorenzo Porcelli; Ambrogio Pozzi; Tassilo von Grolman; Peter Wheeler; Tapio Yli-Viikari; Isao Hosoe; Ingegerd Råman; Jorge Pensi; Ron Arad; Dietmar Valentinitzsch.²⁰⁷

Na ligação das duas esferas – ensino e indústria – foi determinante o papel desempenhado pelos centros de formação profissional das várias tecnologias que, ao longo da década de 80, foram constituídos em resultado da política de renovação da indústria nacional²⁰⁸. Neste contexto deverá realçar-se a acção do Cencal, cujo empenho na valorização do design foi visível desde a primeira edição.²⁰⁹ Este formato de Concurso facultava aos estudantes o acompanhamento e intervenção activa na construção dos protótipos em ambiente industrial. Por outro lado, ao contactarem com novas ideias e ao se familiarizarem com o mundo do design, os centros de formação também se actualizavam e desenvolviam competências técnicas em virtude de solicitações menos convencionais dos projectos de alguns estudantes. Como consequência da implementação deste modelo, os intercâmbios estabelecidos não se restringiram aos aspectos tecnológicos. Com efeito, outros aspectos fundamentais da

²⁰⁷ Veja-se uma breve biografia de cada designer [anexo 3.4.].

²⁰⁸ Cencal, Citex e Civec e criados em 1981; Cindor em 1984; Cenfim e CFPIMM em 1985; Cevalor em 1986 e CENTIMFE em 1991 (As datas de início de funcionamento são posteriores).

²⁰⁹ Este compromisso do Cencal com o design levou a que o próprio centro criasse em 1988 um Curso de Cerâmica para Designers, que contou, a partir de 1992, com a colaboração do Professor Jorge Pacheco, então docente na ESAD das Caldas da Rainha.

realidade industrial foram-se interiorizando no pensamento de design dos estudantes e, por outro lado, uma ideia mais concreta das potencialidades e objectivos do design foi sendo construída junto de esferas industriais.

A divulgação do Concurso nos “media” em Portugal, fez-se sempre na altura da exposição de atribuição de prémios (nos primeiros anos na Ceramex ou na ESBAL, depois geralmente na SNBA), em certos programas de rádio, no programa televisivo “Acontece” e em revistas dedicadas à arquitectura, design e decoração (por ex. revista Dimensão, Cadernos de Design). Contudo, Madalena Figueiredo salientava o facto de em Portugal os meios de comunicação não serem muito pródigos relativamente a notícias sobre design. Por esta razão em 1995, último ano em que foi elaborado um plano conjunto com o CPD, propôs-se um *lobby* para a imprensa, que, no entanto, nunca chegou a ser implementado ²¹⁰. Ao longo dos anos, o maior número de escolas participantes e o destaque que o concurso foi alcançando, permitiram uma maior divulgação da exposição de protótipos em Portugal, a qual também se concretizou em termos geográficos. Ainda nesta esfera será de destacar o facto de o Goethe-Institut de Lisboa e da Embaixada da Suécia em Lisboa se terem associado a esta iniciativa quando os países que representam foram os mercados seleccionados, revelando, deste modo, o seu interesse em intercâmbios culturais, e sublinhando a importância conferida ao design nesse âmbito. Internacionalmente a divulgação da exposição do CJD era feita sobretudo através do envio de convites para instituições locais ligadas ao mundo do ensino e da indústria, o que possibilitava simultaneamente um intercâmbio de experiências, particularmente concretizado na visita a escolas/faculdades. A título de exemplo pode referir-se o convite para a participação dos estudantes em três workshops, em duas escolas de Tóquio e numa de Kyoto.

Com o intuito de possibilitar uma visão global dos intervenientes envolvidos ao longo das diferentes edições, foi elaborado um quadro-global do CJD (anexo 3.5.) que referencia os mercados e designers seleccionados; as instituições académicas; os centros de formação (e as tecnologias envolvidas); as empresas; os locais onde se realizaram as exposições de protótipos; o número de alunos que participou em estágios e o número de

²¹⁰ Madalena Figueiredo, Informação nº 1146 para o Director, Engº Gaeiras, ICEP, 03-07-2003 [documento não publicado; disponível no arquivo da biblioteca da FBAUL].

alunos distinguido com primeiros prémios. O quadro-resumo (anexo 3.6.) apresenta o somatório dos diferentes aspectos expostos no quadro anteriormente referido.

2.5. O Concurso: a perspectiva de professores e de estudantes

Foi muito mais do que mera competição. Foi sobretudo a oportunidade dos jovens alunos de design estabelecerem contacto com o mundo e a cultura industriais e de acompanharem os seus designs ao longo da dura prova de execução de protótipos. Foi a oportunidade de contacto e intercâmbio com outras culturas e pontos de vista, nas pessoas dos designers convidados, e ainda a oportunidade de, pelo menos os premiados, irem “arejar as ideias” por essa Europa e América.²¹¹

A opinião de Jorge Pacheco ²¹², partilhada pelos restantes professores entrevistados, permite identificar as duas principais frentes de contributos proporcionadas pelo concurso aos estudantes: a formação tecnológica e o intercâmbio cultural. As respostas destes à questão 1 do questionário apontam também nesse sentido:

1. Que importância atribui a cada um dos seguintes aspectos proporcionados pelo Concurso (utilize a escala de 1 a 5):	1	2	3	4	5	nr	Média
	Frequência						
a) Contribuição para a formação pedagógico-científica.	0	1	4	5	5	1	3,9
b) Contribuição para um melhor conhecimento da realidade industrial nacional.	0	2	3	8	2	1	3,7
c) Actualização de perspectivas relativamente a determinados conceitos inerentes à cultura do design apresentados pelos designers convidados.	0	1	3	7	4	1	3,9

Quadro 1: questão 1 do questionário e resultados.

Legenda para os quadros 1 a 9:

- Escala de 1 a 5: 1 refere-se a *o menos/pouco* e 5 indica *o mais/muito*.
- n.r. : não respondeu.

²¹¹ Jorge Pacheco in *Concurso Jovem Designer 92 – Mercado Hotelaria* [org. ICEP], catálogo (s. l.: ICEP, s.d.), 38.

²¹² Professor na ESBAL entre 1976 e 1990.

Relativamente ao primeiro aspecto enunciado – a formação tecnológica, do ponto de vista prático – temos que enquadrá-lo dentro da realidade de ensino da ESBAL. Jorge Pacheco sublinhava a possibilidade do contacto directo com materiais e tecnologias por parte dos estudantes, dado que «a sua formação na escola continua a ser deficiente no campo da tecnologia»²¹³. Tendo tido uma formação em que a componente de experimentação prática em oficinas fazia parte do processo de trabalho em design, Jorge Pacheco não poderia ficar indiferente a esta lacuna no ensino da ESBAL. Partilhando desta perspectiva, Jorge Alves afirma: «O estágio organizado pelo CENFIM permitiu aos [...] participantes no concurso, uma experiência única de usufruir de meios tecnológicos e humanos – alguns inexplicavelmente inexistentes na escola – facultando-lhes um contacto directo e efectivo com as matérias, materiais e meios profissionais»²¹⁴. Os comentários registados pelos alunos no catálogo da edição de 1991 expõem também a relevância atribuída a esta possibilidade concreta de complemento à formação: «A realização de protótipos é a consequência lógica numa metodologia projectual, não um privilégio. Iniciativas como estas visam não só repor essa lógica como alcançar algo para além do mero academismo [...]»²¹⁵. Evidência deste aspecto está também patente nas respostas às perguntas 3 e 5 do questionário aos alunos:

²¹³ Jorge Pacheco in *Concurso Jovem Designer 90 – Prémio Mercado Italiano*, [org. ICEP], catálogo (s.l.: ICEP, s.d.), s.p.

²¹⁴ Jorge Alves in *Concurso Jovem Designer 90 – Prémio Mercado Italiano*, s.p.

²¹⁵ Pedro Correia da Silva in *Concurso Jovem Designer 91 – Mercado Alemão*, [org. ICEP], catálogo (s.l.: ICEP, s.d.), s.p.

3. Se respondeu “mais eficaz” na questão anterior ²¹⁶ , quais os aspectos que mais terão contribuído para que tal se verificasse (utilize a escala de 1 a 5):	1	2	3	4	5	nr	Média
	Frequência						
a) O facto de ser um exercício proposto no âmbito de um concurso, e, como tal, mais motivador.	0	4	3	4	3	0	3,4
b) A possibilidade de construir os protótipos relativos ao projecto concebido.	0	0	0	6	8	0	4,6
b) A possibilidade de apresentar as ideias a um “expert”.	0	0	3	8	3	0	4,0
Outro(s). Qual/ quais:							
<i>A possibilidade de entrosamento em contexto real com aspectos de ordem tecnológica/ produtiva.</i>					1		
<i>A experiência da prática da realização de um protótipo.</i>					1		
<i>Maior discussão dos projetos com os outros concorrentes/ troca de ideias.</i>				1			
<i>Maior envolvimento com os projectos.</i>				1			
<i>Maior competitividade.</i>				1			
<i>O Contacto com o tecido industrial e com a cultura de projecto fora do âmbito académico.</i>			1				
<i>A possibilidade de um estágio ao nível profissional numa área tecnológica específica aquando da produção do protótipo.</i>					1		

Quadro 2: questão 3 do questionário e resultados.

²¹⁶ Questão 2 - Para além de um concurso, esta iniciativa constituiu simultaneamente um exercício pedagógico. Relativamente aos outros exercícios propostos ao longo da sua formação universitária/superior, no âmbito da prática de projecto, como classificaria o exercício apresentado pelo Concurso jovem Designer? [veja-se o quadro 5 na pág. 65].

5. Que valorização atribui às diferentes etapas do Concurso do ponto de vista da sua importância para a aprendizagem dos alunos (utilize a escala de 1 a 5):	1	2	3	4	5	nr	Média
	Frequência						
a) Apresentação do <i>briefing</i> pelo designer convidado.	1	1	3	7	3	1	3,7
b) Desenvolvimento do projecto.	1	1	3	7	3	1	3,7
c) Visitas a fábricas e centros de formação.	3	0	3	4	5	1	3,5
d) Apresentação do projecto por parte dos alunos.	1	1	3	3	6	2	3,9
e) Estágio.	0	0	0	1	14	1	4,9
f) Contacto com vários aspectos da cultura do design proporcionados pelas visitas realizadas no âmbito do prémio atribuído.	0	0	1	4	10	1	4,6

Quadro 3: questão 5 do questionário e resultados.

Ainda dentro deste universo que destaca a importância do concurso no colmatar de uma lacuna no ensino facultado pela escola (ESBAL), Raul Cunca sublinha que os professores se sentiriam inoperantes no sentido de não conseguirem proporcionar aos estudantes um ensino mais próximo da realidade do design. Neste contexto, realçou, por outro lado, a importância do concurso ao permitir que os alunos adquirissem conhecimentos afectos ao contexto industrial, para além das questões tecnológicas, mencionando o curso de marketing, de uma semana, proporcionado pelo ICEP aos participantes da primeira edição. Aliás, na sua perspectiva, o que distingue o ensino da FBAUL relativamente a outras unidades orgânicas de ensino do design em outras instituições, é este aspecto de uma formação muito ligada à realidade profissional, o qual, salienta, se construiu em parte sobre o contributo deste concurso.²¹⁷

O complemento tecnológico à formação dos alunos era também proporcionado através de acções de concretização menos sistemática. Jorge Alves realçou que professores e formadores dos centros de formação faziam palestras, tendo destacado uma realizada na Marinha Grande, no primeiro ano em que o concurso passou a incluir a tecnologia dos

²¹⁷ Raul Cunca, entrevista da autora, FBAUL, 19 de Julho de 2011.

plásticos (1989), sobre a estrutura molecular no processo de injeção dos plásticos. Jorge Alves e Raul Cunca salientam ainda a importância das visitas a fábricas, as quais, contudo, não se realizaram de modo regular ao longo das diferentes edições, o que explicará uma certa disparidade de opiniões relativamente a este aspecto (veja-se quadro 3).

O segundo aspecto focado por Jorge Pacheco – intercâmbio cultural – adquire contornos particularmente evidentes numa época em que a abertura do país se ia concretizando nas suas diversas dimensões. O CJD constituiu para a esfera do ensino do design uma iniciativa que permitiu alargar horizontes²¹⁸, manifestando-se esta vertente sobretudo em duas fases do concurso. Numa etapa inicial – apresentação do programa – atingindo um maior universo de estudantes. Como sublinha Raul Cunca: «Vinha um designer desse mercado falar sobre esse mercado e isso era um exercício interessante do ponto de vista projectual mas também do conhecimento de novas culturas e de aculturações porque desenhar para a Suécia implica conhecer o que são os suecos...e essa ginástica era um exercício interessante do ponto de vista da cultura material e também da antropologia»²¹⁹. Ao incentivarem os estudantes a pesquisar e procurar inspiração em diferentes áreas do património cultural nacional e internacional e transporem-nas para as suas propostas, vários designers convidados acentuavam esta vertente. O intercâmbio cultural era também visível na última fase do Concurso – viagem ao estrangeiro proporcionada aos vencedores – a qual, na opinião dos estudantes, permitiu um efectivo e importante contacto com vários aspectos da cultura do design (veja-se a resposta à questão 5, quadro 3), tendo sido, a par do estágio, a fase do CJD mais valorizada por estes quanto à sua importância para a aprendizagem enquanto estudantes de design. Com efeito, a possibilidade de visitar museus, ateliers, exposições, feiras industriais, ateliers, etc. proporcionavam um enriquecimento cultural importante para futuras práticas projectuais. Neste contexto, Jorge Alves e Salette Brandão salientam, em particular, a importância da visita a várias escolas/faculdades²²⁰, com lugar de destaque no ensino do design, que permitiram visualizar *in loco* outros modos e outros meios de concretização do ensino, o que para profissionais de um país onde o ensino oficial desta disciplina ainda era recente (sobretudo nas primeiras edições do concurso) proporcionou

²¹⁸ O CJD funcionou «como uma janela de ligação ao exterior». Cunca, entrevista.

²¹⁹ Ibid.

²²⁰ Por exemplo o Royal College of Art; Ravensbourne College of Design; Pratt Institute; Parsons School.

uma importante fonte de informação e, sem dúvida, o reforço de algumas perspectivas, como a importância da experimentação em oficina no ensino do design.

Do ponto de vista do CJD enquanto exercício pedagógico, as opiniões dos inquiridos, se divididas quanto ao facto de poder ser globalmente considerado como a experiência mais enriquecedora do seu percurso universitário/superior no contexto da prática de projecto (questão 4, quadro 4), permitem estabelecê-lo como mais eficaz na exploração e consolidação de conteúdos relativamente aos outros exercícios propostos ao longo da sua formação (questão 2, quadro 5). O principal factor apontado para sustentar esta opinião foi a possibilidade de construir os protótipos relativos ao projecto concebido (como se observou na resposta à questão 3, pág. 62), o que, mais uma vez, destaca a importância atribuída à materialização dos projectos em ambiente industrial.

4. Considera a sua experiência global no âmbito deste concurso como a mais enriquecedora do seu percurso universitário/superior no contexto da prática de projecto?	Freq.	n.r.	%
a) Sim	9	0	56
b) Não	7		44

Quadro 4: questão 4 do questionário e resultados.

2. Para além de um concurso, esta iniciativa constituiu simultaneamente um exercício pedagógico. Relativamente aos outros exercícios propostos ao longo da sua formação universitária/superior, no âmbito da prática de projecto, como classificaria o exercício apresentado pelo Concurso jovem Designer?	Freq.	n.r.	%
a) Mais eficaz na exploração/consolidação de conteúdos.	14	0	87,5
b) Igualmente eficaz.	2		12,5
c) Menos eficaz.	0		0

Quadro 5: questão 2 do questionário e resultados.

Num patamar mais amplo, registe-se que, quanto à importância atribuída a esta iniciativa no posterior percurso profissional, as respostas dos inquiridos dividem-se

entre *alguma* e *muita* (questão 6), o que permite reforçar a importância da iniciativa para a classe.

6. As experiências proporcionadas pelo concurso tiveram/têm impacto na sua vida profissional?	Freq.	n.r.	%
a) Não	0	0	0
b) Pouco	1		6
c) Algum	8		50
d) Muito	7		44

Quadro 6: questão 6 do questionário e resultados.

Um dos raros casos em que houve uma relação directa entre a participação no CJD e o início da actividade profissional aconteceu com Raul Cunca, que lembra: «Eu comecei a trabalhar em design por via do Concurso Jovem Designer, pelo facto de ter feito o estágio, de ter ido para o Cencal; na altura, no Cencal, estava um jovem que era técnico da fábrica de loiça de Sacavém que conseguiu contactar com a Direcção da fábrica e a partir daí eu comecei a trabalhar durante quatro ou cinco anos para essa fábrica»²²¹. Esta situação particular concretizou o grande objectivo que o ICEP pretendia alcançar com o CJD. Contudo, se do ponto de vista do ICEP, este objectivo ficou por atingir, não se pode deixar de registar que as novas realidades impostas pela globalização vieram reforçar a sua desactualização, sobretudo a partir dos anos 90²²². Como salienta Madalena Figueiredo, os grandes distribuidores e o comércio é que passaram a controlar as redes de produção, portanto, era a estes e não à indústria que os designers tinham de se associar.²²³

A possibilidade de produção de alguns dos projectos foi sempre uma questão que esteve subjacente a esta iniciativa, mas que, contudo, nunca se concretizou de forma significativa, apesar de muitas vezes estudantes, professores ou a representante do ICEP

²²¹ Cunca, entrevista.

²²² Figueiredo, entrevista.

²²³ Ibid.

serem abordados nas feiras internacionais relativamente ao preço das peças e de ter havido pedidos para pequenas encomendas. Assim, a indústria nacional não tirou partido dos projectos realizados. «E nós estávamos à espera que com o CJD isso acontecesse [...] que houvesse alguém que pegasse numa das ideias e que a trabalhasse se necessário para a comercializar [...]»²²⁴. Em 1992, o representante do Cencal afirmava:

A apresentação dos protótipos realizados em 1990 e 1991 em Itália e na Alemanha tiveram uma receptividade invulgar, se bem que, para haver frutos se torna necessário haver uma resposta pronta e adequada da rectaguarda, ou seja, da indústria e dos organismos públicos de promoção dos produtos portugueses. Nesse domínio, as capacidades nacionais foram sempre reduzidas comparando-as com as dos outros países que lideram o campo do design [...].²²⁵

Também Paulo Parra, apesar de reconhecer a dificuldade de se estabelecerem pontes entre o design e a indústria (não exclusivas de Portugal), salienta que nunca houve da parte das empresas uma atitude de experimentação que se poderia concretizar numa pré-série. Este aspecto reflecte e é reflexo do facto de em Portugal, apesar das iniciativas de promoção do design contemporâneas do CJD, se ter continuado a investir, sobretudo, na produção: «A batalha da produção está ganha, mas ainda não ganhamos a da concepção»²²⁶.

Com efeito, as únicas situações em que se procedeu à comercialização de peças dos alunos tiveram origem em solicitações internacionais. A Gallery 91 (fundada em 1983 no Soho, Nova Iorque) fez uma encomenda das peças de cerâmica de Ana Vasconcelos (edição CJD de 89). Tratando-se de uma pequena série, seria difícil encontrar um industrial nacional disposto a realizá-la, mas Manuel da Bernarda aceitou, de certo modo porque a sua empresa – Cerâmicas S. Bernardo – também estava a ser promovida através de acções do ICEP²²⁷. A Muji, tendo apreciado os projectos apresentados por Susana Soares no CJD de 2001, solicitou-lhe ainda o desenvolvimento de novos produtos igualmente baseados nos conceitos apresentados nessa edição do Concurso.²²⁸

²²⁴ Cf. Salette Brandão in entrevista da autora, B2 Atelier de Design, 18 de Junho de 2012.

²²⁵ In *Concurso Jovem Designer 92 – Mercado Hotelaria* [org. ICEP]. Catálogo (s.l.: ICEP, s.d.), 43.

²²⁶ Parra, entrevista.

²²⁷ Cf. Brandão, entrevista.

²²⁸ Cf. Susana Soares in e-mail para a autora, 19 de Setembro de 2012.

Contudo, se situações semelhantes ficaram aquém do desejado, não pode deixar de ser feita a referência a outras proporcionadas fora do contexto directo do concurso mas facultadas pelas redes que se estabeleceram entre os intervenientes. Tratando-se de casos pontuais, estas situações contribuíram decisivamente para um outro plano na construção de uma parte substancial do legado do CJD que se concretizou na contribuição para a formação dos estudantes. A título de exemplo, podem referir-se os casos de Catarina M. Ferreira, convidada em 1991 para estagiar no atelier de Tassilo von Grolman e de Luís Pesanha que trabalhou com Isao Hosoe em 2000. Por outro lado, o ICEP dispôs, pontualmente, de uma verba destinada a proporcionar estágios a alguns alunos, tendo João Cruz e Renato Bispo sido dois dos estudantes que deles usufruíram.

As respostas à questão 7, permitem constatar que a maioria dos alunos atribuiu muita importância aos conteúdos apresentados pelos designers no desenvolvimento dos seus projectos. É perceptível que nas primeiras edições (1986 a 1993) há um equilíbrio entre o “alguma” e o “muita” e nas restantes edições o “muita” é referido na maioria das respostas (veja-se anexo 3.3.), o que estará associado a um maior entrosamento entre os conteúdos abordados pelos designers e os projectos propostos nos seus programas e a um reforço da contextualização dos próprios programas (veja-se anexo 3.7.).

7. Na apresentação do briefing, o designer convidado debruçou-se sobre determinados conteúdos para enquadrar o programa proposto. No desenvolvimento do seu projecto que relevância atribuiu a esta componente?	Freq.	n.r.	%
a) Nenhuma	0	1	0
b) Alguma	6		40
c) Muita	9		60

Quadro 7: questão 7 do questionário e resultados.

As respostas à questão 7.1., relativa ao modo como os estudantes traduziram nos seus projectos os conteúdos apresentados pelos designers, estão registadas no anexo 3.7. e permitem complementar e reforçar algumas perspectivas apresentadas nos pontos 2.6, 3.2.1 e 3.2.6. deste trabalho.

Os conteúdos apresentados pelos designers (anexo 3.7.) foram, sobretudo, valorizados enquanto potenciadores de vias exploratórias nas respostas aos briefings:

8. Relativamente aos conteúdos apresentados pelo designer convidado, considerou-os (utilize a escala de 1 a 5):	1	2	3	4	5	nr	Média
	Frequência						
a) Pertinentes no enquadramento teórico do programa proposto.	0	1	2	7	3	3	3,9
b) Potenciadores de vias exploratórias na resposta ao briefing.	1	0	0	4	9	2	4,4
c) Uma novidade.	1	1	6	3	3	2	3,4

Quadro 8: questão 8 do questionário e resultados.

Assinale-se a significativa valorização destes três parâmetros atribuída aos programas apresentados por I. Hosoe, em 1995 e por Pensi²²⁹ em 1997, em contraste com os valores atribuídos para a edição de 2002²³⁰ (veja-se o anexo 3.3.).

Independentemente da orientação subjacente a cada um dos programas propostos verifica-se que tal não condicionou uma abordagem globalizante na concepção do projecto, apesar de alguma preponderância da função de uso:

9. Na concretização da sua solução que peso atribuiu a cada um dos seguintes aspectos (utilize a escala de 1 a 5):	1	2	3	4	5	nr	Média
	Frequência						
a) Função técnica (materiais, processo de fabrico, princípio de acção)	0	0	3	4	8	1	4,3
b) Função de uso (uso, contexto de utilização)	0	0	0	4	11	1	4,7
c) Função estética	0	0	3	8	4	1	4,1
d) Função semântica	0	1	4	4	6	1	4,0

Quadro 9: questão 9 do questionário e resultados.

²²⁹ «Pela primeira vez vi um briefing com explicação das preocupações sociológicas, antropológicas, económicas e de marketing. Estas disciplinas são algumas das mais importantes para o desenvolvimento de um objecto de design». Elder Monteiro, Resposta à questão 7.1. do questionário [anexo 3.7.].

²³⁰ Registe-se, contudo, que não foi obtida resposta a esta questão para as edições de 1996 e 2000.

2.6. Os programas das 16 edições: proposta de organização tipológica

As grandes mudanças ocorridas nos diversos campos de actividade humana nas duas décadas finais do século XX, condicionaram o modo como o design e a actividade projectual inerente se orientaram. Não se pretende defender que de um modo de conceber a actividade do design se passou a outro. A história do design mostra que uma das características da profissão reside na co-existência de uma multiplicidade de abordagens, independentemente dos contextos de determinada época. Contudo, os condicionalismos exteriores geram tendências que conferem ao modo como o design é equacionado características mais globais que podem ser entendidas como criadoras de uma matriz associada a determinada época. Ao longo das dezasseis edições do CJD, duas frentes condicionaram as abordagens implementadas nos programas dos diferentes designers convidados – a atrás referida e a própria evolução do concurso enquanto processo – que, contudo, estão interligadas. Também a formação e o modo de entender a actividade projectual, inerente a cada designer convidado, não podem deixar de ser considerados neste âmbito.

Uma análise dos programas apresentados permite estabelecer, relativamente ao produto final proposto, três tipologias distintas. A primeira, que marcou as primeiras oito edições do concurso (de 1986 a 1993), centra-se na concepção de produtos específicos dirigida a um sector de mercado concreto. Esta estrutura assentava de modo nítido numa abordagem que reflectia o destaque ainda conferido à diferenciação dos mercados na contextualização da actividade projectual. Como refere Madalena Figueiredo, a estrutura formulada para a implementação do concurso assentou ainda na “lógica dos mercados”²³¹. A abordagem do design imbuída no modelo dos mercados tem sido dominante desde a Revolução Industrial²³², adquirindo particular visibilidade ao longo do século XX, quando ficou associada ao trabalho desenvolvido por muitos dos profissionais mais proeminentes do ponto de vista da história do design. A meio da década de 80 tal estratégia ainda fazia sentido e, sobretudo, permitia uma adequação aos propósitos do ICEP, para o qual esta perspectiva era consonante com as orientações gerais da instituição para a promoção de Portugal no mercado externo.

²³¹ Cf. Figueiredo, entrevista.

²³² Victor Margolin, Sylvia Margolin, “A ‘Social Model’ of Design: Issues of Practice and Research,” *Design Issues*, vol. 18, no. 4 (2002): 24.

As questões tecnológicas (incluindo as especificações referentes aos objectos a projectar, nomeadamente as capacidades e dimensões que deveriam ser respeitadas) e a caracterização dos mercados e/ou públicos-alvo aos quais se dirigiam os produtos constituíram condicionantes de projecto fundamentais dentro da contextualização presente nas edições iniciais do CJD (veja-se o quadro de conteúdos, anexo 3.7.). A questão dos mercados teve, contudo, uma presença mais enquadradora do que substantiva: «Tendo-nos sido fornecida uma breve apresentação do mercado espanhol (cuja caracterização, de resto, não foi sentida como determinante) e tendo o tema sido livre, apenas os aspectos relativos à produção foram por mim assumidos como principal condicionante do projecto».²³³ Com efeito, são as condicionantes técnicas, formais e funcionais que adquirem evidência nas primeiras edições, como se pode constatar pelos comentários de outros estudantes relativamente às suas peças: «Tive a preocupação de as pegas e os bicos constituírem parte de um só bloco, único.»²³⁴ ; «O facto das peças terem todas elas o mesmo diâmetro permite encaixarem-se umas nas outras, de modo a ocuparem conjuntamente o menor espaço possível»²³⁵; «Pesquisa formal e cromática (visual) sem detrimento da componente funcional, tendo como objectivo a inserção de planos no tronco das formas cilíndricas e cónicas»²³⁶.

De certo modo, os anos de 1992 e 1993 revelam indícios de mudança. Em 1992, pela primeira vez, na capa do catálogo surge não a referência ao mercado de um país, mas ao “mercado hotelaria”, conferindo-se, assim, maior destaque ao tema do programa. Esta nova apresentação/orientação iria prolongar-se até à última edição, embora, por vezes, o país do designer convidado também estivesse de algum modo simbolizado na capa dos catálogos (por ex. nas edições de 1996 e 1997). É também nesta linha que, em 1993, a partir do tema proposto (Jardim) se desenvolve um projecto paralelo ao Concurso – Jardim das Amoreiras – de natureza mais plurifuncional. O objectivo era «dar uma maior atenção à questão da contextualização do Design, em vez de abordar logo à partida o projecto de um objecto específico. [...] Neste projecto pretende-se que os alunos reinventem a identidade de um espaço pré-existente, debruçando-se sobre as suas

²³³ José Viana em resposta à questão 7.1. do inquérito por questionário. [Veja-se anexo 3.7.].

²³⁴ Ana Vasconcelos in *Concurso Jovem Designer '89 – Prémio Mercado dos EUA* [org. ICEP], catálogo (s.l.: ICEP, 1990), s.p.

²³⁵ Liliana Romeira in *Concurso Jovem Designer '89*, s.p.

²³⁶ Nazaré Bernardo in *Concurso Jovem Designer 90*, s.p.

diversas partes, e que dessa forma trabalhem mais sobre a ideia de um jardim em vez de tentarem resolver isoladamente cada seu detalhe».²³⁷

A segunda tipologia (patente nas edições de 1994 a 1998 e na edição de 2001) caracteriza-se por propostas baseadas num enquadramento conceptual sem definição do produto específico a conceber. Nestas adquirem maior relevância os princípios teóricos que orientam o pensamento de design dos designers convidados e/ou o aprofundamento de aspectos caracterizadores da cultura de design dos respectivos países de origem (veja-se o anexo 3.7.). Os programas tendem a orientar de um modo muito concreto (embora sem imposição de objectos a conceber, visto que um aspecto não invalida o outro) para soluções que materializem aspectos subjacentes à contextualização teórica apresentada. Tapio Yli-Viikari refere esta evolução dos programas: «Eu observei o desenvolvimento do Concurso a partir das primeiras edições e a evolução de projectos básicos para projectos mais conceptuais».²³⁸ Uma análise dos programas integrados nesta tipologia, globalmente a mais rica do ponto de vista conceptual, é feita na terceira parte deste trabalho.

As edições de 2000 e 2002 configuram uma tipologia de concepção de um objecto específico, não sendo estabelecidas quaisquer condicionantes de projecto. Contudo, os programas propostos revelaram contornos e possibilidades demarcadas. Na opinião de Jorge Alves, o programa “O escadote doméstico”, apresentado por Ron Arad em 2000, «era um óptimo programa, porque sendo o escadote um objecto muito árido, obriga a um aprofundamento muito grande, a uma aproximação do objecto e da sua estrutura, das culturas de utilização muito mais alargado do que os objectos icónicos, como as cadeiras, lâmpadas e por aí fora. [...]».²³⁹ A orientação incutida por Susana Soares à sua proposta reflecte também esta perspectiva: «O projecto compreendia uma série de bancos de várias escalas que colocados em conjunto tinham a função de escadote. A estética dos bancos é baseada num banco tradicional português: o mocho. A resposta ao briefing não era técnica tendo como principal preocupação materiais e processos de fabrico, mas de propor uma narrativa em relação às várias funções que os objectos

²³⁷ Salette Brandão, Filipe Alarcão, “Jardim das Amoreiras,” in *Concurso Jovem Designer 1993 – Jardim* [org. ESAD caldas da Rainha e FBAUL], catálogo (s.l.: ICEP/CML, 1994), 65-66.

²³⁸ Tapio Yli-Viikari in *Concurso Jovem Designer 98 – Café Milénio* [org. ICEP], catálogo (Porto: ICEP, 1999), 5.

²³⁹ Jorge Alves, entrevista da autora, FBAUL, 12 de Julho de 2011.

podem ter, tanto dadas pelo designer como pelo utilizador. Em conjunto os bancos eram um escadote mas em separado eram apenas bancos».²⁴⁰

Relativamente ao programa “A Porta”, proposto em 2002 por Dietmar Valentinitzsch, Jorge Alves considera que este resultou em soluções reveladoras de «linguagens simbólicas que são mais estruturantes das artes plásticas». ²⁴¹ Salienta que abordagens desta natureza têm também a ver com uma nova configuração do mercado de trabalho, já não sustentada por uma rede estável do aparelho produtivo, e na qual a edição de objectos únicos e de carácter mais simbólico acabam por se evidenciar. «Os objectos acabam por ter um carácter mais simbólico, enquanto no design o que nos interessa são as culturas dos processos de utilização».

As três tipologias enunciadas reflectem diferentes abordagens que marcaram e marcam o panorama do design. Como sublinha Marco Sousa Santos: «Desde sempre que existem várias correntes de design, umas mais orientadas para a prática e a interdependência da matéria ou tecnologia usada, outras mais orientadas para um discurso dito “conceptual». Contudo, salienta: «Todas elas são válidas e o concurso não melhorou por causa disso». ²⁴²

²⁴⁰ Susana Soares em resposta à questão 7.1. do questionário (anexo 3.7.).

²⁴¹ Ibid.

²⁴² M. S. Santos, entrevista da autora.

Parte 3

Temas estruturantes do panorama do design nos anos 80 e 90 com base nos programas do Concurso Jovem Designer

3.1. Nota introdutória

O design, nas suas diferentes manifestações, não pode ser analisado independentemente da contextualização, uma vez que os elementos materiais e imateriais em que se concretiza reflectem as necessidades/aspirações (actuais/ futuras) da sociedade, pelo que está intrinsecamente ligado às condições da época a que se reporta, particularmente as económicas, sociais, culturais, tecnológicas e ambientais. Nesta perspectiva, o design reflecte os contextos que influenciam determinada cultura, construindo, simultaneamente, através das suas realizações, a Cultura do Design. Os conceitos orientadores das diferentes tendências do design e, conseqüentemente, daquelas que se destacam como caracterizadoras de certas épocas, surgem tendo estes contextos como “cenário actuante”. Explanando os principais conteúdos apresentados por I. Hosoe, I. Râman, T. Yli-Viikari e J. Pensi nas diferentes edições do CJD em que colaboraram, procede-se, nesta parte deste estudo, a uma incursão por temáticas importantes para a construção do design nos respectivos países de origem e/ou para o futuro do design.

3.2. Breve contextualização do panorama do design nos anos 80 e 90

Ao longo das décadas de 80 e 90 o termo globalização²⁴³ foi adquirindo maior destaque, em resultado do aprofundamento deste processo nas suas diferentes vertentes. Embora o aspecto económico seja o que mais frequentemente lhe esteja associado, este é, de facto, um termo com várias dimensões, e que traduz a influência exercida localmente (numa região, num país) pelas esferas financeira, económica, cultural, ambiental, social, que denotam, em consequência, um cariz cada vez mais global. Contudo, não se pode deixar de considerar que o processo pode também conduzir ao reforço de aspectos locais e é entre estes dois pólos que se coloca hoje o debate relativamente à globalização²⁴⁴. Na base da sua aceleração reside uma sociedade onde a presença e o papel dos meios de

²⁴³ As raízes históricas deste processo datam do séc. XVI, consequência das explorações e colonizações. Cf. Hazel Clark e David Brody, eds., *Design Studies – A Reader* (Oxford: Berg, 2009), 419.

²⁴⁴ Cf. Clark e Brody. *Ibid.*

comunicação se acentuou proporcionando a rápida (instantânea, com a internet) difusão de informação a uma escala global, o que contribuiu decisivamente para a construção de novas possibilidades de criações materiais e conceptuais em diferentes áreas da actividade humana, não constituindo o design excepção.

Por outro lado, as grandes alterações, nomeadamente a nível das condições climatéricas e ambientais, no campo tecnológico e nas esferas económicas (expansão e consolidação da União Europeia), política (queda do Muro de Berlim, em 1989, e consequente desfragmentação da União Soviética) e cultural, suscitaram novos condicionamentos e problemáticas, que se traduziram simultaneamente em reorientações do design, reflexo, em certos casos, de caminhos já anteriormente antecipados. Este foi o caso do *green design*, um termo que emergiu no final da década de 80 e que, segundo Guy Julier, resultou do crescente interesse da sociedade relativamente aos aspectos ambientais, despertado, entre outros, pelos desastres de Chernobyl (1986) e pelo derrame de crude no Alaska (petroleiro Exxon Valdez, 1989), pela questão do aquecimento global (o anúncio da descoberta do buraco de ozono na Antárctida foi feito em 1985). Sublinha este autor que a orientação preconizada com vista a uma produção e consumo ambientalmente mais responsáveis já havia sido defendida nos anos 50, nomeadamente por Buckminster Fuller, e na década de 70 por Victor Papanek, embora as alterações propostas por este último, no âmbito da tendência *Design For Need*, fossem mais abrangentes e radicais do que as efectivamente concretizadas pelo *green design* na década de 90, que se centraram em adaptações nas estruturas da indústria e do consumo pré-existent²⁴⁵. Estes procedimentos concretizaram-se, sobretudo, na concepção de produtos recicláveis ou reutilizáveis, tendo a área da embalagem sido a que mais evidência adquiriu no contexto. Apesar do impacto, em termos industriais, não ter tido a profundidade desejada, o *green design* contribuiu para uma maior visibilidade e consciencialização das questões ambientais, dentro da cultura do projecto e do consumo.

Assistiu-se na década de 80 ao estabelecimento do design como disciplina autónoma. Neste desenvolvimento foi importante a consolidação da pesquisa a nível do design, sendo de destacar o papel desempenhado pela conferência da Design Research Society

²⁴⁵ Guy Julier, *Encyclopaedia of 20th Century Design and Designers* (London: Thames and Hudson, 1993), 95.

(DRS)²⁴⁶ intitulada *Design: Science: Method* (1980) no corte da ligação com a ciência²⁴⁷, que anteriormente dominara este campo de estudo, e pelo aparecimento das primeiras revistas temáticas de carácter científico²⁴⁸. Como refere Nigel Cross, a década seguinte regista uma linha de continuidade e expansão²⁴⁹, visível no aparecimento de novas revistas²⁵⁰ e no incremento de conferências – para além das desenvolvidas pela DRS – que abordam múltiplas temáticas inerentes ao design²⁵¹, suscitadas também por novos enquadramentos geográficos que permitiram que a pesquisa em design passasse a operar efectivamente numa escala internacional.²⁵²

Os aspectos enunciados contextualizam as principais alterações registadas no design ao longo das décadas de 80 e 90, as quais conferiram uma diversidade de abordagens conceptuais, projectuais e produções materiais e teóricas, indiciadora da procura de novos caminhos e significados para o design, as quais encontram nos contributos da semiótica, relativamente à percepção do objecto, uma importante base accionadora. Para Catherine McDermott, após uma década em que o design fica associado à expressão individual, os anos 90 têm como prioridade a reflexão sobre o papel do design no contexto da sociedade.²⁵³

Também nos programas apresentados pelos designers convidados no âmbito do CJD, se destacam algumas visões que permitem reconhecer aspectos que corroboram esta óptica, e nas quais são percepcionadas orientações potenciadoras da capacidade projectiva em conformidade com as contextualizações do final do século XX. Com efeito, os programas apresentados nas seis edições do CJD que serão analisadas nesta parte do trabalho, proporcionam uma leitura dos traços orientadores do pensamento de design de

²⁴⁶ Fundada no Reino Unido em 1966 e teve na sua origem a Conferência sobre Métodos de Design (Londres, 1962), a qual é tida como ponto de partida para uma aceção da metodologia do design enquanto campo de estudo e como accionadora do “*design methods movement*”. Cf Nigel Cross, “Forty years in design research,” *Design Studies*, vol. 28, no. 1 (2007): 1.

²⁴⁷ Cf. R. Jacques e J. Powell, eds., *Design: Science: Method* (Guilford: Westbury House, 1981) citados em Cross, “Forty years in design research,” 2.

²⁴⁸ Entre as quais a *Design Studies* (1979); *Design Issues* (1984); *Temas de Disseny* (1986); *Journal of Design History* (1988); *Research in Engineering and Design* (1989).

²⁴⁹ Cross, “Forty years in design research,” 3.

²⁵⁰ Como a *Languages of Design* (1992); *Revue Sciences et Techniques de la Conception* (1992); *Form Diskurs* (1996); *The Design Journal* (1997).

²⁵¹ Cross refere entre outras as séries relativas aos Estudos Pós-graduados em Design; Design e Emoção, e as Conferências de Design da Ásia. Cross, “Forty years in design research,” 3.

²⁵² *Ibid.*

²⁵³ Catherine McDermott, “The Context of European Design Since 1985,” in *European Design Since 1985: Shaping the New Century*, Craig R. Miller, Penny Sparke e Catherine McDermott (London: Merrell - em colaboração com o Denver Art Museum e o Indianapolis Museum of Art, 2009), 35.

cada um dos designers e possibilitam perspectivas sobre a cultura do design dos seus países de origem. Quatro desses programas permitem também, de forma mais visível, estabelecer conexões com temas transversais do design que se destacaram nestas décadas no âmbito da problemática do papel da disciplina no contexto de uma sociedade em transição.

3.2.1. O design na transição para a pós-industrialização

Se se estiver no limiar, ou mesmo no decurso, de um processo de transição de uma sociedade industrial para pós-industrial e de uma tecnologia industrial para pós-industrial, não será surpreendente assistir-se a uma crise no design, pois também ele sofre as vicissitudes decorrentes da alteração de uma base industrial para uma outra, pós-industrial. Pode esperar-se, e isso deve procurar-se, que deste período incómodo surja um novo paradigma para o design.

Tal paradigma deveria sugerir uma reorientação não só dos valores, crenças e atitudes dos designers, mas também dos objectivos do design (i.e. natureza dos produtos de design) e dos métodos para atingir esses mesmos objectivos.

Personalidade, produto e processo em design não são tão distintos quanto o movimento dos métodos de design supusera; um designer não utilizará um processo que considere alheio às suas próprias atitudes sob o risco de o mesmo vir a gerar um produto que não venha a ser do agrado do designer.²⁵⁴

O Movimento Moderno²⁵⁵ constituiu o movimento de maior impacto na cultura do design no século XX²⁵⁶. A sua forte implementação, nomeadamente na Europa, está directamente ligada às condições geradas pela Segunda Guerra Mundial. A internacionalização, concretizada em identidades específicas nos diferentes países,

²⁵⁴ Nigel Cross, "The coming of post-industrial design," *Design Studies*, vol. 2, no. 1(1981): 5. [T. L.].

²⁵⁵ «A expressão "Movimento Moderno" é utilizada por críticos e historiadores da arquitectura e do design para descrever o movimento arquitectónico e de design que sucedeu ao eclectismo e ornamentação vitorianos que dominaram a primeira metade do século XX. Trata-se de um movimento internacional com altos ideais sociais, tal como patente nos escritos de Le Corbusier e Walter Gropius (qq.v), entre outros, e caracteriza-se, como atestam os edifícios e objectos que produziu, pela eliminação da decoração, pelo ênfase na simplicidade geométrica e por utilização diminuta da cor». Penny Sparke, *An Introduction to Design & Culture in the Twentieth Century* (London: Routledge, 1989), xxiii (nota 3). [T. L.].

²⁵⁶ «A modernidade representa o ponto de agregação em que as nações europeias alcançaram o seu potencial máximo, tanto em termos industriais como humanistas. No seu conjunto, será o produto de um leque de imagens tecnológicas e linguísticas, facilmente identificáveis reconhecíveis como filho deste continente». [T. L.]. Andrea Branzi, *Learning from Milan: Design and the Second Modernity* (Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1988), 73, citado em Richard Buchanan, "Branzi's Dilemma: Design in Contemporary Culture," *Design Issues*, vol. 14, no. 1 (1998): 6.

resultou da adequação que a sua sustentação ideológica/teórica, e consequente materialização, tinha no enquadramento económico-social que então se verificava.

Gosto de elementos híbridos, mais do que “puros,” resultado de compromisso, mais do que “limpos,” distorcidos, mais do que “direitos,” ambíguos, mais do que articulados [...]. Sou pela vitalidade desordenada em detrimento da unidade óbvia. Incluo o *non-sequitur*²⁵⁷ e proclamo a dualidade.

Sou pela riqueza, mais do que pela clareza, de sentido; [...] Uma arquitectura válida evoca vários níveis de sentido e combinações de foco; o seu espaço e os seus elementos tornam-se legíveis e susceptíveis de serem trabalhados e interpretados de diferentes formas em simultâneo.

Mas uma arquitectura de complexidade e contradição tem um compromisso especial com o todo [...]. Tem de englobar a difícil unidade da inclusão, mais do que a fácil unidade da exclusão. Mais não é menos.²⁵⁸

As palavras de Robert Venturi, proferidas no capítulo “*Nonstraightforward Architecture: A Gentle Manifesto*”, ilustram uma nova orientação contraditória aos pressupostos do Movimento Moderno. Com efeito, nos anos 60, em resultado de alterações sociais e culturais, associadas ao expansionismo económico (que geraram a “sociedade de consumo”), a linguagem estética promovida pelo Movimento Moderno tornou-se insuficiente face ao «*visual encyclopaedism*»²⁵⁹ proporcionado pelos meios de comunicação. Tal transformação inicia-se com o *Pop design*, que, como refere G. Julier, consistiu num fenómeno resultante da arte pop de Andy Warhol cujo legado mais relevante foi o de fazer com que a noção de “*good design*”²⁶⁰ fosse equacionada²⁶¹. Como assinalado por Penny Sparke, a cultura Pop funcionou como ponte entre o Movimento Moderno e o *outró*, contribuindo para questionar os valores do primeiro e

²⁵⁷ Expressão latina que significa “não se segue” e que reflecte uma inferência que não segue as premissas. (N.A.). Dicionário Merriam-Webster, s.v. “non-sequitur.”

<http://www.merriam-webster.com/dictionary/non%20sequitur>.

²⁵⁸ Robert Venturi, *Complexity and Contradiction in Architecture* (New York: MoMA em colaboração com a Graham Foundation for Advanced Studies in The Fine Arts, Chicago, 1966), 22-23. [T. L.].

²⁵⁹ Jonathan Woodham, *Twentieth-Century Design* (Oxford: Oxford University Press, 1997), 190.

²⁶⁰ Noção enquadrada no ideário do Movimento Moderno e que emergiu no norte da Europa e nos Estados Unidos após a 2ª Guerra Mundial, tendo como principal base accionadora a acção da Escola de Ulm, nomeadamente através de Max Bill (cuja orientação já apresentara na Exposição “*Gute Form*”, 1949 que percorreu vários países) e de Dieter Rams (atente-se aos seus 10 princípios de *good design*). Importantes centros de divulgação deste conceito foram também o Design Council (Londres) e o Museum of Modern Art (Nova Iorque). Cf. Julier, *encyclopaedia*, 93-94.

²⁶¹ Julier, *Encyclopaedia*, 160.

procurar alternativas ao mesmo ²⁶². No campo do design grupos como o Archigram (Londres, 1963), Archizoom ²⁶³ (Florença, 1966) e Superstudio (Florença, 1966) accionaram esta tendência geralmente denominada de *Anti-design, Radical Architecture* ou Design Radical. Sparke salienta o trabalho conceptual por eles desenvolvido na criação de visões arquitecturais e de objectos exteriores à influência do Movimento Moderno com recurso à ironia, à cultura popular e a revivalismos estilísticos. ²⁶⁴

Com a melhoria na situação económica que se verificou após a depressão dos anos 70, particularmente na Europa Ocidental e nas economias capitalistas, os indivíduos passaram a dispor de mais meios para adquirir bens materiais, que então constituíam, para muitos, o reflexo de um estilo de vida a que pretendiam ser associados. Referindo-se a este aspecto, o sociólogo Erich Fromm (1900-1980), comparando os finais dos anos 60 com o início dos anos 80, fala de uma transição cultural em que «o que somos» ²⁶⁵ passa a ser menos importante que «o que temos» ²⁶⁶. Esta mudança pressupunha um maior leque de produtos de modo a proporcionar a escolha daquele com o qual o consumidor melhor se identificasse. Neste sentido, não era suficiente conceber um produto funcional, este deveria ter algo que o diferenciasse dos restantes, e que fosse o “ideal para aquele consumidor”. O design passou a explorar uma estratégia de diferenciação dos produtos, dirigidos a distintos grupos de consumidores. Tal implicou uma alteração ao nível da produção e de um sistema “fordista” passou-se a um sistema que permitia uma maior flexibilização na produção (*batch production* ²⁶⁷), indispensável à diferenciação de produtos solicitada pelo mercado. Foi esta a abordagem que, a par de desenvolvimentos tecnológicos (mecanismo com 51 componentes, em vez dos

²⁶² Penny Sparke, “Design in Europe 1945-1985,” in *European Design Since 1985: Shaping the New Century*, 20.

²⁶³ Inspirado em parte no Archigram. Cf. Julier, *Encyclopaedia*, 22.

²⁶⁴ Penny Sparke, “Design in Europe 1945-1985,” 20.

²⁶⁵ Erich Fromm citado em Volker Fischer, ed., *Design Now, Industry or Art?* (Munich: Prestel-Verlag, 1989), 8.

²⁶⁶ Ibid.

²⁶⁷ À imagem do que fizera o Japão para adaptar os seus produtos a diferentes «culturas de gosto». Cf. Sparke, “Design in Europe 1945-1985,” 26. Atente-se também às palavras de Alvin Toffler sobre a emergência de uma sociedade super-industrializada: «Porque a sociedade futura não apresentará uma cadeia de produtos limitados e padronizados, mas a mais ampla variedade de produtos e serviços não padronizados que jamais se terá visto. Não caminhamos em direcção a uma ampliação da padronização material, mas no sentido da sua negação dialéctica. O fim da padronização está já à vista. O ritmo varia de indústria para indústria e de país para país. Na Europa, o climax da padronização não foi ainda atingido. (Pode demorar ainda vinte ou trinta anos). Mas nos Estados Unidos há provas irrefutáveis de que a esquina foi dobrada». [T. L.]. Alvin Toffler, *Future Shock* (New York: Bantam Books, Random House Publishing Group, 1970), 265.

tradicionais 91), esteve na base do relançamento da indústria relojoeira suíça que atravessava, desde meados dos anos 70, tempos de crise devido à forte concorrência de empresas japonesas no “segmento de entrada”. A Swatch, uma das empresas europeias que personificou esta viragem, concretizou o primeiro lançamento da marca em 1983, com a apresentação simultânea de doze modelos de relógios de plástico.

Neste contexto, em que a ênfase passa da concepção de produtos para a sociedade, enquanto entidade colectiva, para a concepção de objectos para o indivíduo, no âmbito de uma sociedade de consumo, o objecto adquire, conseqüentemente, um “estatuto” novo que o retira do “anonimato” e lhe confere uma “identidade”. O significado do objecto adquire mais importância do que qualquer função prática deste. Estas novas prioridades revelam a transição para uma tendência geralmente agrupada sob a designação de Pós-modernismo ²⁶⁸. John Heskett sublinha que esta tendência encontra fundamentação no conceito de semântica do produto, assente na teoria linguística de signos e significados ²⁶⁹. Com efeito, o realce que se foi concretizando no significado do objecto para o utilizador, e que concretiza uma mudança de paradigma na actividade projectual do design, não pode ser entendida sem a sustentação teórica proporcionada pelos estudos relativos ao poder comunicativo dos signos visuais (semiótica), dentro dos quais as pesquisas de Roland Barthes ²⁷⁰ surjem como uma das principais precursoras deste novo entendimento do objecto no contexto do design.

²⁶⁸ Termo geralmente usado para descrever alterações culturais que ocorreram no final do século XX. No campo do design, ele concretiza-se numa reacção às bases conceptuais veiculadas pelo Modernismo (embora, dada a imprecisão no seu uso e os limites não precisos do mesmo, ele tenha vindo a ser desvalorizado, sendo hoje utilizado para descrever qualquer coisa que seja nova no campo do design). O termo foi primeiramente aplicado para descrever a arquitectura e o design dos anos 40 e a estética Pop dos anos 60. Contudo, está sobretudo associado ao conceito – “the messy vitality of the city”- apresentado por Robert Venturi em *Complexity and Contradiction in Architecture*. Cf. Catherine McDermott, *Design – The Key Concepts* (London: Routledge, 2007), 181-182.

²⁶⁹ John Heskett, *Design – A Very Short Introduction*, 38.

²⁷⁰ De destacar o livro *Mitologias* (1957): «O leitor encontrará aqui duas determinações: por um lado, uma crítica ideológica que incide sobre a linguagem da chamada cultura de massa; por outro, uma primeira desmontagem semiológica desta linguagem: eu acabava de ler Saussure e daí tirei a convicção de que tratando as “representações colectivas” como sistemas de signos era possível esperar sair da denúncia piedosa e dar conta nas suas minúcias da mistificação que transforma a cultura pequeno-burguesa numa natureza universal». Roland Barthes, contracapa de *Mitologias*, trad. José Augusto Seabra (Lisboa: edições 70, 2012).

No seguimento desta concepção do objecto são de destacar os posteriores contibutos de Klaus Krippendorff e Reinhard Butter ²⁷¹ que, na década de 80, aplicam as teorias semióticas ao design de produto, introduzindo a noção de *product semantics* que encontra paralelo em aspectos fundamentadores da acção do grupo Memphis. Como sustenta McDermott, esta alteração conferiu ao design uma abertura para além da resolução de problemas práticos, inserindo-o num mais amplo universo cultural ²⁷². Por outro lado, veio também contribuir para a diluição da fronteira entre arte e design, como se constata nas palavras de Volker Fischer:

Existe uma ânsia eufórica na busca da “arte que é também útil,”²⁷³ [...] alimentada por interesses comerciais, pela comunicação social e pelos ideólogos. É fácil esquecer que sem as alterações que os princípios teóricos do design sofreram todas estas manifestações dificilmente seriam plausíveis. Nem tão pouco os museus e a comunicação social contribuem para o esclarecimento da situação quando facilmente concedem o seu selo de aprovação a objectos artísticos de natureza altamente subjectiva, criações antes do mais elaboradas na tradição da manufactura e, conseqüentemente, de reduzida relevância no que respeita ao design industrial. ²⁷⁴

Foi nos anos 80 que se assistiu a acções mais visíveis e consequentes nos conceitos, atitudes e produções materiais relativos ao design, contrastantes com o anteriormente consolidado, ao longo de décadas, como “identidade formal e conceptual” do design (e da arquitectura), assente no vocabulário enquadrado nas tendências agregadas no Movimento Moderno, e que, apesar do fenómeno Pop, predominou até aos anos 70. O ecletismo que marcou o panorama do design na Europa na década de 70 deve-se, segundo Sparke, à perda de orientação provocada pelo afastamento relativamente às directrizes do Movimento Moderno ²⁷⁵ e à experimentação que germinava e viria a

²⁷¹ Saliente-se o artigo de Klaus Krippendorff, Reinhard Butter, “Product Semantics: exploring the symbolic qualities of form”, *Innovation*, (1984): 4-9, no qual os autores não deixam de mencionar a influência da Escola de Ulm na construção deste conceito. http://repository.upenn.edu/asc_papers/40.

²⁷² McDermott, *Design - The Key Concepts*, 183.

²⁷³ Título de uma exposição que apresentou uma vasta colecção de design alemão do século XX, realizada em Munique em 1985. No original “Kunst, die sich nützlich macht”. Cf. Fischer, *Design Now*, 9.

²⁷⁴ Fischer, *Ibid.* [T. L.].

²⁷⁵ Constatação que está na base do artigo “We Are the Primitives” (1985) de Andrea Branzi: «Cultura e design deixaram de ser forças que gradual mas heroicamente conduziam o mundo à salvação através de um radicalismo lógico e ético. São hoje mecanismos emotivos e adaptações face a mudanças, incapazes de conduzir o mundo a um determinado horizonte; limitam-se antes a transformá-lo numa multiplicidade de difusas diversidades/realidades. O progresso não parece ser já valorizado; em seu lugar, é valorizado o inesperado. Os grandes teoremas unitários não existem mais, nem tão pouco os em tempos predilectos modelos de teologias racionais. O que existe é modernismo sem iluminismo. Assiste-se agora a uma

sustentar o design das duas décadas seguintes²⁷⁶. Neste âmbito são de destacar as contribuições dos grupos Studio Alchymia (Milão, 1979) e Memphis (Milão, 1981). O primeiro – que tem em Andrea Branzi, Ettore Sottsass e Alessandro Mendini alguns dos seus mais destacados intervenientes – aprofundou o percurso iniciado na década anterior, reforçando o papel que a ironia, o jogo, a decoração e as referências à cultura popular do passado e contemporânea deveriam adquirir enquanto impulsionadoras do modo de pensar e praticar o design, teve uma influência sobretudo local²⁷⁷ e assentou numa produção que visava, sobretudo, a exposição do objecto concebido enquanto resultado de uma reflexão contestadora da conformidade do design influenciado pelo Movimento Moderno. O Memphis alargou geográfica, mediática e comercialmente, a influência desta nova frente de abordagem do design. Apesar de, como salientado por Julier, o grupo nunca ter formulado uma filosofia ou metodologia de design, as suas produções revelam, em termos estéticos, a influência das experiências anteriores enquanto reacção às orientações funcionalistas²⁷⁸. Com efeito, Jonathan Woodham refere-se ao «*New International Style*»²⁷⁹ a propósito da emergência de grupos como o Memphis, destacando o seu papel na globalização do objecto de design²⁸⁰ e associando-o à noção de “design como arte”, na qual o objecto de design era geralmente adquirido pela sua identidade visual e pelos valores culturais associados e não pela dimensão funcional (por vezes o enfoque no significado/identidade do produto adquiria tal expressão que condicionava a própria funcionalidade). Acrescenta que esta noção foi alimentada pela produção (designada por *tabletop industry* ou *micro-architecture*) de companhias como a Officina Alessi (Itália, 1983) e a Swid Powell (Nova Iorque, 1982) que se centravam em pequenas peças decorativas da autoria de reputados arquitectos e designers, frequentemente expostas em museus de relevo em várias cidades do mundo.

definitiva e extrema secularização do design: o design representa-se a si mesmo, tendo deixado de ser uma metáfora almejando a uma possível unidade entre tecnologias e linguagem». [T. L.]. Andrea Branzi, “We are the Primitives,” in *Design Discourse – history, theory, criticism*, ed. Victor Margolin (Chicago: The University of Chicago Press, 1989), 37.

²⁷⁶ Sparke, “Design in Europe 1945-1985,” 25.

²⁷⁷ Ibid.

²⁷⁸ Julier, *Encyclopaedia*, 127.

²⁷⁹ Woodham, *Twentieth-Century Design*, 160.

²⁸⁰ Proporcionada pelas diferentes nacionalidades dos seus principais representantes: Ettore Sottsass, Andrea Branzi, Michele De Lucchi, Matheo Thun, Marco Zanini (italianos); Michael Graves, Peter Shire (norte americanos); Hans Hollein (austríaco); Xavier Mariscal (espanhol); Shiro Kuramata, Arata Isokazi (japoneses).

O facto das obras dos arquitectos e designers, e também das suas personalidades, despertarem grande interesse por parte dos *media*, remete para duas expressões que caracterizam o panorama do design nesta época: o “design de autor”²⁸¹ e a “década do design.” McDermott faz referência a tais aspectos salientando o foco que esta década impôs nos produtos *homeware*, notando que a Alessi será a empresa que melhor ilustrará esta realidade: os consumidores queriam produtos não apenas funcionais mas «*true objects of desire*» concebidos por determinado designer.²⁸²

O acentuar do aspecto identitário dos objectos, geralmente operado numa óptica estética, adquire na visão de Ambrogio Pozzi um valor quase totémico²⁸³. A sua perspectiva baseia-se na percepção das alterações culturais dos últimos decénios, as quais foram determinantes para o modo como hoje experimentamos a casa e os objectos que nela colocamos²⁸⁴. Esta mudança, sublinha, traduziu-se na passagem de um modo formal para um modo mais livre de uso da casa; zonas antes específicas adquirem agora centralidade e multifuncionalidade. Na sua opinião a construção de um «*landscape doméstico*» que revele continuidade e coerência visual são determinadas pelo mobiliário (a que designa macro-cosmos) e pelos objectos (micro-cosmos). É neste contexto que o valor individual de cada objecto, independentemente da sua escala, é realçado; uma lição que, para Pozzi, vem da Bauhaus²⁸⁵. Foi igualmente esta percepção do objecto que esteve na base da criação de um grupo de design denominado *Totem*²⁸⁶ *Design* fundado, em 1994 em Nova Iorque, por David Shearer (n. 1958). A inspiração para tal designação veio de uma conversa mantida com Ray Eames, a propósito dos objectos que o casal Eames compilara ao longo de anos nas suas viagens; Eames referira-se a estes como símbolos repletos de significado referentes a uma pessoa ou a um lugar determinados²⁸⁷.

²⁸¹ Que terá em Philippe Starck o seu mais emblemático representante.

²⁸² Catherine McDermott, *20th Century Design* (London: Carlton Books/ Design Museum, 1997), 164.

²⁸³ O termo *totem* foi introduzido pelos índios norte-americanos para designar um ser natural, geralmente um animal, adoptado enquanto emblema de um clã ou de um indivíduo. Cf. J. B. Sykes, *Oxford Concise Dictionary* (Oxford: Clarendon Press, 1976), s.v. “totem.”

²⁸⁴ Ambrogio Pozzi, [Programa/Tema], in *Concurso Jovem Designer 90*, s.p.

²⁸⁵ Ibid.

²⁸⁶ Acrónimo para *The Objects That Evoke Meaning*.

²⁸⁷ Cf. Totemdesign, “David Shearer – Biography,” <http://www.totemdesign.com/about/david-bio1.html>. [T. L.].

Durante cerca de um século a inovação tecnológica foi o motor da produção industrial. Nas últimas décadas do século XX, os mercados ficaram saturados com objectos suscitados e sustentados pela sociedade de consumo. A par da produção industrial em massa, surgem as edições limitadas e as edições de autor, reflexo da multiplicidade de abordagens relativas ao papel do design, resultantes do ecletismo surgido como contestação ao primado de legado do Movimento Moderno. Com as substanciais alterações ocorridas nas duas últimas décadas do séc. XX e com a aproximação do século seguinte (período em que também se enfatiza uma certa noção de balanço e de perspectivas para o futuro), o discurso relativo à necessidade de reorientações nos percursos a fomentar pela intervenção do design foi-se acentuando. No artigo “*The coming of post-industrial design*” (1981) Nigel Cross aludia a estas transformações:

O design está a mudar; os seus produtos e processos estão a mudar, assim como o papel exigido ao designer. Durante cerca de 100 anos, o paradigma prevalecente era proveniente da tecnologia e da sociedade industriais.

O design industrial amadureceu há 50 anos e conduziu ao Movimento Moderno, cujos parâmetros éticos nos habituámos a aceitar. Poderemos ter de esperar mais 50 anos até o design pós-industrial atingir tal maturidade, mas as sementes para tal estão agora a ser lançadas.²⁸⁸

Nos programas do CJD abordados nesta parte do presente estudo podemos observar, com maior ou menor evidência, algumas orientações que corroboram tal perspectiva.

3.2.2. Isao Hosoe: A interculturalidade e a globalidade humana como chaves para os desafios do séc. XXI

No *briefing* do CJD que Hosoe apresentou em 1995, no qual pretende sublinhar a importância de um projecto assente numa concepção global que permita construir “uma nova cultura no posto de trabalho”, o designer procede a uma contextualização teórica relativa ao legado do Movimento Moderno visando acentuar a insuficiência das características do movimento que esteve na base da cultura industrial do séc. XX, face às complexidades da sociedade actual e aos desafios do séc. XXI.

²⁸⁸ Cross, “The coming of post-industrial design,” 7. [T. L.].

Poder, velocidade, movimento, standardização, produção em massa, quantificação, precisão, regimentação, uniformidade, regularidade astronómica, controle, acima de tudo controle, estes são os chavões da sociedade moderna, do novo estilo ocidental.²⁸⁹

Recorrendo a Lewis Mumford (1895-1990) para caracterizar a sociedade moderna, Hosoe salienta que, com o início da sociedade pós industrial moderna, estes termos não desapareceram, mas tornaram-se insuficientes para caracterizar uma sociedade marcada por uma complexa interacção homem, máquina, natureza. A constatação da necessidade de se estabelecer uma outra relação entre as três entidades, e em particular entre o homem e a máquina, esteve no cerne dos escritos de Mumford. Ao longo do tempo, o autor foi construindo uma visão crítica relativamente à sociedade industrial²⁹⁰ na base da qual se encontrava a percepção de que a máquina adquirira demasiado protagonismo, em detrimento do factor humano e dos contextos cultural e ambiental. Os aspectos objectivos – assentes em inegáveis desenvolvimentos tecnológicos – haviam sido sobrevalorizados e, para haver um equilíbrio, no sentido de melhorar a qualidade de vida da sociedade, os aspectos subjectivos – passíveis de interpretação e consequentemente de valorização do significado das coisas – deviam ser igualmente considerados na concepção dos projectos²⁹¹. A perspectiva de Mumford pressupõe um entendimento do papel da tecnologia dentro da rede social onde actua e acentua as relações assim estabelecidas entre esta e a vida humana. Directamente relacionada com esta visão estava a consciência da valorização que a ciência fora adquirindo enquanto “o método”, relegando para segundo plano outro modo de apreensão e descrição de fenómenos e actividades. Para o autor a articulação de diferentes fontes de conhecimento - que considerava estarem demasiado compartimentadas em campos de especialização - era determinante para um entendimento global das questões, particularmente nas intervenções humanas.

De facto, o Movimento Moderno²⁹² teve nas possibilidades da máquina o centro das suas concretizações materiais. Tal como a máquina é, acima de tudo, funcional, também

²⁸⁹ Lewis Mumford citado em Isao Hosoe, [Programa/Tema], in *Concurso Jovem Designer 95 – O Japão e a Mediterraneidade. Habitar o Trabalho Nómada* [org. ICEP], catálogo (s.l.: ICEP, s.d.), 12.

²⁹⁰ Expressas de forma vincada nas obras *Art and Technics* (1952) e *The Myth of the Machine*, com dois volumes intitulados *Technics and Human Development* (1967) e *The Pentagon of Power* (1970).

²⁹¹ Perspectiva ilustrada por Mumford, com recurso ao mito de Prometeu, em Lewis Mumford em *Art and Technics* (New York: Columbia University Press, 2000), 33-58.

²⁹² Particularmente na fase compreendida entre os anos 30 até ao final dos anos 70 (*International Style*).

essa deveria ser a identidade dos objectos. Por outro lado, a forma dos objectos era determinada pelas capacidades da máquina e disso deveria ser reflexo. Estes aspectos concretizaram-se no característico slogan “*Form follows Function*” do Funcionalismo, uma das tendências que surge integrada neste Movimento. Estes aspectos não surgiram independentemente de uma ideologia na qual este movimento assenta e da qual se destacam as seguintes vertentes²⁹³: a melhoria das condições de vida (sustentada na ideia de progresso) que deve ser concretizada tendo em conta a análise das condições actuais e promovida através da aplicação de conhecimentos científicos, técnicos e práticos, o que remete directamente para um anti-historicismo, que, embora não seja total (aspectos, formas do passado, desde que cientificamente/racionalmente válidos são aceites), é marcante; a ideia de verdade, que no campo das concretizações materiais implica a inexistência de situações paradoxais entre forma e desempenho, o que em termos estéticos significa a rejeição da decoração com o intuito de esconder o modo como o produto foi feito – neste sentido, quer na produção quer na utilização dos objectos o funcionalismo é determinante; a articulação entre as dimensões estética, técnica e a sociedade para a produção de “designs” que possam estar disponíveis (e daí o papel fulcral da concepção de produtos adequados à produção em massa) e sejam entendidos por todos. Assim, a abstracção surge como resposta estética do modernismo: os aspectos puros das formas são os evidenciados, anulando-se os aspectos simbólicos e figurativos, o que permite, simultaneamente, a universalidade e o internacionalismo pretendidos. Todos estes aspectos deveriam ser entendidos dentro de um contexto de forma de Arte Total²⁹⁴, ou seja, não deveria haver hierarquia entre as artes, particularmente entre arte, design e arquitectura.

Face ao atrás exposto infere-se que os objectos integrados no léxico do Movimento Moderno tinham um significado estabelecido *a priori* e, como tal, independente da relação que eles pudessem estabelecer com o utilizador. O objecto adquiria assim um significado universal, independente de qualquer contexto, situação ou utilizador. No entanto, como refere Julier²⁹⁵, a crescente insatisfação com as pretensões dos modernistas, sobretudo após 1945, sublinhava-se no campo da semiótica, salientando

²⁹³ Com base no enunciado em Paul Greenhalgh, introdução a *Modernism in Design*, ed. Paul Greenhalgh (London: Reaktion Books, 1997), 1-24.

²⁹⁴ Recorde-se a ideia da *Gesamtkunstwerke* traduzida na xilogravura de L. Feininger para a capa do Manifesto da Bauhaus (1919).

²⁹⁵ Julier, *Encyclopaedia*, 133.

que havia uma diferença entre o significado pretendido (produtor) e o significado entendido (utilizador).

Isao Hosoe salienta que, com o Movimento Moderno, as culturas ocidental e oriental (Japão) tocaram-se. De facto, algumas características presentes na estética modernista reflectem aspectos da espiritualidade da filosofia Zen.

A arte cartesiana de Piet Mondrian e Mies van der Rohe, as cruzadas contra a decoração de Le Corbusier e o sóbrio monocronismo do betão armado nu, são uma aliança com o Oriente. Foi Zen que contribuiu moral e espiritualmente para a estética do Ocidente moderno. Foi Zen, com as suas pinturas altamente espirituais, e os Templos em preto e branco com os seus jardins metafóricos, que deram a imagem do Japão ao Ocidente a partir de Bruno Taut.²⁹⁶

Uma outra referência a que o designer japonês recorre é Edward T. Hall²⁹⁷ (1914-2009). No livro *The Dance of Life: the other dimension of time* (1983) analisa o modo como diferentes povos/ culturas percebem e usam o tempo. A sua distinção entre *o tempo* das nações do ocidente industrializado (povos da Europa do Norte) e *o tempo* dos povos latinos, mediterrânicos, africanos e dos países orientais é sintomática da maior ou menor relevância que a evolução tecnológica teve em cada um deles. Na base da diferenciação estão as noções de tempo monocrónico²⁹⁸ e tempo policrónico²⁹⁹, sendo o primeiro característico sobretudo dos povos da Europa do Norte e o segundo dos países onde a industrialização teve fraca expressão. Sustentando que a evolução tecnológica contribuiu, acima de tudo, para promover a cultura do tempo e do espaço monocrónico, assente numa linguagem monocrónica, Hosoe considera essencial encontrar uma linguagem policrónica (e aqui reside a insuficiência da herança do Movimento Moderno) para um enriquecimento cultural e do ambiente, capaz de incorporar um entendimento global do nosso tempo: «no limiar do 3º milénio, quando se espera

²⁹⁶ Roland Barthes, *L'empire des signes* (Genève: Editions d'Art Albert Skira S.A., 1970), citado em Hosoe, [Programa/Tema] in *Concurso Jovem Designer* 95, 9.

²⁹⁷ Antropologista que é considerado o fundador da “comunicação intercultural.” No livro *The Silent Language* (1959) atribui destaque à comunicação não-verbal, apresentando duas dimensões centrais no âmbito da mesma: a noção de *chronemics* (como o tempo afecta a comunicação), no capítulo *Time Talks* e a noção de *proxemics* (o modo como o espaço influencia a comunicação) no capítulo *Space Speaks*.

²⁹⁸ Refere-se a culturas que tendem a tratar dos acontecimentos de um modo sequencial; o tempo tem uma só dimensão. É um tempo imposto, aprendido, sujeito a um horário, condicionador de todas as actividades humanas e não “respeitador” de factores naturais das pessoas (como o impulso criativo).

²⁹⁹ Refere-se a culturas que são capazes de lidar simultaneamente com vários acontecimentos; o tempo adquire assim várias dimensões e, como tal, a noção de horário é secundarizada.

encontrar um mundo de complexidades algo imprevisíveis e surpreendentes do ponto de vista sócio-económico, técnico-científico e espiritual-cultural, o Zen já não serve para entender e englobar esta complexidade»³⁰⁰.

Como hipótese para este processo de entendimento global (conducente a uma concepção global³⁰¹) Hosoe recorre ao conceito de Mediterraneidade, assente na interpenetração, no encontro de culturas onde as variantes locais existem, não impedindo, contudo, que traços gerais comuns sejam evidentes, constituindo-se numa cultura que caracteriza como nómada e que é considerada a antítese dos valores da sociedade moderna. Atente-se em alguns dos termos e frases a que recorre para a caracterizar: miscelânea, capaz de gerar fertilidade; soluções não unívocas nem previsíveis; fluidez³⁰²; variedade e turbulência; transgressão, que favorece a inovação e o estímulo; contaminação, como modo de conhecimento. São estes parâmetros, e não a procura de “performances”, como sucede na cultura industrial, que podem conduzir a uma nova relação homem-objecto. Tal relação deverá assentar numa visão abrangente do homem que integre aspectos psicológicos (emoções) e culturais (memórias), para além dos estéticos e funcionais. Deste modo, o designer japonês confere, tal como Mumford, igual destaque a Prometeu (o fazedor/a técnica) e a Orfeu (o sonhador/ as artes).³⁰³

Hosoe sustenta que, até hoje, a sociedade industrial reforçou o paradigma moderno, sustentado por Aristóteles – o da primazia da visão – mas que para «dar alma à cultura do avançado mundo industrial [...] brevemente veremos o Design penetrar mesmo naquela parte do mundo até hoje invisível»³⁰⁴. Neste contexto ele associa o designer ao *Trickster*³⁰⁵, «elemento catalisador entre o centro e a periferia que fala linguagens

³⁰⁰ Hosoe, [Programa/Tema], in *Concurso Jovem Designer 95*, 10.

³⁰¹ Entendida no sentido em que é integradora de múltiplos *inputs*.

³⁰² Termo utilizado por vários autores para caracterizar a sociedade actual, nomeadamente por Zygmunt Bauman, que recorreu à expressão *liquid modernity* para designar a fase presente da modernidade (que não considera como pós-moderna), por oposição à fase anterior que designa de *solid modernity*. Veja-se Zygmunt Bauman, *Liquid Modernity* (Cambridge, UK: Polity Press, 2000).

³⁰³ Veja-se Mumford, *Art and Technics*, 34-35.

³⁰⁴ Hosoe, [Programa/Tema], in *Concurso Jovem Designer 95*, 10.

³⁰⁵ «O bobo, o comediante, que aparece em muitas peças de Shakespeare é, na realidade, uma figura presente na mitologia de muitas culturas. No teatro, o comediante ganhou o seu reconhecimento máximo na personagem do Arlequim na *commedia dell'arte* italiana. As acções do bobo não são passíveis de antecipação e as suas brincadeiras e desventuras conduzem à destruição de toda a ordem pré-existente, criando momentaneamente uma nova ordem. O bobo nunca está sossegado, buscando sempre algo. O seu movimento contínuo gera um elemento de mediação entre cidade e campo, entre poderosos e gente

ambíguas e ambivalentes: a linguagem central da tecnologia e do periférico mundo humano feito de coisas imprevisíveis»³⁰⁶.

Na orientação dos estudantes do Concurso, Hosoe recorre às seguintes palavras-chave: Aménidade, Erotismo, Jogo, Encontro, Estatuto, Teatralidade e Territorialidade para abrir horizontes a novos modos de pensar o escritório – e, numa perspectiva mais abrangente, o mundo do trabalho – no sentido de as propostas concretizarem a passagem «do domínio da visão à ecologia dos sentidos»³⁰⁷. Neste ponto, a sua visão revela consonância com aquela expressa pelos filósofos fenomenológicos, nomeadamente Merleau-Ponty (1908-1961) relativamente à apreensão e compreensão da realidade, destacando a importância de uma “multi-sensorialidade sincronizada”.

No que concerne ao processo projectual subjacente ao pensamento de Hosoe, importa sublinhar a noção do “*design as abduction*”³⁰⁸ que assenta em três vias exploratórias – os jogos, o bricolage e a “prática do insensato/ridículo”³⁰⁹ – com vista à concepção de novas realidades. Relativamente à primeira via, o designer salienta que repetição e a velocidade do desempenho, proporcionadas pela prática, podem causar situações de engano imprevistas que, em resultado, são potenciais accionadoras de novas criações. Menciona o seu candeeiro Hedi (1970) como resultante da aplicação estratégica do bricolage, uma vez que foi juntando peças diferentes já existentes sem pensar na base, e, em resultado da inexistência de uma peça específica para esta, acabou por usar o tubo flexível também como base. A exploração do “*folly*” concretiza-se em atitudes extremas, diferentes, que permitam o afastamento dos pensamentos racionais e despertem, desse modo, novas ideias³¹⁰. No seguimento desta via Hosoe propõe em 2011 o projecto *Play Factory*,³¹¹ que se apresenta como um novo modo de fazer design e criar valor assente na globalidade da expressão humana:

comum, entre astúcia e estupidez, entre cultura e natureza». [T. L.]. Isao Hosoe, Ann Marinelli, Renata Sias, “Playoffice – Toward a new culture in the workplace”, 48, Isao Hosoe Design, http://www.playoffice.it/files/playoffice_complete.pdf.

³⁰⁶ Hosoe, [Programa/Tema], in *Concurso Jovem Designer* 95, 11.

³⁰⁷ Ibid., 12.

³⁰⁸ Cf. Isao Hosoe, “Design as Abduction”, Isao Hosoe Design, http://www.isaohosoe.com/isao/trace_dett.jsp?lang=2&id_trace=12&level2=13.

³⁰⁹ No original “*exercice of the folly*”. Ibid.

³¹⁰ Ibid.

³¹¹ Desenvolvido em colaboração com o grupo *Loccione* e no qual o jogo *Play 40* surge como via exploratória do mesmo.

É durante a brincadeira que a inteligência melhor se expressa. Por brincadeira refiro-me às crianças e à sua curiosidade, a acontecimentos inesperados e à surpresa. PlayFactory é uma área cultural onde pessoas e relações encontram o espaço essencial para o jogo, para o desenvolvimento do conhecimento activo, experiências e descobertas inovadoras.³¹²

Como destacam os responsáveis pelo projecto Play Factory, esta perspectiva tem raízes no passado, recordando que no séc XVIII Schiller afirmava «os homens revelam-se completos quando brincam»³¹³. Com efeito, salientam, no jogo há a possibilidade de co-existirem as principais componentes do ser humano: «sensibilidade e perspicácia, matéria e forma, características interiores e exteriores; todas expressões de beleza»³¹⁴.

A riqueza conceptual do programa do designer japonês foi absorvida e nitidamente transposta para a prática na proposta de Luís Pessanha, que, relativamente ao projecto que apresentou, afirma:

O nomadismo foi interpretado como possibilidade de transportar e utilizar o objecto sempre que desejado: o objecto permitia ser guardado enquanto plano assumindo a forma de contentor só e quando o utilizador desejasse.

A mediterraneidade foi trazida à discussão pela referência semântica ao cocho alentejano.³¹⁵

Os processos construtivos fazem alusão a alguns exemplos apresentados pelo designer convidado, nomeadamente ao mapa origami.³¹⁶

³¹² Isao Hosoe citado em Isao Hosoe Design e Grupo Loccioni, “Play Factory: philosophy,”

http://www.play-factory.it/?page_id=58. [T. L.].

³¹³ Schiller citado em Isao Hosoe Design e Grupo Loccioni, “Play Factory: philosophy,” [T. L.].

³¹⁴ Ibid. [T. L.].

³¹⁵ Objecto utilitário de cortiça em forma de “concha” utilizado originalmente pelo pastor alentejano para beber água do cântaro.

³¹⁶ Luís Pessanha em resposta à questão 7.1. do questionário [anexo 3.7.]. No presente trabalho não se faz referência aos exemplos de origami que I. Hosoe terá mostrado no âmbito da sua apresentação, uma vez que não constam do catálogo. Contudo, registre-se que tal alusão está em linha com a sua concepção de design que tem na interculturalidade um importante vector.



Fig. 6
Malga/ Decantador.
Luís Pessanha.
Prémio ICEP (Plásticos), CJD 1995.

3.2.3. Ingegerd Råman : Os aspectos sociais e da relação com a natureza na identidade do design sueco.

Foi na década de 50 que a expressão *Scandinavian Design*³¹⁷ se tornou uma realidade à escala mundial, caracterizada por objectos funcionais, elegantes e sóbrios acessíveis a todos, sendo, consequentemente, percebida como resultado da sociedade social-democrata em que a Suécia³¹⁸ assentava³¹⁹. De facto, como salientou Råman, o modo de vida sueco é também reflexo da tradição política social-democrata³²⁰, fazendo referência neste contexto à expressão *swedish standard*, utilizada relativamente à casa e ao planeamento do lar ideal, no sentido de um direito de todos ao acesso a um espaço de qualidade para viver. Sublinha que a solidariedade dos suecos esteve também na base dos cuidados desenvolvidos relativamente a deficientes e idosos, tendo os designers revelado muito interesse no desenvolvimento de utensílios e objectos que facilitassem a

³¹⁷ Os países escandinavos, particularmente a Dinamarca, Finlândia, Suécia e Noruega, partilham características comuns (a valorização de materiais naturais, em particular a madeira, a tradição artesanal, a promoção de valores de uma sociedade democrática), e nesse sentido, tiraram partido da diferenciação relativamente à restante Europa, para se promoverem através da sua cultura material, nomeadamente do seu design. Após a 2ª Guerra Mundial houve mesmo várias iniciativas que promoveram o design destes países sob um único movimento (por exemplo nas *Triennales* de Milão e na exposição “Formes Sacndinaves,” em 1958, no Louvre) e o design escandinavo era o estilo doméstico do período. Cf. McDermott, *Design - The Key Concepts*, 203.

³¹⁸ Cujo nível de vida era o mais elevado do mundo.

³¹⁹ Cf. Susanne Helgeson, Kent Nyberg, *Swedish Design – The Best in Swedish Design Today* (Mitchell Beazley - Octopus Publishing Group, 2002), 28.

³²⁰ Cujas raízes mais directas remontam a 1880.

vida destes indivíduos, assumindo o design social com naturalidade. Menciona, neste contexto, o Ergonomi Design Gruppen³²¹. Trata-se de um grupo de designers, que, na altura, de forma pioneira na Europa, centrava a sua actividade num design orientado para o utilizador, nos produtos inclusivos e nos ambientes de trabalho.

Uma outra característica da sociedade sueca realçada pela designer é a ligação à natureza, que compara a uma religião. Na sua perspectiva, esta relação remete para dois aspectos que considera muito importantes em termos de cultura material. Por um lado, a forte ligação à natureza, promove um interesse - que considera “inato” - pelos materiais naturais. Por outro lado, o facto de esta relação (que se estabelece pessoalmente ao longo da vida e, em termos da sociedade, ao longo dos séculos) também assumir o carácter de herança, de tradição. É na convergência destes dois aspectos que os objectos adquirem uma identidade cultural, capaz de lhes conferir a necessária distinção. Para tal, o designer deverá ser capaz de, olhando para o passado, adequar e projectar o futuro de acordo com o contexto actual.

Estes vectores que orientaram até hoje a produção material sueca, que exerceu internacionalmente significativa influência, sobretudo na arquitectura e no design de produto, foram-se desenvolvendo paralelamente e em conformidade com uma influente produção teórica³²² que se estendeu de finais do século XIX até cerca de 1930. A confluência de todos estes aspectos e de realidades económicas, históricas e sociais específicas conferiram ao “Movimento Moderno sueco” uma «Graça sueca...ou a Face Aceitável do Modernismo?»³²³

Na origem da Svenska Slöjdföreningen esteve o receio de que, com a abolição do sistema das guildas em 1846 (e conseqüente possibilidade de qualquer pessoa trabalhar nos diferentes ofícios), a qualidade dos bens produzidos fosse significativamente afectada, bem como a necessidade de proporcionar um sistema de ensino³²⁴ a adultos

³²¹ Fundado em 1979 após a fusão de duas organizações: a Designgruppen (1969) e a Ergonomidesign (1974).

³²² Veja-se a este respeito Lucy Creagh, Helena Kåberg, Barbara M. Lane, eds. *Modern Swedish Design – Three founding Texts* (New York: MoMA, 2008).

³²³ Gillian Naylor, “Swedish Grace...or the Acceptable Face of Modernism?” in *Modernism in Design*, 164. [T. L.]. A expressão “*swedish grace*” foi primeiramente utilizada por Morton Shand, crítico e editor da revista *Architectural Review* para caracterizar a arquitectura e o design suecos da década de 20. Cf Helgeson e Nyberg, *Swedish Design*, 25.

³²⁴ Veja-se a pág. 18 deste trabalho.

da classe trabalhadora. A frase «A manufactura sueca gera a independência sueca»³²⁵ espelha o espírito da organização. Para a promoção do bom design em casa e nos espaços públicos recorreu-se à publicação de livros, jornais e à realização de cursos, concursos e exposições. O primeiro jornal dedicado à decoração de interiores (*Journal for the Home*, 1859) revelou o interesse que o tópico colhia então na sociedade sueca. Aliás, como referiu Råman, este aspecto, que se mantém e que igualmente se manifesta relativamente à arquitectura, também estará relacionado com o clima austero do país.

Skönhet För Alla (*Beauty in the Home*, na tradução inglesa³²⁶), ensaio que Ellen Key³²⁷ (1849-1926) escreveu em 1899, reflecte o destaque conferido à questão estética no seu pensamento global, mas aqui centrado, sobretudo, no contexto doméstico. Este era visto como ponto de partida fundamental para que uma nova sensibilidade estética pudesse ser extensível a todos os aspectos da sociedade.³²⁸ Segundo Susanne Helgeson e Kent Nyberg, naquele mesmo texto, a autora também expressa o seu desagrado relativamente aos produtos expostos na Exposição de Estocolmo de 1897, resultantes de uma produção em massa que não consagrava o aspecto artístico. Registam ainda que foi sobre este apelo de Key que se alicerçaram as bases para a “simples” moderna cultura de design sueca³²⁹. Revelando também um carácter prático-pedagógico, o texto apresenta orientações (instruções) objectivas promotoras da “beleza” e, simultaneamente, como realça Barbara Lane, perspectiva um modo de expressão e um modo de vida pessoal (e, posteriormente, colectivo) sustentado em dois factores chave: a ligação à natureza, manifestada na preferência por materiais naturais, e a simplicidade³³⁰. Key termina com a seguinte frase de Ehrensvärd³³¹: «Os objectos vão perdendo a sua beleza à medida que se tornam mais complexos e menos úteis à natureza humana primordial»³³².

³²⁵ Lema da organização. Cf. Helgeson e Nyberg, *Swedish Design*, 22. [T. L.].

³²⁶ De acordo com a primeira tradução inglesa do texto apresentada em *Modern Swedish Design – Three founding Texts*.

³²⁷ Segundo Ulrika Knutson, em 1901 ela era a autora mais lida na Suécia, apesar de Stindberg and Selma Lagerlöf. Ulrika Knutson “Will the Future Have Good taste?” in *Swedish Design*, 17.

³²⁸ Barbara M. Lane, “An Introduction to Ellen Key’s *Beauty in the Home*,” in *Modern Swedish Design – Three Founding Texts*, 19.

³²⁹ Cf. Helgeson e Nyberg, *Swedish Design*, 23.

³³⁰ Cf. Barbara M. Lane, “An Introduction to Ellen Key’s *Beauty in the Home*,” 26.

³³¹ Arquitecto militar sueco (1710-1772).

³³² Ehrensvärd citado em Ellen Key, “*Beauty in the Home*,” in *Modern Swedish Design – Three Founding Texts*, 55. [T. L.].

O texto *Vackrare Vardagsvara* (*More Beautiful Everyday Things*, na tradução inglesa) publicado por Gregor Paulsson (1889-1977) em 1919 introduz, na perspectiva de Sparke, uma nova orientação para o design sueco, na qual o individualismo daria lugar ao coletivismo na procura de uma cultura formal assente numa base social ³³³. A visão de Paulsson, regista a herança de Key, mas torna clara a influência que a sua visita a Berlim (1912) e o seu contacto com membros da Deutscher Werkbund tiveram na sua concepção estratégica para o design sueco, na qual os novos métodos de produção, se artisticamente explorados dentro das suas capacidades, podiam beneficiar não apenas o desenvolvimento económico e estético mas também o progresso social. ³³⁴

Importante para a caracterização desta produção material, no campo do design doméstico (área em que se destacou), foi a tardia chegada da industrialização (se comparada com os países pioneiros neste campo) à Suécia (1880-90) e a influência de uma longa tradição de manufactura, assente em centros de produção de pequena escala, ou mesmo em fabrico caseiro, espalhados pelo país. Esta estrutura “proto-industrial” terá permitido uma passagem mais suave para a industrialização, possibilitando simultaneamente a sobrevivência das tradições “artesaniais” no período moderno ³³⁵. Por outro lado, o facto de a Suécia não ter intervindo na Primeira Guerra Mundial também contribuiu decisivamente para que, como refere Woodham, se continuasse a desenvolver a ligação entre a arte e a indústria ³³⁶. Foi a combinação dos aspectos focados que conferiu a particular abordagem sueca ao Movimento Moderno, geralmente apelidada de humanista, a qual, como refere Greenhalgh, constituiu um paradigma para muitos “modernistas” europeus a partir de 1930 ³³⁷. Saliente-se, neste âmbito, a importante função disseminadora que tiveram duas exposições: a de Estocolmo (1930), onde se expôs o novo design sueco conciliatório da tradição artesanal com uma estética racional, ou, como sublinha Sparke, onde se realçou a importância do humanismo num mundo dominado pelo Funcionalismo, e a Exposição de Helsingborg (H55, 1955), que deu continuidade às orientações preconizadas pela primeira, ³³⁸ representando o apogeu

³³³ Penny Sparke, *An Introduction to Design & Culture*, 71.

³³⁴ H. Kåberg, “An Introduction to Gregor Paulsson’s Better Things for Everyday Life,” in *Modern Swedish Design – Three Founding Texts*, 59.

³³⁵ Cf. Creagh, Kåberg, Lane, General Introduction. *Ibid.*, 13.

³³⁶ Woodham, *Twentieth-Century Design*, 57.

³³⁷ Greenhalgh, *Modernism in Design*, 163.

³³⁸ Cf. Sparke, *An Introduction to Design & Culture*, 71.

de uma tendência escandinava – *Scandinavian Modern* – que se concretiza assim na Suécia.³³⁹

A frase a que Råman recorre para caracterizar os valores orientadores do seu processo de trabalho – «O meu trabalho é sempre um elo entre a simplicidade, a função e os valores estéticos»³⁴⁰ – permite, mais uma vez, verificar a constância destes valores na consolidação de um pensamento sueco no que se refere à produção material. Na apresentação do programa para a edição do Concurso de 1996, Råman salienta, contudo, que o estilo tão específico que até então caracterizara o design sueco – «conhecido pela pureza e leveza das formas e das cores»³⁴¹ – estava a evoluir para uma linguagem mais internacional³⁴². De certo modo esta constatação pode ser generalizada às restantes “linguagens específicas de determinados países em termos de design,” dada a contextualização a que se fez referência no ponto 2.1. deste trabalho. Contudo, a forte influência que as mencionadas características do design sueco tiveram nas duas décadas após a Segunda Guerra Mundial (sobretudo na Europa e Estados Unidos) – e têm no design a nível global – fará com que estas sejam, de facto, vistas como representativas do design sueco. McDermott sustenta mesmo que o design escandinavo manteve a sua posição como um dos estilos mais populares de design para a casa contemporânea, uma estética que perdurou meio século. Destaca o papel desempenhado pela empresa IKEA (1947) que, neste contexto, caracteriza de «*lifestyle phenomenon*». Contudo, afirma que houve uma mudança no design escandinavo, referindo a instalação que a Snowcrash³⁴³ apresentou na Feira de Mobiliário de Milão (1999)³⁴⁴.

³³⁹ Cf. Helena D. Lutteman, “A Background,” in *Design in Sweden*, ed. Monica Boman (Uddevalla: The Swedish Institute em colaboração com a Svensk Form, 1988), 18.

³⁴⁰ Scandinaviandesign, “Ingegerd Råman,” <http://scandinaviandesign.com/ingegerdRaman/index.htm> [T. L.].

³⁴¹ Ingegerd Råman, [Programa/Tema], in *Concurso Jovem Designer 96 – Cenários para uma Refeição* [org. ICEP], catálogo (s.l. ICEP, s.d.), s.p.

³⁴² «Desde o início dos anos 90 o regime do design escandinavo - incluindo o design dinamarquês - tem vindo a flexibilizar-se. Uma nova geração de designers tem vindo a quebrar as amarras da expectativa para descobrir modos mais informais de expressão, onde forma e função não têm de ser equivalentes, o que tem vindo a gerar uma inovadora perspectiva global, bem como uma vasta e original gama de mobiliário escultural cuja essência é mais lírica, sensual, subjectiva e provocativa. Estas novas tendências imbuíram um novo dinamismo ao design escandinavo e conduziram a um universo mais fragmentado do design, com interpretações dos estilos modernos marcadamente individualizadas.» [T.L.]. In “Design for the Future,” *Design from Scandinavia – 40th Anniversary edition*, no. 22, 2008, 6, http://issuu.com/midmod/docs/design_from_scandinavia_22.

³⁴³ Companhia finlandesa que esteve activo entre 1997 e 2002 e que teve como fundadores Ilkka Suppanen (n.1968), Teppo Asikainen (n. 1968) e Timo Salli (n. 1963).

³⁴⁴ McDermott, “The Context of European Design Since 1985,” 43.

Que material dominará os lares no futuro?

Que valores representarão estes materiais?

Designers da Snowcrash, desta vez todos originários de países nórdicos, fizeram viagem a esse universo com mentes abertas. [...].

A Snowcrash investigou materiais compostos, que são frequentemente utilizados no transporte ou na construção naval devido à sua resistência e adaptabilidade. Aço, borrachas, polímeros, polietileno e poliestireno são exemplos de materiais na origem de muitas inovações do design de produto. Com materiais sintéticos é possível criar design leve e transparente e atribuir características sensoriais aos produtos. Torna-se rentável produzir novos materiais. Materiais sintéticos podem também ser duradouros e simultaneamente ecológicos. Esta exposição da Snowcrash inclui ainda mobiliário feito a partir de materiais tradicionais como madeira sólida e vidro. Mas o objectivo foi a busca de novas formas e novas funções.³⁴⁵

Atendendo a tais palavras, esta incursão também não pode deixar de ser vista como uma interpretação e actualização dos valores tradicionais do design sueco face aos contextos actuais. Duas exposições atestam também esta nova visão: “New Scandinavia – aktuelles Design aus dem Norden” (Nova Escandinávia – Design actual do Norte), realizada no Museu de Artes Aplicadas em Colónia (1999) e a “Helsingborg 99” (H99).

«Ter confiança numa identidade cultural dá aos objectos uma distinção natural»³⁴⁶. Será neste enquadramento de identidade cultural, mas numa visão micro, relativa à identidade de cada designer, que nasce um dos vectores do pensamento de Råman, que realça a importância de cada designer desenvolver uma linguagem própria: «Trata-se de uma questão de ser verdadeira consigo própria, de acreditar e tirar partido da minha própria expressão»³⁴⁷. Este é, aliás, um dos traços característicos da sua obra. Afirmam Helgeson e Nyberg, neste âmbito, que: «Até mesmo na década de 80 ela manteve-se imune às tendências de azul ácido e gostos extravagantes»³⁴⁸. O destaque conferido por Råman a este aspecto estará também relacionado com a tradição da formação sueca, em que os designers geralmente se especializam numa área tecnológica (o que, do seu ponto de vista, lhes propicia uma vantagem em termos internacionais).

³⁴⁵ Snowcrash, “Snowcrash Materialized Home,” Scandinavian design, <http://www.scandinaviandesign.com/snowcrash/press.html>. [T. L.].

³⁴⁶ Råman, [Programa/Tema], in *Concurso Jovem Designer 96*, s.p.

³⁴⁷ Råman citada em Helgeson, Nyberg, *Swedish Design*, 201. [T. L.].

³⁴⁸ Helgeson, Nyberg. *Ibid.* [T. L.].

Lena From ³⁴⁹ refere que as palavras “intemporalidade” e “simplicidade” são regularmente usadas para classificar as obras de cerâmica e vidro da designer sueca. A autora salienta a íntima relação entre a função e a expressividade estética, que tem nas necessidades humanas a sua origem ³⁵⁰. As palavras da própria designer reforçam este aspecto: «Os meus objectos não adquirem realmente vida até serem usados» ³⁵¹. A versatilidade é também outra característica apontada, uma vez que, regularmente, diferentes partes de um objecto comportam duas funções, permitindo em consequência combinações com outros objectos. ³⁵²

A filosofia inerente à obra de Råman está claramente enraizada na identidade sueca, onde os vectores – simplicidade, função e estética – são determinantes. Com naturalidade, eles surgem nitidamente destacados nas orientações que a designer delineou na apresentação da sua proposta para os estudantes: «Os objectos deverão ser ao mesmo tempo funcionais e do ponto de vista formal expressivamente artísticos ... claro que estes dois aspectos devem jogar bem um com o outro. Mas não esqueçam que o HOMEM, está em primeiro lugar» ³⁵³.

3.2.4. Tapio Yli-Viikari: Uma perspectiva humana para o design

Enquanto designers as nossas mãos estão simultaneamente livres e atadas. Temos de conhecer o contexto da nossa própria cultura e o espírito dos tempos de modo a podermos expressar-nos. ³⁵⁴

Segundo o designer finlandês, a interacção entre indivíduos e a comunicação entre culturas são dois fenómenos que atravessam significativas e rápidas alterações. Partindo de um ambiente historicamente relevante no contexto para a sociedade urbana europeia, o designer apresenta, como tema a desenvolver, o “Café Milénio” (CJD, 1998), projecto que pretende explorar a questão da identidade num lugar público de encontro e que

³⁴⁹ Jornalista e crítica de arte, autora do primeiro livro sobre a obra de Råman.

³⁵⁰ Lena From. Cf. “Ingegerd Råman,” Swedish Design Centre of Saint Barthelemy, [extracto do livro Lena From, ed., *Ingegerd Råman* (Langenskiöld Publishing, 2005)], <http://www.swedishdesigncentre.com/index.php/ingegerdraman.html>. [T. L.].

³⁵¹ Ingegerd Råman citada em “Ingegerd Råman,” Swedish Design Centre of Saint Barthelemy, [T. L.].

³⁵² Ibid.

³⁵³ Råman, [Programa/ Tema], in *Concurso Jovem Designer 96*, s.p.

³⁵⁴ Tapio Yli-Viikari, “Interaction,” Department of Ceramics and Glass - University of Art and Design Helsinki, <http://www.uiah.fi/kl/interaction.html>. [T. L.].

reflecta as mudanças de estilo de vida que surgem a caminho do séc. XXI, que salienta ser cada vez mais internacional, mas também revelador de grande interesse por especificidades locais. De facto, esse traço identitário internacional que se vem constatando a diversos níveis, resultante do aprofundamento da globalização, não invalida que as nações/povos/regiões continuem a reflectir diferenças, mais ou menos significativas, dadas as suas diversas dimensões culturais. Neste sentido, está implícito que Yli-Viikari partilha da óptica de Arjun Appadurai, ao salientar que a globalização não implica necessariamente homogeneidade³⁵⁵. É também nesta perspectiva que Loek van der Sande³⁵⁶ defende que a cultura será a grande base de sustentação da criação de riqueza/ de produtos no séc. XXI, tal como nos séculos XVII e XVIII a riqueza dependera do acesso aos recursos naturais e nos séculos XIX e XX proviera da capacidade de produzir bens e do controlo de financiamento.³⁵⁷

A ênfase na dimensão cultural dos objectos também foi relevada pelo designer finlandês no programa que apresentou em 1994, subordinado ao tema “O Tempo e a Memória: novos conceitos para a casa”, no qual destacou o prazer mental das coisas que utilizamos – «Gostamos que os objectos nos contem histórias»³⁵⁸ – associado à memória, às lendas e tradições das diferentes culturas, e articulado à beleza funcional dos objectos e à mensagem das formas.³⁵⁹

As coisas são a memória da cultura. Comunicamos e influenciemos o nosso meio através delas. A linguagem das coisas, como a linguagem humana, é uma rede subconsciente de sentidos pré-estabelecidos.³⁶⁰

O aspecto comunicativo do objecto adquire aqui relevância. Este já fora destacado por Pozzi na edição de 1992 (cujo tema era “Desenho de objectos para equipamento hoteleiro”) ao referir-se à exploração da dimensão cultural da alimentação. Para Pozzi, no ano 2000, a alimentação seria mais marcadamente homogénea, industrial, anónima e funcional, menos comunicativa e sem ritual. Contudo, salientava que «o mundo pós-

³⁵⁵ Arjun Appadurai, *Modernity at large: cultural dimensions of globalization* (Minnesota: University of Minnesota Press, 1996), 17.

³⁵⁶ Presidente do ICSID entre 1983 e 1985.

³⁵⁷ Cf. Hugh Aldersey-Williams, *World design: Nationalism and Globalism in Design* (New York: Rizzoli, 1992), 15.

³⁵⁸ Tapio Yli-Viikari, [Programa/Tema], in *Concurso Jovem Designer 94 - Mercado da Finlândia*, catálogo (s.l: ICEP, s.d.), 8.

³⁵⁹ Ibid.

³⁶⁰ Yli-Viikari, “Interaction.” [T. L.].

racional não se rende a esta emboscada: a arquitectura, os objectos, as artes estão recuperando o seu consciente romântico, a instância profunda das coisas»³⁶¹. Neste sentido, sublinhava a importância de incutir nos objectos aspectos que accionem no utilizador factores emocionais, espirituais ou outros que enriqueçam a experiência de usufruto dos mesmos. No artigo “Em direcção a uma nova domesticidade” (1988), Stefano Marzano faz também alusão ao mesmo aspecto ao sustentar que a concepção de novos objectos domésticos implica dar forma a relações (de utilização, afectivas, simbólicas e psicológicas) mais complexas e completas entre o homem e os objectos, através de linguagens mais afins com os tipos de comunicação humana.³⁶²

Yli-Viikari centra a questão num enquadramento comunicativo suscitado pelos avanços tecnológicos (menciona as tecnologias de informação, as redes globais das indústrias de lazer e de comunicação) que tenha na esfera cultural e na criatividade as ferramentas para a construção de produtos, ideias e cenários de futuros. Neste contexto, salienta como as mudanças provocadas por tais avanços alteraram as noções de tempo – conceitos de instante e de tempo diferenciado (*on-line* e *off-line*) – e de presença (física ou virtual), constituindo estes novos elementos a explorar pelos designers³⁶³. Também Antonelli refere que estes aspectos têm provocado grandes alterações no nosso modo de vida e na nossa essência enquanto indivíduos, sublinhando ainda que, de modo a explorar os novos níveis de liberdade gerados, várias categorias de produtos e serviços foram criadas ao longo dos últimos vinte e cinco anos.³⁶⁴

A visão de Yli-Viikari para este projecto pretende evitar a tendência do individualismo que as liberdades proporcionadas pela tecnologia também criaram. Realça a este propósito que o Café Milénio poderá não ter a identidade de um café convencional – «pode ser um local onde não se coma nem se beba»³⁶⁵ – e que o objectivo é criar um local de encontro que transponha para o século XXI aquilo que os cafés proporcionaram à sociedade urbana europeia nos séculos anteriores: «Foram palco de grande interacção social, discursos políticos e ideológicos; discussões e acontecimentos de todos os

³⁶¹ Ambroggio Pozzi, [Programa/Tema], in *Concurso Jovem Designer* 92, 33.

³⁶² Stefano Marzano, “Em direcção a uma nova domesticidade” in *Design em Aberto – uma antologia*, 176.

³⁶³ Tapio Yli-Viikari, [Programa/Tema], in *Concurso Jovem Designer* 98, 4.

³⁶⁴ Antonelli, *Design and the Elastic Mind*, 16.

³⁶⁵ Yli-Viikari, [Programa/Tema], in *Concurso Jovem Designer* 98, 8.

gêneros passaram-se nos cafés»³⁶⁶. Os objectos a conceber para este espaço deviam ter como objectivo proporcionar acções ou atitudes nas pessoas compatíveis com a concretização de um ambiente de convívio, baseado num conceito específico. Esta proposta configura assim uma relação próxima entre objecto e espaço social, a qual foi particularmente destacada por M. Heidegger e B. Latour, tendo como sustentação uma base etimológica:

Como Bruno Latour reflectiu de modo brilhante no seu artigo “Tornando as Coisas Públicas”, a própria palavra *thing* [coisa] está etimologicamente relacionada com antiga palavra alemã *Ding*, que significa não apenas “objecto material” mas também “local de reunião” ou “aquilo que une as coisas”. E a tradução literal de *res publica* - da qual a palavra república deriva - é “coisas públicas” [...]. Tal como Heidegger fez no seu texto *Das Ding* [A coisa] (1951), Latour sublinha que as “coisas” podem ser vistas como entidades que congregam indivíduos à sua volta para discutirem questões da vida pública.³⁶⁷

A ideia de “interobjectividade” associada ao trabalho de Latour prescreve uma teoria social das coisas³⁶⁸. Latour envereda por um caminho de valorização do objecto e do seu papel na interacção humana, no qual o objecto é considerado como “*actant*” (no sentido em que é um agente activo, um mediador)³⁶⁹. Note-se como esta linha de pensamento está subjacente às palavras de Antonelli relativamente às dimensões necessárias ao papel actual dos designers:

[...] hoje não podem apenas pensar em forma, função e sentido. Têm também de pensar em termos de guião. Como designer tem de pensar-se como os objectos irão interagir com as pessoas. Isto será óbvio para designers de interface e interacção, mas não será tão claro para designers de produto ou de mobiliário. No entanto, todos eles terão de consciencializar-se que isso será o importante nos dias de hoje.³⁷⁰

Pensar simultaneamente “espaço-objecto”, como preconizado no programa do designer finlandês, reflecte uma característica do design contemporâneo que, como menciona

³⁶⁶ Ibid., 4.

³⁶⁷ Peter-Paul Verbeek, “Let`s Make Things Better: A Reply to My Readers,” *Human Studies*, vol. 32, no. 2, (2009): [Liberalism and Mediated Freedom], DOI 10.1007/s10746-009-9118-0. [T. L.].

³⁶⁸ Cf. Julka Almquist, Julia Lupton, “Affording Meaning: Designed-Oriented Research from the Humanities and Social Sciences,” *Design Issues*, vol. 26, no. 1(2010): 11.

³⁶⁹ Veja-se Bruno Latour, “On Interobjectivity,” *Mind, Culture and Activity*, vol. 3, no. 4, (1996):228-245.

³⁷⁰ Paola Antonelli in Jason Huff, “Talk to Her: A Conversation with Paola Antonelli,” *Rhizome*, 24 Outubro, 2011, <http://rhizome.org/editorial/2011/oct/24/talk-her-conversation-paola-antonelli/>. [T. L.].

Alison J. Clarke, confere igual importância aos espaços, interações e relações entre as coisas e os objectos e às coisas em si ³⁷¹. Neste sentido, sublinha que, actualmente, com maior frequência, a acção do designer comporta uma dimensão de pesquisa social, para além da concretização da forma.

Assim, além de serem concebidas [*designed*] por nós, as coisas, por seu lado, concebem-nos [*design us*]. Estamos rodeados não por um conjunto de coisas passivas, mas por uma rede de coisas que concebem [*design*]. Palavras famosas as de Winston Churchill “moldamos os nossos edifícios, depois eles moldam-nos”. Esta perspicaz observação poderá ser transposta para outros objectos. Conceber [*To design*] coisas significa, conseqüentemente, uma reciprocidade de acção e uma ambiguidade no que respeita ao lugar de acção do design. Pessoas e objectos configuram-se mutuamente. A palavra “configurar”, derivada do latim con (“junto”) e figurare (“dar forma”), sintetiza a reciprocidade do compromisso estabelecido entre pessoas e objectos. Na verdade, esta relação influencia directamente o modo como produzimos as nossas estruturas sociais e formas culturais. E é precisamente esta relação que o design procura “civilizar” em tudo aquilo que faz. ³⁷²

3.2.5. Jorge Pensi: A vanguarda de Barcelona no campo do Design

Nos anos 80, a Espanha revelou-se talvez como a nação mais progressista no que respeita à prática do design. Em particular, Barcelona começou a gozar de uma projecção sem precedentes nos tempos modernos, exceptuando talvez a era dominada por Antonio Gaudí. Chegou a discutir-se a possibilidade de Barcelona poder eclipsar Milão, o até então indisputado centro avançado de design. ³⁷³

Após décadas de isolamento económico e cultural, geradas pela ditadura de Franco (de 1939 a 1976), a Espanha iniciou um percurso de transição para a democracia que, como refere Julier, gradualmente foi recolocando o país na agenda europeia. Algumas das mais relevantes iniciativas que para tal contribuíram decisivamente para foram a integração na NATO (1982) e na CEE (1986), a preparação dos Jogos Olímpicos (Barcelona, 1992) e da Feira Mundial (Sevilha, 1992). Salienta o mesmo autor que estas iniciativas proporcionaram a criação de novas identidades nacionais, processo no qual o

³⁷¹ Alison J. Clarke, ed., introdução a *Design Antropology – object culture in the 21st century* (Wien: Springer-Verlag, 2011), 9.

³⁷² Prasad Boradker e Winston Churchill. Prasad Boardker, *Designing Things – A Critical Introduction to the Culture of Objects* (New York: Berg, 2010), 4. [T. L.].

³⁷³ Greenhalgh, *Modernism in Design*, 203.

design desempenhou papel fulcral³⁷⁴. A nova realidade social e económica proporciona novos estilos de vida que, particularmente em Barcelona, adquirem contornos mais vinculados, dado o modo como a regeneração da cidade foi pensada e concretizada. Gerou-se, deste modo, uma articulação próxima entre ambos os aspectos e, neste âmbito, a produção material, nomeadamente a relacionada com equipamentos urbanos, adquiriu grande relevância: «A modernização da cidade simultaneamente inspira (inspirou) e implementa (implementou) a modernização das almas dos seus cidadãos»³⁷⁵.

A posição de destaque de Barcelona nos panoramas industrial e cultural, nomeadamente nos campos arquitectónico e artístico, onde tivera já expressões significativas - o Modernismo³⁷⁶ - restabelece-se no início da década de 90, através de produções materiais e de iniciativas de fomento à identidade estrategicamente articuladas. Com efeito, o trabalho desenvolvido em termos arquitectónicos e urbanísticos - motor dessa construção - foi reconhecido, em 1999, pelo Royal Institute of British Architects ao conferir pela primeira vez a um local (não a um profissional) a respectiva medalha de ouro. A visão global enfatizada por esta organização é também salientada por Julier, para quem o “paradigma de Barcelona” foi significativo não apenas pelas inúmeras intervenções individuais a nível de design aí consumadas, mas também devido a uma cuidada articulação entre os diferentes componentes do “circuito da cultura” de du Gay et al. (1997)³⁷⁷:

A produção de design ia ao encontro da procura local e global. Aqueles que ditavam o gosto local, quer fossem arquitectos famosos ou canais televisivos, regulavam

³⁷⁴ Cf. Guy Julier, “Radical Modernism in Contemporary Spanish Design,” in *Modernism in Design*, 204.

³⁷⁵ Marshall Berman, *All That Is Solid Melts Into The Air?* (New York: Penguin, 1988) citado em Viviana Narotzky, “Barcelona – Object of Design,” 169, *bcndesign*, <http://bcndesign.files.wordpress.com/2009/09/vnarotzky-barcelona-object-of-design.pdf>. [versão inglesa referente do capítulo do livro *La Barcelona del diseño* (Barcelona: Santa & Cole, 2007) disponibilizada pela autora]. [T. L.].

³⁷⁶ «O termo Modernismo [...] refere-se a um fenómeno especificamente catalão, tido como aquele estádio do Movimento Moderno universal que combina a selecção ecléctica de referências históricas com a introdução de materiais modernos e que baseou a decoração, e mesmo a estrutura, em linhas ondulantes inspiradas principalmente na natureza. Era muito mais do que uma variação local da Arte Nova porque se tornou um estilo identificado com um movimento global que afirmava o nacionalismo e autonomia cultural catalã, diferenciada da especificidade espanhola, e em sintonia com as suas mais progressistas contrapartes europeias.» [T. L.]. David McKay, “Modern Architecture in Barcelona (1854-1939),” *The Anglo-Catalan Society*, 1985, no. 3, vii, <http://www.anglo-catalan.org/op/monographs/issue03.pdf>.

³⁷⁷ Guy Julier, “Responses to globalization,” in *Design Studies – A reader*, 435. Os cinco componentes do “circuito da cultura”: representação, identidade, produção, consumo e regulação. Em Paul du Gay et al., *Doing Cultural Studies: The Story of the Walkman* (London: Sage Publications, 1997), 3.

efectivamente a natureza e a dimensão da cultura de design. Produções de design específicas satisfaziam noções de identidade particulares. Se considerarmos o paradigma de Barcelona em termos de “sistema de fornecimento”, torna-se claro que a cidade e a sua infra-estrutura industrial e comercial facultaram um canal extremamente interligado e marcadamente localizado que fazia a ligação entre produção, distribuição e consumo, sendo auto-suficiente, legitimando-se e validando-se a si próprio.³⁷⁸

O reemergir de Barcelona enquadra-se também numa tendência que, segundo McDermott, se verificou em algumas cidades europeias em meados da década de 80, na qual estas, e não os países, assumem a liderança na definição de tendências de culturas de design e de economias internacionais. Neste contexto, refere os casos de Londres («uma cidade no centro de uma economia, não só nacional mas também global, transformada pela criatividade»³⁷⁹), Milão (design), Paris (moda), Reykjavic, Estocolmo, Berlim, Praga e Barcelona (nestas destaca a variedade social e cultural).

Do ponto de vista histórico, Pensi releva o papel desempenhado pela Exposição Universal de 1929, a qual possibilitou a participação de Barcelona numa tendência que se anunciava desde a Europa Central e que constituía um novo modo de conceber o *habitat*. A importância do evento manifestou-se, do ponto de vista da produção material, a nível arquitectónico-urbanístico (através da construção de vastas avenidas, praças, parques e edifícios) e a nível do mobiliário, sobretudo, o de interiores (podendo referir-se a Cadeira Barcelona, criada por M. van der Rohe para o pavilhão alemão, a qual adquiriu estatuto de ícone). No âmbito da renovação cultural iniciada pela Bauhaus, Pensi destaca também o papel do Grupo de Artistas e Técnicos Catalães para o Progresso da Arquitectura Contemporânea (GATCPAC, 1931-1937), que «mostraria uma nova concepção do equipamento, baseada no racionalismo funcionalista que caracterizará o primeiro design industrial e arquitectónico»³⁸⁰. Numa fase posterior, de acordo com Mercè Vidal, assistiu-se a um arrefecimento no ímpeto funcionalista, que originou uma produção mais “humanista” e mais consentânea com a cultura mediterrânica³⁸¹. O destaque que o design adquiriu dentro do contexto da nova

³⁷⁸ Guy Julier. Ibid. [T. L.].

³⁷⁹ McDermott, “The Context of European Design Since 1985,” 37. [T. L.].

³⁸⁰ Jorge Pensi, [Programa/Tema], in *Concurso Jovem Designer 97 – a vida na praia* [org. ICEP], catálogo (s.l.: ICEP, s.d), s.p.

³⁸¹ Mercè Vidal, “Design History in Catalonia Between the Influence of Le Corbusier and Mediterranean Historical and Vernacular Sources,” *Design Discourse*, vol.III, no. 4, (2008): 2, http://designhistoryforum.org/dd/papers/vol03/no4/03_4_2.pdf.

arquitectura ficou igualmente patente na disseminação de produtos oriundos dos principais centros criativos da estética “moderna”. Também neste âmbito sobressai a acção do GATCPAC que, através da importação de produtos da Thonet e, sobretudo, da Wohnbedarf (cujos produtos eram mais acessíveis à população, e, segundo M. Vidal, estariam desse modo mais ajustados à agenda social da GATCPAC) ³⁸², reforçou Barcelona como principal centro disseminador de cultura do design em Espanha.

Também Bernhard Bürdek refere que até ao final da década de 70, a produção industrial espanhola assentava nos princípios do “*good design*” e que o design de produtos, como praticado pela Escola de Ulm e pela Braun determinaria a aparência dos produtos espanhóis. Quanto à década de 80, destaca a forte influência cultural italiana que se concretiza numa «*vanguardia movement*», reflectindo traços neomodernistas ³⁸³. Sparke sublinha o facto dos novos designers espanhóis, Javier Mariscal, Oscar Tusquets, Josep Llusca e Jorge Pensi emergirem num contexto pluralístico que tolerava a existência de um Movimento Moderno retardado e do Pós-modernismo ³⁸⁴.

[...] o desenvolvimento deu-se com uma linguagem pós-moderna e uma estética ecléctica que produziu uma extraordinária variedade. Produtos de formas sofisticadas e qualidades simbólicas pronunciadas eram tão comuns como designs altamente funcionais e austeros, mais consentâneos com mentalidades racionalistas. Um pouco mais tarde, foi precisamente tal variedade que facilitou o caminho em direcção a uma maior uniformidade e simplicidade que, contudo, reteve uma qualidade um tanto sensual e simbólica. ³⁸⁵

Quando questionado, em 1987, relativamente à existência de um denominador comum do design espanhol – no sentido de determinadas características visuais permitirem identificá-lo – Pensi afirmava que este carecia de «signos de identidade», em contraponto com o que sucedia com o design escandinavo, alemão ou italiano ³⁸⁶. Salientava ser desejável que no futuro existisse um design espanhol com identidade própria que não dependesse tanto dos designers mas de uma dinâmica cultural industrial

³⁸² Ibid., 4.

³⁸³ Bernhard Bürdek, *Design – History, theory and practice of product design* (Basel: Birkhäuser, 2005), 145.

³⁸⁴ Sparke, “Design in Europe 1945-1985,” 28.

³⁸⁵ Fernando García, “The Maturity Factor in Spanish Design,” *Design in Spain - imm cologne*, 2009, 6, http://www.imm-cologne.com/media/imm/downloads_25/pdf_26/imm09_05_Spain_E_en.pdf. [T. L.].

³⁸⁶ “Entrevista a Jorge Pensi e Albert Lievore,” *De Diseño*, no. 13, 1987, 19.

do país ³⁸⁷. Em 2009, quando questionado sobre o posicionamento do design espanhol relativamente ao universo internacional, Pensi coloca-o ao lado do escandinavo, italiano e alemão. Realça ainda o factor inovação do design espanhol, sublinhando uma «certa irreverência» que os designers espanhóis colocam na ideia e na sua execução, de acordo com padrões europeus de qualidade. Por outro lado, refere a importância de que se revestem as iniciativas de muitas empresas espanholas nas áreas da comunicação e identidade corporativa, quer em feiras europeias quer nos serviços ao cliente. ³⁸⁸

A década de 80 revela-se fulcral nesta evolução. As produções espanholas são então exibidas em várias exposições internacionais, sendo de destacar o Salão Móvel de Paris (1985) – onde pela primeira vez um colectivo de empresas produtoras de design se apresenta sob o nome de International Design Selection of Equipment for the Habitat (SIDI) – a Feira de Mobiliário de Milão (1986) e a Feira de Mobiliário de Colónia (1987). Segundo Aldersey-Williams, foi esta estratégia de apoio à produção, proporcionada por editores de design e fabricantes, que fez com que a nova «liberdade de expressão se destacasse de modo mais orgulhoso no campo do mobiliário» ³⁸⁹. Salienta ainda que as propostas de mobiliário de Pensi, assim como as de Alberto Lievore, representam a vertente mais conservadora dentro deste campo, numa abordagem que une aspectos internacionais e a sensibilidade local e que, partindo de materiais tradicionais (pele, madeira e metal), os trabalha de modo mais “conservador”, mais expectável. H. Aldersey-Williams destaca um «luxo orgânico» que contrasta com o aspecto pouco confortável que muita da produção de vanguarda internacional denotava. ³⁹⁰

O método de trabalho de Pensi segue uma rigorosa aplicação da metodologia projectual convencional que, segundo o próprio, ³⁹¹ assenta em três fases: a primeira conceptual, na qual se analisa o objecto, incluindo a definição de requisitos e características técnicas

³⁸⁷ Ibid. Nesta entrevista, Lievore respondia à mesma questão partilhando da ideia que o design espanhol não tinha traços característicos, como o escandinavo, italiano ou alemão, mas salientando que as características destes e de outros se estavam a dissolver num único design determinado por um mercado que era o do ocidente.

³⁸⁸ Jorge Pensi, “Designer’s voice,” *Design in Spain - imm Cologne*, 2009, 19, http://www.imm-cologne.com/media/imm/downloads_25/pdf_26/imm09_05_Spain_E_en.pdf.

³⁸⁹ Aldersey-Williams, *World Design*, 76. [T.L.]. Veja-se o capítulo “Furniture: The Unification of Culture and Commerce” in Guy Julier, *New Spanish Design* (New York: Rizzoli, 1991).

³⁹⁰ Ibid., 80.

³⁹¹ “Entrevista a Jorge Pensi e Albert Lievore,” 18-19.

e formais; a fase seguinte concretiza-se na elaboração, desenvolvimento e selecção de alternativas (através da exploração de esboços), do seu desenvolvimento construtivo e formal (plantas, alçados e maquetas), e do seu desempenho técnico (desenhos técnicos, modelos e protótipos); a última etapa refere-se ao processo de produção industrial. Este rigor metodológico resulta em objectos caracterizados pela precisão formal e funcional, aspecto evidenciado por Josep Llusçà ao referir-se à cadeira Toledo (1986 /1988) como resultando de uma forma de trabalhar de um «artesão do design», que salienta estar ao alcance de poucos³⁹². Contudo, Pensi sublinha que o processo criativo varia de projecto para projecto, referindo que há, por exemplo, aqueles em que «a ideia surge num pequeno desenho e o processo de pré-figuração se baseia mais na construção de maquetas e modelos sucessivos, que na representação desenhada [...]. É um trabalho de prova/erro e a inspiração tem que se “fabricar” diariamente»³⁹³. Por outro lado, refere os projectos em que «a imagem está completamente forjada de antemão (Glassbox, Disform-1995) e o desenvolvimento do design consiste apenas numa série de representações gráficas que permitem verificar a viabilidade industrial, a resistência e os custos. O símbolo está prefigurado e não necessita comprovação»³⁹⁴.

As palavras de Pensi dirigidas aos estudantes no âmbito do CJD atestam o seu pensamento relativamente a um bom objecto de design: « [...] não basta estar bem construído, que funcione e que tenha um preço aceitável. Um bom objecto é aquele que nos comove, que produz sensações e nos emociona... O objecto primeiro, não banal mas poético, funcional e técnico, nas não um hino à tecnologia, um mecanismo mas não uma máquina, em síntese um objecto para o homem»³⁹⁵.

O tema proposto – “A vida na praia”³⁹⁶ - está intimamente ligado ao modo de vida espanhol e ao universo da cidade de Barcelona em particular, remetendo, assim, para as duas dimensões caracterizadoras da cidade (variedade social e cultural) referidas por McDermott³⁹⁷. Sem definir formas ou materiais, Pensi salienta o enquadramento de uma realidade marcada pela crise económica «que em maior ou menor grau tem

³⁹² Josep Llusçà in Matilde Oriola, “Entrevista a Josep Llusçà,” *ARDI 10*, año II, Julho-Agosto 1989, 125.

³⁹³ Pensi, [Programa/Tema] in *Concurso Jovem Designer 97*, s.p.

³⁹⁴ Ibid.

³⁹⁵ Pensi, [Programa/Tema] in *Concurso Jovem Designer 97*, s.p.

³⁹⁶ Pensi sublinha também o facto dessa edição do CJD coincidir com o Ano dos Oceanos.

³⁹⁷ Veja-se pág. 103 deste trabalho.

caracterizado a produção industrial dos anos 90»³⁹⁸, pelas questões culturais e materiais dos consumidores e pela degradação do meio ambiente. Realçando a importância da beleza e dos valores simbólicos para o design, o designer realça que a forma deve ser pensada sem esquecer o conteúdo e que o estilo deve ter em conta o argumento. Todas estas premissas devem materializar-se em projectos actuais, que apresentem «soluções às problemáticas do nosso tempo. Soluções que por pequenas que sejam permitam melhorar a nossa deteriorada qualidade de vida»³⁹⁹.

3.2.6. Isao Hosoe: O design da energia comportamental

Gostaria de falar de fluidez, enquanto oposto a solidez. [...] Acredito que uma filosofia da fluidez substituirá a cultura industrial sólida, que nos esforçámos tão arduamente por construir durante os últimos duzentos anos, porque embora a ciência nos tenha trazido o conhecimento do aspecto material das coisas, não nos ajudou a entender a natureza humana.⁴⁰⁰

Para o designer japonês, a globalização a que presentemente assistimos tem na sua origem dois factores principais: uma indústria assente na ciência e na tecnologia e o capitalismo apoiado no mercado de consumo. Realça que o consumo, na sua acepção mercantilista, é uma palavra recente que surgiu na era industrial (que tem 200 anos). Recuando no tempo, lembra que em época anterior, a da agricultura (duração aproximada de 10 mil anos), a riqueza e o poder de um indivíduo ou de um país tinham por base a posse da terra, e que em época ainda precedente – a dos caçadores nómadas (duração de 200 mil anos) – o essencial era fruir a riqueza proporcionada pela natureza. «Fruir, mais do que consumir, partilhar mais do que possuir. Respeitar mais do que desfrutar, simbiose mais do que competição»⁴⁰¹. «[...] num momento em que é pedido à humanidade que dê um salto criativo para um mundo melhor»⁴⁰², Hosoe considera que a época dos caçadores nómadas constitui um importante referente comportamental, sendo um bom ponto de partida para atingir esse desígnio criativo.

³⁹⁸ Pensi, [Programa/Tema], in *Concurso Jovem Designer 97*, s.p.

³⁹⁹ Pensi, [Programa/Tema] in *Concurso Jovem Designer 97*, s.p.

⁴⁰⁰ Isao Hosoe, “Designing Change,” in *blueindustry #2 inForm+Action*, ed. Patrizia Lugo (s.l.: s.p., s.d.), 130, [Projecto de Anna Lombardi/ Fantoni Research Group], http://www.progetta.it/produzione/pubblicazioni/catalogo_blueindustry_2.pdf. [T. L.].

⁴⁰¹ Isao Hosoe, [Programa/Tema] in *Concurso Jovem Designer 2001 – Aprender com os Caçadores Nómadas* [org. ICEP], catálogo (s.l.: ICEP, 2003), 12.

⁴⁰² *Ibid.*, 13.

Partindo do pressuposto que o desenho industrial é composto por dois tipos de energia – a material e a comportamental – Hosoe salienta ser inegável que na era industrial se produziu, em pouco tempo, uma enorme quantidade de energia material. Para ele, a disparidade entre ambas as energias é uma das grandes responsáveis pela crise da época actual e, nesse sentido, sugere uma inversão de valores: minimizar a energia material e maximizar a energia comportamental. Esta sua visão configura um deslocamento da cultura industrial para uma cultura que apelida de neo-nómada, como se pode observar:

CULTURAL COMPARISON			
	AGRICULTURAL CULTURE	INDUSTRIAL CULTURE	NEOMADIC CULTURE
RESOURCES	. cultivate . possess . attach	. construct . consume . exploit	. gather . share . respect
ECONOMY	. soil as goods . work as dedication	. everything as goods . work as competition	. absence of goods . work as performance
SENSES	. sense of touch . closed universe	. sense of sight . open universe	. eight senses . infinite universe
LIFE	. feminine . care . cyclic time	. masculine . control . linear time	. fusion of the sexes . symbiosis . fluid time

Quadro 10: Comparação Cultural. Isao Hosoe.

Para Hosoe a energia comportamental está associada à *cultura dos fluidos* que surgiu há 2.500 anos simultaneamente na China, Grécia e Índia, respectivamente através dos pensamentos de Lao Tse (que salientou o conceito fundamental do Taoísmo – a lei da desordem⁴⁰³ – e o facto do vazio/espço, no qual a vida se concretiza, ser importante para o movimento), de Heraclito (que através do seu conceito “tudo se move” perspectivou o mundo assente num movimento perpétuo e em transformação contínua) e de Buda (que deu realce ao facto de que nada é eterno, deixando como legado um modo de compreender o mundo que nos pode permitir tirar partido da vida com prazer).⁴⁰⁴

⁴⁰³ Por oposição à lei da ordem de Confúcio, seu contemporâneo.

⁴⁰⁴ I. Hosoe, “Design of Behavioural Energy,” 29 October 1998, Fluida, <http://www.fluida.it/en/company.html>.

Recorrendo aos requisitos enunciados pelo biólogo inglês Julien Huxley relativamente à fase determinante da evolução de uma espécie – mover-se para diante; a presença dos olhos e a simetria do corpo⁴⁰⁵ – Hosoe considera que eles estão presentes na vida dos nómadas, mas praticamente ausentes na vida moderna. Sustenta o seu ponto de vista referindo que os nómadas *vivem* o percurso, enquanto os “modernos sedentários” se focam nos pontos de partida e chegada, constituindo o intervalo temporal entre ambos um tempo desprovido de interesse. O futuro é, para os nómadas, o percurso que se vai estabelecendo, encaminhado pela fruição (orientada pelos olhos). Os “modernos sedentários” programam o futuro reduzindo ao mínimo os intervalos e evitando as mudanças de rumo (desvalorizando a necessidade de uso dos olhos). Relativamente ao aspecto da simetria do corpo, essencial para se conseguir a maximização do movimento corporal e, conseqüentemente, a liberdade na escolha de percursos, Hosoe destaca a modernidade como o seu elemento mais condicionador, na medida em que se baseia essencialmente «na cultura do que é sólido»⁴⁰⁶, reforçando que tal já no início do século fora notado por Henri Bergson⁴⁰⁷:

Veremos que o intelecto humano se sente confortável entre objectos inanimados, mais especialmente entre sólidos, onde a nossa acção encontra a sua sustentação e a nossa indústria encontra as suas ferramentas; que os nossos conceitos se formaram sobre o modelo dos sólidos; que a nossa lógica é preeminentemente a lógica dos sólidos; que, conseqüentemente, o nosso intelecto triunfa na geometria [...].⁴⁰⁸

Como contraponto Hosoe defende que os conceitos de caos e complexidade, característicos da fase pós-moderna, estão nitidamente relacionados com o mundo dos fluidos, para o qual a modernidade não encontrou resposta. Outra característica da cultura dos fluidos reside na íntima relação dos conceitos de espaço e de tempo. A existência de um é determinada pela existência do outro e ambos estão condicionados à presença do homem no Universo. Esta íntima relação tempo-espaço revela-se central na cultura tradicional japonesa, como se pode constatar no conceito japonês de *Ma* que

⁴⁰⁵ Cf. Hosoe, [Programa/Tema] in *Concurso Jovem Designer`01*, 18.

⁴⁰⁶ Hosoe, [Programa/Tema] in *Concurso Jovem Designer `01*, 19.

⁴⁰⁷ Henri Bergson (1859-1941) considerava que o modelo de conhecimento aplicado pelas ciências naturais que restringia a análise da realidade aos domínios físico e matemático era insuficiente face a aspectos que, salientava, não se podiam determinar objectivamente. A sua filosofia surgiu, assim, como resposta ao naturalismo do final do século XIX, procurando construir uma síntese entre a matéria e a mente.

⁴⁰⁸ Henri Bergson, introdução a *Creative Evolution* (New York: Camelot Press, 1911), ix, http://www.gutenberg.org/files/26163/26163-h/26163-h.htm#Page_ix. [T. L.].

expressa a fusão dos dois termos. Para além de ter vários significados (entre os quais intervalo, movimento, vazio), *Ma* é referente ao tempo ou ao espaço.⁴⁰⁹

Para Hosoe o conceito abrangente de *Ma* está na base das diferenças culturais entre o Ocidente e o Japão. Reportando-se ao campo da arquitectura, explicita a sua perspectiva contrapondo a rigidez espacial, criada na Revolução Industrial, e que caracteriza o espaço doméstico ocidental, à flexibilização funcional permitida pela ambiguidade do conceito de *Ma*, onde cada solução é temporária, podendo facilmente ser alterada (abrir, fechar, remover as paredes móveis – *fusuma* – unindo espaços; desmontar, deslocar peças de mobiliário) de acordo com novos requisitos de uso⁴¹⁰. Deste modo, a multifuncionalidade e a mudança configuram-se como traços caracterizadores do ambiente doméstico japonês, integrando-o, neste âmbito, na cultura do fluido. A “fluidez” dos espaços e dos objectos estende-se também aos materiais que os compõem. Hosoe salienta que no Ocidente os materiais são escolhidos sobretudo pela sua durabilidade/resistência, de modo a permitir a “eternidade” da construção, mas no Japão são as qualidades sensoriais que presidem a essa escolha, possibilitando a sua regular substituição e a renovação das mesmas.⁴¹¹

A actividade projectual que emerge de um universo com as características destacadas por Hosoe concretiza-se em propostas que encontram nos termos flexibilização, ambiguidade, temporário, multifuncionalidade e versatilidade alguns dos seus vectores orientadores, no sentido de construir elementos impulsionadores de uma cultura neo-nómada como alternativa à cultura dos sólidos. Tais aspectos, abordados nas edições do CJD em que participou, permitem traçar as linhas principais do seu pensamento de design – cuja abordagem denomina de Design de Energia Comportamental – enraizado nos ensinamentos/comportamentos da cultura nómada que se desenvolve com base numa relação de fruição com o meio envolvente, fluindo sem interferir na sua conservação.

Vamos rever o conceito e pensar “fruir” quando habitualmente se diria “consumir” ou “possuir”. O nosso mundo tornar-se-á menos material e mais “comportamental”. **Porque**

⁴⁰⁹ Cf. Hosoe, Cf. Hosoe, [Programa/Tema] in *Concurso Jovem Designer`01*, 20.

⁴¹⁰ Hosoe, Marinelli, e Sias, “Playoffice: Toward a new culture,” 44.

⁴¹¹ *Ibid.*, 36.

o design não pode sustentar-se somente na ciência ou na tecnologia; os seus alicerces têm de ser a nossa cultura e o nosso modo de viver na acepção mais lata do termo.⁴¹²

A empresa Fluida, que fundou em 2002, é exemplificativa da aplicação destes pressupostos que estão patentes, por exemplo, na concepção de projectos de mobilidade urbana que pretendem promover estilos de vida mais saudáveis, como se pode constatar no primeiro produto lançado pela empresa: a Fluida.it city-bike (fig. 6, p.112). Trata-se de uma bicicleta leve que, como salientado na revista *Abitare*, é praticamente uma extensão do corpo humano.⁴¹³ «FLUIDA.IT é o meio de transporte ideal de alta tecnologia, concebido tendo em mente a facilidade de utilização e a elegância. Extremamente leve, flexível, de linhas simples, compacto e fácil de usar, FLUIDA.IT foi concebido “feito à medida” para as necessidades do “nómada urbano”, para responder aos ritmos vibrantes da vida quotidiana e aos momentos de descanso».⁴¹⁴



Fig. 7
Modelo: Pure (City Bike) / Fluida.it. 2002.
Marco Gaudenzi.

Foi também na articulação entre forma e comportamento que Miguel Estima centrou o desenvolvimento do projecto que apresentou no âmbito do CJD:

Dos muitos e ricos conteúdos referidos pelo designer convidado sobre o nomadismo, houve um que me marcou profundamente. Isao Hosoe debruçou-se sobre a liberdade que as formas circulares oferecem em termos do comportamento humano. Uma mesa de tampo quadrado, com os seus cantos bem vincados, é uma forma autoritária; uma mesa de tampo redondo permite ser abordado por qualquer lado, oferecendo uma maior fluidez no uso.

⁴¹² Hosoe, “Designing Change,” 132.

⁴¹³ “News,” *Abitare*, 9/2002, 100. Em Fluida, “Rassegna Stampa,” <http://www.fluida.it/en/press/020900abitare.html>.

⁴¹⁴ Fluida, “Usage,” <http://www.fluida.it/en/usage.html>. [T. L.].

Este foi o ponto de partida para o projecto BICA: uma asa que fluísse em volta da chávena. A opção da bi-funcionalidade do elemento asa/colher resultou dessa procura de fluidez.⁴¹⁵



Fig. 8
Bica.
Miguel Estima.
Prémio FLAD, CJD 2001.

3.3. Perspectivas de Isao Hosoe no quadro de questões caracterizadoras do panorama do design no final do séc. XX.

O declínio da época da mecânica começou. Trata-se do declínio do pensamento técnico moderno e da prática industrial que atingiram o auge do sucesso na produção de objectos mecânicos no seio de uma atmosfera cultural dominada pela metáfora mecânica.⁴¹⁶

A natureza da relação do homem com o objecto alterou-se significativamente ao longo da segunda metade do século XX e até aos dias de hoje, acompanhando a transição de uma sociedade industrial para uma sociedade pós-industrial⁴¹⁷. À medida que o desenvolvimento industrial ocidental se foi concretizando em quantidade e em

⁴¹⁵ Miguel Estima em resposta à questão 7.1 do questionário [anexo 3.7].

⁴¹⁶ Ezio Manzini, “Technical Power and Cultural Demand; The decline of the age of mechanisation and the discovery of complexity,” 1992, 1, *Changediton.org*, <http://www.changediton.org/Resources/Manzini/Manuscripts/Technical%20Power%20and%20Cultural%20Demand.pdf>. [T. L.].

⁴¹⁷ Segundo Daniel Bell (1919-2011), sociólogo que centrou o seu estudo no pós-industrialismo, a principal diferença entre as duas sociedades reside no facto de na sociedade pós-industrial as fontes de inovação assentarem cada vez mais no conhecimento e não em invenções aleatórias. Daniel Bell, “Welcome to the post-industrial society”, *Physics Today*, (February 1976): 46, http://home.iitk.ac.in/~amman/soc474/Resources/bell_welcome_post_ind_society.pdf.

qualidade, as necessidades materiais (primeiro as reais necessidades e posteriormente as “criadas”) foram sendo colmatadas – atingindo-se, como referido anteriormente, uma situação de hiper-produção e hiper-consumo – de modo muito eficaz. Ao longo deste percurso, a necessidade e a eficácia deixaram de comandar a relação entre o homem e o objecto e o enfoque do design foi-se transferindo do objecto para o sujeito-utilizador ⁴¹⁸. Esta evolução pode também ser constatada nos slogans publicitários que se reportam a esta época. À valorização da função produto, segue-se a ênfase na marca – associada à diferenciação do produto e evidência da importância que o marketing veio a adquirir no âmbito da sociedade de consumo – e, finalmente, o realce do consumidor na sua relação com o produto:

Electrolux	The cleaner you never have to empty! (1950) Nothing sucks like an Electrolux (1960) Thinking of you (2006)
Philips	Philips invents for you (c. 1980) Let`s make things better (1995) Sense and Simplicity (2004)
Sony	Sony – a worldwide brand born in Japan (1959) Research makes the difference (1959) It`s a Sony (1982) Make. Believe (2009)

Estes *slogans* remetem para etapas que são reflexo das diferentes orientações do design generalizadas em determinados períodos, em função das contextualizações. A concepção do objecto privilegiando a função de uso foi a linha de pensamento orientadora da actividade projectual integrada no Movimento Moderno, dentro da qual ganhou forma o conceito de *good design*, o qual passou a integrar o discurso do design na década de 50 na Europa e nos Estados Unidos, e que tem na Escola de Ulm (1953-1968) um dos seus mais significativos promotores. Construído numa visão oposta ao *Styling* ⁴¹⁹, o conceito que se tornou sinónimo do *International Style* ⁴²⁰, assentou numa

⁴¹⁸ Refira-se a visão de Johan Redström segundo o qual um olhar mais próximo da relação objecto-utilizador permite constatar que o conceito de utilizador é centrado no objecto, perspectiva que o autor desenvolve no seu artigo “Towards user design? On the shift from object to user as the subject of design,” *Design Studies*, vol. 27, no. 2 (2006): 136.

⁴¹⁹ Abordagem associada à aplicação de efeitos superficiais a um produto de modo a disfarçar ou enfatizar a relação entre a forma e a função do mesmo e geralmente utilizada como meio de estimular o consumo, sobretudo presente no design americano entre 1920 e 1950, particularmente no design de automóveis. Cf. Julier, *Encyclopaedia*, 182.

⁴²⁰ *Ibid.*, 94.

filosofia que pretendeu responder racionalmente às solicitações da produção em massa da indústria, instituindo uma prática do design promotora de uma estreita articulação com conhecimentos científicos, e que se traduziu materialmente em objectos simples e funcionais caracterizados pela anulação do supérfluo e pelas cores neutras, numa tendência que encontra como expoente mais significativo os projectos realizados por Dieter Rams ⁴²¹ para a Braun.

É na evolução das estratégias construídas em torno da noção de *good design*, em paralelo com os desenvolvimentos tecnológicos informacionais que conduziram a um enfoque na acção do utilizador ao interagir com o objecto (*interaction design*), que gradualmente ganha forma o conceito de *user-centered design* (UCD) ⁴²², transferindo-se o foco de atenção do designer da concepção de um *objecto* para a concepção de um *objecto que vai ser usado por um utilizador*. Este desenvolvimento – não alheio às próprias necessidades de competitividade da indústria – preconiza um entendimento mais abrangente dos sujeitos-utilizadores em diferentes dimensões (cognitivas, físicas, emocionais, psicológicas) que permita criar um objecto que responda às necessidades e características do maior número possível desses mesmos utilizadores. Assim, o conceito de UCD foi construído em torno de questões ligadas ao uso, nas quais a componente técnica e científica se revelam determinantes para atingir a solução óptima pretendida para uma situação específica. Segundo Turkka Keinonen, esta abordagem, que designa de “*protection dimension*”, predominou nos anos 80 e inícios dos anos 90, mas apresenta-se limitada para fazer face à maior abrangência agora solicitada dentro de uma abordagem UCD que concebe um utilizador-activo e não um utilizador-operador, no âmbito da qual se define uma nova dimensão, que denomina de “*appreciation dimension*” (com abordagens de foco mais social e mais interventivas do ponto de vista das experiências do utilizador), resultado da procura de satisfação de necessidades que orienta a estratégia UCD ⁴²³. Nesta evolução assiste-se, assim, a uma inclusão de

⁴²¹ A propósito de quem Guy Julier salienta: «A sua filosofia pessoal do design sem dúvida manifesta a convicção de que “o caos em que vivemos” deverá ser limpo de modo a que o “ruído visual” dos produtos venha a ser reduzido». [T. L.].Ibid., 167.

⁴²² Termo aplicado pela primeira vez em 1986 por Donald Norman e Stephen Drapper no livro *User Centered System Design: New Perspectives on Human-Computer Interaction* (título posteriormente alterado para *The Design of Everyday Things*) do qual são editores. Cf. Turkka Keinonen, “Protect and Appreciate - Notes on the Justification of User-Centered Design,” *International Journal of design*, vol.4, no. 1 (2010): 17, <http://www.ijdesign.org/ojs/index.php/IJDesign/article/viewFile/561/277>.

⁴²³ Keinonen, “Protect and Appreciate,” 24.

factores subjectivos, como a emoção, que não eram considerados na ideia de *good design* defendida pelos Modernistas.

Esta evolução permite observar uma orientação do design mais holística e, nesse sentido, o designer estará mais apto a poder responder às necessidades do utilizador, que, em virtude dessa visão mais global, deverá ser considerado como um *humano* e não apenas um utilizador. Neste encadeamento muitos autores passam a utilizar a expressão “*human-centered design*”, uma vez que ela reflectirá mais adequadamente uma abordagem que tende a focar-se na globalidade do indivíduo, em consonância com uma ideia de design que, efectivamente, coloca o homem no centro da sua intervenção. Das contribuições teóricas dos designers convidados pelo CJD analisadas neste capítulo, as de Hosoe adquirem particular evidência nesta contextualização, especialmente pelos fundamentos e referências sobre os quais constrói o seu discurso. Reflectindo sobre algumas das questões chave suscitadas pela contextualização do final do séc. XX, o designer japonês propõe, de modo mais ou menos directo, orientações possíveis para «enfatizar o papel do design para o Homem»⁴²⁴, reflectindo uma preocupação humanista que se traduz na valorização das dimensões cultural e social do design, que são, efectivamente, as mais identificadoras da natureza desta actividade profissional. Destaca-se uma abordagem do design preconizadora da valorização do significado do objecto dentro de um contexto cultural – numa acepção abrangente que releva o ser humano nos meios social e natural – que permitirá conferir identidade e significado às propostas, de modo a evitar «o vazio que nós hoje sentimos na opulência da nossa avançada sociedade industrial»⁴²⁵.

Dada a sua “perspectiva macro”, os conteúdos presentes nos programas deste designer reflectem olhares particulares sobre a actualidade de questões que se evidenciavam no panorama do design, que, embora sejam temáticas globais do design – e portanto presentes, com diferentes destaques, em diferentes épocas – adquirem, no espaço temporal que baliza este estudo, contornos específicos ditados pela contextualização. O «”voo às cegas”»⁴²⁶ instituído na primeira fase do industrialismo e visto como indispensável à modernização capitalista, deve ser, nesta fase neo-industrial, substituído

⁴²⁴ Yli-Viikari, [Programa/Tema] in *Concurso Jovem Designer* 98, 4.

⁴²⁵ Hosoe, [Programa/Tema] in *Concurso Jovem Designer* 1995, 9.

⁴²⁶ Maldonado, *Design Industrial*, 106.

por um «”voo à vista”»⁴²⁷ atento aos efeitos ambientais, sociais e culturais⁴²⁸. Com efeito, as preocupações manifestadas por Hosoe atestam a consonância dos seus pensamentos relativamente à visão de Tomás Maldonado, a qual se tem vindo a consolidar no discurso e na prática projectual, particularmente desde a última década do séc. XX, como a seguir se evidencia.

3.3.1. O reforço da componente cultural no projecto de design

Apesar do persistente papel da produção de massa em muitas sociedades, a função é projectar para o indivíduo situado no seu contexto imediato. Os nossos produtos devem apoiar os esforços do indivíduo no sentido de se tornar um participante activo na cultura, em busca de uma coerência e coesão localmente significativas. Os produtos devem ser percursos pessoais na de outro modo confusa ecologia da cultura.⁴²⁹

Heskett refere que o conceito de cultura se pode inscrever em duas categorias⁴³⁰. Uma tem por base a ideia de cultivo, e traduz-se na aquisição de ideias ou capacidades que se acredita terem determinado valor⁴³¹. A outra baseia-se numa acepção mais generalizada da palavra, relacionada com os valores partilhados por uma comunidade; a cultura refere-se, então, ao modo de vida particular de certos grupos sociais – os seus padrões de comportamento manifestam-se através dos valores, das comunicações, das organizações, dos artefactos⁴³². São estas duas concepções do termo cultura que estão na base de qualquer significado específico adoptado por diferentes áreas do conhecimento humano. E, se nalgumas dessas áreas, o significado do termo é claro (por exemplo na manipulação de micro-organismos ou na agricultura), quando aplicado ao desenvolvimento do espírito e mente humanas, temos menos probabilidades em concordar relativamente ao que é ou não cultura. Esta opinião, expressa em 1948 por T. S. Eliott⁴³³, afigura-se ainda hoje pertinente.

⁴²⁷ Ibid.

⁴²⁸ Ibid.

⁴²⁹ Steve Jobs in Peter Burrows, “The Seed of Apple’s Innovation,” *BusinessWeek*, 12 October, 2004, http://www.businessweek.com/bwdaily/dnflash/oct2004/nf20041012_4018_db083.htm. [T. L.].

⁴³⁰ Heskett, *Design – A very Short History*, 31.

⁴³¹ Em sintonia com o pensamento de Mathew Arnold (1822-1888) expresso no livro *Culture and Anarchy* (1869). Cf. Paul du Gay et al., *Doing Cultural Studies*, 11.

⁴³² Esta perspectiva corresponde à de Johann Herder (1744-1803), introdutor do conceito de “*Kultur*” no séc. XVIII, à dos românticos alemães e à dos primeiros antropólogos, nomeadamente Edward Tyler (1832-1917).

⁴³³ T. S. Eliot, *Notes Towards the Definition of Culture* (s.l. faber & faber, s.d.), 21.

Com o desenvolvimento da sociedade e consequente surgimento de diferentes actividades, o termo foi adquirindo contornos específicos consoante a área de conhecimento humano a que se reportava. Não obstante tais particularidades, existe um denominador comum à palavra cultura que é o facto de englobar três componentes: o que as pessoas pensam, o que fazem e os produtos materiais que produzem. Qualquer uma destas vertentes é parte da cultura, mas, considerada isoladamente, não é suficiente para defini-la. Transpondo esta concepção para o campo do design, considerando que um objecto de design é uma face visível (podendo concretizar-se material ou imaterialmente) da cultura de design, entendemos que por si não a revela integralmente. Como sublinha Julier, os domínios da cultura do design – designer, consumo e produção – não existem isoladamente e constantemente se influenciam mutuamente, condicionando objectos, imagens e espaços. Salienta ainda que, presentemente, esses domínios estão cada vez mais próximos ⁴³⁴. A rede de acções assim estabelecida tem, por outro lado, reflexos directos numa esfera mais abrangente que entendemos por cultura. Dada a presença e relevância que a cultura material adquiriu para a sociedade nas últimas décadas, tornou-se imperativo reequacionar o papel do objecto de design e do design dentro de um quadro global – que se tornou mais complexo ⁴³⁵ – em que os meios, as finalidades e as consequências sejam igualmente considerados na equação projectual.

São os conceitos subjacentes à orientação projectual que podem acentuar ou desvalorizar a dimensão cultural do design enquanto agente construtor de cultura mais ou menos significativa. A produção em massa, que continua a dominar o circuito industrial-comercial da nossa sociedade, e a profusão de objectos dela derivados tem colocado cada vez mais como central a *existência* do próprio objecto de design (nas palavras de Hosoe, a “cultura dos sólidos” deve ser repensada), sobretudo devido às “condicionantes de voo” enunciadas por Maldonado. Como se interroga Vilém Flusser (1920-1991) «no caso dos “objectos de uso” ⁴³⁶ ocorre perguntarmo-nos donde e com que finalidade foram “lançados” no caminho de uma pessoa» ⁴³⁷.

⁴³⁴ Guy Julier, *The Culture of Design* (London: Sage Publications, 2008), 13.

⁴³⁵ Universo assim caracterizado por John Thackara em *In The Bubble – Designing in a Complex World* (Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2005).

⁴³⁶ «Um “objecto de uso” é um objecto necessário à remoção de outros objectos do seu caminho. Esta definição encerra uma contradição: um obstáculo que serve para remover obstáculos? Tal contradição corresponde à chamada “dialéctica interna da cultura” (se por cultura entendermos todos os objectos de

Numa caracterização do mundo contemporâneo, sob o ponto de vista físico, Ezio Manzini sublinha que a matéria, devido a desenvolvimentos tecnológicos e científicos, parece ter adquirido a possibilidade de ser conformada de inúmeras maneiras, o que, associado à competição comercial, conduziu a uma multiplicação de imagens e serviços e numa acelerada introdução do “novo”. Salienta que, simultaneamente, a falta de uma cultura de design que confrontasse estes desenvolvimentos tecnológicos resultou na propagação de produtos sem valor.⁴³⁸

Enquanto estava em Berlim preparando “Some New Items for the Home,”⁴³⁹ costumava encontrar-me com Andreas Brandolini [...] e discutir Design e Arquitectura e o quão inútil estas disciplinas, em grande medida, se revelavam. Cunhámos o termo “Inutilismo” [“Uselessness”] para descrever uma abordagem do design ou da arquitectura que aparentemente ignorava o objectivo fundamental da utilidade. Afigurava-se-nos que muitos projectos estavam a ser desenvolvidos com o único intuito de atrair publicidade ou elevar o perfil individual, sem qualquer esforço genuíno para se ser prestável. A nossa teorização era séria e não séria, porque também nós caíamos no erro de correr atrás da publicidade e de buscar o protagonismo [...]. Por esta altura deparámos com os escritos de Christopher Alexander, cujo livro “A Pattern Language” parecia exprimir objectivos semelhantes aos nossos, ainda que de modo menos irónico e talvez um pouco seco. De qualquer maneira era a confirmação de que não estávamos sós ao ver o design como uma ferramenta de melhoramento da vida quotidiana e de apreciação da existência humana [...].⁴⁴⁰

As constatações de Manzini e de Jasper Morrison – em consonância com a interrogação de Flusser – são exemplificadoras de uma renovada consciencialização da temática relativa ao(s) valor(es) do objecto de design por parte dos designers, a qual se acentuou na década de 90, consubstanciado um discurso apologista de um design mais

uso). Esta dialéctica pode ser descrita nos seguintes termos: ao longo do meu caminho esbarro em obstáculos [...]; para prosseguir elimino alguns destes obstáculos (transformo-os em objectos de uso, em cultura), e os objectos de tal modo “invertidos” revelam-se eles próprios obstáculos. Quanto mais prosseguo caminho, mais objectos de uso (sobretudo automóveis, aparelhos administrativos e não tanto pedras de granizo e tigres) me estorvam». Vilém Flusser, *Uma Filosofia do Design – A Forma das Coisas*, trad. Sandra Escobar (Lisboa: Relógio D'Água Editores, 2010), 57. Flusser salienta ainda que a associação de objecto a obstáculo tem na sua argumentação uma base etimológica (em latim *obiectum*, em grego, problema).

⁴³⁷ Ibid., 58.

⁴³⁸ E. Manzini, J. Cullars, “Prometheus of the Everyday: The ecology of the Artificial and the Designers’s Responsibility,” *Design Issues*, vol. 9, no. 1 (1992): 6-7.

⁴³⁹ Instalação de Jasper Morrison realizada em 1988 na Galeria DAAD, em Berlim [N.A.].

⁴⁴⁰ Jasper Morrison, “Utilism vs Uselessness,” 2002, Jasper Morrison, <http://www.jaspermorrison.com/html/5093490.html>. [T. L.]. Publicado no livro Jasper Morrison, *Everything but the walls* (s.l.: Lars Müller Publishers, 2002).

significante e responsável que simultaneamente se foi concretizando em diferentes abordagens e que recolocou novamente em destaque questões de ética profissional.

Considerando que o objectivo do design se centra na melhoria da qualidade de vida e da existência humana, então, como sustenta Flusser, os “objectos de uso” deverão ser «cada vez menos obstáculos e cada vez mais veículos de relação interpessoal»⁴⁴¹. Neste sentido, acrescenta, teremos «uma cultura com um pouco mais de liberdade»⁴⁴². Para este filósofo foi justamente o enfoque dado ao objecto em si na concepção do projecto – ou seja, a importância atribuída aos aspectos objectivos com o intuito de maximizar a sua funcionalidade – que criou a actual situação da cultura caracterizada «por objectos de uso cujo projecto foi realizado de forma irresponsável»⁴⁴³. O progresso técnico centrou a atenção dos projectistas e, em consequência, aquilo que denomina como *o outro progresso* – a conduta em relação a outras pessoas – foi preterido. Foi igualmente na consciência de que «construímos uma sociedade centrada na tecnologia – notável nos meios mas vaga nos objectivos»⁴⁴⁴ que John Thackara estruturou o seu livro *In The Bubble*, o qual assenta no pressuposto de que a ética e a responsabilidade podem orientar as decisões de design sem colocar em questão as inovações sociais e técnicas de que precisamos.⁴⁴⁵

A Munich Design Charter⁴⁴⁶ (1990), documento que aborda os novos cenários culturais do futuro colocados ao design, deixa transparecer as reflexões atrás expressas, sendo identificados três “teoremas humanísticos”. A “ecologia da complexidade”, que resulta da aceção de que o ambiente pós-industrial que nos rodeia é caracterizado pela co-existência de modos de produção e tecnológicos díspares (a produção em série co-existe com os objectos únicos, produtos sazonais co-existem com produtos mais “definitivos”, tecnologia de ponta lado a lado com métodos mais tradicionais, etc.). Esta complexidade deverá, no entender dos proponentes, ser impulsionadora de uma nova

⁴⁴¹ Flusser, *Uma Filosofia do Design*, 61.

⁴⁴² Ibid.

⁴⁴³ Ibid., 59.

⁴⁴⁴ Thackara, *In The Bubble*, 2. [T. L.].

⁴⁴⁵ Ibid., 7.

⁴⁴⁶ «A Carta de Design de Munique pretende dar um novo impulso às discussões sobre o papel fundamental do design na futura Europa. A Carta deve assim ser entendida como uma plataforma para novos argumentos, categorias e dimensões intelectuais, em vez de ideologias ou opiniões dogmáticas». [T. L.]. Dieter Rams et al., “Munich Design Charter” in *Design Issues*, vol. VIII, no. 1 (1991): 74. Este documento foi assinado, entre outros, por I. Hosoe, Ettore Sottsass, Javier Mariscal, Andrea Branzi, Ezio Manzini, Alessandro Mendini, Mario Bellini, Stefano Marzano.

dimensão do design, que, assentando no equilíbrio destas contradições, seja coerente com uma visão emocionalmente enriquecedora do ambiente artificial. O segundo teorema, “a ecologia do projecto”, resulta da noção de que o homem entra numa complexa relação quando interage com as produções artificiais, a qual não resulta apenas das características técnicas e funcionais dos objectos mas dos aspectos simbólicos, literários, afectivos e psicológicos neles imbuídos. O desafio reside na criação de situações enriquecedoras dessa relação, e, para atingir este objectivo o design deverá «renovar a sua sensibilidade, os seus modos de planeamento⁴⁴⁷ e as suas linguagens»⁴⁴⁸. Por fim, salientando que a automatização industrial provocou uma migração da população para os centros urbanos, emerge o último teorema “a ecologia das relações”, que resulta da necessidade de se restabelecer uma relação equilibrada num ambiente humano onde as relações interpessoais se incrementaram. É em tal enquadramento que é afirmado que a ecologia das relações humanas e a capacidade de criação de novos comportamentos serão temas dominantes para a cultura do projecto.⁴⁴⁹ Os signatários da Carta realçam que a procura de modelos de desenvolvimento equilibrados e ecológicos para os sistemas industriais e sociais não podem deixar de ter em consideração que o sistema onde vivemos tem limites físicos.⁴⁵⁰

Nestes teoremas sobressai o reforço de um entendimento do design partilhado por Isao Hosoe e que ele ilustra associando o design a “*pro-gettare*,” recorrendo à imagem da pedra que é lançada para a água, criando círculos que se afastam do lançador, mas também outros que regressam até junto dele⁴⁵¹. Hosoe salienta assim as ideias de futuro e de responsabilidade para com as envolventes.

Ao longo dos anos 90, foi-se acentuando a consciencialização de que diferentes aspectos cada vez mais têm de ser articulados dentro de uma perspectiva englobadora que não pode deixar de ver o objecto de design como cultura e como matéria. A evolução do discurso revelador de preocupações ambientais, e as práticas a ele associadas, é paradigmática desta evolução. Seguidamente serão exemplificados

⁴⁴⁷ De que é exemplo o *design as abduction* de Hosoe, na sequência do qual foi criado o Projecto *Play Factory*. Veja-se a pág. 89 deste trabalho.

⁴⁴⁸ Dieter Rams et al., “Munich Design Charter,” 76. [T. L.].

⁴⁴⁹ Ibid.

⁴⁵⁰ Ibid., 75.

⁴⁵¹ Cf. Isao Hosoe Design e Grupo Loccioni, “Pro-gettare,” Playfactory, http://www.play-factory.it/?page_id=64.

diferentes modos de concepção e de concretização propostos por diferentes designers/grupos de designers, que se destacaram neste contexto.

3.3.1.1. Perspectivas de sustentabilidade ⁴⁵²

Durante os anos 90 a pesquisa de “soluções ambientalmente sustentáveis”, no contexto da produção material, transpôs o domínio da eco-eficiência dos produtos, tornando-se uma das vertentes mais destacadas no discurso e na prática do design e concretizando um passo importante no despertar e alterar de comportamentos, indispensáveis a abordagens mais abrangentes, que se vieram a consolidar já no início do séc. XXI. As primeiras incursões relativas às questões ambientais iniciadas em meados do séc. XX foram aplicadas, do ponto de vista da produção industrial, na esfera da produção, nomeadamente através de medidas curativas (*end-of-pipe approaches*), resultantes de pesquisa centrada em sistemas de despoluição, evoluindo depois para medidas preventivas. Desde a década de 90, assiste-se progressivamente a abordagens mais centradas no objecto enquanto entidade, no consumo e na promoção de novos “estilos de vida”, reveladoras de entendimentos dentro do espírito do “voo à vista” de Maldonado. Esta orientação, que denota um maior destaque das questões ambientais dentro da cultura do design, está, como salienta Pauline Madge, de certo modo também presente na evolução dos termos que, ao longo das últimas décadas, surgiram para classificar abordagens de design mais sensíveis à questão ambiental: “*green design*” nos anos 80; “*environmentally sensitive*” e, sobretudo, “*ecodesign*” a partir de meados da mesma década; “*sustainable design*” na segunda metade dos anos 90.⁴⁵³

Como salientou Manzini, a pesquisa centrada na eficiência ecológica não foi suficiente para melhorar a situação global, pois, apesar de os produtos, individualmente, consumirem menos energia e requererem menos materiais, os indicadores globais de consumo (residência, mobilidade, turismo, etc.) não indiciam uma redução. Assim,

⁴⁵² Termo que passou a ser correntemente utilizado, na sua acepção actual, depois de, em 1987, no Relatório *Our Common Future* elaborado pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento das Nações Unidas (presidida por Gro Harlem Brundtland, então Primeira-Ministra norueguesa) se ter definido o desenvolvimento sustentável como «o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades». [T. L.]. Em World Commission on Environment and Development, *Our Common Future, 1987* [Relatório], <http://www.un-documents.net/ocf-02.htm> [chapter 2].

⁴⁵³ Pauline Madge, “Ecological Design: A New Critique,” *Design Issues*, vol. 13, no. 2 (1997): 44.

considera que a transição para a sustentabilidade implica necessariamente uma mudança sistémica. Esta deverá comportar produtos e serviços que promovam novos modos de ser/estar e de fazer, mais leves do ponto de vista ambiental e mais favoráveis numa perspectiva de implementação de novas formas de socialização.⁴⁵⁴

A premência de uma maior abrangência na análise das questões ambientais, levou a integrar as vertentes económica e social, traduzidas no conceito de design sustentável, para além dos factores ligados ao impacto ambiental dos produtos (desde a concepção até ao descarte) e, conseqüentemente, reforçou o debate sobre o modelo de desenvolvimento. O modelo de avaliação de negócios denominado por *Triple Bottom Line* (TBL⁴⁵⁵), que integra os três P's: *Profit* (Lucro), *People* (Pessoas), *Planet* (Planeta) é também exemplo da transversalidade destas questões. Ele assenta nos mesmos fundamentos que originaram o conceito de design sustentável. Tratou-se de uma ideia bem recebida, dado o relevo que as questões de responsabilidade social corporativa, mudanças climáticas e comércio justo adquiriram na viragem de século e que se traduziram com particular acuidade nas atitudes dos consumidores ocidentais, para quem os custos sociais e ambientais resultantes da transferência de produção para países com mão-de-obra mais barata se tornavam cada vez mais evidentes.⁴⁵⁶

A contribuição teórica de Hosoe, se por um lado se insere nesta orientação, por outro, reflecte de modo inequívoco, a influência da mentalidade e da cultura asiática no seu posicionamento relativamente a esta questão. A sua perspectiva assenta numa visão global do homem (dotado de várias dimensões e sentidos) enquanto ser integrante do Universo (um entre outros e que não deve, através das suas acções/construções, alterar o equilíbrio do mesmo), que comporta na sua história memórias e comportamentos passíveis de gerar indícios para a resolução de questões actuais. Esta óptica insere-se numa esfera de pensamento em que são sobretudo equacionadas hipóteses relativas ao modo como o design deverá agir neste “universo activo-reactivo” e, como tal, constituem uma perspectiva muito válida para o tema da sustentabilidade, que adquire relevância na década de 90. As orientações preconizadas por Hosoe revelam-se

⁴⁵⁴ Ezio Manzini, “Viewpoint. New Design Knowledge,” *Design Studies*, vol. 30, no. 1 (2009): 8.

⁴⁵⁵ Concepção proposta em 1994 por John Elkington (fundador da empresa de consultoria SustainAbility, 1986). Em “Idea: Triple Bottom Line,” *The Economist*, 17 Nov. 2009, <http://www.economist.com/node/14301663>.

⁴⁵⁶ Ibid.

coerentes com o «modelo de equilíbrio do mundo», assim caracterizado por Victor Margolin:

A premissa deste modelo é que o mundo é um sistema ecológico de verificações e equilíbrios [*checks and balances*], composto por recursos finitos. Se os elementos de tal sistema forem danificados, se o equilíbrio dos mesmos for atingido ou se recursos essenciais se esgotarem, o sistema sofrerá danos severos e provavelmente entrará em colapso.⁴⁵⁷

Conforme Margolin, no início da década de 90 este modelo destacara-se enquanto ideal a atingir, de modo a substituir o «modelo expansionista do mundo»⁴⁵⁸ que entende o mundo como uma rede de mercados – e não de nações, sociedades e culturas – nas quais os produtos são moedas de troca e o capital assim resultante é novamente investido ou acumulado em riquezas privadas ou corporativas⁴⁵⁹. Considerando as grandes incompatibilidades na aproximação dos dois sistemas de desenvolvimento e as dificuldades manifestadas a nível discursivo, particularmente nos aspectos éticos e de valores, Margolin destaca o papel do design neste processo de alteração do paradigma de desenvolvimento mundial: a abordagem demonstrativa permitida pela concepção de produtos que incorporem os novos valores teria um efeito mais efectivo do que qualquer argumento teórico na criação de uma via que concilie o que de melhor existe nas duas tendências.⁴⁶⁰

No mesmo âmbito deverá ser mencionada a contribuição de Manzini, cuja profícua produção teórica foi determinante para a exploração prática de princípios congruentes com um novo modelo de desenvolvimento. Para Manzini, alterações sócio-culturais e tecnológicas eram componentes indispensáveis na equação da sustentabilidade sob a perspectiva do design, como ficou claramente patente no seu livro *A Matéria da Invenção* (1986), cujo «tema central reside na análise das possibilidades, limites e implicações de design dos novos materiais»⁴⁶¹. Nas reflexões suscitadas a propósito deste foco central, Manzini não deixa de frisar a necessidade de «uma cultura ecológica

⁴⁵⁷ Victor Margolin, “Global Expansion or Global Equilibrium? Design and the World Situation,” *Design Issues*, vol. 12, no. 2 (1996): 25. [T. L.].

⁴⁵⁸ *Ibid.* Este modelo, para além dos centros economicamente desenvolvidos – Europa, América do Norte – hoje também caracteriza as chamadas economias emergentes, como vários países do sudoeste asiático, nomeadamente a China, e o Brasil. Cf. Margolin. *Ibid.*

⁴⁵⁹ *Ibid.*

⁴⁶⁰ *Ibid.*, 31-32.

⁴⁶¹ Ezio Manzini, *A Matéria da Invenção*, trad. Pedro Afonso Dias (Lisboa: CPD, 1993), 17.

capaz de tratar não só os problemas, mais evidentes, da quantidade, como também os dilemas, mais subtis, da qualidade»⁴⁶². Acrescenta: «é necessário constituir uma componente cultural que oriente esta evolução em direcção a equilíbrios aceitáveis entre o ambiente artificial e as leis da Natureza a que estamos vinculados»⁴⁶³.

Dentro deste quadro, Manzini fala de uma “ecologia do ambiente artificial”⁴⁶⁴. A metáfora pretende salientar uma abordagem do design que questione e perspetive de forma abrangente o seu papel e a sua prática dentro de um contexto coerente com e preconizador da sustentabilidade do mundo. O termo ecologia implica necessariamente um modo mais complexo, mais multi-dimensional, de olhar para o design e para os seus produtos:

Estou convicto que a ecologização [*ecologization*] do pensamento e o reconhecimento de uma ecologia que opera com entidades artificiais, de ideias a produtos e organizações sociais, constituirá (e, até certo ponto, constitui já) uma importante inovação na cultura ocidental contemporânea. Esta inovação cultural influenciará fortemente a cultura do design. O resultado será um “design ecologizado” [*ecologized design*], ou seja, um design cujas bases e pontos de referência terão interiorizado cabalmente o novo paradigma cultural.⁴⁶⁵

No campo do design, a produção teórica de Manzini cedo sustentou uma posição comportava a referida necessidade de alterações nos comportamentos – no consumo – de modo a convergir com o modelo de desenvolvimento equilibrado/sustentado. Margolin salienta que no artigo “*Design, Environment and Social Quality: from ‘existenzminimum’ to ‘quality maximum’*”, Manzini propõe três cenários de mudança nesta esfera⁴⁶⁶: *i*) os designers devem desenvolver produtos mais duráveis enquanto artefactos culturais e tecnológicos. Neste cenário o utilizador deverá desenvolver um outro tipo de relação com o objecto, a qual não deverá assentar na novidade ou na mudança mas numa afectividade (de modo a, como advoga Hosoe, minimizar a energia

⁴⁶² Ibid., 49.

⁴⁶³ Ibid.

⁴⁶⁴ Ezio Manzini, “Towards a New Ecology of the Artificial Environment; Design within the limits of possibilities and the possibilities of limits,” 1992, [changedesign.org](http://www.changedesign.org/Resources/Manzini/Manuscripts/Towards%20a%20New%20Ecology%20of%20the%20Artificial%20Environment.pdf), <http://www.changedesign.org/Resources/Manzini/Manuscripts/Towards%20a%20New%20Ecology%20of%20the%20Artificial%20Environment.pdf>.

⁴⁶⁵ Ezio Manzini, “Physis and Design. Interaction between nature and culture,” *Temes de Disseny*, no. 10, (1994): 126, <http://www.raco.cat/index.php/Temes/article/view/29402/42200> [T. L.].

⁴⁶⁶ Ezio Manzini, “*Design, Environment and Social Quality: from ‘existenzminimum’ to ‘quality maximum’*,” *Design Issues*, vol. 10, no. 1 (1994). Cf. Margolin, “Global Expansion or Global Equilibrium?”, 26.

material e maximizar a energia comportamental); *ii*) uma mudança da aquisição de produtos para a utilização de serviços (como defendido por Hosoe, fruir mais do que possuir); *iii*) a “ligação” a menos objectos para uma redução no consumo (na visão de Hosoe, tal passa pela promoção de uma cultura neo-nómada em alternativa à cultura dos sólidos).

Algumas organizações/grupos destacaram-se na década de 90 na articulação do design com a esfera da sustentabilidade, particularmente na promoção directa ou indirecta de novos comportamentos na relação homem-objecto. Através da concepção de cenários de futuros sustentáveis, de experimentações e/ou de produções trilharam caminhos para uma efectiva contribuição do design nesta questão que é transversal.

Na época estava a trabalhar para Ettore Sottsass, o fundador do grupo de design Memphis – um projecto ousado, maravilhoso, nada ortodoxo, mas de modo algum amigo do ambiente. Um criador de produto utilizava madeira oriunda de florestas de chuvas. Eu tinha ouvido falar dos índios que morriam no Brasil e comecei a questionar porque precisaríamos de tal material – e a tomar consciência do poder que temos enquanto designers. Um bando entre nós, trabalhando em diferentes empresas, começou a reunir-se e a discutir como se poderia incorporar no design ideias amigas do ambiente. ⁴⁶⁷

O grupo O2 ⁴⁶⁸ foi um dos pioneiros na abordagem das questões ambientais no âmbito do design, numa concepção que não se confinava ao ciclo de vida de um produto. Fundado em 1988, em Milão, pelo arquitecto dinamarquês Niels Peter Flint (n. 1964), centrou a sua actividade na articulação da sustentabilidade com a qualidade de vida e, tal como Hosoe, os seus membros consideraram essencial a alteração do modo de vida ocidental nesta equação. Para além da concepção de produtos explorando materiais reciclados ⁴⁶⁹ (neolite), as intervenções da organização concretizaram-se numa plataforma de reflexão onde vários pontos de vista (designers, arquitectos, artistas, engenheiros, grupos comerciais, colectividades, pessoas singulares, etc.) confluíam na criação de visões possíveis relativas a modos de lidar com este reenquadramento do

⁴⁶⁷ Niels P. Flint citado em Barbara Kiser, “A Blast of Fresh Air: the history of O2,” O2.org, 1, <http://www.o2.org/media/document/Kiser.pdf>. [T. L.].

⁴⁶⁸ Que constitui delegações em diferentes países europeus (França, Itália e Áustria em 1989 e Reino Unido em 1990) e que desde 1994 é denominado O2 Global Network.

⁴⁶⁹ Como os apresentados na exposição “*Metamorphosis of Plastics*” - vasos, telhas, mobiliário de jardim - realizada no âmbito da Feira de Mobiliário de Milão de 1991, que, embora não passassem da fase de protótipos, materializaram alguns dos propósitos da O2, nomeadamente mostrar que os produtos podiam ser “verdes”, divertidos e viáveis. Cf. Kiser, “A Blast of Fresh Air”, 2.

design. Após a primeira fase de implementação, a maior parte das delegações internacionais deixaram de operar e foi a contribuição holandesa – de um grupo que também se designava O2⁴⁷⁰ – que deu novo fôlego à organização, a partir de 1993. Determinante na acção implementada por este grupo foi a posição governamental que, desde 1990, criara dois programas que, juntando designers e empresas, tinham como objectivo repensar produtos: o *Milion*, que se centrava na análise do ciclo de vida dos produtos e o *Eco-design*, que se focava nos diferentes métodos de *green design* num quadro de 600 empresas. Uma das iniciativas mais marcantes – e que contribuiu para a expansão da própria rede – terá sido o Event, um programa internacional denominado “*Sustainable Lifestyles*” (1993) com *workshops* tão variados quanto o *Information Ecology* e *New Business Concepts*, paradigmáticos da abrangência das temáticas exploradas.

Com uma orientação semelhante, A Doors of Perception⁴⁷¹ (1993) emergiu em Amsterdão, sob o formato de conferência internacional, com o propósito de imaginar futuros sustentáveis e formular os passos para a sua concretização. Inicialmente apoiada pelo Netherlands Design Institute⁴⁷², a partir de 2001, sob a direcção de John Thackara, passou a funcionar como empresa privada e acrescentou à realização de conferências a concretização de projectos que emanavam dos cenários de sustentabilidade criados pelas comunidades.

Simplemente desgastar não é já suficiente, aparentemente as coisas não devem desgastar-se ou, caso tal suceda, devem fazê-lo de modo atraente.⁴⁷³

A abordagem imposta pela Eternally Yours Foundation⁴⁷⁴ (1995) é um exemplo concreto de exploração prática de ideias sistematizadas por Manzini. Considerando que

⁴⁷⁰ O papel desempenhado pela O2 Holanda foi reconhecido pela atribuição dos prémios Teyler da Fundação Haarlem, em 1995, pela criação da consciência ambiental dentro e fora do campo do design e European Designer of the Year na primeira Feira de Designers (Maastricht, 1996) em reconhecimento do papel inovador e activo no design e na ecologia.

⁴⁷¹ Nome do livro de Aldous Huxley, de 1954, em que descreve as suas experiências alucinogénicas vividas sob o efeito de mescalina. O título escolhido tem origem na citação do poema *The Marriage of Heaven and Hell* de William Blake: «Se se expurgasse as portas da percepção, tudo pareceria ao homem / tal como é: infinito». [T.L.]

⁴⁷² Que entre 1993 e 2000 teve como director John Thackara (n. 1951).

⁴⁷³ Marcel Wanders, “Eternally Yours Newsletter,” May 1996, citado em Renny Ramakers, “Spirit of the Nineties,” in *Droog Design: Spirit of the Nineties*, eds. Renny Ramakers, Gijs Bakker (Rotterdam: 010 Publishers, 1998), 59, http://books.google.pt/books?id=rN7iaC9LYxEC&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. [T. L.].

a prática então mais comum de eco-design, centrada no ciclo de vida dos produtos, era insuficiente para responder à questão global, este grupo centrou a sua pesquisa e prática projectual no prolongamento do tempo de vida psicológico (termo utilizado por Peter-Paul Verbeek e Petran KockelKoren) dos produtos ⁴⁷⁵, perspectiva que pretende evitar que os objectos ainda capazes de cumprir a sua função sejam descartados (geralmente por saturação, por falta de qualidade ou por questões de actualização tecnológica). Segundo Verbeek, este grupo definiu três áreas que contribuem para tal desígnio: a análise de materiais que com o passar do tempo conservem ou adquiram atributos que despertem reacções positivas por parte do utilizador e a criação superfícies com o mesmo objectivo (subprograma *Shape`n Surface*); a existência de serviços de reparação de produtos como estratégia base das empresas, para além do fabrico e da venda (subprograma *Sales`n Services*); a concepção de produtos que, na sua utilização, criem laços afectivos com o utilizador (*Signs`n Scripts*), numa abordagem que explora os aspectos simbólicos e semióticos accionados no uso do objecto. ⁴⁷⁶

O grupo Droog Design ⁴⁷⁷ (1993), apesar de não directamente focalizado para as questões ambientais num contexto de sustentabilidade (aliás, do ponto de vista da construção, muitas das produções revelavam uma orientação que contraria pressupostos a ela inerentes), apresentou inicialmente uma abordagem que, preconizando a simplicidade associada à conceptualidade (não uma simplicidade redutora, mas significativa), se revelou um forte contributo para novos modos de pensar e fazer que promoveram criativamente uma atitude de focalização no essencial, no básico (que inflectiu a tendência dos anos 80, marcadamente decorativista, na qual o Memphis acabaria por ter papel fulcral), não apenas em termos visuais mas com componente comportamental, o que do ponto de vista da sustentabilidade se revela determinante.

⁴⁷⁴ Fundada pelo historiador de arte Henk Muis e pelo físico Arnoud Odding, a quem se juntou, posteriormente, a designer industrial Liesbeth Bonekamp, e que contava com Ezio Manzini, Hans Achterhuis e John Thackara como consultores.

⁴⁷⁵ Estratégia que também passou a fazer parte da filosofia de grandes empresas, como foi o caso da Philips, que considerou o *"ageing with dignity"* como alvo para a sua equipa de design: «Qual o seu produto preferido – o seu produto realmente preferido? Aposto que não é esse vistoso pedaço de alta tecnologia que acabou de comprar, mas algo velho, algo um pouco gasto que possui já há tempo, algo que vem consigo desde há muito». In Philips Design Issue, 1997. Cf Renny Ramakers, "Spirit of the Nineties," 55.

⁴⁷⁶ Peter-Paul Verbeek, Petran KockelKoren, "The Things That Matter," *Design Issues*, vol. 14, no. 3 (1998): 30.

⁴⁷⁷ Fundado por Renny Ramakers (n.1948) e Gijs Bakker (n.1942).

Droog Design surgiu numa altura em que no mundo material ninguém parecia mais capaz de tolerar a redundância. [...] Os trabalhos do Droog...uma saudável e bem-vinda revolução que baixou a nossa tensão arterial e nos transformou em seres humanos bem mais descontraídos.⁴⁷⁸

Renny Ramakers salienta que as produções do grupo são orientadas por critérios flexíveis, moldados pelos desenvolvimentos observados na cultura do produto e pela direcção que está a ser seguida pelos designers⁴⁷⁹. É neste contexto que o título *Droog Design: Spirit of the nineties*, escolhido para o livro que editou com Gijs Bakker, adquire pleno significado. É também tendo em consideração este propósito conceptual que se entende que uma das primeiras abordagens, patente na primeira exposição (Feira Mobiliário Milão, 1993) assentasse na reciclagem de objectos e materiais revelando «uma sensibilidade particular numa abordagem low-tech que faz eco da poesia dos ciclos de vida mais longos dos objectos do quotidiano»⁴⁸⁰. Destacam-se, no contexto, a cómoda *You Can't Lay Down Your Memories* (1991) e a cadeira *Rag* (1991) de Tejo Remy que, simultaneamente, materializam uma crítica ao consumismo.

A actividade destes grupos é reveladora dos contornos que a temática da sustentabilidade conferiu ao discurso e à prática do design a partir do momento em que a crise ambiental passou a ser encarada como um problema cuja resolução não passava apenas pela tecnologia mas também pela vertente cultural, uma vez que na origem da situação também estão as duas componentes. É sobretudo na consciência desta perspectiva que se estrutura o pensamento de design de Hosoe, que advogando a necessidade de “uma nova cultura” aponta caminhos susceptíveis de fomentar novas culturas materiais accionadoras de novos modos de vida. Além de remeter para o quadro envolvente da sustentabilidade, atrás abordado, o pensamento do designer japonês, ao considerar o encontro de culturas – a mediterraneidade⁴⁸¹ – como elemento facilitador na resolução dos desafios colocados no início do terceiro milénio, partilha de um ponto de vista semelhante ao defendido por Richard Buchanan⁴⁸², o qual reforça o papel

⁴⁷⁸ Paola Antonelli, “Nothing Cooler Than Dry,” in *Droog Design: Spirit of the Nineties*, 12. [T. L.].

⁴⁷⁹ Ramakers, Foreword, *ibid.*, 9.

⁴⁸⁰ Antonelli, “Nothing Cooler Than Dry,” 15. [T. L.].

⁴⁸¹ «O nosso Mediterrâneo não é geográfico nem histórico. É de Sul a Norte e de Este a Oeste, da Periferia ao Centro, do mundo Invisível ao Visível, da Irracionalidade à Racionalidade. E da Emoção à Razão». Isao Hosoe, [Comentário] in *Concurso Jovem Designer 95*, 7.

⁴⁸² E partilhado pelo filósofo Richard McKeon, para quem a Cultura «poderá ser o quadro no qual muitas culturas se desenvolvem, integram e comunicam». R. McKeon, “Fact and Value in the Philosophy of

primordial e fundamental da cultura enquanto cultura, em detrimento da sua redutibilidade a uma ideologia, para o design:

Deste ponto de vista, cultura não é um estado expresso através de uma ideologia ou de um corpo de doutrina. É antes uma actividade. Cultura é a actividade da ordenação, desordenação e reordenação na busca do entendimento e dos valores que guiam a acção. Cultura é a procura dos princípios nos compromissos quotidianos da vida bem como nos compromissos humanos especiais da ciência, arte, política e design. Resumindo, cultura é aquilo que fazemos quando estamos sozinhos ou quando prosseguimos algo em conjunto.

483

Culture,” in Akten des XIV Internationalen Kongresses für Philosophie, Wien, 2-9 September 1968 (Vienna: Herder, 1969)4: 203-11, citado em Richard Buchanan, “Branzi’s Dilema: Design in Contemporary Culture,” *Design Issues*, vol. 14, no. 1 (1998):18. [T. L.].

⁴⁸³ Buchanan, *ibid.*, 10. [T. L.].

Parte 4

Conclusões

Ao longo deste estudo foi possível, através de uma perspectiva centrada na rede de contextos nacionais e internacionais do CJD, construir um quadro que reflecte alguns dos mais importantes desenvolvimentos a que se assistiu no âmbito do design em Portugal tendo em conta uma dinâmica de promoção do eixo design-indústria. Paralelamente, permitiu evidenciar perspectivas valorizadoras do design na sua vertente sócio-cultural, as quais se têm vindo a afirmar no panorama do design, acompanhando reflexões centradas em modelos de desenvolvimento, não apenas focados em questões de mercado mas preconizadores de abordagens holísticas que contemplam igualmente valores sociais, ambientais e culturais, numa aceção que visa restabelecer o equilíbrio entre estas esferas. Este trabalho possibilitou ainda confirmar, não de um modo aritmético mas qualitativo, a importância do Concurso para uma geração de designers, sublinhando, em consequência, a sua influência no design em Portugal.

No percurso evolutivo do design no nosso país, algumas iniciativas – reflexo da relevância atribuída pelo poder estatal à produção industrial no crescimento económico do país – procuraram estimular o design industrial criando condições tidas como propícias à articulação entre os designers e a indústria. Como se pode constatar, diferentes estratégias visando objectivos análogos têm sido implementadas ao longo dos tempos em diferentes países, consoante os diferentes estádios em que se encontram os seus campos produtivos e as estruturas que a montante e a jusante lhes servem de suporte, e nas quais se integram os domínios do design. É precisamente neste trajecto que se coloca o CJD, enquanto iniciativa que, com objectivos suscitados pelas contingências da indústria nacional e do ensino do design nos anos 80, pretendia criar pontes entre o design e a indústria que possibilitassem enfrentar aos desafios que à época se colocavam à indústria portuguesa com a abertura dos mercados.

As duas dimensões – forma e substância – que assistiram à concretização do Concurso foram as responsáveis por um marcante impacto positivo deste no alcance do design em Portugal. Com efeito, as debilidades da indústria da cerâmica e as referências dos industriais relativamente à impreparação dos designers portugueses, associadas às lacunas na preparação tecnológica dos alunos de design, detectadas pelo Núcleo de

Design de Cerâmica do ICEP, ditaram a implementação desta iniciativa. Na consecução do objectivo primordial do ICEP - a integração de designers na indústria - e atendendo às condicionantes atrás enunciadas, foi criado um formato de Concurso que contemplou a participação de instituições de ensino, empresas e centros de formação - que então iam sendo constituídos com base em outros investimentos estatais que visavam a formação de mão-de-obra especializada para qualificar o tecido industrial nacional - numa estrutura que pretendia articular estes três universos. Inicialmente agindo apenas sobre a indústria da cerâmica, o CJD passou a englobar outras tecnologias, estendendo o leque de formação proporcionado aos estudantes e a abrangência na promoção do design em esferas de acção nacionais. Por outro lado, a inclusão de designers estrangeiros de prestígio na orientação dos programas do Concurso permitiu a construção de um quadro actualizado de conteúdos da Cultura do Design, estabelecendo um importante contacto com o exterior, em tempo real.

Uma das particularidades de que se revestiu a iniciativa CJD foi o facto de, pela primeira vez, uma acção desta natureza envolver directa e sistematicamente a esfera do ensino. Esta ligação, que acompanhou o aumento significativo de instituições de ensino superior em Portugal, alargando, em consequência, o território humano abarcado por este projecto, foi sendo incrementada ao longo dos dezassete anos de vigência do Concurso. A curto prazo, este foi o campo que mais vantagens retirou desta iniciativa: *i)* na formação, com relevo para a componente prática proporcionada pelos estágios; *ii)* no estabelecimento de redes de partilha de informação; *iii)* na qualificação do trabalho realizado pelas diferentes instituições de ensino; *iv)* na criação de uma ponte com o exterior que permitiu, em tempo real, diversificar e actualizar discursos relativos à actividade profissional, com base em contributos de designers em evidência no panorama mundial e nas viagens ao estrangeiro proporcionadas aos vencedores; *v)* no incremento da socialização. Deste modo, constatou-se que a influência do Concurso para a classe foi evidente, quer para os professores/designers quer, e sobretudo, para os estudantes, actuais profissionais e/ou professores.

Na óptica do ICEP pretendia-se essencialmente colocar designers na indústria, dentro de um quadro assente numa lógica de mercados que, se ainda se revelava pertinente durante as primeiras edições, passou a estar desadequado às novas realidades que se iam consolidando, em resultado do aprofundamento da globalização. É certo que tal

desenvolvimento não foi tão visível em Portugal, facto que não pode ser dissociado da fraca presença de designers a trabalhar directamente nas indústrias. Madalena Figueiredo destacou esta evolução, salientando também a incapacidade do ICEP em actualizar as suas perspectivas e o seu discurso e, conseqüentemente, não alterando a própria orientação do Concurso inicialmente estabelecida. Contudo, a insuficiência revelada pelo CJD na construção directa e significativa de pontes entre o design e a indústria, tem que ser também entendida à luz das realidades contextualizadoras da actividade profissional. Como referido, inclusivamente em países com significativa industrialização, estes elos revelam-se difíceis de estabelecer em determinadas alturas, o que geralmente determina que os designers enveredem por posicionamentos do design afastados dos condicionalismos de mercado e mais próximos de reflexões relativas ao papel do design na sociedade, concretizando-se, por vezes, em propostas que nem sempre são de fácil entendimento quanto a uma eventual adaptação em termos industriais. Em Portugal a situação foi ainda agravada pela dificuldade que muitos industriais portugueses revelaram em reconhecer as vantagens que o investimento no design poderia trazer, aspecto a que está associado um nível cultural não comparável, por exemplo, ao dos industriais italianos, o que em parte é compreensível dadas as distintas características evolutivas da história industrial dos dois países.

O impacto desta iniciativa enquanto promotora do design nacional, não pode ser isolado de outras iniciativas que, à época e de diversas formas, contribuíram para o mesmo fim, nomeadamente aquelas que foram implementadas pelo CPD. Contudo, se estas últimas se centraram no território nacional, o CJD, por via da sua estrutura, contribuiu também para a visibilidade do design português no exterior, aspecto reforçado pelo facto de esta acção ser desenvolvida paralelamente a outras iniciativas do ICEP, com objectivos semelhantes, nomeadamente as “exposições de autor”, que também integravam projectos desenvolvidos para o CJD. Esta presença no exterior serviu, sobretudo, para local e pontualmente colocar o design português no mapa internacional.

A análise de conteúdos, presentes nos programas do Concurso, permitiu ainda traçar, não linearmente, mas tendencialmente, a alteração que se verificou na relação do design com a indústria, revelando, simultaneamente, claros indícios de novos posicionamentos do papel do design na sociedade. Com efeito, torna-se evidente no final do séc. XX uma reconfiguração desta actividade, que gradualmente se afastou da matriz industrial que a

caracterizou desde a sua emergência oficial, após a Revolução Industrial, e que se manteve sobretudo até às primeiras décadas do pós-guerra, evolução que veio alterar o contexto enquadrador da produção material e o modo de funcionamento dos diferentes sectores nele intervenientes.

Constatamos a evolução anterior atentando à evolução dos programas apresentados pelos designers convidados no âmbito do CJD. Verificamos que da solicitação de concepção de objecto(s) específico(s), definidos dentro de um mercado-alvo, se passou, tendencialmente, à proposta de concepção de produtos – não especificados - que contribuíssem, para o reforço da cultura material enquanto elemento essencial para a melhoria de aspectos prementes para a sociedade actual, colocadas num quadro de forte enquadramento conceptual que visa o reforço do *significado* do objecto⁴⁸⁴. Não se pretendia “apenas” a concepção de *mais um* objecto, mas um produto catalisador de significado, numa abordagem que reforça o eixo sócio-cultural do design. Deste modo, a natureza dos programas propostos espelha a própria evolução do papel do designer, onde a uma postura mais regulada pelas condicionantes da lógica da produção se sucede uma atitude onde a articulação de realidades mais amplas – sociais, ambientais, culturais - se torna eticamente indispensável na concretização da actividade projectual perante os desenvolvimentos verificados nos contextos natural e construído em que existimos.

A alteração do discurso dos designers convidados, ao relegar para plano de fundo a tónica nas características “objectivas” dos objectos a projectar e dos mercados-alvo passou a evidenciar aspectos marcantes da cultura do design dos seus países (particularmente expostos nos programas de I. Râman e de J. Pensi), traçando, por intermédio dos programas de Yli-Viikari e Hosoe, uma alteração de “escala”. Os referentes que assistem às suas perspectivas e abordagens foram muito além de uma “escala nacional”, centrando a importância do objecto enquanto mediador da nossa relação com as esferas humana e natural, trazendo à evidência alguns dos desafios que se colocam, globalmente, à sociedade.

O universo conceptual apresentado por Hosoe adquire particular relevância no enquadramento mencionado. A sua perspectiva assenta num olhar para o futuro

⁴⁸⁴ Registe-se, contudo, que não se pode dissociar este desenvolvimento do facto de inicialmente apenas ter sido contemplada uma única tecnologia (cerâmica) e posteriormente outras terem sido incluídas.

sustentado num reforço da componente humana e cultural. Hosoe recorre aos pensamentos de L. Mumford e de E. T. Hall para evidenciar a insuficiência da sociedade industrial como resposta aos desafios mais complexos da sociedade na transição do milénio e propõe, como hipótese de futuro desejável, uma cultura neo-nómada inspirada na cultura nómada e na mediterraneidade. Como consequência da actualidade do seu discurso foi possível estabelecer conexões com pontos de vista contíguos, reveladores do enfoque que estas temáticas vinham a adquirir, quer em circuitos interiores quer exteriores à esfera do design. A convicção de I. Hosoe de que a “cultura dos sólidos” deve ser repensada, encontra paralelo nas palavras de V. Flusser quando este questiona a finalidade dos “objectos de uso” e nas de E. Manzini ao salientar que foi a falta de uma cultura de design que determinou a profusão de objectos sem valor gerada pelo progresso tecnológico. A crítica à sociedade industrial e de consumo e a consequente tónica no valor do objecto, aponta o reforço da ligação homem-objecto sob duas vertentes interligadas que se complementam: uma relativa à qualidade e que sublinha a necessidade de uma relação intrinsecamente mais significativa, apontando para ligações mais duradouras; outra que releva a materialidade presente nessa relação. Enquanto a primeira reforça um entendimento do objecto enquanto “*actant*”, a segunda advém da consciência da “carga material” associada ao objecto e das suas repercussões na composição do mundo material e na “decomposição” do mundo natural.

Estas vertentes foram também observadas em conceitos próprios do universo do design - através de um entendimento dos conceitos de “*good design*,” “*user-centered design*” e “*human-centered design*” - revelador de um quadro evolutivo de procura de respostas materiais demonstrativo da amplitude dos propósitos humanos agora exigida. No que concerne ao modo como o design deve contribuir para o equilíbrio entre os mundos natural e o construído, destacou-se a posição de V. Margolin. Apologista do papel demonstrativo do design no processo de alteração do paradigma de desenvolvimento do mundo, Margolin defendeu uma posição paralela à de Manzini no se refere ao fomento de uma alteração de comportamentos, indispensável no quadro da sustentabilidade e ao papel do design neste domínio.

Num contexto que deixa transparecer a passagem de uma sociedade industrial para uma pós-industrial, o conhecimento emerge como *o elemento* accionador do design e nesse sentido as investigações desenvolvidas nos ambientes mais susceptíveis de o desencadear e aprofundar – universidades e ateliers/estúdios de design – surgem como orientadoras de percursos conducentes a enfatizar o papel do design no contexto da sociedade. Assim, a criação de interfaces entre as universidades e o aparelho industrial – quadro no qual o CJD foi embrionário no domínio do design em Portugal - continua a ser um objectivo a atingir, mas deverá ser pensado em moldes que se adequem à situação actual.

A implementação do design é hoje uma realidade em Portugal. Contudo, para um verdadeiro entendimento e actualização das potencialidades do design face aos desafios que presentemente se colocam à sociedade a diferentes níveis, a actividade deverá procurar também, através de conversas informais e formais, estar presente nos corredores do poder, de modo a criar espaços de entendimento necessários à clarificação da sua acção perante uma esfera de actores que, naturalmente, tem um entendimento do design baseado sobretudo no que tem marcado historicamente a sua intervenção – a *configuração formal* - o que poderá ser impeditivo à abertura de novas concretizações. A acção desenvolvida por Madalena Figueiredo, à frente do Núcleo de Design do ICEP, é um exemplo da relevância do papel dos designers em serviços integrados em estruturas relacionadas com a acção governamental.

Dadas as diferentes dimensões do design abordadas no âmbito deste estudo, várias linhas de investigação foram surgindo à medida que este se foi concretizando, emergindo como mais pertinente no actual panorama de investigação do design em Portugal a pesquisa dos diferentes modos de concretização do eixo design-indústria em Portugal, através da análise de casos significativos no panorama português. Numa perspectiva mais global, inscreve-se uma reflexão sobre a maior abrangência do design no séc. XXI, baseada numa análise de diferentes modos de concretização do trabalho dos designers.

Bibliografia

ADI. "Association."

<http://www.adi-design.org/about-us.html> [consult. 15 Jun. 2012].

Aldersey-Williams, Hugh. *World Design: Nationalism and Globalism in Design*. New York: Rizzoli, 1992.

Alessi, Alberto. *The Dream Factory*. Milan: Electa/Alessi, 2003.

Almeida, Victor. "O Design em Portugal, um Tempo e um Modo. A institucionalização do Design Português entre 1959 e 1974." Tese de Doutoramento, FBAUL, 2009.

Almquist, Julka, e Julia Lupton. "Affording Meaning: Designed-Oriented Research from the Humanities and Social Sciences." *Design Issues*, vol. 26, no. 1 (2010): 3-14.

Alves, Jorge. "Contributos para o estudo da prática do design industrial no contexto do desenvolvimento em Portugal," vol. II. Tese de Doutoramento, FBAUL, 2003.

Amaral, Luciano. *Economia Portuguesa - As últimas décadas*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2010.

Antonelli, Paola. "Design and the Elastic Mind." In *Design and the Elastic Mind*, editado por Paola Antonelli, 14-27. New York: MoMA, 2008.

Appadurai, Arjun. *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*. Minnesota: University of Minnesota Press, 1996.

Barreto, António. org. *A Situação Social em Portugal, 1960-1995*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, 1996.

Barreto, António. "Quatro Décadas: da Mudança à Incerteza." Academia da Ciências de Lisboa. Comunicação apresentada à Classe de Letras, Academia de Ciências de Lisboa, 22 de Outubro 2009, 9.

http://s1.acadciencias.pt/files/Mem%C3%B3rias/Ant%C3%B3nio%20Barreto/abarreto_22_10_09.pdf [consult. 29 Mar. 2011].

Barthes, Roland. *Mitologias*. Traduzido por José Augusto Seabra. Lisboa: ed. 70, 2012,

- Bártolo, José. “Design Português.” Reactor, colocado *on-line* em 21 Outubro, 2009.
<http://reactor-reactor.blogspot.pt/2009/10/partir-do-inicio-da-decada-de-1970-uma.html> [consult. 23 Abr. 2011].
- Bauman, Zygmunt. *Liquid Modernity*. Cambridge, UK: Polity Press, 2000.
- Beckwith, Guy V. “The Generalist and the Disciplines: The Case of Lewis Mumford.” *Issues in Integration Studies*, vol.14 (1996): 7-28.
http://www.units.muohio.edu/aisorg/pubs/issues/14_beckwith.pdf
- Bell, Daniel. “Welcome to the post-industrial society.” *Physics Today* (02/1976): 46-49.
http://home.iitk.ac.in/~amman/soc474/Resources/bell_welcome_post_ind_society.pdf
- Bell, Judith. *Como Realizar um Projecto de Investigação*. Traduzido por Maria João Cordeiro. Lisboa: Gradiva, 2010.
- Bergson, Henri. *Introdução a Creative Evolution*. New York: Camelot Press, 1911.
http://www.gutenberg.org/files/26163/26163-h/26163-h.htm#Page_ix
- Board of International Design Research. *Design Dictionary - Perspectives on Design Terminology*. Editado por Michael Erlhoff e Tim Marshall. Basel: Birkhäuser, 2008.
- Bonsiepe, Gui. *Teoria e Prática do Design Industrial*. Lisboa: CPD, 1992.
- Boradker, Prasad. *Designing Things – A Critical Introduction to the Culture of Objects*. New York: Berg, 2010.
- Brandão, Pedro, dir. *O Tempo do Design – Anuário 2000*. Lisboa: CPD, 2000.
- Branzi, Andrea. “We are the Primitives.” In *Design Discourse – history, theory, criticism*, editado por Victor Margolin, 37-42. Chicago: University of Chicago Press, 1989.
- Buchanan, Richard. “Branzi’s Dilema: Design in Contemporary Culture.” *Design Issues*, vol. 14, no. 1 (1998): 3-20.
- Bürdek, Bernard E. *Design – History, theory and practice of product design*. Basel: Birkhäuser, 2005.

Burrows, Peter. "The Seed of Apple's Innovation." *BusinessWeek Online*, 12 October, 2004.
http://www.businessweek.com/bwdaily/dnflash/oct2004/nf20041012_4018_db083.htm [consult. 20 Jun. 2012].

Cadernos de Design, no. 6, 1993.

Castro, João Osório de. "Jerónimo Osório de Castro," *Cadernos de Design*, ano 1, no. 4, Dezembro 1992, 20-25.

"Catalog: Industrial Revolution: Design." British Parliament Papers.
<http://www.britishparliamentarypapers.com/acatalog/Design.html>
[consult. 15 Maio 2011].

"Ceramex 86 Prémios de Design." *Exportar*, no. 37, Setembro 1986, 10-13.

"Cerâmica Decorativa: nove meses de um programa de design." *Exportar*, no. 27, Outubro, 1985, 15-18.

"Cerâmica Decorativa: o design na base da mudança." *Exportar*, no. 20, Fev. 1985, 24.

Clark, Hazel, e David Brody, eds. *Design Studies – A Reader*. Oxford: Berg, 2009.

Clarke, Alison J., ed. *Design Antropology – Object Culture in the 21st Century*. Wien: Springer-Verlag, 2011.

Comissão das Comunidades Europeias. "Relatório Final de Execução do PEDIP." Bruxelas: 7 Janeiro 1994.
<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:1993:0711:FIN:PT:PDF> [consult. 19 Maio 2011].

Comissão de Avaliação dos Cursos de Belas-Artes e Design. "Relatório de Avaliação Externa da Licenciatura em Arquitectura de Design da FAUTL." Julho de 2005, http://www.fup.pt/old/docs/ca/rae_c2a5_utl.ad.pdf
[consult. 7 Maio 2012].

Comissão Europeia. "FEDER."
http://ec.europa.eu/regional_policy/funds/feder/index_pt.htm
[consult. 14 Abr. 2011].

Comissão Europeia. "FSE."
http://ec.europa.eu/regional_policy/funds/fse/index_pt.htm
[consult. 14 Abr. 2011].

“Concurso Jovem Designer para o Mercado Espanhol.” *Exportar*, no. 30, Janeiro, 1986, 27-28.

Concurso Jovem Designer 87- Prémio Mercado do Reino Unido [org. ICEP]. Catálogo. S.l.: s.n., s.d.

Concurso Jovem Designer 88 – Prémio Mercado da Dinamarca [org. ICEP]. Catálogo. S.l.: s.n., s.d.

Concurso Jovem Designer 89 – Prémio Mercado dos EUA [org. ICEP]. Catálogo. S.l.: ICEP, 1990.

Concurso Jovem Designer 90 – Mercado Italiano [org. ICEP]. Catálogo. S.l.: ICEP, s.d.

Concurso Jovem Designer 91 – Mercado Alemão [org. ICEP]. Catálogo. S.l.: ICEP, s.d.

Concurso Jovem Designer 92 – Mercado Hotelaria [org. ICEP]. Catálogo. S.l.: ICEP, s.d.

Concurso Jovem Designer 93 – Jardim [org. ESAD/Caldas da Rainha e FBAUL]. Catálogo realizado com o apoio do ICEP e o patrocínio da CML, D.L. 1994.

Concurso Jovem Designer 94 – Mercado da Finlândia [org. ICEP]. Catálogo. S.l.: ICEP, s.d.

Concurso Jovem Designer 95 – O Japão e a Mediterraneidade. Habitar o Trabalho Nómada [org. ICEP]. Catálogo. S.l.: ICEP, s.d.

Concurso Jovem Designer 96 – Cenários para uma Refeição [org. ICEP]. Catálogo. S.l.: ICEP, s.d.

Concurso Jovem Designer 97 – a vida na praia [org. ICEP]. Catálogo. S.l.: ICEP, s.d.

Concurso Jovem Designer 98 – Café Milénio [org. ICEP]. Catálogo. Porto: ICEP, 1999.

Concurso Jovem Designer 2000 – Escadote doméstico [org. ICEP]. Catálogo. Porto: ICEP, 2001.

Concurso Jovem Designer 01 – Aprender com os Caçadores Nómadas [org. ICEP]. Catálogo. Porto: ICEP, 2003.

Concurso Jovem Designer 02 – A Porta [org. ICEP]. Catálogo. Porto: ICEP, 2004.

Costa, Daciano. “Depoimento.” *Cadernos de Design*, no. 2, 1992, 70-72.

Creagh, Lucy, Helena Kåberg, e Barbara M. Lane, eds. *Modern Swedish Design – Three Founding Texts*. New York: MoMA, 2008.

Cross, Nigel. “Forty years in design research.” *Design Studies*, vol. 28, no. 1, (2007): 1-4.

_____. “The coming of post-industrial design.” *Design Studies*, vol. 2, no. 1, (1981): 3-7.

Dâmaso-Rodrigues, Isabel. “*Estratégias de desenho no projecto de design: um estudo sobre o uso do desenho como recurso instrumental e criativo ao serviço do pensamento visual do designer de equipamento.*” Tese de Doutoramento, FBAUL, 2007.

_____. “Investigação em Design: Uma viagem num momento de viragem/ elementos para uma reflexão.” In *Investigação em Arte & Design*, vol. II, coord. José Quaresma, Fernando Paulo Rosa Dias, Juan Carlos Ramos Guadix, 282-293. Lisboa: Edição do Centro de Estudos em Belas-Artes da FBAUL, 2011.

Decreto-Lei nº 47/85 de 26 de Fevereiro.

Design aus Portugal - eine anthologie / Design from Portugal - an anthology. Stuttgart: Axel Menges/ ICEP, 1998.

Design em Aberto – uma antologia. Coordenado por Calçada, Ana, Mendes, Fernando e Barata, Martins. Traduzido por Pedro Afonso Dias. Lisboa: CPD, 1993.

“Design for the Future.” *Design from Scandinavia – 40th Anniversary edition*, 2008, no. 22, 4-8. http://issuu.com/midmod/docs/design_from_scandinavia_22 [consult. 12 Set. 2011].

“Design, Indústria e Modernização” [entrevista a Mira Amaral]. *Cadernos de Design*, no. 1, 1992, 53-55.

DIA, “Design & Industries Association.” <http://www.dia.org.uk/> [consult. 23 Maio 2012].

Diário da República, 2ª série, nº 170, de 26 de Julho de 1991.

Dixon, Tom. “Eighties, Nineties, Noughties.” In *British Design from 1948: Innovation in the Modern Age*, editado por Christopher Breward e Ghislaine Wood, 250-254. London: V&A Publishing, 2012.

“Dossier Escolas.” *Cadernos de Design* no. 2, 1992, 30-69.

- Electrolux. “About Electrolux.”
<http://group.electrolux.com/en/about-electrolux-492/> [consult. 5 Mar. 2012]
- Eliot, T. S. *Notes Towards the Definition of Culture*. S.l: faber & faber, s.d.
- “Entrevista a Jorge Pensi e Albert Lievore.” *De Diseño*, no. 13, 1987, 18-25.
- Experimenta design. “Experimentadesign 99 Exposições.”
<http://www.experimentadesign.pt/1999/exdph.html> [consult. 20 Jun. 2012]
- Ferreira, Emília. “De 1967 até Hoje – Design com Dimensão,” *Dimensão*,
<http://lamartine.lvengine.net/Imgs/dimensao.pdf> [consult. 29 Maio 2011].
- Figueiredo, Madalena. “O design no ICEP.” [documento não publicado].
- _____. Informação nº 1146 para o Director, Engº Gaeiras, ICEP, 03-07-2003
[documento não publicado; disponível no Arquivo da biblioteca da FBAUL].
- Fischer, Volker. *Design Now, Industry or Art?* Munich: Prestel-Verlag, 1989.
- Fluida. “Rassegna Stampa.”
<http://www.fluida.it/en/press/020900abitare.html> [consult. 7 Out. 2011].
- _____. “Usage.”
<http://www.fluida.it/en/usage.html> [consult. 7 Out. 2011].
- Flusser, Vilém. *Uma Filosofia do Design: A Forma das Coisas*. Traduzido por Sandra Escobar. Lisboa: Relógio D’Água Editores, 2010.
- Fundação António Quadros. “Biografia de António Ferro 1932-1938.”
http://www.fundacaoantonioquadros.pt/index.php?option=com_content&task=view&id=29&Itemid=59&limit=1&limitstart=4
[consult. 6 Out. 2012].
- García, Fernando. “The Maturity Factor in Spanish Design.” *Design in Spain- imm cologne*, 2009, 5-11.
http://www.imm-cologne.com/media/imm/downloads_25/pdf_26/imm09_05_Spain_E_en.pdf
[consult. 17 Set. 2011].
- Gay, Paul du, et al. *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. London: Sage Publications, 1997.

- Geselbracht, Raymond H. "Recovering the new dream. Organic evolution in the work of Lewis Mumford." *American Studies*, vol. 15, no. 2 (1974): 5-19.
<http://www.jstor.org/stable/40444039>.
- Greenhalgh, Paul, ed. *Modernism in Design*. London: Reaktion Books, 1997.
- Hall, Edward T. *The Silent Language*. S.I: Anchor Books Editions, 1990.
- Helgeson, Susanne, e Kent Nyberg. *Swedish Design – The Best in Swedish Design Today*. Mitchell Beazley - Octopus Publishing Group, 2002.
- Heskett, John. "Aspects of Design Policy in History," *SEE Bulletin*, DesignWales, Issue 2, January, 2010, 3-6.
<http://www.seeproject.org/docs/SEE%20Bulletin%20Issue%202%20-%20Jan%202010.pdf>.
- _____. *Design – A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2005.
- Hosoe, Isao. "A Trickster approach to Interaction Design." Interaction Design Institute Ivrea, 4.
http://projectsfinal.interactionivrea.org/2004-2005/SYMPOSIUM%202005/communication%20material/A%20Trickster%20approach%20to%20Interaction%20Design_Hosoe.pdf
 [consult. 14 Nov. 2011].
- _____. "Design as Abduction." Isao Hosoe Design.
http://www.isaohosoe.com/isao/trace_dett.jsp?lang=2&id_trace=12&level2=13 [consult. 1 Dez. 2011].
- _____. "Designing Change." In *blueindustry #2 inForm+Action*, editado por Patrizia Lugo, 130-132. S.I: s.e, s.d. [Projecto de Anna Lombardi/ Fantoni Research Group].
http://www.progetta.it/produzione/pubblicazioni/catalogo_blueindustry_2.pdf [consult. 2 Out. 2011].
- _____. "Design of Behavioural Energy." Ivrea, 29th October 1998.
<http://www.fluida.it/en/company.html> [consult. 7 Out. 2011]
- Hosoe, Isao, Ann Marinelli, e Renata Sias. "Playoffice – Toward a new culture in the workplace." Isao Hosoe Design.
http://www.playoffice.it/files/playoffice_complete.pdf
 [consult. 30 Set. 2011].

Huff, Jason. "Talk to Her: A Conversation with Paola Antonelli." *Rhizome*, 24 Outubro, 2011.
<http://rhizome.org/editorial/2011/oct/24/talk-her-conversation-paola-antonelli/> [consult. 1 Dez. 2011].

ICSID, "ICSID History."
<http://www.icsid.org/about/about/articles33.htm> [consult. 30 Jun. 2011].

"Idea: Triple Bottom Line," *The Economist.com*, 17 Nov. 2009.
<http://www.economist.com/node/14301663> [consult. 6 Maio 2012].

"Ingegerd Råman. " Swedish Design Centre of Saint Barthelemy, [extracto do livro: From, Lena, ed. *Ingegerd Råman*. S.l.: Langenskiöld Publishing, 2005].
<http://www.swedishdesigncentre.com/index.php/ingegerdraman.html> [consult. 11 Mar. 2012].

Institut d'Esthétique Industrielle. "Charte de l'esthétique industrielle." Institut Français du Design.
http://www.institutfrancaisdudesign.com/L_Institut/Les_racines_de_l_Institut/Lois_de_l_Esthetique_Industrielle/art34.htm [consult. 22 Abr. 2011].

International Trade Centre. "Mission, Objectives."
<http://www.intracen.org/about/mission-and-objectives/> [consult. 22 Jun. 2012].

Isao Hosoe Design, e Grupo Loccioni. "Play Factory: philosophy. "
http://www.play-factory.it/?page_id=58 [consult. 9 Jan. 2012]

_____. "Pro-gettare."
http://www.play-factory.it/?page_id=64 [consult. 9 Jan. 2012].

Jones, Mike. "Playing God." *Design Magazine*, August, 1990, 44-46.

Julier, Guy. *Encyclopaedia of 20th Century Design and Designers*. London: Thames and Hudson, 1993.

_____. *New Spanish Design*. New York: Rizzoli, 1991.

_____. *The Culture of Design*. London: Sage Publications, 2008.

Junior, Francisco V. "Discurso feito na abertura da Academia de Desenho e Pintura na cidade do Porto" (Lisboa: Regia Officina Typografica, 1803),
<http://www.fc.up.pt/fa/index.php?p=nav&f=books.0274.0>

- Keinonen, Turkka. “Protect and Appreciate - Notes on the Justification of User-Centered Design.” *International Journal of Design*, vol.4, no. 1 (2010): 17-27.
<http://www.ijdesign.org/ojs/index.php/IJDesign/article/viewFile/561/277>
- Kiser, Barbara. “A Blast of Fresh Air: the history of O2.” O2.org.
<http://www.o2.org/media/document/Kiser.pdf> [consult. 23 Dez. 2011].
- Krippendorff, Klaus, e Reinhard Butter. “Product Semantics: exploring the symbolic qualities of form.” *Innovation* (1984): 4-9.
http://repository.upenn.edu/asc_papers/40/ .
- Lage, M^a Otilia. “Metalúrgica da Longra (1920-1993): ancoragem para um estudo sobre regimes de acção.” *Revista da Faculdade de Letras – História*, Porto, III série, vol. 8 (2007): 217-236.
<http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/3355.pdf>.
- Lains, Pedro. “O Estado e a Industrialização em Portugal, 1945-1990.” *Análise Social*, vol. XXIX – 4^o, no. 128 (1994 - 4): 923-958. <http://analisesocial.ics.ul.pt/>.
- Latour, Bruno. “On Interobjectivity.” *Mind, Culture and Activity*, vol. 3, no. 4 (1996): 228-245.
<http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/63-INTEROBJECTS-GB.pdf>
- Le Boeuf, Jocelyne. “Jacques Viénot and the Estétique Industrielle in France (1920-1960).” *Design Issues*, vol 22, no. 1 (2006): 46-63.
- Livraria Digital para as Artes Decorativas e Cultura Material da Universidade de Wisconsin, “Journal of Design and Manufactures.” Designinform.
<http://www.designinform.co.uk/journals25.htm> [consult. 16 Maio 2011].
- Lutteman, Helena D. “A Background.” In *Design in Sweden*, editado por Monica Boman, 11-22. Uddevalla: The Swedish Institute em colaboração com a Svensk Form, 1988.
- Madge, Pauline. “Ecological Design: A New Critique.” *Design Issues*, vol. 13, no. 2, (1997): 44-54.
- Maldonado, Tomás. *Design Industrial*. Traduzido por José Francisco E. Martins. Lisboa: Edições 70, 2009.
- Manaças, Vitor. “*Percursos do design em Portugal*,” vol 1. Tese de Doutoramento, FBAUL, 2005.

Manzini, Ezio. *A matéria da invenção*. Traduzido por Pedro Afonso Dias. Lisboa: CPD, 1993.

_____. “Physis and Design. Interaction between nature and culture.” *Temes de Disseny*, no. 10, (1994): 118-129.
<http://www.raco.cat/index.php/Temes/article/view/29402/42200>

_____. “Towards a New Ecology of the Artificial Environment; Design within the limits of possibilities and the possibilities of limits,” 1992. [changedesign.org](http://www.changedesign.org),
<http://www.changedesign.org/Resources/Manzini/Manuscripts/Towards%20a%20New%20Ecology%20of%20the%20Artificial%20Environment.pdf>
[consult. 7 Jan. 2012].

_____. “Viewpoint. New Design Knowledge.” *Design Studies*, vol. 30, no. 1 (2009): 4-12.

_____. “Technical Power and Cultural Demand; the decline of the age of mechanisation and the discovery of complexity,” [Manuscrito não publicado, 1992], [Changedesign.org](http://www.changedesign.org),
<http://www.changedesign.org/Resources/Manzini/Manuscripts/Technical%20Power%20and%20Cultural%20Demand.pdf> [consult. 07 Jan. 2012]

Manzini, E., e J. Cullars. “Prometheus of the Everyday: The ecology of the Artificial and the Designers’s Responsibility.” *Design Issues*, vol. 9, no. 1 (1992): 5-20.

Margolin, Victor. “Global Expansion or Global Equilibrium? Design and the World Situation.” *Design Issues*, vol. 12, no. 2 (1996): 22-32.

_____. “Teaching Design History,” University of Illinois at Chicago - Department of Art History,
<http://tigger.uic.edu/~victor/articles/teachdesignhistory.pdf>
[consult. 10 Maio 2012].

Margolin, Victor, e Sylvia Margolin. “A ‘Social Model’ of Design: Issues of Practice and Research.” *Design Issues*, vol. 18, no. 4 (2002): 24-30.

McDermott, Catherine. *Design – The Key Concepts*. London: Routledge, 2007.

_____. *20th Century Design*. London: Carlton Books / Design Museum, 1997.

Mckay, David. “Modern Architecture in Barcelona (1854-1939).” *The Anglo-Catalan Society*, 1985, no. 3, vii.
<http://www.anglo-catalan.org/op/monographs/issue03.pdf>

- Mendes, J. M. Amado. “Sobre as Relações entre a indústria portuguesa e a estrangeira no séc. XIX”, *Análise Social*, vol XVI, 61-62 (1980): 31-52.
- Miller, R. Craig, Penny Sparke, e Catherine McDermott. *European Design Since 1985: Shaping the New Century*. London: Merrell – em colaboração com o Denver Art Museum e o Indianapolis Museum of Art, 2009.
- Ministério da Economia – Secretaria de Estado da Indústria, *Tradução das Conferências proferidas durante a 1ª Quinzena de Estética Industrial*. Lisboa: INII/NAAI, 1965.
- Morrison, Jasper. “Utilism vs Uselessness.” 2002.
<http://www.jaspermorrison.com/html/5093490.html>
 [consult. 9 Jan. 2012].
- Mumford, Lewis. *Art and Technics*. New York: Columbia University Press, 2000.
- Narotzky, Viviana. “Barcelona – Object of Design.” In *La Barcelona del diseño*. Barcelona, Santa & Cole, 2007. [versão inglesa disponibilizada pela autora]
<http://bcndesign.files.wordpress.com/2009/09/vnarotzky-barcelona-object-of-design.pdf>
- Newbery, Marie-Thérèse. *ICEP, 50 anos*. S.l.: ICEP, 2000.
- Oriola, Matilde. “Entrevista a Josep Llusà.” *ARDI 10*, año II, Julho-Agosto 1989, 120-129.
- “Os Caminhos do Design.” *Cadernos de Design*, nº 5, 1993, 80
- Parra, Paulo. *Cadeiras de Design Nacional, 250 anos a sentar Portugal*, Coleção P. Parra. Cat. Expos. Évora: MADE, Museu do artesanato e do Design, 2011.
- “Pedlerism in Lisbon.” *Design Journal*, January no. 289 (1973): 35.
<http://vads.ac.uk/diad/article.php?year=1973&title=289&article=d.289.35>
- Pensi, Jorge. “Designer`s voice,” *Design in Spain - imm Cologne*, 2009, 19-21.
http://www.imm-cologne.com/media/imm/downloads_25/pdf_26/imm09_05_Spain_E_en.pdf
 [consult. 17 Set. 2011].
- Philips. “History of Philips Brand.”
<http://www.philips.com/about/company/history/historyofthebrandmark/index.page> [consult. 5 Mar. 2012].

- Ramakers, Renny, e Gijs Bakker, eds. *Droog Design: Spirit of the Nineties*. Rotterdam: 010 Publishers, 1998.
- Rams, Dieter et al. "Munich Design Charter." *Design Issues*, vol. VIII, no. 1 (1991): 74-77.
- Redström, Johan. "Towards user design? On the shift from object to user as the subject of design." *Design Studies*, vol. 27, no. 2 (2006): 123-139.
- Rogers, E. M., W. B. Hart, e M. Yoshitaka. "Edward T. Hall and The History of Intercultural Communication: The United States and Japan." *Keio Communication Review*, no. 24 (2002): 3-26.
<http://www.mediacom.keio.ac.jp/english/2002.html>.
- RSA. "Mission."
<http://www.thersa.org/about-us/mission> [consult. 15 Set. 2012].
- Santos, Rui Afonso. "A Altamira e o Design Português." *Arte Ibérica*, ano 5, no. 48, Julho, 2001, 22-24.
- _____. "Actualidade e Internacionalização do Design em Portugal," in 1990/2004 Arquitectura e Design de Portugal. Cat. Expos. Milão, Triennale di Milano, Nov. 2004.
- Sardo, Delfim. "Design Português em Madrid." *Cadernos de Design*, Jul. Ag. Set., 1992, 51-55.
- Scandinaviandesign. "Ingegerd Råman."
<http://scandinaviandesign.com/ingegerdRaman/index.htm>
[consult. 11 Mar. 2012].
- Seixas, Fernando. "Opinião." *Cadernos de Design*, no. 4, ano 1, 1992, 34-37.
- Silva, Sena da. Editorial. *Cadernos de Design*, no.1, Março, 1992, 5-7.
- Snowcrash. "Snowcrash Materialized Home." Scandinavian design,
<http://www.scandinaviandesign.com/snowcrash/press.html>
[consult. 28 Ag. 2011].
- Sony. "A Catchphrase with Impact."
<http://www.sony.net/SonyInfo/CorporateInfo/History/SonyHistory/2-23.html>
- Souto, M^a Helena. *História do Design em Portugal I – Reflexões*, Lisboa: edições IADE, 2009.

- Sparke, Penny. *An Introduction to Design & Culture in the Twentieth Century*. London: Routledge, 1989.
- Svensk Form. "About Svensk Form."
<http://www.svenskform.se/en/about-svensk-form> [consult. 16 Maio 2011].
- Thackara, John. *In The Bubble – Designing in a Complex World*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2005.
- Toffler, Alvin. *Future Shock*. New York: Bantam Books, Random House Publishing Group, 1970.
- Totemdesign. "David Shearer – Biography."
<http://www.totemdesign.com/about/david-bio1.html> [consult. 2 Mar. 2012].
- Venturi, Robert. *Complexity and Contradiction in Architecture*. New York: MoMA em colaboração com a Graham Foundation for Advanced Studies in The Fine Arts, Chicago, 1966.
- Verbeek, Peter-Paul. "Lets Make Things Better: A Reply to My Readers." *Human Studies*, vol. 32, no. 2 (2009): [Liberalism and Mediated Freedom]. DOI 10.1007/s10746-009-9118-0.
- Verbeek, Peter-Paul, e Petran Kockelkoren. "The Things That Matter." *Design Issues*, vol 14, no. 3 (1998): 28-42.
- Vidal, Mercè. "Design History in Catalonia Between the Influence of Le Corbusier and Mediterranean Historical and Vernacular Sources." *Design Discourse*, vol.III, no. 4 (2008): 1-11.
http://designhistoryforum.org/dd/papers/vol03/no4/03_4_2.pdf
- Woodham, Jonathan. *Twentieth-Century Design*. Oxford: Oxford University Press, 1997.
- World Commission on Environment and Development. "*Our Common Future*." 1987. [Relatório].
<http://www.un-documents.net/ocf-02.htm> [consult. 13 Abr. 2012].
- Yli-Viikari, Tapio. "Interaction." Department of Ceramics and Glass - University of Art and Design Helsinki.
<http://www.uiah.fi/kll/interaction.html> [consult. 5 Mar. 2012].

Fontes Iconográficas

Figuras

Fig. 1 - <http://designethistoires.lecolededesign.com/2009/08/jacques-vienot-and-the-esthetique-industrielle-in-france-1920-1960/>

Fig. 2, 3 e 4 - Arquivo pessoal de Salette Brandão.

Fig. 5 - *Concurso Jovem Designer '01 – Aprender com os Caçadores Nómadas* [org. ICEP]. Catálogo. Porto: ICEP, 2003, 5.

Fig. 6 - *Concurso Jovem Designer 95 – O Japão e a Mediterraneidade. Habitar o Trabalho Nómada* [org. ICEP]. Catálogo. S.l.: ICEP, s.d., s.p.

Fig. 7 - <http://www.fluida.it/en/models.html>

Fig. 8 - *Concurso Jovem Designer '01 – Aprender com os Caçadores Nómadas* [org. ICEP]. Catálogo. Porto: ICEP, 2003, 108.

Quadros

Quadro 10 - *Concurso Jovem Designer '01 – Aprender com os Caçadores Nómadas* [org. ICEP]. Catálogo. Porto: ICEP, 2003, 15.

ANEXOS

ANEXO 1

Citações originais - Parte 1:

Nota 5:

«[...] the figure of the designer is changing from a form giver to fundamental interpreter of an extraordinarily dynamic reality».

Paola Antonelli

Nota 45:

«In emerging economies such as India, China and before them Japan and Korea, design has been identified as an essential means for economies to emerge from their positions as sources of cheap goods, designed by and manufactured for foreign companies, to one where they develop indigenous brands competing in global markets. Design has proved critical in this endeavour, integrating products, visual identities, and marketing, and exporting this local design and production to world markets».

Tim Marshal

Nota 46:

«[...] best means of extending a knowledge of the arts and of the principles of design among the people (especially the manufacturing population) of the country».

Select Committee on Arts and Manufactures

Nota 49:

«Henry Cole believed that the aim of a decorative arts museum was not only to display the skills of the designer, but also to educate all the social classes and to establish a new criterion of taste. With this in mind he introduced Sunday and evening opening hours, so that the working classes would be able to visit the museum. [...] Cole's ambition was to improve the quality of British products by showing students, designers, manufacturers, and users the physical reality, functionality, and production technology of British craftwork using historical examples. He also integrated new products into the collection that he thought continued these traditions».

Annette Tietenberg

Nota 51:

«Focusing on decorative and applied arts, the journal aimed to improve British industrial design and educate public taste. Actual samples of fabric and wallpaper were included in the issues, and designs analyzed. Attention was also devoted to critiques of contemporary pottery, glass and metals. Other contents include news items, book reviews, and original papers on topics ranging from copyright to the importance of botany study to design. The 1851 Great Exhibition is heavily discussed».

Livraria Digital para as Artes Decorativas e Cultura Material da Universidade de Wisconsin

Nota 58:

«The reason Italian design gained world prominence beginning in the late 1960s was that various parties in the Italian design community—designers, manufacturers, critics, and journalists—

were able to assert a cultural presence and significance for design through exhibitions, publications, and other promotional events. This activity resulted from long experience with institutionalized exhibitions such as the Triennale, design prizes such as the *Compasso d'Oro* [...], magazines, such as *Domus* and *Casabella*, and an active designers' association (ADI) which has continually asserted the cultural importance of design». *Victor Margolin*

Nota 62:

«Our way of working consists of providing a *platform for critical debate and new ideas*; working with partners to translate knowledge and progressive thinking into *practical change*; and inspiring our network of Fellows to be a force for civic innovation and social change».

RSA

Nota 67:

«L'esthétique industrielle est la science du beau dans le domaine de la production industrielle. Son domaine est celui des lieux et ambiances de travail, des moyens de production et des produits».

Institut d'Esthétique Industrielle

Nota 69:

«[...] stressed the danger of using the expression “aesthetic” in the context of a functionalistic morale. He questioned the significance of choosing to place the conference under the aegis of the sign “I” as in Industry, encircled by a serpent symbolising aesthetics. His remark is particularly interesting in that it allows to nuance the question of ornamentation, whose rejection, is always associated with functionalism. Indeed the ornament can be retained if it is not a superficial addition but an integral part of the coherence of the whole object. Max Bill pointed out that certain decorations do not “cheat” and that the serpent around the “I” somehow committed the conference to the “symbol which denotes that aesthetics adorns industry».

Jocelyne Le Boeuf

Nota 137:

«Creative Salvage had a distinctive aesthetic. It was very rusty. It was quite pointed, jagged and dangerous. It was highly impractical and bits would often fall off. It was irreverent, but had lots of character – it wasn't Postmodernism in crapped patterned Formica, or high-tech in super-serious matt black and chrome, or Laura Ashley ruched curtains and swags and pelmets, which dominated interior design at the time. [...] it was incredibly difficult to get things made, so you just ended up doing it yourself».

Tom Dixon

Nota 142:

«It was this generation which was to diversify the paths that were to be followed by design in Portugal, reflecting and being influenced by the turmoil and new directions through which design has passed since the 1970s – especially Italian design.

We do not, however, wish to imply that today's design in Portugal does not express this interconnection between generations [...].»

Vitor Manaças

Citações originais - Parte 2:

Nota 185:

«The impassioned paper given by Antonio Sena da Silva [...] on his country's need for a new official outlook, new money and conviction of government purpose was enough to wake the most complacent - a brave speech by a brave man to make delegates realise that ideals are not just semantics for the converted».

In Design Journal

Nota 194:

«ITC's mission is to enable small business export success in developing and transition-economy countries, by providing, with partners, sustainable and inclusive development solutions to the private sector, trade support institutions and policymakers».

ITC

Citações originais - Parte 3:

Nota 254:

«If we are indeed on the verge, or even in the process, of a transition from industrial to post-industrial society, and from industrial to post-industrial technology, then it is not surprising if there is a crisis in design as it, too, moves from an industrial to a post-industrial basis. What we can expect to emerge from this uncomfortable crisis period, and what we should be looking for, is a completely new paradigm for design.

Such a paradigm would suggest a reorientation not only of the values, beliefs and attitudes of designers, but also of the goals of design (i.e. the nature of design products), and of the methods for achieving these goals.

Personality, product, and process in design are not as separable as the design methods movement has supposed; a designer does not use a process that he finds unsympathetic to his own attitudes, or that generates a product which he dislikes».

Nigel Cross

Nota 255:

«The term “Modern Movement” is used by architectural and design critics and historians to describe the movement in architecture and design which succeeded victorian eclecticism and ornament and which dominated the first half of the twentieth century. It was an international movement with high social ideals – expressed in the writings of Le Corbusier, Walter Gropius (qq. v.) and others – and is recognized, in the buildings and objects it engendered, by the elimination of decoration and an emphasis on geometric simplicity and a minimal use of colour».

Penny Sparke

Nota 256:

«Modernity represents the point of aggregation around which the European nations have attained the maximum of their potential, both industrial and humanistic. All in all it is the product of a range of technological and linguistic imagery, highly recognizable and acknowledged as the child of this continent».

Andrea Branzi

Nota 258:

«I like elements which are hybrid rather than “pure,” compromising rather than “clean,” distorted rather than “straightforward,” ambiguous rather than “articulated,” [...]. I am for messy vitality over obvious unity. I include the non sequitur and proclaim the duality.

I am for richness of meaning rather than clarity of meaning; [...] A valid architecture evokes many levels of meaning and combinations of focus; its space and its elements become readable and workable in several ways at once.

But an architecture of complexity and contradiction has a special obligation toward the whole [...]. It must embody the difficult unity of inclusion rather than the easy unity of exclusion. More is not less».

Robert Venturi

Nota 267:

«For the society of the future will offer not a restricted, standardized flow of goods, but the greatest variety of *unstandardized* goods and services any society has ever seen. We are moving not toward a further extension of material standardization, but toward its dialectical negation. The end of standardization is already in sight. The pace varies from industry to industry, and from country to country. In Europe, the peak of standardization has not yet been crested. (It may take another twenty or thirty years to run its course.) But in the United States, there is compelling evidence that a historic corner has been turned».

Alvin Toffler

Nota 274:

«There is an euphoric craving for fine “art which is also useful,” [...] fuelled by commercial interests, by the media and by the ideologists. It is only too easy to forget that first came changes in the theoretical principles of design, without which all these manifestations would hardly be plausible. Nor does it help us to understand the situation when museums and the media promptly give their seal of approval to art-objects of the most subjective character, primarily handmade creations in the craftsman tradition, which are consequently of little relevance to industrial design».

Volker Fischer

Nota 275:

«Culture and design no longer are forces that slowly but heroically move the world toward salvation through logical and ethical radicalism. They are mechanisms of emotions and adaptations of changes that fail to drag the world toward a horizon; they only transform it into many diffuse diversities. Progress no longer seems to be valued; instead, the unexpected is valued. The grand unitarian theorems no longer exist, nor do the leading models of the rational theologies. What exists is modernism without illuminism. We are witnessing a definitive and extreme secularization of design, within which design represents itself and no longer is a metaphor for a possible unity of technologies and languages».

Andrea Branzi

Nota 288:

«Design is changing; its products and processes are changing, so too is the role demanded of the designer. For about the last 100 years the prevailing paradigm has been derived from industrial technology and industrial society.

Industrial design matured 50 years ago into the Modern Movement, whose standards and ethics we have now become used to accepting. It may be another 50 years before post-industrial design reaches a similar maturity, but its seeds are now being sown». *Nigel Cross*

Nota 305:

«The “Jester or Joker”, which appears in many Shakespearian plays, the trickster, is in reality a figure which is present even in the mythology of many world cultures. In the theater, the trickster received its maximum recognition in the character of Harlequin in the Italian Commedia dell’Arte. The Trickster’s actions cannot be foreseen and his pranks give rise to the complete destruction of all pre-existence order, bringing about a new momentary one. The trickster is never calm, he is always in the search of something. His continuous movements create an element of mediation between: the city and the country; the powerful and the common folks; astuteness and stupidity; culture and nature».

Isao Hosoe, Ann Marinelli, Renata Sias

Nota 312:

«It is while playing intelligence is best expressed. For play I mean children and their curiosity, unexpected events and surprise. PlayFactory is a cultural area where meetings among people and relations find the essential space for game, developing active knowledge , experiences and innovative discoveries».

Isao Hosoe

Nota 313:

«[...] men are all-round when they play».

Schiller

Nota 314:

«[...] sensibility and wit, matter and shape, inner and outer characteristics; all expressions of beauty».

Schiller

Nota 323:

«Swedish Grace...or the Acceptable Face of Modernism?»

Gillian Naylor

Nota 325:

«Swedish crafts breed Swedish independence».

Svenska Slöjdföreningen

Nota 332:

«Things increasingly lose their beauty as they become more complex and less useful to man’s unspoilt nature».

Ehrensvärd

Nota 340:

«My work is always a link between simplicity, function and aesthetic values».

Ingegerd Råman

Nota 342:

«Since the early ’90s, the regimen of Scandinavian design - and not least Danish design - has been thawing. A new generation of designers are throwing off the shackles of expectation to discover new, more informal modes of expression where form and function need not be equal. This has led to a new global outlook and a wide range of original sculptural furniture whose substance is more lyrical, sensual, opinionated and provocative. The new trends have infused

new dynamism into Scandinavian design and brought about a more fragmented design universe with highly individual interpretations of modern styles». *In Design from Scandinavia*

Nota 345:

«What material will dominate the homes of the future?

What values will these materials represent?

Snowcrash designers, this time all from Nordic countries, have made an open-minded trip to a materialized home. [...]

Snowcrash has conducted research into composite materials that are often used in transport or shipbuilding because of their durability and practicality.

Steel, rubber, polymer fibres, polythene and polystyrene are examples of materials responsible for many innovations in product design. With synthetic materials, it is possible to create light and transparent design and add sensual features to products. New materials are profitable to produce. Synthetic materials can also be long-lasting, but still ecological.

This Snowcrash exhibition also includes furniture made of traditional materials such as solid wood and glass. But the aim has been to find new form and new function».

Snowcrash

Nota 347:

«It's a matter of being true to myself, of believing in and taking advantage of my own expression».

Ingegerd Råman

Nota 348:

«Even in the 1980`s she remained immune to trends of acid blue and overblown tastes».

Susanne Helgeson, Kent Nyberg

Nota 351:

«My objects do not come properly to life until they are used».

Ingegerd Råman

Nota 354:

«As designers, our hands are both free and tied. We must know the background of our own culture and the spirit of the times so that we can express ourselves».

Tapio Yli-Viikari

Nota 360:

«Things are the memory of culture. We communicate and influence our surroundings through them. The language of things, like human language, is a subconscious network of agreed meanings».

Tapio Yli-Viikari

Nota 367:

«As Bruno Latour brilliantly illustrated in his article Making Things Public, the very word thing is etymologically related to the old German word Ding, indicating not only “material object” but also “gathering place,” or “that which brings together.” And the literal translation of res publica— from which the Word “republic” originates—is “public things” [...]. Just like Heidegger did in his text Das Ding (1951), Latour points out that “things” can be seen as entities that gather humans around them in order to discuss the affairs in public life».

Peter-Paul Verbeek

Nota 370:

«[...] today cannot just think of form, function, and meaning. They also have to think of script. Now, as a designer, you really have to think of how those objects are going to interact with people. Of course, this comes naturally to interface and interaction designers, but not as much to product designers or furniture designers—but they all have to learn that this is what’s necessary today».

Paola Antonelli

Nota 372:

«Therefore, in addition to being designed by us, things in turn design us. We are surrounded, not by an assemblage of passive things, but by a network of designing things. Winston Churchill famously said once, “we shape our buildings; thereafter they shape us.” This astute observation can easily be extended beyond buildings to all things. Designing Things, therefore, refers to a reciprocity of agency and an ambiguity of design’s locus of action. People and things configure each other. The word “configure,” derived from Latin *con* (“together”) and *figurare* (“to shape”), succinctly encapsulates the reciprocal form of the engagement between people and things. Indeed, this relationship directly influences how we produce our social structures and cultural forms. And it is this relationship that design seeks to “civilize” in all that it does».

Prasad Boradker [Winston Churchill] Prasad Boradker

Nota 373:

«During the 1980s Spain emerged as perhaps the most progressive nation with regard to design practice. Barcelona in particular began to enjoy a profile unprecedented in modern times, excepting perhaps the era dominated by Antoni Gaudí. There was even discussion that perhaps Barcelona could eclipse the previously undisputed centre of advanced design, Milan».

Paul Greenhalgh

Nota 375:

«The modernization of the city at once inspire[d] and enforce[d] the modernization of its citizen`s souls».

Marshall Berman

Nota 376:

«The term Modernisme [...] refers to a specifically Catalan phenomenon, considered as that stage of the universal Modern Movement which combined the eclectic choice of historical references with the introduction of modern materials, and infused decoration, even construction, with the flowing lines borrowed from the primary source of Nature. It was much more than a local variant of Art Nouveau because it became a style identified with a total movement to affirm Catalan nationhood and cultural autonomy, differentiated from Spanishness and attuned to its advanced European counterparts».

David Mckay

Nota 378:

«Local and global demand was met by design production. Local taste-makers, be they famous architects or TV channels, effectively regulated the nature and scale of design culture. Specific design productions satiated notions of self-identity. Looking at the Barcelona paradigm in terms of “system of provision”, it is clear that the city and its industrial and commercial infrastructure provided a tightly-woven and highly localized channel linking production, distribution and consumption, which was self-supporting, self-legitimizing and self-authenticating».

Guy Julier

Nota 379:

«[...] a city at the center of not only a national but also a global economy transformed by creativity».

Catherine McDermott

Nota 385:

«[...] the development started with a post-modern and eclectic aesthetic language that produced an extraordinary variety. Products with sophisticated forms and pronounced symbolic qualities were just as widespread as highly functional and austere designs more in line with rationalistic mindsets. A little later, it was precisely this variety that smoothed the way for a greater uniformity and simplicity that nevertheless maintained a certain sensuous and symbolic quality».

Fernando García

Nota 389:

«It is in the design of furniture that the new freedom of expression has shown itself most proudly».

Hugh Aldersey-Williams

Nota 400:

«I would like to speak about fluidness, fluidity as opposed to solidity. [...]. I believe that a philosophy of fluidity will take the place of the solid industrial culture we have worked so hard to build for the past two hundred years, because while science has given us knowledge of the material aspect of things, it has not helped us understand what human nature is».

Isao Hosoe

Nota 408:

«We shall see that the human intellect feels at home among inanimate objects, more especially among solids, where our action finds its fulcrum and our industry finds its tools; that our concepts have been formed on the model of solids; that our logic is pre-eminently the logic of solids; that, consequently, our intellect triumphs in geometry[...]».

Henri Bergson

Nota 412:

«Let's revive this concept and think 'fruire' when we would ordinarily say 'consume' or 'possess'. Our world will become less material and more behavioural. Because **design cannot be built on science or technology alone; its foundation has to be our culture** and our way of living in the most thorough sense of the term».

Isao Hosoe

Nota 414:

«FLUIDA.IT is the ideal hi-tech means of transport, designed with ease of handling and elegance in mind. Extremely light, flexible, slimline, compact and easy to use, FLUIDA.IT has been designed 'made-to-measure' for the needs of the 'metropolitan nomad', to cater for both the dynamic rhythms of daily life, and moments of relaxation».

Fluida

Nota 416:

«The decline of the age of mechanics is now under way. It is the decline of modern technical thought and industrial practice that were most successful in the manufacture of mechanical objects within a cultural atmosphere dominated by the mechanical metaphor».

Ezio Manzini

Nota 421:

«His personal design philosophy certainly expresses a belief in clearing “the chaos we are living in”, so that “visual noise” in products is toned down».

Guy Julier

Nota 429:

«Despite the continuing role of mass-production in many societies, the task is to design for the individual placed in his or her immediate context. Our products should support the individual in the effort to become an active participant in culture, searching for locally significant coherence and connection. Products should be personal pathways in the otherwise confusing ecology of culture».

Steve Jobs

Nota 440:

«While I was in Berlin preparing "Some new items for the home" I used to meet up with Andreas Brandolini [...] discussing Design and Architecture and how useless most of it was. We came up with the term "Uselessness" to describe an approach to design or architecture which seemed to ignore the fundamental goal of being useful. It seemed to us that a lot of projects were being made with the sole aim of courting publicity and raising individual profiles, without any genuine effort to be helpful. Our theorising was serious and not so serious, because we were ourselves guilty of seeking publicity and raising our own profile [...]. Around this time we came across the writings of Christopher Alexander whose book "A Pattern Language" seemed to express similar goals to ours, if a little less ironic and possibly a little dry. Anyhow it was confirmation that we weren't alone in thinking of design as a tool for improving daily life and the appreciation of human existence [...] ».

Jasper Morrison

Nota 444:

«We've built a technology-focused society that is remarkable on means, but hazy about ends».

John Thackara

Nota 446:

«The Munich Design Charter aims to bring new movement into discussions on the fundamental role to be played by design in the future Europe. The Charter should therefore be understood as a platform which offers new arguments, categories, and intellectual dimensions-rather than dogmatic beliefs or ideologies».

Signatários da Carta de Design de Munique (Dieter Rams et al.)

Nota 452:

«Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs».

World Commission on Environment and Development (1987)

Nota 457:

«The premise of this model is that the world is a system of ecological checks and balances which consists of finite resources. If the elements of this system are damaged or thrown out of balance or if essential resources are depleted, the system will suffer severe damage and possibly collapse».

Victor Margolin

Nota 465:

«I am convinced that the ecologization of thinking and the acknowledgement of an ecology that operates with artificial entities, from ideas to products and social organizations, will constitute (and in part is already constituting) an important innovation in contemporary Western culture.

This cultural innovation will strongly influence the culture of design. The result will be an “ecologized design”, that is to say, a design whose bases and reference points will have the new cultural paradigm thoroughly interiorized».

Ezio Manzini

Nota 467:

«I was working for Ettore Sottsass at the time, the founder of the Memphis design group - a wild, wonderful and unorthodox concern, but not all that environmentally friendly. A product developer was using rainforest timber. I'd heard about the Indians dying in Brazil, and I began to question why we needed this - and also to realise how much power we have as designers. A gang of us, all working for different offices, started meeting and discussing how environmental ideas could be worked into design».

Niels Peter Flint

Nota 471:

«If the doors of perception were cleansed everything would appear to man as it is, infinite».

William Blake

Nota 473:

«Simply wearing out is no longer enough, it seems things should either not wear out or look beautiful doing it; [...]».

Marcel Wanders

Nota 475:

«What's your favourite product – your real favourite? Ten to one it's not that flashy bit of high-tech you've just bought, but something old, something a bit worn, that's been with you a long time, something with which you go back a long way».

In Philips Design Issue

Nota 478:

«Droog design came at a moment when no one in the material world seemed able to tolerate redundancy anymore. [...] Droog's work... a healthy and welcomed systemic revolution that has lowered our blood pressure and has transformed us into much cooler human beings».

Paola Antonelli

Nota 480:

«[...] exquisite low-tech approach, which echoes the poetry of the longer life cycles for everyday objects».

Paola Antonelli

Nota 482:

«[...] the framework within which many cultures are developed, interact, and communicate».

Richard McKeon

Nota 483:

«From this perspective, culture is not a state, expressed in an ideology or a body of doctrines. Rather, it is an activity. Culture is the activity of ordering, disordering, and reordering in the search for understanding and for values which guide action. Culture is the search for principles in the everyday engagements of life as well as in the special human engagements of science, art, politics, and design. In short, culture is what we do when we are alone or when we are together in such a pursuit».

Richard Buchanan

Entrevista ao Eng.º Mira Amaral
[Sede do Banco BIC, 12/10/2011]

Carla castanheta: A estratégia que implementou para reestruturar o tecido industrial português, assentou em duas dimensões: a material, que se traduziu no investimento feito ao nível dos equipamentos, e a imaterial, que incluía uma consciencialização dos empresários/industriais no sentido de os alertar para um entendimento globalizante da indústria, que deveria ser vista como um processo que incorpora o desenvolvimento de produtos, as necessidades de distribuição, de gestão de marcas e de relação com o consumidor. Relativamente aos aspectos imateriais, quais foram aqueles em que se verificaram progressos, quais os que ficaram aquém das expectativas e porquê?

Mira Amaral: Quando eu cheguei ao Ministério, a indústria portuguesa estava descapitalizada e era necessário apoiá-la ao nível dos equipamentos, esse problema foi resolvido. Não é por falta de equipamentos ou de tecnologia que a indústria portuguesa não é capaz de ser competitiva. Mas havia toda uma área que estava desguarnecida – aquilo a que eu chamo os factores dinâmicos da competitividade. Introduzi esse termo, na altura, na gíria industrial portuguesa, hoje chamam-se factores imateriais de competitividade ligados à economia do conhecimento. Isso tinha a ver basicamente com a qualidade, o design, a investigação, o desenvolvimento tecnológico e a inovação. Portanto, no fundo, a ideia de que os produtos precisam de ter qualidade, de ter design e de que temos de estar sempre a fazer o desenvolvimento de produtos para termos produtos novos e estarmos sempre a inovar para nos diferenciarmos da concorrência. Aí devo dizer que dei um grande impulso ao sistema português de qualidade que passou a ter muito mais empresas certificadas por todo um conjunto de organismos ligados ao Centro Português da Qualidade.

Apercebi-me em dois sectores – era por demais evidente – que as necessidades do design eram cruciais: o sector do mobiliário e o sector da cerâmica. Porquê? Porque no fundo vendiam produtos ligados ao lar em que a qualidade tecnológica até já era boa mas muitas vezes aquilo eram uns “mamarrachos” sem design. E portanto, achei que o design era muito importante para a indústria portuguesa. Por isso apoiei na altura uma estrutura tecnológica que era o Centro Português de Design e lancei até um livro e várias brochuras em termos de design. Vindo a seguir à qualidade, surgia o design; mas para mim o design tem um conteúdo funcional. Tinha consciência que em Portugal já se

ensinava design nas faculdades de belas-artes mas ainda muito ligado ao aspecto estético e não industrial e portanto o design na indústria, na economia tinha que ter um conteúdo funcional. Daí a minha preocupação de querer pegar em criativos - ou pessoas com queda para o design - que tivessem consciência que o design para a indústria significava desenhar produtos com aparência, atractivos, mas que também fossem funcionais. Eu tinha muito a experiência dos “arquitectos vs engenheiros civis” – eu sou engenheiro electrotécnico – e sempre me chocou aquela visão dos arquitectos que faziam um edifício magnífico mas no qual as pessoas não gostavam de estar porque não era funcional. E portanto, achei que no design tinha que ter essa preocupação: o design tinha que dar essa dimensão estética, que era importante para a imagem de marca dos nossos produtos, mas obviamente que tinha que ter também conteúdo funcional. Por outras palavras, não se podia pensar que por causa do design se iam fazer produtos extremamente caros que depois não se vendiam. O design não podia esquecer a competitividade dos produtos e por isso lancei essa iniciativa do Centro Português de Design e o Programa Designers para a Indústria que tentava justamente formar designers num ambiente industrial, até porque tive uma experiência marcante ... quando fui à Alemanha, fui visitar a Volkswagen em Stuttgart e fiquei encantado com o Centro de Design da Volkswagen – era no fundo aquilo que eu visionava para a indústria portuguesa.

C. C.: Foi também a contextualização da situação do sector da cerâmica, que o Sr. Eng.º referiu, que levou o ICEP à criação do Concurso Jovem Designer (1986 – 2002), cujos objectivos centrais eram «promover o contacto entre a Escola e a Empresa e encorajar os estudantes de Design a desenvolver a sua carreira na indústria, sensibilizando-os para problemas específicos com que as empresas se debatem». A estrutura do Concurso comportava as seguintes fases:

- 1) o ICEP convidava um designer estrangeiro de notoriedade que apresentava aos alunos um briefing;*
- 2) os alunos desenvolviam as suas propostas, orientados pelos professores; eram feitas visitas a fábricas e a centros de formação para uma melhor compreensão de processos de fabrico;*
- 3) eram seleccionados os projectos que passariam à fase de protótipos;*
- 4) os protótipos eram realizados pelos estudantes, durante as férias de verão, em diversos centros de formação (Cencal, Cenfim, ...) e/ou em empresas;*
- 5) era feita a exposição dos protótipos e a selecção dos vencedores;*
- 6) os projectos vencedores eram exibidos em exposições nacionais (Ceramex, Exponor...) e internacionais (por ex. ex. Feira de Frankfurt...).*

Ao longo das 16 edições, cerca de 700 alunos fizeram estágios nos centros de formação; houve 46 patrocinadores e 10 escolas/faculdades nacionais envolvidas. Como vê esta iniciativa à luz da realidade de então?

M. A. : Está alinhada com as orientações de política industrial atrás referidas.

C. C.: Como referiu, uma das iniciativas do Ministério por si tutelado foi a criação do Centro Português de Design, realçando, deste modo, o papel central/dinamizador que o design deveria desempenhar no desenvolvimento industrial. Que balanço faz do desempenho desta instituição na sua fase inicial (85-95)?

M. A. : Bom, o Centro Português de Design fazia parte das infra-estruturas tecnológicas do PEDIP. Tinha perfeita consciência que elas iam levar um impulso do governo numa primeira fase mas aquilo não era para funcionar como as direcções gerais e, portanto, não era para passar o resto da vida a ser financiado pelos contribuintes. Logo, ia haver algumas infra-estruturas que iam resultar e outras que iam falhar. E portanto, também relativamente aos centros tecnológicos – e lembre-se que há centros tecnológicos com grande sucesso, como o do calçado ou até o CITEV relativamente ao qual eu tive preocupações, mas as coisas correram melhor do que eu pensava. Já o Centro Tecnológico da Cortiça, no norte, faliu. Portanto, eu acho que o Centro Português de Design não tem tido uma história bem conseguida, tem tido grandes problemas... Depois de um lançamento por um governo, não é o governo que tem que fazer a fase subsequente, é uma questão do mercado e daqueles que estão à frente da instituição de o conseguirem viabilizar. Eu acho que depois – até em governos posteriores – não foi conseguida a sua viabilização. A ideia era boa, agora eu tinha perfeita consciência de que nem todas iam vingar do ponto de vista económico-financeiro. Mas o que eu constato é que, felizmente, se calhar hoje em dia já não é preciso o Centro Português de Design e portanto a coisa resolve-se por aí. Também é outra maneira de ver a coisa...

C. C. : Com vista a aproximar o universo académico do design do universo empresarial, foram criadas várias iniciativas na esfera do ensino do design, nomeadamente o programa Jovens Designers para a Indústria, cursos de pós-graduação e mestrados, articulando universidades e escolas superiores com o Centro Português de Design. Em Março de 1992, o Sr. Eng.º, em entrevista publicada no primeiro número da revista Cadernos de Design, expressava a esperança de, e cito: «que estes projectos não se limitem a assegurar o prolongamento dos recursos académicos, mas possam contribuir para uma efectiva integração do design na indústria e na aproximação da linguagem

entre designers e gestores». Quase 20 anos depois, considera que tal integração é efectiva num número significativo de situações ou trata-se de uma realidade ainda de fraca expressão?

M. A. : O que eu quis dizer na altura era que havia que introduzir o design na política industrial portuguesa e portanto a ideia estava lançada. Agora a ideia só se tornaria efectiva quando também houvesse viabilidade económica, as estruturas industriais tinham que ter um mercado que as sustentava. Depois há que ver que as empresas que achavam útil a ideia, financiavam os projectos. E, como já lhe disse, quer na cerâmica quer no mobiliário eu acho que a ideia está interiorizada e nas boas empresas o design está perfeitamente integrado. Você veja a indústria das bicicletas: já todos perceberam que para sobreviver em Portugal – e há uma excelente empresa na zona de Aveiro – a bicicleta hoje tem que ser vista como um produto de moda desportiva e que tem um design. Os nossos sapatos têm a marca e têm o design, o vestuário e confecções também. Portanto, nos vários sectores da actividade industrial portuguesa – umas vezes melhor outras pior, dependendo das empresas – eu acho que o design hoje faz parte intrínseca das preocupações das empresas, como faz a qualidade como faz a marca. Portanto, acho que essa ideia hoje está adquirida. Agora se você me pergunta se está *instilada com sucesso*, isso depende de cada empresa, umas têm sucesso outras não. Acho que evoluímos e temos essa preocupação em todos os sectores industriais... até a velha bicicleta de pasteleiro hoje evoluiu...

C. C. : Como vê o papel desempenhado pelo ICEP no processo de promoção do design nacional?

M. A. : Bom, o ICEP – agora AICEP – teoricamente tem um papel muito importante nisso, tinha a sua função institucional de promover a imagem de Portugal nos mercados externos e ajudar as exportações portuguesas e portanto, se o design é um elemento que, como a marca, é um elemento essencial, o AICEP tem um papel muito importante nessa matéria. Agora, como tudo na vida, isto tem dependido dos mercados externos e dos representantes do ICEP; há uns sítios em que temos representantes do ICEP/AICEP excelentes, e há outros que fazem pouco ou pouco puxam... mas isso depende da qualidade das pessoas. É por isso é que lhe digo que quando vejo agora estas discussões sobre diplomacia económica, isto é tudo muito bonito... mas a grande questão é que nos mercados para onde importa vender e acrescentar valor a gente precisa de embaixadores

que sejam excelentes vendedores. Portanto, ponham o AICEP nos Negócios Estrangeiros ou na Economia, a grande questão é que nos mercados essenciais para Portugal temos que ter um perfil de embaixador que seja um agente do comércio externo português, que saiba vender a imagem do país e dos nossos produtos, não um embaixador para falar da geoestratégia mundial. Portanto, se é para ficarem no mesmo esquema de embaixadores que temos até hoje – salvo raras exceções – é indiferente o AICEP estar nos Negócios Estrangeiros ou na Economia. O que é importante é que a gente tenha embaixadores que trabalhem com essa vertente e que trabalhem em conjunto com um homem do AICEP, e neste sentido, o papel do AICEP é fundamental. Nós temos que vender, com o maior valor acrescentado, os nossos produtos; não podemos ficar na gama baixa tem que ser na gama alta e para isso a marca e o design são essenciais.

C. C. : A questão da linguagem de designers e gestores/industriais remete para aspectos culturais, que hoje estarão mais próximos, mas que muitas vezes ainda impedem que se vejam os designers como mais do que um profissional criativo (no sentido exclusivo da concepção do produto). Pela sua formação, os designers são potenciais incentivadores de processos de inovação, aspecto determinante na competitividade. Neste sentido, não considera essencial a integração do designer no grupo de gestão das empresas? Como poderá incrementar-se esta estratégia no nosso país?

M. A. : Partilho da opinião mas devo dizer que não vejo divórcio entre a cultura e a actividade empresarial. Nós somos um país pequeno, “não nos safamos” com produções massificadas para mercados externos, a gente tem que escolher nichos de mercado de grande qualidade em que tenhamos alguma vantagem em relação aos outros produtores. O espectro cultural é importante nesse esforço de diferenciação em relação aos outros produtos. Depois, se o design faz parte dos factores imateriais, obviamente você quando faz um produto com um novo design está a inovar ...a inovação não é só tecnológica; você quando muda a embalagem de um produto está a inovar. O design é um momento fundamental e indispensável no processo de inovação.

C. C. : Eu estava a tentar focar a questão mais na integração dos designers no grupo de gestão das empresas.

M. A. : Bom isso aí você veja o seguinte: a empresa quanto mais desenvolvida e sofisticada for, mais incorpora os aspectos culturais e criativos e imateriais no seu

processo... portanto, isso faz parte do processo se você tiver uma empresa desenvolvida. Se tiver uma empresa ainda da “idade da pedra lascada”, aí o gestor ainda pensa que o design é uma actividade só de fantasia.

C. C. : Steve Jobs criou um universo de sucesso em que a inovação e o design foram factores determinantes. Tendo em consideração esta estratégia e os resultados alcançados, partilha da opinião de que pôr as empresas e a sua gestão ao serviço das ideias e do design é a mudança de paradigma que falta fazer?

M. A. : Eu não vejo isso com lógicas do tipo “*big-bang*”, eu tenho uma visão incremental destas coisas. O que é que o Steve Jobs fez? Ele desenhou produtos muito giros mas que eram funcionais... você tem o ipad, o iphone, isto é *friendly-user*: é funcional e é simpático para o utilizador. Portanto, o grande sucesso mostra que para mim o design tem o conteúdo funcional...é apelativo, é atractivo, mas só tem sucesso se for fácil de usar. Se os produtos do Steve Jobs fossem muito apelativos, em termos de design, mas não tivessem conteúdo funcional ele não os vendia ou estavam nos museus e havia meia dúzia de intelectuais que os tinham. Ele entrou no consumo de massas e só se entra neste quando se tem carácter funcional, portanto, acho que é um excelente exemplo para mostrar que o design para além de apelativo tem que ter conteúdo funcional.

C. C. : Atendendo aos resultados da Apple, este será um exemplo de estratégia a seguir?

M. A. : É, agora eu não gosto dessa ideia de “*big bang*” porquê? Você quando tem um smart phone ou um iphone, é uma evolução do telemóvel. O telemóvel é que foi a grande mudança de paradigma em relação à telefonia fixa, depois houve evoluções deste, do computador e da internet que convergiram para o iphnoe e a isso eu chamo convergência de três tecnologias e não mudança de paradigma.

C. C. : Ao falar em mudança de paradigma era mais no sentido em que os conceitos que se desenvolvem passam a ser os accionadores...

M. A. : Mas isso só acontece se essas ideias tiverem conteúdo funcional para o consumidor, a ideia pode ser excelente mas se não criar valor para o consumidor ... veja por exemplo, a gente tem um problema neste momento com os carros eléctricos; a ideia pode ser muito bonita mas no estado actual das baterias aquilo não cria valor para o

consumidor como se cria com um iphone, por exemplo. É muito interessante para si, para mim e para meia dúzia de intelectuais, mas não chega às massas.

C. C. : As transformações a que se tem assistido nas estruturas industriais europeias tradicionais, com particular incidência na década de 80, e que se traduziram em deslocalizações para países com baixos salários, vieram configurar um novo quadro onde parece ser premente a necessidade de investir também em indústrias de alto nível tecnológico. Considera que a aposta neste campo poderá ter um impacto significativo no crescimento económico nacional?

M. A. : Eu não tenho uma visão dicotómica entre alta tecnologia e as indústrias em Portugal. O que há é empresas que se modernizam e incorporam as altas tecnologias e outras que não o fazem. Tal como o cérebro não subsiste sem um corpo, você não vai ter um esquema de alta tecnologia se não conseguir instilar a tecnologia na economia existente. Portanto isto é uma visão perfeitamente evolutiva, não há aqui saltos tecnológicos. Você hoje em dia quando vai a uma boa empresa têxtil portuguesa já não vê operários, só vê teares e máquinas de alta tecnologia. É um caso de um sector tradicional que incorporou a alta tecnologia; só que a alta tecnologia não subsiste por si; subsiste porque vende um produto de capital intensivo sem mão-de-obra. Você quando vai hoje a uma excelente empresa de calçado o que é que percebe? É que o calçado hoje em dia é ergonomia, é escolher os materiais mais adequados, é design, isso é tudo conhecimento. Outro exemplo no sector têxtil, um sector industrial tradicional, que faz parte da tradição industrial portuguesa, incorporou altas tecnologias – está a incorporar sensores das nanotecnologias – você está apetrechada de tecnologia num produto dito tradicional. As indústrias, as empresas para sobreviver, naquilo que é essencial para comermos vestirmos, bebermos, etc. têm que incorporar as novas tecnologias, portanto, isto é tudo um processo evolutivo, eu não tenho uma visão dicotómica.

C. C. : Como no fundo se teve um bocadinho nestes últimos anos...

M. A. : Isso é um erro, uma indústria, uma economia, não é revolucionária, vai por etapas evolucionistas; isso geralmente só faz as coisas andarem para trás.

C. C. : Não se evolui por decreto...

M. A. : Nem porque um tipo tem uma ideia iluminada e quer mudar uma sociedade, a gente tem que ser realista, as coisas vão por pequenos passos e efeitos de demonstração ... pequenos passos consolidados e sustentáveis. A vida são 10% de inspiração e 90% de transpiração.

C. C. : Tendo em conta o capital intelectual e criativo das universidades, considera que a articulação/cooperação entre estas e a indústria/empresas é um factor determinante? Como poderá fomentar-se esta relação? O Processo de Bolonha poderá ser um passo nesse sentido...

M. A. : A gente quando investiga está a criar conhecimento e nas PME's não há dimensão nem escala para criar conhecimento. Quem pode investigar são as grandes empresas, os centros de investigação pagos pelo contribuinte, ou as universidades. Depois, a inovação é a transformação do conhecimento para criar valor. Isso significa que se você tem os centros de conhecimento e tem outros utilizadores do conhecimento – que são as empresas e as PMEs – você tem que ter interfaces entre os dois. O problema português é que essa interface é pequena. Em todo o caso você já tem alguns bons exemplos de sucesso: a Universidade de Aveiro, a Universidade do Minho... Quando eu vejo o Prof. Cunha da Univ. do Minho a entrar na Marinha Grande, de pastinha na mão, a vender tecnologia é um excelente exemplo do que as universidades têm que fazer. Agora, o que é que acontece muitas vezes? As universidades não têm a noção do “*time-to-market*” do mercado. Não vale a pena fazer o melhor produto se só vai chegar ao mercado daqui a 10 anos... A gente tem que fazer o melhor produto para amanhã, e é aí que as universidades muitas vezes falham. Muitas vezes os professores não têm consciência de que a indústria não se compadece com atrasos; os produtos têm que chegar ao mercado antes da concorrência porque se chegarem depois... veja lá, não apareceram outros sistemas operativos melhores que o Windows? Mas este já lá estava. Muitas empresas também ainda não percebem isto: como não vão produzir conhecimento, têm que se agregar aos centros produtores de conhecimento. E do lado das universidades também há muitas vezes um discurso demasiado académico, intelectual... nem eu os percebo quanto mais um tipo de uma PME. Se você for aos Estados Unidos, você vê um professor universitário de economia, de engenharia, a usar uma linguagem simples que toda a gente percebe. Em Portugal, salvo raras excepções, isso não acontece. Para mim o que mostra domínio dos assuntos é saber explicá-los com linguagem simples. Você tem em Portugal, quer nos meios universitários quer nas elites políticas, uma linguagem muito hermética que o povo não percebe. E portanto, há de facto aqui um certo divórcio, apesar dos tais bons exemplos das Universidades de Aveiro, do Minho, de franjas do Técnico, mas não temos ainda o grau desejável. E depois viu, o governo anterior fez outra coisa: financiava-se uma série de investigações,

por exemplo no domínio da electrónica e das tecnologias da informação, que em qualquer país desenvolvido não teria sido financiado assim; tinha-se obrigado os investigadores a ligarem-se às empresas. Cá, deixaram-se os senhores investigadores financiar-se à vontade. Nos países desenvolvidos há uma certa tipologia de projecto, que só avança, só tem financiamento se houver a tal ligação. Há aqui culpas do governo, das empresas e das universidades.

C. C. : Concorda que em Portugal existem sectores industriais tradicionais que devidamente orientados se podem revelar potenciais contributos para o necessário crescimento económico e para o reforço da imagem de qualidade do produto nacional?

M. A. : Tradicional no sentido em que fazem parte da nossa tradição industrial. Temos aqui as empresas que se modernizam e as que não se modernizam. O sucesso que estamos a ter agora no sector do calçado nas exportações, é a prova de que estes sectores subsistem e em Portugal eles estão a ser a luz ao fundo do túnel em termos da economia portuguesa neste momento. O que é que acontece? Muitas vezes perguntam-me: então Sr. Engº, o têxtil e o calçado subsistem em Portugal? Subsistem e vão ter grande futuro. Já não é aquela empresa de 2 mil tipos indiferenciados de integração vertical que produzem produtos massificados – isso acabou em Portugal. São empresas de capacidade de resposta rápida, com criatividade, design, marketing e que realizam pequenas séries, isso tem grande futuro em Portugal; não pode ser feito na China, tem que ser feito aqui no mercado europeu. Os sectores tradicionais têm muito a dar à economia portuguesa.

C. C. : Na actual situação como perspectiva uma política para o design? E nesse âmbito qual o papel a desempenhar por instituições como o ICEP e o CPD?

M. A. : O CPD teve o seu *timing* e não estou a ver neste momento grande viabilidade... eu acho que hoje em dia se houver uma grande empresa que quiser pegar nele, talvez por aí mas... até porque a indústria já tem design e designers. Isto hoje tem de ser feito de modo mais descentralizado, ao nível dos centros tecnológicos e das universidades. Já não estou a ver o CPD a fazer isso e depois com o IAPMEI e o AICEP e a AIP a fazer esse movimento em conjunto... Agora há uma coisa, a gente ainda tem de fazer – e nos Estados Unidos isso é muito evidente e prejudica muito as empresas portuguesas, pois temos a imagem de um país de produção de bens de consumo corrente de baixo valor –

não temos imagem e portanto, os produtos são prejudicados pela falta de imagem do país e esse trabalho tem que ser feito em conjunto com as empresas exportadoras e o AICEP. Isso falta fazer.

C. C. : Já houve algumas tentativas mas se calhar não na direcção certa...

M. A. : Sim, não tiveram massa crítica para serem sustentáveis.

C. C. : Pois, eu estava a referir-me, por exemplo, às campanhas que se basearam em personalidades destacadas...

M. A. : Pode ajudar, você pega no Mourinho que tem uma grande capacidade de acesso ao *mass market*...mas só isso não chega.

Entrevista a Paulo Parra, Professor na ESAD de Matosinhos (1992 a 1997), no IADE (1994 a 1997) e na FBAUL desde 1997.

[FABUL, 25/07/2012]

Carla Castanheta: *Que aspectos considera mais significativos para o enquadramento do design em Portugal na altura em que se inicia o CJD?*

Paulo Parra: Eu sou suspeito porque pertenço à geração dos anos 80. E ao contrário de muita outra gente, eu adorei os anos 80. Não é que me identifique esteticamente com este período, mas vibrei com aquela explosão. Os anos 80 foram os nossos anos 60. De facto, nós não tivemos 60, tirando algumas revoltas estudantis. Não passámos pelo Maio de 68 dos franceses, não tivemos o *Sessenta Oito* dos italianos, que lhes permitiu fazer uma certa revolução social. Como nós não passamos por essa “década”, ou seja, não tivemos o tal movimento pop, no fundo, os anos 80 foram a nossa pop. Só que já estávamos fora do tempo: já não éramos pop, éramos pós-modernos, embora nalguma coisa eles até possam “colar”.

Nos anos 80 houve uma explosão cultural, sobretudo em Lisboa – eu não era de Lisboa e apercebi-me disso de uma forma que as pessoas de Lisboa talvez não se tenham apercebido porque estavam cá no meio. Houve toda aquela parte do Bairro Alto... nas artes, um pouco através do Frágil – mas não só – as pessoas das diferentes áreas interagiam mais, fora do âmbito formal. É preciso entender que a explosão não é do design, a explosão é do meio artístico. Afirmou-se definitivamente a arquitectura portuguesa, que conseguiu fazer pôr os portugueses a discutir arquitectura – às vezes, pelos piores motivos...as Amoreiras; o cinema também se confirmou. No design o movimento foi mais *underground*. Há uma nova geração – da qual eu faço parte – que se revolta um pouco contra a visão mais clássica do design, ligada ao Movimento Moderno, digamos assim. Eram os chamados designers do Bairro Alto. Éramos sobretudo nós das Belas-Artes – embora não só nós, os do IADE andavam por outros sítios, eu sei porque também me dava com eles – que frequentávamos o Frágil, que estávamos a provocar essa revolta. No fundo esta revolta era muito inspirada no que aconteceu em Itália com a Pop italiana, que fugia aquilo que são as marcas

convencionais, a estética e o gosto convencionais. Portanto, começaram a fazer as tais edições únicas, e peças exclusivas, muito referenciadas pela Alchimia e depois pelo Memphis. De certa maneira fez-se em Portugal, mais tarde, um certo paralelo. Os designers, vendo que não tinham acesso às grandes empresas, nem às pequenas, começaram a fazer os seus próprios protótipos, que funcionavam como manifestos. Portanto, todos nós começamos a expor, de uma forma ou de outra, as nossas peças. O Pedro Silva Dias e o Filipe Alarcão, muito associados à Loja da Atalaia; eu, o Zé, e o Marco juntámo-nos numa espécie de grupo em grupo musical, com ar de banda, mas que trabalhava em design...usávamos umas fotografias a olhar para o mar...tipo heróis do mar. Também se começou a escrever alguma coisa em relação ao design de uma forma mais contemporânea e já não tão associada ao Movimento Moderno, mas ligada a uma cultura muito mais popular...

C. C. : Será também dentro deste enquadramento que Rui Afonso Santos fala de um “Novo Design” em Portugal...

P. P. : Sim, em Itália chamavam-lhe o Novo Design. Em Portugal, o “Novo Design” pode ser correcto...Eu gosto da forma como o Rui dirige as coisas, embora neste caso, tal possa ser um pouco especulativo, pois nós nunca tivemos um antigo design para ter um novo. Tivemos uns guerrilheiros e nós continuámos a ser guerrilheiros. Só agora é que eu acho que o design está solidificado na sociedade, ao contrário do que sucedia em Itália. Novo design pressupõe que há um antigo, e é evidente que há um antigo. Mas isso é uma longa conversa... eu estou quase a editar um catálogo sobre o design português, uma retrospectiva gigante, mas com uma visão diferente – não colada aos arquitectos, como fazem de alguma forma o Manaças, o Rui Santos ou a Helena Souto – ligada à indústria e aquilo que nós, de facto, produzimos. Portanto, nessa história, em vez de falar daquilo que os outros disseram que fizeram, eu olho para os objectos que eles fizeram e, através deles, falo. Isso é uma coisa que eu faço muito nas minhas aulas. Por exemplo, relativamente à Bauhaus...eles achavam-se os maiores – e foram – mas muitas vezes o que eles disseram que fizeram não foi exactamente aquilo que fizeram.

Voltando aos anos 80, temos essa vontade de mostrar qualquer coisa, nem que seja um protótipo. Nós tivemos a sorte de conhecer, numas conferências, um senhor da administração da Longra, e depois fomos convidados para trabalhar para a empresa e, portanto, também criamos o grupo um pouco por isso. Eu já tinha trabalhado com o José

Viana, mas os quatro nunca tínhamos trabalhado juntos. E isso durou uns dois ou três anos, depois o Zé ⁴⁸⁵ quis ir estudar para fora. De certo modo foi uma pena porque nós os quatro até funcionávamos bem. Por outro lado, depois acabei por ir fazer o mestrado para o Porto, onde já estavam a Isabel ⁴⁸⁶ e a Ana ⁴⁸⁷. O Raul ⁴⁸⁸ também foi estudar para Itália... eu também me candidatei para Itália e entrei na Domus, mas depois acabei por não ir. No Porto já tinha a bolsa incluída, o que facilitava, e depois aquilo também estava ligado à indústria portuguesa, o que me interessava.

C. C. : Os “Ex-Machina” terão sido o primeiro grupo com esta natureza particular, com este formato, a surgir em Portugal?

P. P. : Sim, penso que na arquitectura não houve nenhum, só talvez no campo das artes plásticas... Mas aquilo tinha um formato mesmo de banda musical, sempre produzidos em termos de roupas, muito associados também à noite. E, de facto, nós juntámo-nos por acaso...estávamos os quatro, conhecemos aquele senhor, tivemos a reunião e pronto, ficámos os quatro. Eu e o Zé já tínhamos ganho uma menção honrosa num concurso da Sony e nós os quatro, apesar de termos uma orgânica meio caótica e meio organizada complementávamo-nos muito. Assumia-mos ali uma espécie de auto-gestão que era feita pelas capacidades de cada um, ou seja, em função de um cliente, escolhíamos qual de nós deveria ir, e aproveitamos bem isso. Esse foi um dos nossos sucessos. E depois andávamos sempre juntos e tínhamos aquela imagem...aliás, o Daciano chamava-nos “Os metralhas”. Ele estava zangado connosco por termos ido para a Longra, mas isso é uma coisa das diferentes gerações. Ele não gostou que nós invadíssemos o território dele – e com alguma razão.

Digamos que não há, de facto, um processo de continuidade. É uma evolução pela ruptura, a nossa geração quer-se distinguir e distingue-se directamente dos nossos antecessores. Tínhamos outras linguagens, outros gostos, acesso a outro nível de informação, eramos mais irreverentes, e tudo isso facilitava essa *décalage* relativamente à geração anterior. Depois, há uma série de acontecimentos que ajudam a que o design venha a adquirir um mínimo peso, e o Concurso Jovem Designer é um deles.

⁴⁸⁵ José Viana.

⁴⁸⁶ Isabel Dâmaso Rodrigues.

⁴⁸⁷ Ana Thudichum Vasconcelos.

⁴⁸⁸ Raul Cunha.

C. C. : Considera que se pode falar, nos anos 80, numa certa mediatização do design fruto das iniciativas suscitadas a vários níveis, como as iniciativas da Loja Atalaia, da Dimensão e as de origem estatal?

P. P. : Mais ou menos. Se entendermos que Portugal é Lisboa e o resto é paisagem, talvez. Mas a questão é que não é bem assim. E mesmo se calhar relativamente a Lisboa, até será um bocadinho precoce dizer-se isso em relação ao nosso país. É que nós não tínhamos nada de grande difusão para chegar às pessoas. A Dimensão, um pouco através do *kit- Market* – que era um design camuflado – e o início da Habitat podem ter servido para alguma difusão. Eu acho que o que contribuiu mesmo para a democratização do design foi a chegada do IKEA - aí estamos a falar de Lisboa e fora de Lisboa. Por outro lado, nos anos 90, tornou-se moda estudar design – e abriram todas aquelas escolas – e penso que a democratização do design se dá mais, não pela difusão do design, mas por este fenómeno, que não sei muito bem como é que surgiu. Uma coisa leva à outra: se há escolas é porque há alunos, se há alunos tem de haver escolas. É uma espécie de bola que foi crescendo. E portanto, digamos que ainda não temos propriamente uma produção, mas temos um sistema produtivo de alunos que vão ser os futuros consumidores e que vão exigir design. O processo vai ser irreversível. Estes alunos, como vão ser muitos, vão puxar pelo sistema. Penso que isso é um fenómeno que aconteceu em outros países, mas há mais tempo. E, de facto, quando o público exige, a coisa já funciona. Não serve de nada eu agora montar uma loja cheia de peças de design. É uma experiência gira, mas se o público não está preparado para isso...tenho uma amiga que montou uma loja com peças *vintage*, era muito inovadora, mas Portugal não estava preparado para isso. Daqui a dez anos existirão lojas *vintage* e a viverem muito bem – se calhar já não existirão por causa da internet. Para perceber isso também seria bom ver quando é que há uma revista de design, embora isso também seja uma democracia falível, pois se ela for suportada pela publicidade, é porque há mercado; se ela for suportada pelos leitores, então é porque só há mercado através de pessoas e não de produtos.

C. C. : Paralelamente ao início do CJD há iniciativas estatais - nomeadamente as implementadas via PEDIPs e CPD - que visavam a preparação da indústria portuguesa para a abertura dos mercados. Contudo, algumas das mais significativas empresas não conseguiram fazer face a esse desafio. Que leitura faz desta situação? Isso deveu-se essencialmente a quê?

P. P. : Eu vou falar de uma área que conheço muito bem, que é a das duas rodas. Quando era miúdo passava a vida a transformar motos, e, por volta dos 16 anos o meu pai arranjou-me um contacto para ir para à Casal e depois também visitei a SIS Sachs e a Famel. Mas o fenómeno é geral. De facto, após o 25 de Abril, houve um certo melhoramento das condições económicas da população que possibilitou que se adquirissem mais produtos, portanto, havia mais procura. Numa primeira fase, a procura foi direccionada para o que existia no mercado nacional, que era o produto nacional, e as fábricas entusiasmaram-se e investiram. O problema foi quando apareceram as marcas internacionais, muito mais agressivas e muitas vezes a fazerem políticas de terra queimada – a venderem a preços mais baixos para tentarem entrar no mercado. Como parte da nossa indústria tinha feito muitos investimentos, não se aguentou, porque as vendas caíram. A outra parte, que nem sequer tinha feito investimentos, não estava preparada para esta guerra. E portanto, digamos que o motivo é sempre o mesmo: foi a entrada do exterior num país que era protegido e o facto de as nossas empresas nunca terem sido estimuladas para a exportação também não ajudou.

Todos estes fenómenos podem ser retratados através dos sistemas naturais. A minha tese foi sobre design simbiótico e portanto gosto muito dos sistemas naturais e de me reportar a eles. Se nós só vivemos no nosso meio, só conhecemos o que está aqui à volta. Se estamos habituados a sair do nosso meio, temos outra visão do nosso meio e do conjunto. As nossas empresas só conheciam o mercado nacional. E depois os portugueses nem sequer são muito nacionalistas como são por exemplo os espanhóis, que são capazes de “bater o pé”. E em Portugal nem aconteceu nada assim de tão estranho. Em toda a Europa, exceptuando a Itália e na Alemanha a BMW – mas esta possui também o sector automóvel – quase toda a indústria das duas rodas foi à falência nessa altura pois não aguentou a concorrência das empresas japonesas. Eu não estou a dizer que isto é generalizável, a verdade é que as empresas portuguesas não estavam preparadas para a agressividade das empresas estrangeiras...depende dos sectores - no caso das cerâmicas já poderiam ser as espanholas ou as italianas - que entraram aqui e que algumas vezes até compraram algumas empresas nacionais.

Relativamente ao estudo que andei a fazer – e convém realçar que a “tese geral” diz que nós não temos indústria e por aí fora – posso dizer-lhe que neste momento tenho 500 peças, umas mais design que outras. Tenho peças desde o início da Vista Alegre, de

Sacavém, da Marinha Grande – os vidros e cristais – de electrodomésticos também tenho alguma coisa, nomeadamente dos produtos Estrela, que a certa altura adquire alguma relevância. Este é um levantamento um pouco pelo contrário, é uma arqueologia, descobrem-se as coisas e depois vamos ver o que são. Isto só para dizer que nós não somos assim tão pobres como pretendem dizer. Fomos os segundos europeus a fazer cristal; a Vista Alegre está entre as melhores do mundo; a Leitão & Irmãos, a qual não deixa nada a dever às grandes ourivesarias. Ou seja, sobretudo no mercado da mesa nós temos, de facto, um bom suporte.

Ao contrário dos outros, não conseguimos promover o produto e isso dificultou muito o crescimento da nossa indústria. Tivemos uma sorte que foi o Marquês de Pombal, tivemos um azar que foram as invasões francesas, em que se estragou muito do que o Marquês tinha feito. Na altura dele consolidou-se muito a manufactura, que até era muito inovadora. Nós também estivemos nas exposições universais; tivemos exposições em Portugal ao mesmo tempo que os outros; as nossas peças foram premiadas na Exposição de 1851. Então, se a nossa indústria era tão má, como é que ela no contexto mundial consegue obter prémios? Portanto, não é assim como se conta, há coisas muito boas. Eu espero que a investigação que foi feita traga alguma luz a esta questão e que, sobretudo, sirva de base para outras pessoas investigarem ainda mais. Como o livro ainda não foi lançado também não estou a contar muitas coisas, é natural...mas estou a passar por alto para se perceber que nós temos história do design industrial em Portugal, e em paralelo com os outros países, enfim com as devidas diferenças...

C. C. : Diferenças, por exemplo, em termos de escala...

P. P. : Exacto, o país Alemanha é diferente e maior que o país Portugal, e portanto, eles tinham 100, nós tínhamos 10. E temos coisas de grande qualidade, aliás, se não tivéssemos capacidade produtiva, os outros não tinham vindo cá fazer as coisas. O problema é que, de facto, na concepção, sempre falhámos um pouco, as coisas eram “muito inspiradas”, copiava-se o que os outros faziam...

C. C. : Todos passaram por essa fase...

P. P. : Exactamente e também não é por aí... Agora com este trabalho que andei a fazer ultimamente – a minha coleção é sobretudo de âmbito internacional, daí a maior parte das pessoas não conhecerem esta parte de âmbito nacional que eu tenho estado a guardar - vou fazer, espero que em breve, uma exposição forte. Não é uma logística

fácil e não é fácil investigar empresas sobre as quais não há nada registado. A Vista Alegre é fácil, mas já há cem mil a estudá-la e é sempre a mesma versão. Aliás, o Director de marketing da Vista Alegre disse-me que está curioso para ver como é que eu falo sobre a Vista Alegre, porque eu deles só tenho as peças que têm interesse em termos de design, não tenho aquelas “rococó”. E essas eles não têm, nunca ligaram a essas peças, não estão registadas, ou se estão, passam-lhes um pouco ao lado. Nos catálogos as que aparecem são as floreadas, porque a Vista Alegre sempre cultivou um pouco essa imagem e, portanto, não promoveu a parte de design como devia. Aliás, em Sacavém, na Marinha Grande e tantas outras sucedeu o mesmo. Portanto, nós temos material para fazer uma história do design português, em paralelo com os outros países. Nós temos a Real Fábrica de vidros Marinha Grande, os ingleses têm a Wedgewood. É evidente que a Wedgewood tinha um público que nós não tínhamos – nós sabemos disso – mas a outra também fez, portanto, não é por aí. Não fomos uns campeões, mas também não andávamos no final da cauda... a Vista Alegre, logo no final do séc. XIX já estava com uma medalha de prata numa exposição universal, e isso quer dizer qualquer coisa. Claro que não era na indústria de ponta que nós nos distinguíamos, nos andávamos sempre à volta da mesa e, de facto, é esse “culto” que nós temos.

C. C. : Que situações justificam essa lacuna na promoção dos nossos produtos?

P. P. : Para já a falta de objectivos. Nós somos um povo que a partir do séc. XVIII deixa de ter objectivos, não se percebe o que é que se passou, mas isto também tem a ver com uma certa senilidade do país. O país mais antigo é natural que também seja o mais senil – é uma metáfora mas tem algum significado. E depois é um país pequeno onde não há arejamento. Eu costumo dizer, na brincadeira, que casámos muitos primos com primos, há muita consanguinidade, enfim, é uma metáfora, mas pode ser mais ou menos assim. Enquanto houve oxigenação na população portuguesa, Portugal sempre foi muito agressivo. Não há nenhum país que tenha nascido do nada, de um condado, e em três séculos se tenha tornado uma potência mundial. É evidente que tínhamos os templários e uma série de coisas por detrás, mas os outros também tinham. Agora não podem dizer que há falta de projecto para, em três séculos, passarmos de uma cultura medieval-arcaica – mais arcaica que medieval – para conseguirmos ultrapassar o Renascimento. Porque nós, de facto, ultrapassamos o Renascimento. Isso está provado na minha tese, com dados. Petrarca, que é considerado o primeiro homem moderno, fala de Portugal.

Portanto, se ele fala de Portugal, e ele é o primeiro homem do Renascimento e diz cuidado com Portugal que está a crescer e as repúblicas italianas vão ter problemas, então é porque Portugal estava a destacar-se. Ou seja, ele conseguiu pôr Portugal na génese do Renascimento e isso, em termos estratégicos, é importantíssimo porque não vem na sequência. Isto são os truques da investigação. É que se está tudo no mesmo plano, não há possibilidade de fazer distinção. Portanto, se Petrarca, primeiro homem moderno – segundo os investigadores italianos – fala de Portugal, então ele deu origem ao Renascimento mas daí para lá já estava a acontecer qualquer coisa: enquanto o Renascimento era o renascimento do mundo mediterrânico, o “Renascimento” em Portugal era o nascimento do novo mundo, não é? Era a aldeia global.

Depois andei a provar como é que isso era feito. Para já duvido que a importância da Catedral de Florença seja superior à da caravela. Não há hipótese de competir com uma caravela que vai à Índia. Uma competição desleal, coitadinha da cúpula, por muito que eu até goste do Brunelleschi. Foi ele que fez as máquinas ao Leonardo, não as desenhava, fazia-as, ele era um homem medieval, era de transição. Mas o Infante D. Henrique, que era quase contemporâneo dele, nunca foi um homem medieval, já é um homem de outro tempo, do futuro. É evidente que há aqui a ajuda da educação inglesa. O Infante percebeu a natureza, aliás, não se consegue ir à Índia sem se perceber a natureza - não dominá-la, ir com ela. Ele e os navegadores, mas ele enquanto “gestor”, teve de perceber como é que esta máquina de ventos e marés funcionava para poder tirar partido dela. Portanto, o nosso Descobrimento, em determinados aspectos, é bem mais importante que o Renascimento. Claro que o Renascimento foi importante porque faz uma arqueologia da cultura grega, romana e egípcia e era importante recuperar isso. Mas as nossas descobertas têm uma vertente para o futuro, não para o passado, e portanto, vão ser muito mais influenciadores daquilo que poderá ser o futuro. Mesmo que não tenhamos escrito muito sobre isso, elas é que mudaram *definitivamente* o mundo. O Renascimento estabilizou o mundo mediterrânico, mas era o último estrebuchar, porque o mundo mediterrânico estava “morto”. Outras potências iriam emergir – os ingleses, os holandeses, mas isso já é outra história.

C. C. : Realçam-se então os aspectos de planeamento...

P. P. : Pois, mas aí também há outra coisa que falta, em termos de educação, pois os portugueses não sabem cumprir planos. As pessoas têm que saber trabalhar em equipa,

têm que saber trabalhar para o bem comum. Porque é que D. Afonso Henriques e o Infante D. Henrique conseguiram aqueles resultados? Tinham organização e capacidade de gestão, faziam com que se cumprissem os planos... claro que isso na altura era “à espadalhada”, agora são outros tempos...o que é certo, é que o povo português não tem essa faceta.

Eu trabalhei com alemães no Brasil, quando fiz aquele pedal para a Singer que teve o “Best of iF”. Eu nunca pensei chegar lá. E cheguei porque o atelier era do Neumeister, e portanto, havia ali outro poder por detrás. Embora eles fizessem electrodomésticos e coisas mais pequenas, faziam também comboios de alta velocidade, etc. e eu inicialmente pensei que ia para lá “afiar lápis”, está a ver? Mas a certa altura eles estavam a fazer máquinas de costura para a Singer e eu fiz o pedal. Além de ser um projecto premiado, é uma patente mundial, porque é só feito de uma peça – os outros são em duas - leva metade dos moldes e um terço do material. Eu também não sou um campeão, posso até ser habilidoso ou ter tido sorte, mas há ali um sistema que está a funcionar e que não falha. Havia ali uma máquina por detrás que era alemã, o motor tinha que ser alemão, ou não havia coração que aguentasse aquilo. Era muito mais complicado com um “motor” português. E a concorrência era forte, eram as grandes marcas como a Miele, Tupperware, etc.

O atelier era particamente em frente à praia de Ipanema, e nós íamos para Búzios aos fins-de-semana. Mas às nove horas da manhã de segunda-feira, o Hans parecia que não me conhecia e começava a fazer o plano de trabalho dele para a semana toda, levava-o à Directora, ela assinava-o, e aquilo era um contrato para a semana. E a coisa funcionava assim. Portanto, é uma outra experiência e, no fundo, não é difícil, é uma questão das pessoas se organizarem.

C. C.: O Professor acompanhou o Concurso enquanto docente na ESAD de Matosinhos e depois na FBAUL. Como foi essa experiência do CJD?

P. P. : Eu fiz parte do júri durante muitos anos, devo ter sido o professor que mais vezes fez parte do júri, desde que comecei a dar aulas na ESAD de Matosinhos (e o Concurso fazia parte do currículo do 4º ano) e depois aqui na Faculdade. Pelo meio também estive no IADE, mas nunca participamos no Concurso. Eu já fazia parte do sistema e não me

importava nada de até ajudar a Madalena em certas coisas...até porque, ao contrário dos colegas das Belas-Artes, que só “recebiam” através das refeições e alojamentos, como a ESAD era privada, eu era pago.

As Belas-Artes, a ESTGAD e a ESAD foram as escolas que criaram o principal núcleo do Concurso, embora eu deva confessar que quando a ESAD entrou, introduziu ali uma nova dinâmica. Na altura, havia uma concorrência entre as Belas-Artes e a ESTGAD das Caldas em que nós não nos metíamos. Por outro lado, nós já tínhamos bons computadores, tínhamos também mac`s e assistentes formados nestas áreas, enquanto as outras escolas não tinham nada disso. Portanto, a qualidade técnica – estou só a falar da técnica – era visível nas apresentações. Nós tínhamos uma estrutura base definida que incluía três painéis referentes a conceito, produto e desenho técnico. Esta organização poderia ser alterada mediante a complexidade do projecto. E usámos sempre esse modelo que depois acabou por ser adoptado pelas outras escolas.

O que era interessante no CJD era, de facto, as escolas encontrarem-se ali todos os anos e portanto havia ali um intercâmbio, não só a nível dos alunos, mas também dos professores. Mais tarde começaram a aparecer mais escolas, de tal maneira que houve uma altura em que se perdeu um bocadinho o controle. E depois, é curioso que para o final, muitos dos professores destas escolas tinham sido meus alunos em Matosinhos...e era engraçado encontrarmo-nos nessas circunstâncias. Isso aconteceu em Coimbra, Viana do Castelo, ou seja, todas aquelas escolas de influência do Porto. E foi uma pena, de facto, depois ter acabado.

C. C. : A que se poderá atribuir uma certa irregularidade de participação das restantes escolas/faculdades do país?

P. P. : Isto faz lembrar os miúdos ingleses que estudam em colégios ingleses e que depois quando precisam de alguma coisa têm sempre um amigo que é secretário de estado ou ministro, o que lhes facilita muito a vida. No fundo, isto funciona sempre por “lobbies” ou por aprendizagens, ou por processos iniciáticos. É evidente que para mim foi fácil por ESAD de Matosinhos a participar no Concurso porque eu tinha participado. Porque se assim não fosse, aquilo era aos tropeções ou nem vinha com receio de fazer uma triste figura, porque as outras escolas – ESBAL e ESTGAD – já estavam lá e

estavam bem munidas. Portanto, não seria fácil aceitar – sobretudo em frente de alunos – certas situações. E daí que eu penso que algumas escolas tiveram mais dificuldade em lidar com isto do que outras.

No caso da ESAD eu falei com o Director – Coelho do Santos – e expliquei-lhe que no Concurso estavam os professores das escolas mais importantes do país e que ali era que se “fazia o nome duma escola”, era um bom sítio para criar uma “boa imagem”. E foi assim que a ESAD cresceu. Fomos à guerra, no sítio onde estavam todos, mas fomos bem preparados. Deram-nos condições de trabalho: escola aberta nos dois fins-de-semana antes do concurso, com os computadores disponíveis. Mas é evidente que também – e vou ser sincero – em Portugal eu nunca trabalhei como no norte. Se eu vivesse só para o trabalho estava lá. Agora vou contar uma história em paralelo mas dá para perceber o nível. Eu marcava uma avaliação das 10 h às 13h e se um aluno não conseguisse chegar às 10:30, se estava atrasado, telefonava a avisar. Aqui eles chegam às 13h e acham que vão ser avaliados. Isto é, lá eles têm uma cultura industrial, são rigorosos, são máquinas a trabalhar. No caso do Concurso, eles sabiam que tinham de trabalhar, independentemente de ser ou não fim-de-semana. Aqui eu não consigo concorrer com tantas solicitações: praia, bares, etc. E lá trabalhavam com a ideia de ir e arrasar. E de facto, a nível técnico – isto agora pode ser suspeito – tínhamos os melhores projectos, também tínhamos outras condições. Quanto ao produto final já não sei...mas no início a ESAD arrasou um bocadinho, tivemos imensos prémios. É evidente que depois isto dilui-se um pouco. Mas a ESAD, sendo privada, tinha que ser assim, e conseguiu um prestígio que nem o IADE conseguiu – o IADE conseguiu outro, o prestígio social, mas a nível do design a ESAD destacou-se.

C. C. : Ao longo das edições do CJD é perceptível uma mudança nas abordagens implementadas, passando-se de uma mais ligada à questão dos mercados – e com definição de objectos específicos a projectar - para abordagens com orientações mais conceptuais, em cujo universo se deveriam integrar os objectos propostos pelos alunos. Foi uma alteração que não é alheia à evolução do próprio design?

P. P. : De facto, o estatuto do design, não tanto em Portugal mas internacionalmente, mudou. O designer era um indivíduo que trabalhava para uma empresa e, de repente, passou a ser uma espécie de vedeta. O Concurso também começou a reflectir isso. Primeiro vieram designers que trabalhavam para empresas e depois vieram vedetas –

como o Isao Hosoe, o Ron Arad – que tinham comportamento de vedetas e impunham, de certo modo, as suas regras ao Concurso. E como Concurso era muito aberto, permitia que eles fizessem isso. Aliás, o designer estrangeiro era sempre o presidente do júri e tinha uma série de poderes. Portanto, as personalidades dos designers mudaram e o concurso teve que mudar e adaptou-se, e acho que se adaptou bem.

Agora, eu não sei se essa foi a melhor via para o concurso, também não sei se haveria outra. Mas de facto, estou convencido que nunca foi bem feita – mas isso noutras países também acontece – a ponte entre o design e a indústria, essa é que é uma verdade. Noutras países isso também é difícil, se não fosse também não teriam aparecido a Alchimia e o Memphis em Itália. Mas claro que a cultura empresarial italiana tem outro nível cultural. E eles não queriam dialogar com a indústria e foi a indústria que foi ter com eles, apenas porque perceberam a oportunidade de negócio, não era para salvar o design. Aqui, a nossa indústria não tem esse nível cultural para perceber essa oportunidade de negócio. Em 87 eu ganhei o prémio da Vista Alegre. Foram óptimos, deram-me um “duplex”, eu nem sei para que é que queria aquilo, era estudante e queria era andar na rua. São estas coisas à portuguesa, que sabem bem mas... Mas depois não procuraram muito dialogar comigo e eu também estava numa posição em que ainda não sabia muito bem como é que estas coisas se passavam. Ainda não sei se sei agora, quanto mais na altura. Portanto, digamos que não era fácil aquela ponte, mas eles podiam dizer vamos fazer uma pré-série só para experimentar, qualquer coisa assim. Como o podiam ter feito com outros. Mas de facto, nunca houve essa atitude.

Aliás, que eu me recorde, a primeira vez que houve essa atitude, ou seja, que se concretizou um pouquinho a ambição do Jovem Designer, foi há pouco tempo aqui. Nós conseguimos que peças desenvolvidas por alunos de design de produto – o André Gouveia, agora aqui professor, e o Filipe Ramalho – também com o apoio do Professor José Viana, fossem comercializadas pela Vista Alegre, inclusive que inserissem o selo da Faculdade. Isto é uma coisa inédita, e não só em Portugal. O selo não está na peça, está só na caixa, mas não deve haver muitos exemplos semelhantes. E, de facto, pensei que finalmente se tinha alcançado o objectivo do CJD que era estabelecer a tal ponte entre a indústria e o design. Mas custou... durou quase dois anos. Foi uma experiência interessante, fomos sempre muito bem tratados mas isto implica um longo “namoro” e nós temos que aguentar ou então acaba, que é o que normalmente acontece, pois é

difícil estabelecer a tal ponte. Mas isto também é uma coisa pontual, para conseguir sucessos – e acho que até conseguiria mais sucessos com os alunos – isso implicava que não fizesse mais nada. E também não é esse o nosso papel, se calhar a Universidade de Lisboa podia ter uma pessoa que fizesse isso. E na Vista Alegre foi mais fácil porque foi com um inglês, uma cabeça mais aberta. De resto, em Portugal há falta de visão estratégica, os portugueses estão muito preocupados em resolver o dia-a-dia e como não são muito organizados, não conseguem ter tempo para pensar no futuro, estão sempre a viver o presente – que é o que acontece nas ruas do Rio de Janeiro, porque não sabem como vai ser o futuro...

C. C. : A Madalena Figueiredo faz de certo modo uma avaliação negativa do Concurso no que respeita aos objectivos delineados pelo ICEP, fundamentando-se no reduzido número de alunos que ficou a trabalhar na indústria. Contudo, uma avaliação global do CJD não pode basear-se numa visão tão restricta, concorda?

P. P. : É, eu acho que a Madalena está a ser injusta. A Madalena podia querer salvar o mundo e isso não conseguiu. Mas o CJD conseguiu fazer uma série de coisas. Formou uma série de pessoas que neste momento estão no activo e que trouxeram de lá uma certa experiência. Teve regularidade, o que é difícil em Portugal. Conseguiu trazer cá designers de prestígio, embora às vezes, com perfis que não seriam os mais adequados. Fez uma ponte entre o nosso país e o exterior, trouxe informação para cá em tempo real. Foi uma plataforma onde as escolas se encontravam e trocavam ideias e amizades, e isso também é importante, não é só trabalho. Ajudou a nivelar algumas escolas que seriam mais fracas, porque indo lá viam o que as outras mais fortes faziam e depois melhoravam ano após ano. E, de facto, essas merecem os parabéns porque melhoraram quando as outras já lá estavam instaladas.

Por outro lado, o CJD precisava de uma mão mais forte relativamente à indústria, mesmo que fosse a nível dos protótipos. Porque se for ver, até mesmo a Escola de Ulm, que tinha alguma relação com a indústria, não era por aí. No que ela era boa, era a vender o modelo industrial, independentemente de ele estar concretizado ou não. Vende o modelo industrial, pode estar em protótipo, mas é um protótipo industrial, não é um protótipo artesanal, de artes decorativas ou do que quer que seja. É isso que as empresas fazem. O sector automóvel apresenta protótipos, depois há a votação e se são bem aceites, eles fazem-nos. Portanto, a Escola de Ulm fazia isto e apareceu sempre como

um modelo de design industrial consequente. Mas, exceptuando a ponte com a Braun, havia outras mas não era assim muito significativo. Agora, eles conseguiram vender esse modelo industrial, que é uma coisa que eu tenho estado a tentar fazer aqui, porque a médio e longo prazo vai dar resultados. Mais tarde ou mais cedo, cria-se uma escola e quando a indústria precisar, há-de vir ter com quem está no modelo industrial, que é o que acontece na Alemanha. As pessoas da Escola de Ulm há uns 10, 15 anos, não tinham dificuldades em encontrar emprego, porque aquilo é um certificado de alta qualidade. É um sistema difícil de gerir, os italianos, por exemplo, não se adaptariam. Os meus alunos, às vezes também não, porque eu digo-lhes que enquanto aquilo não tiver o nível necessário, se for preciso, eles ficam a trabalhar nas férias. O ano lectivo não significa nada para a indústria, aquilo tem de ser feito. Eu nunca trabalhei na indústria, mas conheço-a relativamente bem – visitei muitas fábricas e a Inês S. Ruivo, minha ex-mulher, contava-me muitas coisas sobre o meio pois trabalhou muitos anos na gestão de projecto. E, de facto, tem de haver uma disciplina muito grande e os alunos de mestrado têm de tê-la, já não pode ser a mesma atitude que na licenciatura. E esta disciplina é muito difícil de implementar num país como o nosso. Não é por acaso que a Revolução Industrial nunca foi feita, nós não temos espírito para Revolução Industrial, pelo menos nos últimos séculos...

Voltando à questão da ponte com a indústria, o trabalho com a indústria tem que ser pela persistência. Eles têm que ter confiança e para isso têm que ter a certeza que nós não podemos falhar, embora eles também falhem muitas vezes. Por vezes não é fácil conseguir isso, mas eu até acho que o nosso mestrado em produto tem corrido bem. Eu tenho estado a fazer um balanço dos últimos anos e estou satisfeito com os resultados. Por exemplo, relativamente ao projecto das bicicletas que foi desenvolvido há dois anos – era de um grupo muito complicado nas suas relações, mas eram muito competitivos – posso afirmar que não tenho problema nenhum em apresentá-lo num top 10 a nível mundial. É verdade que também tinha lá alunos com outro perfil, tinha lá dois engenheiros, mas foi feito aqui.

C. C. : O Eng.º Mira Amaral considera que hoje o design está perfeitamente instalado em Portugal, funcionando nas empresas que tiveram visão e nele investiram, mas que um dos aspectos que continua a falhar é a promoção dos nossos produtos. Contudo,

deixou transparecer uma visão otimista relativamente à situação do design em Portugal. O Professor também partilha desta perspectiva?

P. P. : Sim. Apesar de haver vários problemas que temos que resolver. Está provado que nós temos capacidade de produção. Nós só não temos a melhor fábrica da Volkswagen, porque ela está *fora* da Alemanha... Mas também não há problema porque os melhores carros são feitos cá. Para bom entendedor, meia palavra basta. Se mandam fazer cá o descapotável, complicadíssimo e não mandam para cá o Polo – que pode ser feito num sítio qualquer... Ou seja, fazemos produtos não de topo, mas dentro do sector médio-alto e alto. A batalha da produção está ganha, mas ainda não ganhamos a da concepção. É o que nos falta, que é para quando a Volkswagen deslocalizar esta fábrica – se assim o entender – nós, com o Know-how deles, poderemos fazer os nossos carros. Claro que isto não é assim tão fácil como estou a dizer, mas também não é assim tão difícil...

C. C. : *Mas o esquema é esse...*

P. P. : Exacto. Mas, enquanto não adoptarmos a estratégia da concepção não o conseguimos fazer. As pessoas ainda não perceberam que existem três graus básicos de design: o estratégico, que aponta para o futuro; o tático, que organiza as coisas e o operacional, que faz. Nós estamos a ganhar a batalha do operacional, mas temos é que ir por cima, temos que ir para o estratégico e explicar que temos de primeiro de pensar em grande e depois vamos para o pequeno. Porque isso já há para fazer. Há milhares de designers formados em Portugal, uns melhores que os outros, mas estão ao nível dos outros. Já há currículos de designers em Portugal que estão ao nível dos currículos europeus. Mas lá está, anda cada um para seu lado...Portanto, temos de ter a tal visão estratégica porque para o século XXI esta vai ser uma área crucial. O aparecimento da “*d-generation*”, uma geração que vive no meio design e não quer viver fora dele, é um processo irreversível. É como nas tecnologias de informação, pode demorar, mas é para lá que se caminha. Portanto, basicamente o que faltaria era o planeamento feito, em função do design estratégico, e como é que o design pode servir de facto a nossa indústria com linhas orientadoras, e depois então tratar de colocar lá os designers. Porque de resto nós, de facto, já temos tudo. Nós conseguimos ter uma das melhores fábricas – não sei se do mundo – de uma das melhores marcas do mundo e das que dá dinheiro. Poderiam dizer que é apenas um caso isolado. Não me parece, há outros casos.

De facto, havia aqui uma necessidade de democratização dos tais fundos que nunca foi feita, estes apoios que existiram foram para amigos, etc. e acabou por ter pouca repercussão. O nosso país é pequeno, portanto, é muito fácil de organizar. E já foi organizado, logo, é possível fazê-lo. Nessa perspectiva eu acho que nós temos muitas possibilidades. Geneticamente temos uma capacidade inventiva muito grande, somos desenrascados, algo perfeccionistas quando estamos integrados em meios ambientes que o exigem – se não estivermos, a coisa rebola logo. E portanto, há aqui uma série de condições para podermos ser uma potência na concepção.

Acho que foi na segunda metade dos anos 90 que a União Europeia reconheceu o design como parceiro. Agora, o design já é um parceiro privilegiado dentro do panorama das artes... não é o “lobby” dos arquitectos, não é o do cinema ou do teatro, etc. É evidente que será mais na área do multimédia, da comunicação e não o de produto, mas uma coisa arrasta a outra. Aliás, eu discordo de um ou outro colega meu quando dizem que hoje o que há é sistemas, que já não há produto. A Apple tem sistemas muito bons, mas se não houver lá produtos... Embora seja o sistema que depois dá acesso a tudo, o produto não está a morrer – contrariamente ao que se diz. Daqui a uns tempos, vai ter mais força, em termos efectivos, do que tem tido. E a Apple é um exemplo disso, pois o produto tem uma força brutal, o produto tem de ser bom. Um sistema sem produto é um “amor platónico”, funciona só na nossa cabeça, não é operacional – lá está, a cadeia não é completa. E, de facto, tem que se voltar a investir no produto, e daqui a uns tempos vai ouvir muito a palavra reindustrialização.

C. C. : Que, numa outra esfera, é uma palavra também muito recorrente no pensamento de Medina Carreira que considera que um aspecto determinante na actual crise económica foi a desindustrialização que a Europa registou nas últimas décadas. Nesse sentido advoga a necessidade de se inverter a tendência com uma reindustrialização.

P. P. : Pois. Eu acho que tem de ser mesmo *geral*, precisamos de reorganizar *todos* os sectores produtivos, seja objecto, alimentos, pesca. Nós temos de voltar a ter as revoluções todas presentes – industrial, agrícola, das pescas – porque elas são todas necessárias.

C. C. : Estabelecendo o paralelo que o Professor costuma fazer: o mesmo se passa no mundo natural no que se refere ao equilíbrio dos ecossistemas...

P. P. : Exactamente. Tem de haver equilíbrio de alguma forma, mesmo o desequilíbrio que aparentemente existe é uma forma de equilíbrio. Portanto, isto tudo tem de ser muito bem estruturado, a crise está a obrigar a isso. Os países dominantes não perceberiam as coisas se não fosse assim pela evidência, e eles se não mudam morrem. Não é que a Alemanha esteja preocupada com Portugal, ou antes com a Grécia, mas agora com a Itália e a Espanha a coisa já é diferente. Perceberam isso tarde porque se a situação estava a definhir nos arrabaldes, depois chegaria ao centro – e chegou mais depressa do que estavam à espera.

Entrevista a Madalena Figueiredo, Responsável pelo Núcleo de Design do ICEP entre 1985 e 2010.

[Residência da entrevistada, 28/03/2011]

Carla Castanheta: Como surgiu a ideia de criar um concurso desta natureza? Tal integrava-se numa estratégia global de promoção do design industrial por parte do ICEP, que incluía outras iniciativas, ou tratou-se de um projecto isolado com objectivos muito concretos? Haverá pontes que se podem estabelecer entre o enquadramento do Concurso e as acções dos organismos estrangeiros de promoção do design (Design Council e Centre de Création Industrille/VIA)?

Madalena Figueiredo: O Concurso desenvolveu-se a par de outras acções no estrangeiro. Nós tínhamos outras acções de promoção no estrangeiro, para além das vossas exposições. O Concurso surgiu quando eu fui para o ICEP. O ICEP tinha ligações ao Centro de Comércio Internacional (CCI) e foi a este organismo que solicitou a colaboração de um “expert”, um designer, um conselheiro – que seria o David Sherlock – para estabelecermos uma estratégia de promoção do design. Andámos pelo país a visitar fábricas e constatámos, por exemplo, que o sector da cerâmica queixava-se que os designers portugueses não tinham noção do que era desenhar para a cerâmica, do que é que era a técnica para a indústria, e que projectavam coisas mirabolantes, não tendo a noção disso. Foi a partir daí que nasceu a ideia do concurso. O David referiu que em Inglaterra também faziam algo semelhante, mas não nos moldes em que este se veio a concretizar. Entretanto, o Cencal abriu também nesse ano em que eu entrei para o ICEP (1985). No Cencal eles eram muito entusiastas do design e, tendo consciência que a cerâmica tinha falta de design, ficaram muito entusiasmados com a ideia de um concurso a realizar daquela maneira. Aqueles moldes do CJD - que, por acaso, eu acho que eram óptimos, pois aprendiam os alunos, aprendiam os professores, aprendia toda a gente – surgiram pelas circunstâncias e porque o Cencal apareceu também naquela altura.

No primeiro ano foi uma espanhola que veio cá. Foi o ano zero, foi muito vago...ela não era designer, era decoradora e não resultou muito bem...foi mais “o usa-se deste modo ou usa-se daquele modo” e pouco mais. No segundo ano, o David convidou o

James Kirkwood, e é com ele que se estrutura o concurso. Ele era designer da *Rosenthal* e de outras empresas e era Director do Departamento de Cerâmica e Vidro em Surrey. E o Concurso manteve, no geral, a sua estrutura inicial: vinha um designer e apresentava o programa; nas Caldas eram apresentados os projectos e seleccionados os que passavam à fase final. Depois os alunos faziam os protótipos, realizava-se a exposição e eram atribuídos os prémios.

C. C. : Um dos aspectos referidos por alguns professores reside na originalidade desta iniciativa. O Prof. Jorge Pacheco, por exemplo, considerou que este concurso serviu de exemplo a escolas de outros países que promoveram exercícios semelhantes. Tem alguma informação concreta relativamente a este aspecto?

M. F. : Talvez, eu não soube. De facto, todos os designers que vinham cá gostavam muito do modo como o Concurso estava estruturado. Não sei se a Finlândia terá feito algo semelhante, porque o Tapio Viikari, Professor na Universidade de Helsínquia, também gostou muito. Os comentários eram nesse sentido, que era uma iniciativa muito boa.

C. C. : Nas primeiras edições (de 1986 a 1992), apesar de esta iniciativa estar aberta às diferentes instituições superiores da área do design, apenas a ESBAL participou. Como se pode explicar esta situação?

M. F. : Nós, desde o início, convidámos sempre o IADE. Nos primeiros anos o Concurso dirigia-se ao IADE e à Escola de Belas-Artes pois não existiam mais escolas e as Belas-Artes do Porto só tinham design gráfico. O IADE nunca quis participar, só no último concurso é que o IADE participou.

C. C. : Ao longo dos anos o número de escolas/faculdades participantes foi aumentando. Este aspecto está sobretudo relacionado com o crescente número de instituições superiores que foram surgindo ou reflecte também um esforço concreto por parte do ICEP para alargar a abrangência da iniciativa?

M. F. : Claro que reflecte as duas coisas.

C. C. : Em 1997 o concurso contou com a participação de instituições de ensino internacionais. Esta situação proporcionou um enriquecimento aos estudantes e instituições de ensino na partilha directa de experiências e perspectivas relativamente a

diferentes questões inerentes ao concurso e ao design, mas não se enquadrava nos objectivos iniciais propostos pelo ICEP. Quais os objectivos visados por esta estratégia e porque é que não se repetiu a mesma nos anos seguintes?

M. F. : Foi pontual, foi uma experiência. Depois não se concretizou...era muito complicado. Por outro lado, Portugal também começou a não ter tanto dinheiro disponível e isso custava dinheiro. O problema era mais logístico e financeiro.

C. C. : *Como se procedeu à selecção dessas instituições académicas? Por convite directo, com base em determinados critérios? De outro modo?*

M. F. : Eram as escolas a que estava ligado o Jorge Pensi...

C. C. : *Ao longo do tempo também o número de patrocinadores foi aumentando, o que permitiu alargar o número de estágios (de 15 nos 4 primeiros anos para 50 na edição de 1993) previstos. Considera que tal reforço correspondeu a uma maior consciencialização da parte das instituições/empresas relativamente à importância do design no panorama industrial português?*

M. F. : Só relativamente ao vidro, porque os outros estágios eram com os centros. Quem dava o dinheiro para os estágios eram os centros de formação. Nós organizávamos e atribuíamos os prémios. Os estágios eram da responsabilidade dos centros de formação, os quais tinham uns protocolos com o Instituto de Emprego e Formação Profissional. Eram os centros de formação que entravam com o dinheiro correspondente...que não era pouco. Durante uns tempos vocês até recebiam bolsas. Relativamente ao vidro é que era importante haver patrocínios porque o vidro tinha pouco dinheiro – sempre teve pouco dinheiro – por isso é que “estourou”... Mas as empresas proporcionavam estágios porque não havia centro de vidro...já não me lembro bem como é que a coisa se processava.

C. C. : *O patrocínio e apoio promovidos pelos centros profissionais são facilmente entendíveis à luz do contexto nacional e dos objectivos do Concurso. Relativamente ao patrocínio de entidades como a FLAD, a CML e a FCG, não directamente ligadas ao mundo industrial, tal apoio deverá ser entendido “apenas” como uma questão de mecenato ou haverá outras justificações? Como se processou a angariação de patrocinadores?*

M. F. : A Câmara Municipal recorde-me que foi num ano em que o ICEP decidiu não fazer o concurso. Acho que foi em 93, o tema foi o Jardim, e foi um designer inglês que cá veio. Depois o ICEP acabou por colaborar... Mas quem organizou o Concurso nesse ano foi a Prof^a Salette Brandão, com o apoio do ICEP – com o meu apoio – e o CPD também entrou.

C. C. : *Esse aspecto passou-me despercebido no catálogo...*

M. F. : Pois, eu não sei se dá para ver.

C. C. : *E essa situação deveu-se a quê?*

M. F. : A não haver dinheiro... e porque o ICEP queria, como todos os portugueses querem, coisas imediatas. Diziam que havia lá protótipos bestiais e que ninguém pegava neles, portanto, consideravam que o CJD era uma coisa que não dava resultados suficientes para o investimento, coisas deste género...quando o concurso era muito barato.

C. C. : *O apoio da Altamira, empresa com ligação directa às primeiras incursões no design industrial em Portugal, terá sido gerado por uma cultura específica, ainda hoje caracterizadora da empresa, resultante da acção de Cruz de Carvalho. Concorda com este ponto de vista?*

M. F. : Com quem eu falava – e de quem gostava muito – era com o Comandante Jonnet, que é da Altamira e que era também da Feira Internacional de Lisboa (FIL) e foi com ele que eu negocieei o apoio ao Concurso...eles tinham, de facto, uma cultura de design.

C. C. : *Em 1999 o concurso não se realizou. Foi um ano de reavaliação da iniciativa?*

M. F. : Digamos que sim...

C. C. : *Mas também teve a ver com questões financeiras...*

M. F. : Sim, mas depois também houve outra coisa...apoiámos a Experimenta e como esta tinha uma acção parecida com o concurso, resolvemos não realizar o concurso nesse ano.

C. C. : *Em que critérios assentou a escolha dos designers convidados para as diferentes edições?*

M. F. : No perfil deles. Tinham que ser bons comunicadores e normalmente era um que indicava outro - “o boca a boca”. Quase todos foram escolhidos assim, a não ser dois que foram escolhidos pelas delegações do ICEP: o Jorge Pensi – não desgostei dele como comunicador – ele era um óptimo designer, “estava muito na berra”, e o Valentinitich, o último. Tentámos um outro na Áustria, por intermédio de alguém, mas como a coisa não funcionou muito bem, e a delegação meteu-se no assunto e escolheu o Valentinitich. Eu, por exemplo, gostaria de ter trazido outro designer austríaco cujo nome não me ocorre... mas era sempre à última da hora que eu tinha o “OK” para arrancar com o Concurso. Como sempre nesta terra, é sempre tudo em cima da hora. Claro que um designer com mais nome não tem uma agenda em branco e se não havia alguém que o empurrasse, se o tal “boca a boca” não funcionasse, era complicado. Tudo começou com o James Kirkwood, que indicou o Pozzi, que, por sua vez, indicou o Porcelli e o Isao Hosoe.

C. C. : E as “repetências”?

M. F. : Foi esta história...foi tão em cima do acontecimento que aqueles que gostaram de participar na iniciativa, e de quem nós gostámos, acabaram por ser novamente convidados.

C. C. : E em relação à escolha dos mercados? Era prévia ou vinha em consequência deste processo?

M. F. : Não. Eu dizia com antecedência qual era o mercado.

C.C.: E a escolha era feita em que base? Por exemplo, a França nunca foi seleccionada...

M. F. : Porque na altura o design na França era muito particular, conhecia-se o Philip Starck... mas não tinha uma densa...

C. C. : Era diferente destes mercados, onde o design tinha uma forte implantação...

M. F. : Exacto.

C. C. : E este “sair da Europa” também foi interessante... o ir até ao Japão...

M. F. : Foi, embora o Isao esteja em Milão, mas foi como japonês que ele deu aquele contributo giríssimo e interessantíssimo...

C. C. : Ao longo das diferentes edições os programas propostos pelos designers convidados foram-se revelando mais ricos do ponto de vista conceptual. Concorda com esta perspectiva? Por outro lado, considera que este aspecto é exemplificativo da

própria evolução do design ou ele correspondeu sobretudo a uma reorientação por parte dos responsáveis?

M. F. : Sim, nos primeiros anos. Naquela altura, os mercados ainda tinham muita importância: um mercado queria o prato com 20 cm, o outro queria com 27...esta coisa da globalização foi muito rápida mas foi partir de quê? Dos anos 90...

C. C. : *Isso é muito claro na evolução do concurso.*

M. F. : Vê-se bem, não é? Chamava-se sempre o mercado não sei quantos mas a partir de certa altura já não tinha razão de ser. Só que lá no ICEP a abordagem tinha que ser pelos mercados senão achavam que se estava a fugir ao âmbito do ICEP. Portanto, continuou sempre o mercado da Finlândia, do Japão, quando já não tinha razão de ser.

C. C. : *Ao longo dos anos, ouviu vários comentários/análises feitas pelos alunos relativamente à experiência que tiveram neste concurso. Quais os aspectos que foram mais destacados?*

M. F. : Todos eles dizem que o Concurso foi importantíssimo para eles. Por exemplo, o Fernando Brízio, que para além de professor, é um dos designers mais “badalados” que anda por aí, diz exactamente isso.

C. C. : *Considera que os objectivos visados pelo ICEP foram de algum modo atingidos?*

M. F. : Não, acho que não, pelo que eu sei, dois ou três ex-participantes estão na indústria. E se ao princípio isso tinha razão de ser, muito no princípio, porque nós começamos o concurso mesmo no fim, digamos, do mercado, da imposição da marca... quer dizer, a partir de certa altura o que a gente vê é que o sistema Habitat, Ikea, esses grandes distribuidores começam a ter os seus designers e mandam fazer isto e aquilo e ou a fábrica tem uma marca fantástica e se impõe ou está sujeita a trabalhar à produção... Portanto, esse objectivo que no início ainda tinha razão de ser, pouco depois deixou de ter. Mas ali para o ICEP – e você houve o discurso do país e o enfoque continua a ser na indústria – não se via isto desta maneira. O comércio já manda há muito tempo. Nós não tivemos a força para dar a volta e hoje em dia o grosso dos produtos é feito na China e em outros sítios que conseguem menores custos de produção. Portanto, os designers têm que ir é para o comércio e não para a indústria.

C. C. : Considera que os resultados alcançados pelo concurso não foram politicamente valorizados? De que forma é que isso podia ter acontecido? Ou a integração de alguns dos concorrentes em acções de promoção do design nacional no estrangeiro, pelo ICEP, são uma parte da resposta?

M. F. : Talvez...

C. C. : Numa perspectiva mais abrangente, quer esta iniciativa quer outras que se enquadraram na promoção do design industrial, no âmbito do PEDIP, permitiram um maior reconhecimento da parte da sociedade do que é o design. No entanto, esta maior visibilidade também conduziu, indirectamente, a uma falta de rigor na utilização do termo, que, por seu lado, contribuiu para contrariar do efeito anterior. Concorda com este ponto de vista?

M. F. : Sim, foi deteriorado o significado do termo.

C. C. : Não podemos deixar de lembrar que a par deste investimento se assistiu na primeira década dos anos 90 ao encerramento de algumas das mais representativas empresas que tradicionalmente trabalhavam com designers industriais, nomeadamente a Longra, a Olaio e a Foc. Como entender esta situação?

M. F. : Não sei, não conheço bem os casos, mas eu penso que a questão da abertura do mercado foi determinante. Nunca me debrucei muito sobre o assunto. Nós entrámos para a CEE em...85/86...e com a abertura do mercado começaram a aparecer marcas fortes, às quais aquelas empresas não conseguiram fazer face. Penso que também outras circunstâncias terão contribuído para tais situações, nomeadamente questões internas das próprias empresas. Mas a abertura dos mercados foi um choque para as empresas. Por outro lado, essas empresas também já estariam obsoletas do ponto de vista das máquinas.

Eu sei que o Seixas, da Longra, morreu por essa altura. Na Olaio e na FOC não sei o que é que se passou, mas penso que tem certamente a ver com a abertura do mercado ... essa abertura acabou com muita coisa. Essas empresas que tinham o seu próprio produto, não conseguiram fazer face aos preços apresentados pela concorrência que já mandava fazer os produtos em locais com mão-de-obra mais barata e que, por outro lado, apresentavam coisas atractivas, que “estavam na moda” ...

C. C. : As nossas produções também eram relativamente pequenas...

M. F. : Exacto. Por um lado, eram produções pequenas, por outro lado, as empresas não exportavam muito. Já em 88 a Olaio andava um bocado tremida...disso eu lembro-me porque há umas cadeiras do Sena da Silva que foram desenvolvidas na Olaio, mas que depois acabaram por ser feitas pela FOC. Nós fomos a uma feira em 88 em Paris onde estavam essas cadeiras do Sena, mas, efectivamente, feitas pela FOC.

C. C. : Considera que o investimento feito na promoção do design industrial, através das diferentes iniciativas integradas no PEDIP, teve resultados francamente positivos ou ficou aquém das expectativas?

M. F. : O que eu penso é que – e é um defeito português – as pessoas estão sempre de costas voltadas umas contra as outras, não se unem para tirar proveito das coisas, não...

C. C. : Não trabalham em conjunto para atingir aquele objectivo...

M. F. : Isso mesmo. E no design acontecia a mesma coisa. Havia uma competição ente o CPD e o ICEP e o antigo núcleo de design do INII: o IPQ. E houve sempre assim umas coisas ... nunca houve a tal união de esforços. E depois, em relação a esses apoios comunitários, é preciso que se diga para as pessoas saberem...houve *n* empresas que se arruinaram porque estavam a contar com esse dinheiro. Fizeram o investimento e depois ficam à espera. Há um caso exemplificativo – do tempo do PEDIP do Mira Amaral – que é a Carvalho Araújo. Era uma empresa pequena que fazia mobiliário de escritório e com os apoios do PEDIP fizeram uma fábrica fantástica que funcionou durante um ou dois anos. O Carvalho Araújo ainda desenha para vários sítios, mas a fábrica eu acho que já nem existe.

Entrevista a Jorge Alves, Professor na ESBAL/FBAUL desde 1984.
[FBAUL, 12 /07/2011]

Carla Castanheta: O Concurso integrava várias etapas. Do ponto de vista da formação dos alunos qual/quais considera mais relevantes?

Jorge Alves: As etapas que inicialmente foram estabelecidas não sofreram grandes alterações. Começavam pela designação do designer e do mercado – isso era estabelecido pela Madalena, embora conversasse às vezes connosco – depois era feita uma reunião com os professores, com o júri – o júri era constituído por todos os professores cujos alunos participavam no concurso. Isso foi uma coisa que no tempo se foi alargando e no seu auge até escolas espanholas participaram. Estabelecidos estes preâmbulos era feita uma reunião com todos os participantes – já com os alunos e com professores das escolas, mesmo os que não faziam parte do júri – onde era explicitado e discutido o programa de trabalho. Os programas de trabalho, ao princípio, eram um bocado fechados, o que também tinha que ver com as capacidades do concurso, com os meios...mais limitados. Porque ao princípio só havia cerâmica, depois o vidro...era uma aproximação à indústria mais artesanal. Depois, à medida que o concurso se foi desenvolvendo foram-se envolvendo outros meios tecnológicos, proporcionados pelos diferentes centros de formação: o Cenfim, o Cencal, o Cevalor e por aí fora. À medida que o concurso foi crescendo foram-se acrescentando aquilo a que a Madalena chamava “as tecnologias”. Aliás, você vê que os próprios prémios eram atribuídos por tecnologias, separadamente. Obviamente, como você sabe – mas isto depois é mais para diante – por norma, um produto não envolve só com uma tecnologia, isso depois também implementou outra fase no concurso. E assim, o concurso abria de acordo com o programa pré-estabelecido com todos os intervenientes ...

C. C. : Então havia “inputs” dos dois lados, da parte dos designers e dos professores?

J. A. : Exactamente, eu lembro-me essencialmente de dois designers que foram muito marcantes, foram dois concursos muito marcantes, um do Isao Hosoe e outro do Tapio Viikari. Foram mais marcantes porque no estabelecimento do programa houve uma maior interacção entre eles e os professores que estavam no júri, e isto porquê? Porque estes também eram professores, além de profissionais. E aí, quer com um, quer com o

outro, é que começaram a abrir-se também novas possibilidades e uma requalificação daqueles primeiros anos em que as coisas eram um bocado lineares, um bocado contidas. Portanto, como eu estava a dizer, numa fase mais adiantada as escolas discutiam o programa e desenvolviam-no com os alunos. Depois havia uma pré-selecção – normalmente esta primeira fase era feita aqui na escola, no auditório. Seguia-se a fase de selecção... às tantas começaram a ser centenas de trabalhos – lembro-me de um que levou uns seis dias... - e os professores do júri não eram pagos, pagavam-nos com refeições e estadias – e era engraçado porque a Madalena, como tinha uma certa abertura no preço das refeições, andava a arranjar bons restaurantes...

C. C. : Era um bónus...

J. A. : Era um bónus. Portanto, esta segunda fase era feita nas Caldas, onde se expunham todos os trabalhos para depois serem comparados. Assim era feita a triagem em termos das colocações para os estágios, que eram a fase seguinte. Nós tentávamos sempre alargar o máximo possível as triagens, mesmo que, às vezes, soubéssemos que os trabalhos não iam ser seleccionados, porque um dos objectivos era permitir à escola um contacto com a realidade social e cultural do meio industrial. O concurso proporcionava isso de uma forma muito clara, até por várias razões. Porque até haver concurso, a escola (ESBAL) não tinha meios tecnológicos, as primeiras oficinas fui eu que as abri. Aliás, eu não sei se você ainda é do tempo de antes das oficinas, em que eu comprei umas ferramentas para fazer uns protótipos nas aulas... eram uns berbequins...

C. C. : Nós íamos às vezes para as oficinas de escultura...

J. A. : Sim? ... Portanto, uma das coisas que era benéfico aqui para a escola era proporcionar aos alunos meios quer de conhecimento quer de execução do ponto de vista tecnológico, e esses meios tecnológicos estavam perfeitamente enquadrados dentro dos objectivos: não era a tecnologia pela tecnologia, mas era uma tecnologia perfeitamente suportada naquilo que nós pretendíamos para os alunos – traçando um dos eixos fundamentais do discurso daquela altura – que são muito diferenciados dos de agora. Nós tínhamos outras perspectivas... acho que muitas delas se perderam agora com estas novas organizações de Bolonha, mas enfim...isso é outra história.

Após esta selecção os alunos iam para os centros de formação e, muito importante para nós, havia uma interacção muito grande entre a escola e os centros de formação porque os professores iam acompanhar os estágios, por vezes até faziam conferências nos

centros de formação e estes também proporcionavam conferências para os alunos. Estou-me a lembrar de uma conferência, muito interessante, que aconteceu a primeira vez que houve o concurso de plásticos. Foi no Cenfim da Marinha Grande, suponho que foi um dos filhos do Eng.º Henrique Neto que fez uma conferência sobre a estrutura molecular no processo de injeção dos plásticos, na qual explicou muito bem as relações de causa efeito no processo de aquecimento e arrefecimento da matéria durante a injeção no molde. Por outro lado, faziam-se experiências e ia-se às fábricas. Portanto, havia uma interacção extremamente benéfica do ponto de vista formativo. Formativo e informativo também, porque os próprios alunos, por si só, também acabavam por explorar campos a que não tinham acesso aqui na escola.

Feitos os protótipos, havia a fase de exposição dos mesmos, que normalmente era feita na Sociedade Nacional de Belas Artes (SNBA). Nesta o júri, composto não só pelos professores mas também por entidades como a FCG, atribuía os prémios. Quem presidia ao júri era sempre o designer convidado, o qual muitas vezes desempatava e às vezes até decidia ele próprio premiar um trabalho que não estava seleccionado. Depois havia uma fase final que era a fase de exposição dos trabalhos nos países de origem do designer e eventualmente alguns dos autores dos trabalhos premiados também eram contemplados com estágios com alguns destes designers. Mas isso era como um “bónus” de alguns designers, não fazia parte do concurso. Depois havia uma abertura do ICEP que tinha uma verba que permitia que ex-alunos premiados no concurso Jovem Designer fizessem estágios e houve bastantes aqui da escola que o fizeram. A Madalena normalmente contactava os professores aqui da escola e perguntava quem é que nós sugeríamos; um deles foi o João Cruz, outro, o Renato Bispo e mais alguns que não me recordo agora. E na fase final também era feito o catálogo.

C. C. : Que também passou a ser feito em resultado de um concurso aberto aos alunos...

J. A. : Sim, mas isso foi um bocado espontâneo ... quando o concurso começa a alargar, alargou-se também para o design de comunicação.

C. C. : Ao longo dos anos os programas propostos pelos designers convidados foram-se revelando mais ricos do ponto de vista conceptual. Considera que este aspecto é sobretudo reflexo da própria evolução do concurso e/ou da própria evolução do design?

J. A. : Sim, quando nós nos começámos a entender, digamos assim, parte a parte, começámos a aprofundar mais as coisas e esse aprofundamento também levou a uma maior qualificação. Portanto, no início as tecnologias eram entendidas como tecnologias e como aproximação às tecnologias e a uma experimentação dentro da tecnologia. A tecnologia era uma finalidade em si própria e, a certa altura, deixou de o ser e passou a ser um meio conceptual. Ora, esse meio conceptual e pedagógico, que é aquilo que representa uma oficina (laboratório) aqui dentro da escola, acabou por nos permitir dar um salto qualitativo bastante grande. Para mim, dos concursos todos, aquele que eu situo como o ponto mais alto foi o do Isao Hosoe ...

C. C. : *Qual dos dois?*

J. A. : O primeiro - o segundo não acompanhei porque estava com dispensa de serviço para fazer o Doutoramento. Aí atingiu-se, de facto, uma qualificação bastante grande. O tema dele era o design nómada – que é uma das teorias dele – em que ele fez a proposta para mobiliário de escritório e depois nós, em grupo, decidimos abrir a proposta do conceito de nomadismo a todas as tipologias, lembro-me perfeitamente dessa discussão. Nessa altura estava cá um professor, que já não está, que era o Prof. Filipe Alarcão que contribuiu para esta discussão.

Como qualquer processo de conhecimento, este foi um processo “bola de neve”, não é? Umás coisas influenciam as outras, e, à medida que nós íamos aprendendo com o concurso, o concurso também se ia enriquecendo com o que nós íamos aprendendo e vice-versa. E nós fomos sempre procurando encontrar novos caminhos, novas ideias, novas concepções, novas aberturas. O que é que nos interessava sobretudo aqui? Isso foi uma discussão interessante que eu tive com a Madalena a determinada altura. Ela dizia assim: *Pois, agora que tens as oficinas já não vais precisar do concurso...* ao que respondi: Não, o concurso é muito mais que as oficinas, abre-nos outras perspectivas e põe-nos horizontes muito mais longínquos...

C. C. : *Uma coisa não invalidava a outra...*

J. A. : Exacto, antes pelo contrário. E de facto, isso aconteceu, houve aqui uma altura em que não só os alunos que iam aos concursos beneficiavam, os próprios estágios, a interacção que a escola teve com a própria indústria através dos centros e de *algumas* empresas contribuiu para uma efectiva qualificação. Por outro lado, com as empresas a coisa funcionou sempre muito mal, de tal modo que, no fim, se acabou por retirar as

empresas do concurso. Porque patrões tinham, no sentido negativo, uma mentalidade de patrões, e chegavam lá e queriam que o concurso fosse aquilo que eles queriam que fosse. Há uma cultura industrial, que ainda hoje não está estabelecida, e aconteceu que às vezes no âmbito das visitas programadas do concurso deparava-mos nessas empresas com a produção de cópias de design ... Mas isto para dizer o quê? Que o próprio meio industrial também foi beneficiado com a interacção da escola nesse meio, ou seja, eles começaram a perceber um bocado melhor, pelo menos através dos centros de formação (ainda hoje temos amigos nesses centros de formação, por exemplo, o José Luís do Cencal), que passaram a constituir parte de um todo e que o todo é constituído não só pela soma dessas partes mas pela interacção dessas partes. E essa interacção que o concurso permitiu é que foi muito interessante. Eles aprenderam connosco e nós com eles. E sobretudo para os alunos isso era, era um “maná”.

C. C. : Do ponto de vista da resposta dos estudantes, considera que esta transformação se traduziu numa “maior riqueza” de projectos, ou, parece-lhe que as propostas dos estudantes não acompanharam este aprofundamento conceptual?

J. A. : Sim, sim. Como eu estava a dizer todo este processo era um processo de interacções, de muitas interacções... posso dizer que o Jovem Designer é um processo sistémico. O Jovem Designer dentro da escola e a relação da escola com o concurso acaba por ser um processo sistémico. Esse processo de diversas interacções – quer a nível social quer a nível cultural quer tecnológico – destas três frentes que se interagem acabou por se qualificar bastante muita coisa, não só as capacidades instaladas aqui na escola – que eram exíguas – mas também e sobretudo, e para mim essencialmente, a capacidade de levar muito mais longe a identidade e a construção da linguagem cultural dos alunos dentro do processo de design. Porque enquanto estávamos aqui fechados ela era limitada e quando a gente abre, isto deu um salto qualitativo muito grande, e não só na relação com a realidade nacional mas também com a realidade internacional porque nos permitiu contactos com os designers mais reconhecidos mundialmente – não só como designers mas como professores também – e com instituições de ensino do design internacionalmente reconhecidas.

As influências da internacionalização foram visíveis nos critérios de ensino, não apenas na qualificação do percurso dos próprios alunos mas dos próprios critérios e da própria

cultura de ensino. Eu lembro-me que fui convidado para fazer o pavilhão do ICEP em Londres quando foi da edição com o Peter Wheeler e pagaram-me em géneros, como sempre. Fomos alguns professores, entre os quais a Salette e os alunos premiados. Uma das coisas muito interessantes era que muitas vezes – nem sempre acontecia – nós íamos visitar as principais escolas de ensino do design. Nesse ano, fomos entre outras, à Ravensbourne e à Royal College. Éramos recebidos pelos responsáveis da área que nos faziam visitas guiadas às escolas onde nos eram explanados não só os currículos mas também os objectivos dentro desses currículos, o que também inevitavelmente trouxe aberturas aos professores que participavam ...e aos próprios alunos. Você imagina o que é entrar-se no Royal College e ver protótipos de carros feitos lá, entre outras coisas. Depois havia coisas mais importantes, como os laboratórios químicos. Lembro-me de ver um aluno a fazer experiências de tratamento superficial em dezenas de chapinhas de metal – eles tinham mais meios. De qualquer forma esse factor de abertura a uma internacionalização e o contacto com outras realidades foi muito importante.

C. C. : Nas edições mais recentes, houve a possibilidade dos alunos participarem em equipa. Tal correspondeu a uma particularidade dos programas e/ou da visão dos designers convidados ou foi uma solicitação dos professores atendendo à importância que este aspecto tem na profissão do designer?

J. A. : Sim, sim ...eu agora não me recordo, lembro-me de ter feito trabalhos em equipa, aliás, há alunos meus que receberam prémios em equipa ... Mas agora estou a recordar-me dos nomes... A determinada altura aqui na escola, com a saída da Salette e do Jorge Pacheco, fiquei só eu com o Jovem Designer. E eu integrava curricularmente o concurso como um trabalho dentro da disciplina de Projecto. Havia depois no 4º ano uns professores que não gostavam muito do concurso e eu acompanhava não só os meus alunos como outros de outros anos. E o que aconteceu – agora estou a lembrar-me disso – foi que a integração na estrutura curricular, por vezes obrigava a uma adaptação do concurso aos objectivos curriculares e pedagógicos – agora é que eu me estou a recordar, você estava a levantar a lebre mas eu não me estava a situar – e como era eu que os definia eles acabavam por se reflectir também no concurso. Porque se você vir nesse catálogo, se calhar as outras escolas não tinham equipas.

C. C. : Ao longo dos anos, ouviu vários comentários/análises feitas pelos alunos relativamente à experiência que tiveram neste concurso. Quais os aspectos que foram mais destacados? Há uma constância nesses aspectos ou com o passar do tempo houve alterações de pontos de vista?

J. A. : Havia sempre uma enorme expectativa, não só pelo enriquecimento interno dos alunos mas pela abertura a saídas profissionais. Os estágios eram currículo. Eu nunca ouvi nenhum aluno criticar o Jovem Designer... só alguns alunos que não eram seleccionados, mas isso aí faz parte de um concurso. E aí nunca haveria nada a dizer porque como o júri era tão alargado, tão alargado, era difícil haver qualquer coisa... Mas os alunos ainda no 2º ano já estavam aflitos por causa dos estágios que eram só no 3º, portanto, havia uma grande perspectiva relativamente aos estágios.

C. C. : Ron Arad fez questão de registar no catálogo de 2000 uma crítica ao modo como o Design era ensinado no nosso país, apelidando-o de anacrónico. Salientou a uniformidade no modo como os estudantes apresentavam as suas propostas, dando a percepção de que estavam a realizar um trabalho de casa, não parecendo motivados pelo processo de design. Refere que, quase sem excepção, começavam por apresentar um painel de pesquisa, que consistia num arranjo de imagens vagamente relacionadas com o assunto em análise e que raramente se via uma pesquisa rigorosa conducente a propostas de design que apelida de “fresh”. Um segundo painel continha esboços e um outro apresentava registos mais rigorosos do objecto. Ele afirma que estes aspectos estariam mais relacionados com o ensino, mas não eram conducentes a «cutting edge design», nem a «risk-taking experimentation». Salienta ainda que os estudantes que recorriam ao computador faziam-no como modo de apresentação, não o usavam como ferramenta de desenvolvimento/criação.

J. A. : Nós na altura não tínhamos meios...

C. C. : Termina afirmando que se esta dura crítica servisse para incrementar a ambição de estudantes e professores nas próximas edições, ou melhor ainda, para o resto da sua vida profissional, então este CJD teria sido um bom evento. Que comentário lhe merecem estas críticas?

J. A. : O Ron Arad era uma personagem, uma “big star”, não é? Em terra de cego quem tem olho é rei... Mas é uma personagem que também é limitada, porque esta crítica revela o desconhecimento total dos condicionalismos do nosso ensino. Aliás, o próprio Ron Arad – já agora que levanta a questão – na apresentação no auditório foi uma vergonha porque trouxe um “par”, mas que às tantas se zangaram porque o Ron Arad

não preparou nada, mandou o outro para o palco e, às tantas o outro perguntava o que é que ele queria que fizesse. É muito bom fazer críticas mas... essa sessão correu muito mal, foi das piores sessões de apresentação. Enquanto o Peter Wheeler ou o Tapio ou outros, se aproximavam de nós, o Ron Arad tinha uma posição distante, não tinha nada a ver com isto. Mas essas posições distantes também podem constituir para nós um factor positivo como desafio, porque temos de perceber, de fazer uma leitura destas diferentes atitudes. Obviamente que o programa do escadote, que ele apresentou, era um ótimo programa, porque sendo o escadote um objecto muito árido, obriga a um aprofundamento muito grande, a uma aproximação do objecto e da sua estrutura, das culturas de utilização muito mais alargado do que os objectos icónicos, como as cadeiras, lâmpadas e por aí fora. E o estruturar de um objecto e fechar aí, também é interessante... é tão interessante como abrir tudo como fizemos com o Isao. Mas este programa não foi discutido com os professores, não o integrámos do ponto de vista curricular. Ele chegou aqui e impôs. E os alunos deram a resposta. Mas não foi por isso que o concurso foi menos importante.

C. C. : Este aspecto relaciona-se com o facto de diferentes abordagens terem sido exploradas em diferentes edições. Quando fiz uma análise aos catálogos dividi as diferentes edições em três grupos, consoante a natureza da proposta: um primeiro onde se incluíam as propostas de concepção de produtos específicos dirigida a um sector/situação de mercado concreto (de 1986 a 1993), as baseadas num enquadramento conceptual sem definição do produto específico a desenvolver (de 1994 a 1998 e o ano de 2001) e as que proponham a concepção de um objecto (2000 e 2002, respectivamente o escadote e a porta).

J. A. : Exacto. Mas para mim, a morte foi com o programa da porta. As resultantes, se vir o catálogo, às tantas acabam por não ter grande coisa a ver com design... começa por adquirir linguagens simbólicas que são mais estruturantes das artes plásticas - isso também tem que ver um bocado com a realidade mundial do design. Com a destruição dos aparelhos produtivos, nós deixámos de ter os níveis de contratação que tínhamos até essa altura, as grandes empresas passam a centralizar o design dentro da sua especificidade interna, quebrou-se aqui uma linha de acesso quer às grandes empresas quer às pequenas e médias – que eram as que normalmente nos contratavam – e é também quando começam a aparecer os produtos únicos – você vê... o Pedro Silva Dias, toda essa gente começou na rua da Atalaia a fazer objectos únicos, porque também não

tinham grandes alternativas. E a resposta neste último concurso é transfigurada para esta realidade... há de facto uma nova configuração do mercado de trabalho e essa nova configuração e as respostas acabam por se reflectir no concurso... e mal. Os objectos acabam por ter um carácter mais simbólico, enquanto no design o que nos interessa são as culturas dos processos de utilização.

C. C. : A Madalena Figueiredo considera que os objectivos visados (“promover o contacto entre a Escola e a empresa e encorajar os estudantes de Design a desenvolver a sua carreira na indústria, sensibilizando-os para problemas específicos com que as empresas se debatem”) não foram atingidos, sublinhando o facto de poucos (talvez 2) dos designers participantes estarem a trabalhar na indústria. Partilha desta opinião?

J. A. : Não, não concordo. A Madalena foi sempre uma pessoa muito optimista, demasiado optimista e a realidade não se compadece com este tipo de análise, não é? E se tiverem dois já é muito bom na realidade de então, e aqui voltamos aos objectivos do concurso... a Madalena às vezes queria que os alunos passassem a produzir os objectos premiados no concurso. Ora, o objectivo de uma escola não é que os alunos produzam, é que os alunos investiguem e que, com esse processo de investigação, constituam todo um campo do saber que consolide, depois, uma actuação “à posteriori”, mas não é durante. Esse foi sempre um pólo de discussão – amigável claro – com a Madalena porque ela às vezes dizia: *Eles fazem coisas tão boas, porque é que não se produz?* Se calhar no panorama nacional não temos muito mais que esses dois designers a trabalhar na indústria.

C. C. : No quadro actual (sem uma vertente tão marcada pela produção industrial), e face a uma nova relação (mais abrangente) dos designers com as empresas que tipo de iniciativa é que poderia ter hoje o papel que o CJD teve?

J. A. : É muito complicado porque isso tem que ver com as reestruturações do curso, tem que ver com currículos, tem que ver com muita coisa e num momento de crise, paradoxalmente, poderia ser um elemento até enriquecedor, porque a leitura daquilo que é uma crise poderia eventualmente gerar novos tipos de respostas, em termos de design, para essa crise... mas não com esta estrutura curricular que temos, nem com as políticas de ensino a que fomos sujeitos.

Entrevista a Raul Cunha, Professor na FBAUL desde 1993.
[FBAUL, 19/07/2011]
[entrevista aberta]

Raul Cunha: A percepção que eu tenho do início Concurso é que resultou de uma vontade da Madalena Figueiredo que encontrou na Faculdade de Belas-Artes alguns interlocutores – a Prof^a. Salette Brandão e o Prof. Jorge Pacheco – que estavam colocados no 2º ano (ano ainda generalista do ponto de vista do design, com o design de comunicação e design de equipamento juntos) e no 3º ano (já dedicado apenas ao design de equipamento). Eu terei alguma propriedade para falar nisto porque fui uma espécie de cobaia do Jovem Designer juntamente com o Prof. José Viana e Prof. Ricardo Delgado. Aliás, temos ainda algumas fotografias que guardamos do primeiro Jovem Designer. Daqueles que são cá professores, nós os três fizemos a primeira edição, no 2º ano enquanto alunos da Prof^a Salette Brandão. Portanto foi um projecto que encontrou acolhimento... daquilo que eu percebi, a minha visão é uma visão por fora da gestão do concurso, de aluno.

Foi uma aventura e eu lembro-me o que na 1ª ou na 2ª edição houve a intenção de colocar mais uma escola a concurso, na altura estávamos em 85, 86 Quem é que se convidou? Convidou-se o IADE, na altura não havia mais nenhuma escola. Acho que o convite não foi bem acolhido e portanto as duas primeiras edições – as duas a que concorri – só tiveram a ESBAL a concorrer. O IADE concorreu muito mais tarde quando eu já era júri. Foi uma primeira iniciativa que correu muito bem, teve muitos alunos do 3º ano, pessoas que eu já não me recordo dos nomes porque não privava muito com elas, recordo-me daqueles dois porque eram próximos da minha turma. Foi uma aventura e entretanto depois de sermos seleccionados fizemos um estágio no Cencal.

A 2ª edição já foi uma edição mais alargada porque acho que a primeira foi feita no âmbito da turma do 2º ano – só havia uma – e da turma do 3º. Aliás nós concorremos imensos anos com esta modalidade que era uma coisa que as outras escolas achavam muito estranho. Quando o Concurso começou a alargar às outras escolas, a maior parte delas concorriam com os anos terminais e nós começávamos no 2º ano; não havia outra

escola que fizesse isso, é um pormenor interessante... houve algumas discussões sobre isso, houve algumas tentativas de colocar o concurso só para os anos terminais... Aliás, nós quando muito concorremos alguns anos com os 4ºs anos, mas os anos fortes eram o 2º e o 3º, o que não acontecia com a Faculdade de Arquitectura, não acontecia com a ESAD de Matosinhos, não acontecia com a maior parte das escolas; o 2º ano nunca concorria nas outras escolas.

Portanto, a 3ª edição já foi um ano que foi mais aberto no sentido de ter mais prémios, porque a 1ª confinou-se a um prémio final que foi dado em ex-equo a mim e ao Prof José Viana – ficámos em 1º e os outros todos em segundo. Depois, também porque não seríamos mais que 11 ou 12, decidiram que todos iriam a Madrid, como prémio final. Essa foi uma decisão acertada porque fomos todos ver a *Feira do Regalo* – lembro-me porque estava imenso frio. Foi interessante porque fizemos, quer na Ceramex, quer em Madrid, uma exposição das nossas peças. E aí já havia um modelo, que depois foi desenvolvido, que era convidar um designer estrangeiro, naquele caso era uma designer espanhola que estava mais ligada ao marketing e também à decoração – ela tinha uma visão muito comercial, e bem porque o design também tem uma parte comercial importante.

Na realidade, fazendo agora um *feedback*, era uma abertura muito grande. Nós tínhamos aqui um ensino que era um ensino muito interessante pois tínhamos a vantagem de ter, sobretudo no 2º e no 3º ano, duas pessoas que eram do universo anglo-saxónico, a formação deles era anglo-saxónica, portanto, tinham uma visão do design que cá não existia: a Profª Salette Brandão e o Prof. Jorge Pacheco. O Prof. Rogério Ribeiro tinha tido essa diligência de os convidar aos dois. Aliás, o J. Pacheco foi também professor do 1º ano, mas o ano mais forte dele era o 3º. A Profª S. Brandão tinha um grande conhecimento das técnicas de representação, de todas aquelas questões ligadas à forma de representar um produto, uma ideia e o Prof. Jorge Pacheco tinha um legado incrível que era o facto de ter tido uma experiência muito fecunda no atelier do Douglas Scott, em Inglaterra. O D. Scott antes trabalhou com o Raymond Lowey. Os norte americanos a determinada altura fundam sucursais dos seus *ateliers* em Londres e, aliás, o R. Lowey até tratou sempre um bocadinho mal, no seu livro, os designers ingleses – que achava pouco habilitados. Portanto, o Jorge Pacheco tinha um *background* técnico que não existia em Portugal. Aliás, e eu digo sempre isto, a nossa geração do ponto de vista

técnico deve muito ao Jorge Pacheco, foi ele que ensinou uma série de técnicas, tinha um conhecimento da indústria muito grande.

Por outro lado, também deve a outros, deve aquele elenco que ia do 1º ao 5º ano, com alguns cruzamentos pela pintura e pela escultura, que na altura até eram pessoas com um interesse muito grande, apesar de para nós, de design, o 1º ano ser um ano muito complicado, sobretudo para algumas pessoas que estavam muito vocacionadas para o design e em que uma parte da disciplina⁴⁸⁹ era também dedicada à pintura e à escultura. Eu tive a sorte de ter dois excelentes professores nessas duas áreas: a pintura, a Prof Isabel Sabino que conseguia compreender os vários universos, em escultura o Prof. Jorge Vieira. Em design tive o Jorge Pacheco. O que é facto é que o curso de Design de Equipamento tinha um elenco – entre o 2º e o 5º ano – de pessoas muito interessantes e ligadas ao design, entre as quais o Jorge Pacheco e a Salette Brandão que tinham uma experiência completamente diferente de todos os outros, uma experiência real de design adquirida, na altura, no país que era o centro do design: Inglaterra.

O primeiro concurso foi interessante desse ponto de vista porque foi uma espécie de um concurso muito familiar ... não quer dizer que não tenha havido outros, possivelmente aqueles em que concorreu também foram ...

Carla Castanheta: Pois, eu acho que para cada grupo a experiência era sensivelmente a mesma...

R. C. : Isso também é o que eu acho. Eu acho que aquele concurso foi uma coisa incrível. Como lhe disse, acompanhei-o desde a 1ª edição, como aluno, até à última, como júri. O CJD foi uma coisa incrível, a que estive sempre muito ligado, por um lado, porque me apercebi que havia ali um pioneirismo incrível e uma vontade imensa da parte de pessoas como o Jorge Pacheco, a Salette Brandão e a Madalena Figueiredo. A Madalena foi a pessoa que conseguiu fazer com que este concurso existisse. A Madalena também tem um passado especial: formou-se em Itália, e, tal como os outros, queria ser designer. Eles fizeram um esforço de ir para fora para fazer a formação... e na altura tiveram a sorte de haver uma FCG, ainda com poços de petróleo, que podia ajudar - agora já é mais difícil. Eu também ainda usufruí dessas vantagens... mas o que é facto é que eram pessoas muito vocacionadas para o design e esclarecidas sobre o que

⁴⁸⁹ Introdução às Artes Plásticas e Design.

era o design. Isso na altura era uma grande modernidade, era uma lufada de ar fresco. E tiveram essas missões quase sociais de evangelização do design e de dedicação à causa e fizeram muito bem porque essa foi seguramente uma das razões que fez com que o design tivesse a dimensão que tem hoje em Portugal, sem dúvida... e até em meios internacionais. E depois houve um esforço sempre incrível da parte da Madalena, sem dúvida dentro das possibilidades que tinha, porque tinha que gerir orçamentos e trazia sempre designers que eram pessoas com percursos excelentes, designers emblemáticos e era a possibilidade de nós contactarmos com alguém, porque não era fácil viajar ou ter contactos com designers. O concurso baseou-se sempre muito nisso. Foi por isso que se manteve a ideia inicial, apesar de terem existido várias reuniões no sentido de se mudar aquele modelo que era um modelo de mercado. A determinada altura, isso não fazia muito sentido, mas nas primeiras edições fazia porque o design funcionava assim... as chamadas indústrias de *tableware* funcionavam assim. Vinha um designer desse mercado falar sobre esse mercado e isso era um exercício interessante do ponto de vista projectual mas também do conhecimento de novas culturas e de aculturações porque desenhar para a Suécia implica conhecer o que são os suecos... e essa ginástica era um exercício interessante do ponto de vista da cultura material e também da antropologia. Apesar de ser um modelo que a determinada altura deixou de fazer sentido, esse modelo ainda podia ser implementado sofrendo alguma metodologia que o fosse inflectir, mesmo assim era possível.... Aliás, no design tudo é possível, eu acho que nós sabemos sempre dar a volta aos textos e resolver os problemas de forma airosa, portanto, não era por aí. Mas foi muito interessante e foi uma luta. A Madalena Figueiredo tem uma... agora estando aqui e prestando homenagem a algumas das pessoas que foram importantes para a minha geração, que foram importantes para mim, a Madalena Figueiredo é outra dessas pessoas. Fez um esforço incrível dentro do ICEP para que o concurso continuasse.

O Concurso era muito importante porquê? Porque as escolas que não tinham recursos, não tinham contactos... com certeza o concurso começou por aí, eu não sei quais foram as conversas que eles tiveram mas a minha percepção será essa... de a Madalena ter falado com alguns professores e achar que as escolas não tinham possibilidades... e os professores sentirem-se um bocadinho inoperantes de poderem dar aos alunos uma formação vocacional mais perto do que era a realidade do design que a escola não podia

oferecer e o concurso colmatava essa lacuna. Permitia que os alunos chegassem à indústria, chegassem aos contextos das indústrias, de mercado, de gestão, de marketing... Eu lembro-me que no 2º ano a Madalena Figueiredo fez questão de pedir a alguém do ICEP habilitado para isso para nos fazer uma formação em marketing e durante uma semana fizemos um curso. Portanto, era uma coisa a sério e as pessoas estavam envolvidas nisso. Eu acho que na realidade o Concurso Jovem Designer teve uma importância enorme, não só na história do curso na FBA, apesar de ter começado por aí, mas também no design na sua totalidade eu acho que é um fenómeno importantíssimo.

E agora voltando um bocadinho à nossa conversa relativamente aquilo que nos distingue – e agora isto ultrapassa um bocadinho o âmbito deste contexto mas é importante dizê-lo – eu acho que aquilo que distingue a FBA, em termos de formação, das outras formações é precisamente isso, é ter tido sempre uma formação muito próxima da realidade profissional. A FBA tem professores e tem programas académicos que aproximam os alunos da profissão, ao contrário das outras unidades orgânicas das outras faculdades/instituições de ensino. E isto advém muito também dessa circunstância que marcou muito aquilo que foi o curso de design da Faculdade. Porque repare, eu já não me lembro, mas foram quantas edições?

C. C. : 16 edições...

R. C. : São 16 anos, se formos contabilizar – e a Carla seguramente vai fazer essas contabilidades, de quantas pessoas é que passaram, entre alunos entre professores – num universo como o do design, que é pequeno, e é tanto mais pequeno quanto mais andarmos para trás, o Concurso envolve praticamente todos os protagonistas em termos de design, portanto, o Concurso teve uma importância incrível, não é? E isso deve-se muito à Madalena, seguramente, que teve que fazer muitos esforços. Aliás, eu lembro-me de assistir – e isto é uma informação importante que a maior parte das pessoas não tem – na penúltima edição, numa altura em que já se anunciavam mudanças na Direcção do ICEP, o CJD ia deixar de existir pelo facto do ICEP já se estar a divorciar um bocadinho daquela relação com o mercado, de publicitar e promover as indústrias portuguesas... já estava a seguir um bocadinho aquilo em que agora se tornou: uma espécie de “*embaixadores com punhos de renda*”. E eu lembro-me de assistir a uma reunião onde também estava presente o Daciano Costa, em representação da Fac. de

Arquitectura – que sempre se opôs terminantemente ao Concurso, nunca assistiu ao concurso, porque era difícil assumir um Concurso que já tinha um protagonismo muito grande da nossa parte, apesar das outras escolas todas o terem assumido – , o Prof. J. Pacheco, que já tinha “migrado” para a Fac. de Arquitectura, o Prof. Paulo Parra e o Prof. Jorge Alves. Foi uma reunião muito curiosa porque ia-se discutir o futuro do CJD, e nós (o Paulo Parra e eu), como tínhamos o testemunho de ter sido participantes e depois ter sido júri, tínhamos algumas mais-valias do que aqueles que tinham sido só uma visão exterior, que tinham sido júris mas que não tinham participado e não tinham percebido possivelmente – ou cabia-nos a nós dizer isso, por termos estado presentes – a importância que o concurso tinha tido para nós. E nós fizemos o nosso discurso e o que é certo é que o concurso continuou por mais duas edições, já com muitas reduções em termos de orçamento. Nós não sabíamos isso mas adivinhávamos, e depois o Concurso acabou. Acabou numa edição em que comecei a ser júri, não pela FBA mas pela FLAD – a Fundação dava um prémio e eu representava-a. Aliás, eu representei sempre a FLAD. Portanto, eu comecei a ser júri antes de ser aqui Professor, eu comecei aqui a leccionar em 93, portanto comecei a ser júri em 92.

C. C. : O Concurso acontece numa fase de “arranque” do design em Portugal e é um promotor da própria cultura do design. Até que ponto os “inputs” introduzidos pelos designers convidados, através das suas experiências e contribuições teóricas, permitem estabelecer uma ligação entre o que se fazia em termos globais no design nas décadas de 80 e 90 e o que aconteceu no concurso?

R. C. : Eu acho que é um bocadinho difícil estabelecer uma relação assim tão avulsa. Eu acho que o concurso foi importantíssimo porque fez parte da formação das pessoas que depois vieram a fazer design em Portugal. Portanto, foi um elemento central na formação, como se fosse um ano nessa mesma faculdade. A mais-valia que o concurso trouxe foi precisamente essa, de contactos com realidades que os alunos não conheciam. Por exemplo, na segunda edição nós fomos à Silampos, que era na altura uma indústria não direi de vanguarda – os alemães controlam o aço inox – mas era muito pujante. Foi uma realidade que nós conhecíamos por completo. Agora se existe relação disso com o que se produziu em Portugal? Existe na medida em que o concurso contribuiu para a formação das pessoas e fez com que as pessoas pudessem ser designers mais plurais do que teriam sido. Agora acho que o design português tem uma grande virtude –

constituiu-se enquanto design português, não foi influenciado por nenhuma circunstância exterior tem uma história muito pessoal, aliás possivelmente por os designers serem pessoas muito adversas à cópia ou à interpretação de modelos já impostos, não é? E por serem criativos, por terem conseguido encontrar ali um nicho que se identifica com Portugal, com o contexto português, com os materiais mais ou menos nacionais, com a nossa idiossincrasia e... Agora não se pode formar um designer sem ter uma dimensão cultural e, nessa medida, o concurso foi um contributo essencial eu diria um pouco mais de um ano pois permitia o conhecimento de indústrias, do exterior em relação ao design, foi uma espécie de uma janela que se abriu pois era impossível para alguém que estava aqui a frequentar o curso ter o conhecimento e ter a mais-valia que teve sem o concurso ...

C. C. : A minha ideia era mais centrada no facto de os conteúdos abordados pelos designers serem reflexo de questões globais do design que então se destacavam, vemos por exemplo a preocupação ambiental a surgir de modo mais reforçado em certas edições...

R. C. : Sim, isso é verdade, mas o design sempre se balizou por essas questões... as questões que são motoras de projectos são questões globais, não são questões nacionais. Agora dentro dessas questões globais há formas diferentes de fazer cada uma das situações. Falando agora do design português... é evidente que muitos dos projectos que foram feitos para o Jovem Designer e que se tornaram protótipos foram apresentados – estou a falar da minha geração – em várias exposições que apresentavam o design português mas já também aí a dimensão da forma como se concluía para o concurso já tinha também esse *input*, que era o facto de concorrer indo de encontro a um programa que podia ser mais generalista, mais envolvente em termos de conceitos do design, de premissas ou de axiomas do design – como quiser chamar – mas tendo em conta uma realidade que era a nacional. E isso era uma das questões muito importantes que o Prof. Jorge Pacheco balizava muito bem pois tinha um conhecimento grande da indústria portuguesa. Aliás, nos primeiros anos até era muito criticado as coisas que podiam ser perfeitamente absurdas e que não tinham uma realidade industrial. Portanto, a realidade industrial, a capacidade de produção era talvez a primeira grande premissa que os objectos tinham que ter e isso era de certa forma gerido pelos professores. E isso talvez tenha feito com que os objectos que se construíram tivessem a ver com a realidade nacional, talvez mais para a frente isso não tivesse acontecido porque o universo foi outro. Mas eu acho que o grande legado que o concurso tem é o ter sido um elemento

central na formação dos designers portugueses e isso é mais importante que qualquer outra coisa. Talvez os designers portugueses não tivessem chegado onde chegaram, bem ou mal, ou chegaram mais ou menos, mas não tinham chegado da mesma maneira que chegaram se o concurso não tivesse existido.

C. C. : Ron Arad fez questão de registar no catálogo de 2000 uma crítica ao modo como o Design era ensinado no nosso país, apelidando-o de anacrónico. Começou por salientar a uniformidade no modo como os estudantes apresentavam as suas propostas nas diferentes etapas, dando a percepção de que estavam a realizar um trabalho de casa, não parecendo motivados pelo processo de design.

R. C. : Bom, é estranho o Ron Arad dizer isso porque ele não é um designer. Ele é um escultor e é um homem que vem de uma formação muito enviesada em termos de design... isso para mim são vantagens. O Ron Arad começou por ser uma “star” pelo facto de algumas editoras milanesas o terem promovido...e isso também foi curioso porque criou grande celeuma em Itália – eu lembro-me de uma vez ir a Milão e haver cartazes que diziam qualquer coisa como *Kill Ron Arad*, coisas pouco abonáveis para o Ron Arad. E depois ele é israelita, tem uma cultura possivelmente completamente diferente da nossa... e nós tendíamos nessa altura para uma cultura dos países do norte da Europa, para uma certa uniformização e algum cuidado na forma como apresentávamos e ele é um escultor, sem metodologia do design, ele chegou ao design por outra via – não quer dizer que não possa fazer design, não estou a dizer isso. Percebo porque é que ele tenha criticado isso, porque ele seguramente não tem essa metodologia. Ele faz um objecto com as mãos, não pensa o objecto, pelo menos na altura continuava a fazer os objectos como se fosse um escultor. E o que é que ele diz mais?... já agora estou curioso... É que isso eu não li...

C. C. : Refere que, quase sem excepção, os alunos começavam por apresentar um painel de pesquisa, que consistia num arranjo de imagens vagamente relacionadas com o assunto em questão. Raramente se via uma pesquisa rigorosa conducente a conclusões de design que apelida de “fresh”. Um segundo painel continha esboços e um outro apresentava registos mais rigorosos do objecto. Ele afirma que estes aspectos estariam mais relacionados com o ensino, mas não eram conducentes a «cutting edge design, nem a “risk-taking experimentation». Salienta ainda que os estudantes que recorriam ao computador faziam-no como modo de apresentação, não o usavam como ferramenta de desenvolvimento/criação.

R. C. : Esta segunda parte já faz mais sentido, tem a ver um bocadinho com a forma dele projectar porque ele projecta muito segundo o modelo de experimentação, do fazer – isso é verdade. Ele possivelmente pensava que ao ter sido convidado como designer do Concurso toda agente iria usar o seu método – o ir fazer à maneira de. O Ron Arad é uma figura com uma personalidade muito forte e possivelmente queria que toda agente fizesse as coisas como ele faz. Aliás, nesse concurso houve uma coisa curiosíssima: quem era assistente do Ron Arad no Royal College nessa altura era o Roberto Feo, que faz parte do grupo criativo espanhol *El Ultimo Grito* – que é constituído por ele e pela namorada, penso eu – que fora estudar para Inglaterra e como ele era o assistente dele ele trouxe-o. E foi muito mais interessante e importante a postura do Roberto Feo no concurso do que o Ron Arad... que é um escultor, com as posturas de um artista e aí com um lado um bocadinho pejorativo de alguém que tem uma cultura muito própria mas também pouco acessível a outro tipo de culturas... e também provinciano, porque eu acho que o Ron Arad achou que isto era uma província e por isso teve uma atitude e um discurso provinciano, aliás, o texto descreve precisamente isso.

C. C. : *Em relação ao que se alcançou com o concurso, a Madalena Figueiredo tem uma visão muito pessimista tendo em conta os objectivos com que o concurso foi criado – ela baseia-se no número de alunos que foi trabalhar para a indústria...*

R. C. : Pois esse era o universo deles, mas esses universos objectivos eram muito ambiciosos. Para já, difundir o design, isso eles conseguiram plenamente, não é? Depois possivelmente seria esse – criar empregabilidade para os designers. Eu comecei a trabalhar em design por via do Concurso Jovem Designer, pelo facto de ter feito o estágio, de ter ido para o Cencal; na altura, no Cencal, estava um jovem que era técnico da fábrica de loiça de Sacavém que conseguiu contactar com a Direcção da fábrica e a partir daí eu comecei a trabalhar durante quatro ou cinco anos para essa fábrica. Esta é uma questão interessante e esse possivelmente era o fito do concurso, aquilo que moveu as pessoas para o fazerem, mas o que é facto é que a mais-valia que o concurso trouxe não foi essa e eu acho que mais importante do que essa foi: primeiro, dinamizar o design – essa é importantíssima – e depois de ter servido como uma janela – como eu disse há pouco – de ligação ao exterior e como um elemento de formação central para os designers. Como disse, se não existisse o concurso o design português seria diferente, os alunos das primeiras gerações de designers – estamos a falar da década de 80, nós aqui

começamos o design mais cedo, em 74 – teriam sido diferentes. Esse foi o legado mais importante do concurso e ultrapassou essa estatística de ver quantos ficaram efectivamente empregados. Os que ficaram empregados ficaram com maior conhecimento e mais ricos, isso foi importantíssimo...

C. C. : Pois, o objectivo era fundamentalmente um, mas embora não concretizando aquele, outros adjacentes foram atingidos...

R. C. : Exactamente, essa importância que o concurso teve enquanto formação exterior, enquanto a relação e o contacto que as pessoas tiveram com designers estrangeiros de universos diferentes, seguramente foi mais importante que essa questão da empregabilidade.

Entrevista a Salette Brandão, Professora na ESBAL/FBAUL entre 1976 e 1993 e na FAL desde 1993.

[B2, Atelier de Design, 18/06/2012]

Carla Castanheta: O Concurso integrava várias etapas. Do ponto de vista da formação dos alunos qual/quais considera mais relevantes?

Salette Brandão: Eu acho – eu sempre achei – que as grandes sessões de aprendizagem eram as de apresentação e selecção, nas quais os alunos apresentavam e submetiam as suas ideias ao júri. Às vezes até havia coisas não viáveis...e, em alguns casos, era acrescentado um outro desafio ao aluno, pois era-lhe pedido para dar a volta ao projecto de modo a ser exequível, no estágio. A crítica do projecto é muito importante. Aliás, mesmo na faculdade como professora, eu desenvolvo isso. É preciso saber apresentar e ser-se sucinto. Às vezes, quando se tem muitas ideias, estas acabam por ficar enroladas umas nas outras e não se revelam tão fortes como uma boa ideia, “bem agarrada”. E é isso que faz a diferença. É claro que não é possível ensinar tudo...veja o gosto...

C.C. : Enquanto docente na Faculdade de Arquitectura de Lisboa nem sempre o CJD fez parte dos projectos propostos aos alunos, ao contrário do que sucedeu quando leccionou nas Belas-Artes. A que se deve esta diferença?

S. B. : A adaptação ao Professor Daciano, coordenador do curso de design – uma pessoa um bocado difícil – foi algo trabalhosa. Ele fez a recomendação expressa da não integração do concurso no currículo académico, os alunos poderiam participar em qualquer concurso extra curricularmente; as coordenadas eram aquelas e eu tinha que as respeitar; ele não concebia que estivéssemos a desenvolver os programas, se estivéssemos, simultaneamente, a lançar outros projectos para os alunos. Portanto... Depois ele até foi ver a “exposição do escadote” na SNBA e gostou dos resultados que não eram dos nossos alunos. Mas a verdade é que nunca deixou incluir os concursos nos currículos dos cursos. Portanto, ou bem que a própria escola, e a coordenação do curso, está empenhada na participação ou é difícil integrar estas iniciativas, como foi o caso. Também é verdade que nós lá temos outro modo de trabalhar, até porque temos oficinas muito boas – pelas quais eu sou responsável – e que foram desenhadas pelo Jorge

Pacheco. Temos cinco rodas de oleiro, dois fornos de cerâmica, bancadas e máquinas de marcenaria e serralharia, etc., que permitem que os alunos construam modelos. Por vezes, utilizamos os desperdícios de fábricas e, a partir daí, propomos um projecto específico para os alunos desenvolverem. Isto permite explorar a tal parte experimental, que nunca conseguimos fazer nas Belas-Artes.

No fundo, isto também tinha a ver com a nossa formação base – a que tínhamos adquirido em Londres. Portanto. Quando saímos das Belas-Artes nós mudámos para melhor, pois lá não conseguíamos ter este tipo de abordagem a não ser através do Concurso Jovem Designer. Portanto, aquilo que o CJD possibilitava aos alunos, pelo menos, durante 15 dias, 3 semanas, de certo modo é proporcionado agora aos meus alunos na Faculdade – claro que não são os meios do Cencal... mas, por acaso, temos um técnico de madeiras, um de cerâmica e um de metais, todos excelentes profissionais, bem formados. Claro que as nossas oficinas comparadas com as de Ravensbourne, que visitámos no âmbito do CJD, não são nada...

C. C. : Um dos aspectos referidos por alguns professores reside na originalidade desta iniciativa. O Prof. Jorge Pacheco, por exemplo, considerou que este concurso «serviu de exemplo a outras escolas de outros países que entretanto promoveram exercícios semelhantes». Tem alguma informação concreta relativamente a este aspecto?

S. B. : Quanto a isso não sei...Sei é que uma das coisas que a Madalena procurava, era trazer designers que fossem simultaneamente professores. Houve um ano em que veio o James Kirkwood, que era um grande especialista em cerâmica. Foi a pessoa que me explicou, de modo preciso, como desenhar um bico para um bule – o bico tem sempre de estar virado para fora, tem de ter sempre um jeito para fora. O japonês, o Isao, também era professor e era mais pedagógico. Mas houve muitos que não eram professores...por exemplo, o Pozzi... e, de facto, estes italianos eram especiais... ainda hoje tem um site impecável, conhece?

C. C. : Sim, sim consultei-o para o trabalho.

S. B. : Continua a “mexer”, mas como artista. E, no primeiro ano tivemos uma espanhola que não era designer, era decoradora. Nesse ano fomos à *Regalo Fama*, que não era nada de especial... tinha umas velas, umas coisas de decoração. E fomos todos! Por acaso, foi engraçado, porque preço de levar quatro pessoas de avião era o mesmo

que levar todos de camionete. E em vez de ficarmos num hotel de quatro estrelas ficámos num de três.

Depois houve também uma sueca, era um design mais ligado com o artesanato – acho que ela tinha um atelier no centro histórico e desenhava umas canecas e coisas assim. Por outro lado, a rainha tinha-lhe pedido para desenhar uma baixela, e no fundo, o que fez foi o desenho de aplicação da coroa da rainha, uma decoração sóbria, para uns pratos de porcelana, tudo super requintado. Isso é o que eu me lembro dela. Ela era assim: tinha um lado artesanal e depois tinha feito uns produtos industriais.

Também veio o Tassilo, que não era professor. É engraçado porque ele e o meu marido tiveram umas conversas do género: “quanto é que levas por fazer este tipo de trabalho?” Claro que os preços do Tassilo não se comparavam aos nossos... mesmo os custos do atelier dele eram muito maiores, o que era natural pois estamos a falar da Alemanha. Lembra-se disto (Prof^a Salette mostra uma imagem do Termos *Achat*⁴⁹⁰, concebido pelo designer alemão, em 1986, para a Alfi)? Isto era caríssimo, ainda hoje custa 150 ou 120 euros... quem é que dá 120 euros por uma garrafa de termos se a gente vai ali ao chinês e compra uma que faz o mesmo efeito e que custa 4 ou 5 euros...eu sei que isto é o “rolls-royce das garrafas de termos”. Eu pensei várias vezes em comprar uma destas mas depois acabo sempre por desistir, por causa do preço. Isto era só uma curiosidade a propósito do trabalho do Tassilo...

O Ron Arad também é uma pessoa interessante, tem uma formação sólida, e agarrou bem as suas ideias. Na altura, já tinha bastante fama, era um tipo com uma certa cotação, estavam-lhe a adjudicar umas obras de arquitectura em Londres, nomeadamente, umas torres à beira do Tamisa. Ou seja, tinha passado de uma lojinha em Covent Garden, com umas estantes e não sei quê, para umas obras em Londres e também a trabalhar para a Alessi. Tinha já um atelier com vários designers a trabalhar para ele e depois, além disso, ainda tinha convite para vir a Portugal... Está claro, o ICEP pagava bem, ficava bem instalado. Fez uma boa conferência, mas depois a participação dele - ele é capaz de ter provocado um bocado os alunos e não sei quê – no júri e no estar aqui com os portugueses foi sempre com uma certa pose...um bocado arrogante.

⁴⁹⁰ Galardoado, em 2002, com o prémio Busse Longlife Award (destinado a produtos que mantêm o seu valor de mercado durante muitos anos).

C. C. : *Curiosamente ele foi o único designer convidado que deixou registada no catálogo uma forte crítica a alguns aspectos do ensino do design e do design no nosso país...*

S. B. : Disse mal, foi?

C. C.: *Fez uma crítica ao modo como o Design era ensinado no nosso país, apelidando-o de ligeiramente anacrónico. Salientou a grande uniformidade no modo como os estudantes apresentavam as suas propostas, dando a percepção de que estavam a realizar um trabalho de casa, não parecendo motivados pelo processo de design. Refere que, quase sem excepção, começavam por apresentar um painel de pesquisa, que consistia num arranjo de imagens vagamente relacionadas com o assunto em análise. Raramente se via uma pesquisa rigorosa conducente a conclusões/propostas de design (“fresh”).*

S. B. : Isso é muito verdade, nós sabemos que os alunos também se “contagiam”. Nós vemos que todos os anos há umas certas tendências e muitas vezes não conseguimos perceber qual foi o aluno que, de facto, decidiu fazer determinada proposta. Por exemplo, tenho aqui uns trabalhos dos meus alunos, cujo tema era o Design de uma Exposição de Design de Moda; e eu pedi um cartaz, um convite, um folheto e a sinalética – uma imagem visual. Ninguém lhes pediu pictogramas e eles começam a desenhá-los...e ninguém lhes pediu a aplicação para autocarros, mas houve um que o fez, até fotografando um autocarro...e toda a turma o fez...Quem foi o primeiro? Quem foi? E depois também há a questão das apresentações. Nós, professores, reconhecíamos quais eram os nossos estudantes – os meus, os do Professor Pacheco, do Professor Jorge Alves – pelo que os alunos colocavam nas suas apresentações.

C. C. : *A crítica refere ainda que um segundo painel continha esquissos e outro registos mais rigorosos do objecto. Ele afirma que estes aspectos estariam mais relacionados com o ensino, mas não eram conducentes a «cutting edge design, to risk-taking experimentation».*

S. B. : Também tem a ver com os nossos meios...

C.C. : *Salientou ainda que os poucos estudantes que recorriam ao computador usavam-no como modo de apresentação, não como ferramenta de desenvolvimento/criação. Termina afirmando que se esta dura crítica servisse para incrementar a ambição de estudantes e professores nas próximas edições, ou melhor ainda, para o resto da sua vida profissional, então este fora um bom evento.*

S. B. : Tem, sobretudo, a ver com os nossos meios, com outros meios teríamos outros resultados.

C.C. : *Quando fiz uma análise aos catálogos dividi as diferentes edições em três grupos, consoante a natureza da proposta: um primeiro onde se incluíam as propostas de concepção de produtos específicos dirigida a um sector/situação de mercado concreto (de 1986 a 1993), as baseadas num enquadramento conceptual sem definição do produto específico a desenvolver (de 1994 a 1998 e o ano de 2001) e as que proponham a concepção de um objecto (2000 e 2002, respectivamente o escadote e a porta).*

S. B. : Sim, relativamente às primeiras edições, eu ainda me recordo das especificações, por exemplo, as relativas aos diâmetros dos pratos para o mercado dos E.U.A., eram de 36 cm de diâmetro, enquanto em Portugal eram 28...claro que dependia se eram pratos com borda ou não. Estava, de facto, tudo definido. Depois, relativamente aos programas seguintes eu já não os acompanhei de forma sistemática, foi com muita dificuldade que acompanhei algumas edições, pois já estava na Faculdade de Arquitectura.

C. C. : *Ao longo dos anos os programas propostos pelos designers convidados foram-se revelando, de um modo geral, mais ricos do ponto de vista conceptual, nomeadamente com as contribuições de T. Yli- Viikari (O Tempo e a Memória, novos conceitos para a casa em 94 e O Café Milénio em 98) de I. Hosoe (o programa de 1995 tinha como tema: O Japão e a Mediterraneidade. Habitar o Trabalho Nómada). Considera que este aspecto será, sobretudo, reflexo da própria evolução do concurso e/ou da própria evolução do design?*

S. B. : Tem a ver com a evolução do design mas também com as experiências dos designers convidados.

C. C. : *Em 1992, o representante do Cencal afirmava no catálogo do CJD que “A apresentação dos protótipos realizados em 1990 e 1991 em Itália e na Alemanha tiveram uma receptividade invulgar, se bem que, para haver frutos se torna necessário haver uma resposta pronta e adequada da rectaguarda, ou seja, da indústria e dos organismos públicos de promoção dos produtos portugueses. Nesse domínio, as capacidades nacionais foram sempre reduzidas comparando-as com as dos outros países que lideram o campo do design...”. Não sendo um objectivo declarado do ICEP, a possibilidade de produção de alguns dos projectos, que está subjacente a esta perspectiva, foi várias vezes referida. Alguma vez se concretizou?*

S. B. : De facto, por vezes, éramos abordados para revelar os preços das peças/dos serviços, mas nós não tínhamos tabelas de preço nem nada. Mas houve uma galeria do Soho – a Galeria 91 – que foi a primeira que fez uma encomenda das peças da Ana Vasconcelos, de 89. Quem concretizou a encomenda foi o Manuel da Bernarda – que

era amigo da Madalena, e que, por acaso, também é muito meu amigo – que fundou as Cerâmicas S. Bernardo, que hoje são como um grande atelier de design de cerâmica, um “atelier vivo”. Por exemplo, há um ano atrás, ele teve lá uma série de artistas residentes a trabalhar. Ele é arquitecto de formação, mas, porque nasceu no meio da cerâmica, explorou muito esta vertente e, hoje, é quem mais sabe de faiança, particularmente de vidrados. Ele tem, de facto, acabamentos muito especiais, para além de, a nível formal revelar uma simplicidade que é enriquecida por esses tratamentos de superfície.

O próprio Manuel da Bernarda, que agora tem cerca de quarenta pessoas a trabalhar com ele, mas que na altura teria umas 160. Fornecia várias marcas internacionais – Habitat, Marks & Spencer, Debenhams, entre outras. Entretanto, apareceram a China e o Vietnam, e não sei como é que faziam... mas eles copiavam logo as peças que eram apresentadas nas feiras; abria uma feira em Paris, o Manuel abria o *stand* dele, e, no dia seguinte, aparecia a mesma peça nos stands chineses. E com preços mais acessíveis. Portanto, este tipo de situações acabou por ditar a insolvência da fábrica. Sem ficar a dever nada a ninguém, conseguiu dar a volta e reequacionar a questão da produção cerâmica.

Algumas pessoas, como o próprio filho mais novo, decidiram também ficar para tentar assegurar o futuro da empresa, mas noutros moldes. Agora, em vez das grandes quantidades daqueles “Kits” para casa de banho etc. – para as quais ele tinha graus de exigência muito altos, porque os clientes exigiam por exemplo cores de vidrados que correspondessem ao tom de certo têxtil para fazer parte de conjunto – a aposta é em quantidades mais pequenas, em peças maiores que obrigam a grande exigência técnica, área em que se tornara especialista. E, portanto ele acolheu sempre muito bem os designers e os artistas. Estou-me a lembrar de peças de João Cutileiro, do René Bertolo, das quais foram feitas poucos exemplares – 3 ou 4. Efectivamente, muitas das peças que faz são praticamente peças únicas... no fundo comparáveis a uma serigrafia de autor.

Voltando à questão do concurso, então o Manuel da Bernarda acabou por fabricar e exportar as tais peças da Ana... porque está a ver, isto são meios pequenos e todos nos conhecemos e também naquela altura a Madalena já o tinha ajudado, promovendo os designs da empresa no estrangeiro, ...Mas fazer pequenas séries é sempre complicado. Eu própria, a certa altura, tive contactos de alguns museus – o do Chiado, da Cerâmica -

que queriam 4 ou 5 peças das que desenhei e foram feitas na fábrica do Manuel. Mas, ele disse-me que não valia a pena falarmos de edições de menos de 500 exemplares, uma vez que é necessário fazer a madre e vários moldes. Isso, à partida, significava que eu tinha que arranjar um armazém, porque em termos de volume 500 peças implica muito espaço. E depois, acontece que o fazer preços para 10 ou para 500 é muito diferente. Eu, pessoalmente, até conseguia mandar fazer séries de 100 para por ex. duas peças... Depois era uma questão de tentar escoar, mas não arranjei maneira de editar apenas 100 ou 50 peças. Entende? É que é quase incomportável ter 500 peças, ou bem que se escoar ou então...

E nós estávamos à espera que com o CJD isso acontecesse – e uma das intenções do ICEP era essa – e também por causa disso, por não ter havido frutos nesse sentido, de não ter havido assim qualquer coisa que fosse um sucesso comercial... que houvesse alguém que pegasse numa das ideias e que a trabalhasse se necessário para a comercializar... Aliás, o Pozzi, além de ter herdado uma fábrica de faiança dos pais – que depois faliu e fechou – trabalhou para a Rosenthal, pois era um designer que sabia muito de cerâmica, e, mais tarde, alargou a sua intervenção para os plásticos etc. A mulher dele, tinha uma loja / armazém – do tamanho da Fnac do Chiado – de utilidades domésticas, produtos de muito bom design: vidros Baccarat, peças da Rosenthal, da Alessi, era tudo do melhor, italiano, alemão. Pozzi sabia muito bem o que se vendia, tinha a experiência da indústria e a do comércio. Inclusivamente quando fomos à Alemanha – não sei se lembra – foi quem nos indicou os *stands* a visitar, para não perdermos tempo, pois havia muita coisa que não interessava. As indicações dele foram preciosíssimas para vermos o que de melhor se fazia em termos de design. Aliás, estas viagens eram uns prémios muito bons porque permitiram visitar museus, exposições, escolas, ateliers, e tudo isso foi muito interessante.

O ICEP estava, de facto, à espera que houvesse um *feedback* de encomendas. Por exemplo, o único designer português – que eu conheço – que conseguiu cobrar direitos de autor foi o designer Eduardo Afonso Dias, que esteve também na Faculdade de Arquitectura. Um homem que trabalhou com o Daciano, com o Conceição e Silva e mais tarde fundou uma empresa chamada Uniteam onde desenhou cerâmicas, talheres, facas de cozinha, fez protótipos em fábricas e depois apresentava-os nas feiras, com

preços... e exportava. Era um atelier que fazia os projectos e que comercializava...logo, a facturação só passava através dele, pelo que retinha os direitos de autor. Fez muitos projectos como facas de cozinha na ICEL e exportou para vários mercados o escandinavo, o mercado americano... e depois funcionava mais ou menos assim: “Querem 5 mil para o final de Agosto?” “OK o preço está aprovado”. Não sei se havia algum dinheiro à cabeça ou não, com a encomenda. É verdade que havia algum risco ali, mas era um modo de funcionar, mas que deu o estoiro mais tarde. No princípio coincidiu com um período em que Portugal tinha que exportar para poder importar: só quem exportava é que tinha autorização para importar. Até abriu uma loja no Chiado, a Intério, lembra-se? E também abriram outras como nas Amoreiras... Claro que quando isto começou ainda não havia CEE, não havia livre circulação, havia alfândegas e coisas assim... Claro que hoje em dia ainda temos esses problemas com os Estados Unidos...

E porque é que era tão difícil? Porque é que eu nunca consegui vender os projectos? Não sei se conhece este meu conjunto de talheres. Foi feito para uma loja - que também tinha coisas de design italiano – por um homem que fazia facas corticeiras no Alentejo. Houve uma loja que me pediu para fazer um faqueiro e tínhamos de estampar – mas só a ferramenta de estampar custava uma fortuna – e as quantidades de uma loja de Lisboa não justificavam o investimento... Portanto, o que é que fizemos? Contratámos o homem, comprámos colheres e garfos na Benedita – por acaso era impressionante porque na altura ainda havia crianças a trabalhar – e a loja vendeu bastantes. Ele conseguia fazer cerca de 300 por mês e depois, com um sobrinho a ajudá-lo, mais do que duplicou a produção. Ele era o torneiro de uma família que vivia numa terra do Alentejo, chamada Azambuja, um irmão também fazia facas que se vendiam em feiras, mas com cabos mais toscos. Este senhor, Joaquim Franzina, tinha um torno feito de uma roda de bicicleta - conseguia fazer, a olho, os cabos todos iguais, isto era tudo feito à mão. Custava 350 escudos cada conjunto.

C. C. : Isso é de quando?

S. B. : Em 1976. O conjunto saiu numa revista italiana chamada *Abitare* e a seguir recebemos uma consulta para uma encomenda das lojas Habitat para 50 mil... Mas está a ver, com esta produção, nós não conseguíamos responder a esta solicitação. A própria madeira para ser torneada tem de ser do próprio ano, portanto, isso constituía uma limitação.

C. C. : Os objectivos do ICEP eram muito precisos. Relativamente a estes que leitura faz dos resultados atingidos?

S. B. : Sim, de facto, o ICEP tinha como objectivos a ligação da escola à indústria, promover o design no estrangeiro – isso é que nunca resultou – e também o promover encomendas à indústria portuguesa. Aquelas exposições todas no estrangeiro nunca deram frutos, e os estudantes estavam lá e mostravam os seus projectos, explicando que eram projectos de estudantes, mas que poderiam arranjar em Portugal quem os fabricasse...estava toda a gente instruída para dizer isso mesmo.

A Madalena fez o melhor que pode. Teve imenso jeito para seleccionar os designers e conseguiu pôr de pé imensas exposições – como funcionária do ICEP fez, por vezes exposições com muito pouco dinheiro – arranjou sempre soluções. Por acaso, num dos anos em que leccionei o 5º ano na FAUTL, convidei alguns profissionais para falarem da sua experiência profissional relacionada com o design de exposições e a Madalena levou os projectos que fizera para a montagem das exposições do CJD, salientando como o orçamento era uma grande condicionante na concepção das mesmas.

Temos que ver que esta era uma iniciativa muito cara... incluindo o transporte da exposição para o estrangeiro...e toda a logística envolvida. Também as despesas com o designer convidado que se deslocava, pelo menos, três vezes a Portugal: para apresentar o programa; para seleccionar os finalistas e para a escolha dos vencedores. Tudo isto envolvia um esforço da parte da Madalena para jogar com o orçamento do ICEP, que tinha de ser gerido entre várias iniciativas para além do CJD, como sejam exposições de produtos portugueses no estrangeiro.

A Madalena, fruto também de todas as iniciativas em que esteve envolvida, quer no ICEP, quer antes na APD, conhece todos os designers...e tem uma grande rede de amigos ... e alguns eram os grandes amigos dela, nomeadamente o António Sena da Silva. Antes de ser presidente do CPD, apesar de ser dono da Autosil, uma fábrica de baterias, era um homem que gostava de falar de design e arquitectura, e tinha sido professor e trabalhado com a Madalena na Praxis – um dos primeiros gabinetes de design. Aliás, a Madalena até foi estudar para Itália, a conselho do A. Sena da Silva. Penso que foi Sena da Silva, através dos seus contactos e conhecimentos, que conseguiu que o ICEP criasse o tal núcleo de design que Madalena veio a integrar. Antes disso, a

Madalena trabalhou no Turismo onde fazia campanhas de turismo para o Algarve, Madeira, etc... Foi à frente deste núcleo no ICEP que ela desenvolveu um importante trabalho de divulgação do design português, particularmente com o CJD.

Sei que Madalena se formou em Design em Novara. Como referi, que antes trabalhara com o Sena da Silva na Praxis, juntamente com Robin Fior e Tomás de Figueiredo, que era um homem extremamente lúcido e que tinha estado muitos anos preso pela PIDE. Madalena acompanhou Sena da Silva na montagem das 1ª e 2ª Exposições de Design na FIL, na altura com o núcleo do INII, onde trabalhava a Alda Rosa e a Cristina Reis.

Fomos nós, eu e o meu marido, que contactámos o Robin para vir para Portugal colaborar na Praxis, (que veio a ser o marido da Madalena). Nós estávamos em Londres e a Alda Rosa, do INII, telefonou-nos a dizer que precisava cá de alguém que fosse designer gráfico – que fosse de esquerda, anti-fascista – e que pudesse vir e acompanhar pessoas que trabalham na área do design. Contactámos um ex-professor do meu marido, Geoff White, que nos indicou o Robin Fior. Fomos conhecer, vimos uma projecção de slides com trabalho de altíssima qualidade, e foi na sequência disto que o Robin veio para Portugal (em 73), e por cá ficou.

C. C. : Que aspecto considera como o mais importante legado do CJD?

S. B. : Eu acho que foi a formação, a possibilidade de ligação com as empresas, de realização de protótipos – em rigor, de modelos. E, particularmente o Cencal, era, de facto, um sítio óptimo para se fazer a formação. Aliás, eu acho que não foi por acaso que nasceu uma licenciatura em design nas Caldas da Rainha. Por outro lado, pensando, por exemplo, nas universidades americanas, em que os alunos vão para lá e vivem nas residências, como vimos quando fomos ao Pratt Institute, podemos ver que o Cencal proporcionava uma *pequena* experiência deste tipo, durante cinco semanas. Proporcionava o tal convívio que é muito importante na altura em que se frequenta a faculdade – é nesta altura que se arranjam os amigos e se criam laços importantes.

Entrevista a Marco Sousa Santos, Professor na ESBAL/FBAUL desde 2002.
[entrevista respondida por escrito, 28/07/ 2011 e 28/09/2012]

Carla Castanheta: O Concurso integrava várias etapas. Do ponto de vista da formação dos alunos qual/quais considera mais relevantes?

Marco Sousa Santos: A da concretização dos protótipos e posterior apresentação pública, bem como o contacto com os designers convidados que introduziram novos pontos de vista que os professores por diversas razões não referiam.

Igualmente o trabalho de projecto e o respectivo confronto com os resultados práticos proporcionaram talvez a experiência mais importante para o amadurecimento dos estudantes e do seu percurso pré profissional.

C. C. : Ao longo dos anos os programas propostos pelos designers convidados foram-se revelando mais ricos do ponto de vista conceptual. Considera que este aspecto é exemplificativo da própria evolução do design ou ele corresponde sobretudo a uma reorientação por parte dos responsáveis?

M.S.S. : Acho que isso derivou da escolha dos designers a convidar e esse factor foi da responsabilidade da Madalena Figueiredo.

Desde sempre que existem várias correntes de design, umas mais orientados para a prática e a interdependência da matéria ou tecnologia usada, outras mais orientadas para um discurso dito “conceptual”. Todas elas são válidas e o concurso não melhorou por causa disso.

C. C. : Do ponto de vista da resposta dos estudantes, considera que esta transformação se traduziu numa “maior riqueza” de projectos, ou, parece-lhe que as propostas dos estudantes não acompanharam este aprofundamento conceptual?

M.S.S. : Sim, de certo modo um pensamento mais aprofundado sobre as razões e relações dos objectos produz resultados mais inovadores ou pelo menos mais estruturados na perspectiva da justificação do porquê daquela solução e não de outra.

C. C. : Ron Arad fez questão de registar no catálogo de 2000 uma crítica ao modo como o Design era ensinado no nosso país, apelidando-o de anacrónico. Salientou a uniformidade no modo como os estudantes apresentavam as suas propostas, dando a percepção de que estavam a realizar um trabalho de casa, não parecendo motivados pelo processo de design. Refere que, quase sem excepção, começavam por apresentar um painel de pesquisa, que consistia num arranjo de imagens vagamente relacionadas com o assunto em análise e que raramente se via uma pesquisa rigorosa conducente a propostas de design que classifica de “fresh”. Um segundo painel continha esquissos e um outro apresentava registos mais rigorosos do objecto. Ele afirma que estes aspectos estariam mais relacionados com o ensino, mas não eram conducentes a «cutting edge design», nem a «risk-taking experimentation». Salienta ainda que os estudantes que recorriam ao computador, faziam-no como modo de apresentação, não o usavam como ferramenta de desenvolvimento/criação. Termina afirmando que se esta dura crítica servisse para incrementar a ambição de estudantes e professores nas próximas edições, ou melhor ainda, para o resto da sua vida profissional, então aquele CJD teria sido um bom evento. Que comentário lhe merecem estas críticas?

M.S.S. : O Ron Arad é um artista e o seu percurso de design corresponde a uma atitude artística e não necessariamente metódica. O que ele encontrou em Portugal, ele encontra em todos os países europeus e provavelmente não só.

É uma crítica irrelevante na perspectiva criativa pois o que ele critica é sobretudo a abordagem da representação ou do domínio dos meios de representação, mas é ao mesmo tempo um constatar de que o ensino do design na academia não é abordado com irreverência e nisso tem toda a razão.

Nós sabemos e ele sabe também que os professores normalizam o método de ensino por uma questão de organização mas que sempre que um aluno demonstra irreverência, ela é apoiada e até fomentada.

Provavelmente o Ron teve azar na “fornada” como nós professores chamamos às turmas e ao seu trabalho durante o período anual.

C. C. : A Madalena Figueiredo considera que os objectivos visados (“promover o contacto entre a Escola e a empresa e encorajar os estudantes de Design a desenvolver a sua carreira na indústria, sensibilizando-os para problemas específicos com que as empresas se debatem”) não foram atingidos, sublinhando o facto de poucos (talvez 2) dos designers participantes estarem a trabalhar na indústria. Partilha desta opinião?

M.S.S. : Não, porque o facto de haver poucos “ex-jovens designers” empregados na indústria, não significa que o percurso proporcionado pelo mesmo não tenha produzido os efeitos desejados – lançar o designer na experiência produtiva, completando a aprendizagem projectual com essa mesma experiência.

Na verdade o que acontece nos anos seguintes á edição do Jovem Designer é que a nível mundial o paradigma do “design Industrial” alterou-se, e o designer Industrial já não é formado para estar na fábrica, ele é hoje um agente de informação e intérprete das práticas e vivências ou estilos de vida.

C. C. : No quadro actual, e face a uma nova relação (mais abrangente) dos designers com as empresas que tipo de iniciativa é que poderia ter hoje o papel que o CJD teve?

M.S.S. : Hoje o concurso teria de ser muito mais pragmático ao nível dos resultados. Mas isso também seria mais fácil hoje porque a agilidade com que hoje se produz permite fazer projectos mais complexos em menos tempo.

No entanto actualmente, “o concurso de Design” deixou de fazer sentido porque a comunicação e a proximidade entre “actores” é diferente, tal como as motivações de participação.

C. C. : Em 1999 o ICEP apoiou a Experimenta e decidiu não realizar o Concurso Jovem Designer, pois considerou que as duas iniciativas tinham acções comuns. Nesse ano foi integrada na Experimenta a exposição O Futuro é um Estado de Alma, comissariada por Vanni Pasca e Madalena Figueiredo, que pretendia um «confronto entre o passado e o possível futuro do CJD»⁴⁹¹. Que leitura faz dessa exposição enquanto iniciativa integrada no «primeiro grande evento realizado em Portugal dedicado à Cultura do Design»⁴⁹²?

M.M.S. : E desenhada por mim...

Esse é um evento chave numa perspectiva da “nova Cultura do Design em Portugal” que nessa altura se está a gerar, mas também no fim anunciado do programa.

⁴⁹¹ Cf. “Experimentadesign 99 Exposições,” Experimenta design, <http://www.experimentadesign.pt/1999/exdph.html>.

⁴⁹² Ibid.

A exposição tem esse nome porque ele explicita esse mesmo momento, onde o sentido metafórico da palavra “Futuro” é uma associação simbólica à imaterialidade e à incerteza.

Como director artístico da Experimenta Design, propus a associação do trabalho da Madalena Figueiredo ao trabalho de um proeminente historiador do Design (Italiano e não só), o Vanni Pasca, exactamente para que uma síntese e eventual legitimação do programa pudesse ser feita por um especialista internacional.

Igualmente o nome dado à Exposição serviu para o desenvolvimento de produtos novos a partir de antigos participantes no programa, tentando criar uma exposição em dois momentos, um sobre a história do programa (zona da exposição apresentada em expositores e iluminação indústrias que simbolizavam o “arquivo” ou o “Passado”) e outro sobre a possibilidade de que este tenha gerado nos seus participantes a maturidade face ao design.

Os novos produtos apresentados nessa outra zona da exposição foram desenvolvidos tendo como tema o “Futuro” a partir de alusões gráficas e fragmentadas do filme “Solaris” de Tarkovsky.

Universidade de Lisboa
Faculdade de Belas-Artes



Mestrado em Design de Equipamento
Estudos de Design

QUESTIONÁRIO
RELATIVO À PARTICIPAÇÃO NO
CONCURSO JOVEM DESIGNER

No âmbito de um estudo que, partindo de uma contextualização do Concurso Jovem Designer (promovido pelo ICEP), se debruça sobre alguns aspectos do design a nível nacional e internacional, pretende-se, com este breve questionário, proceder ao levantamento de dados que espelhem a visão dos participantes relativamente à natureza, desta iniciativa, a aspectos da sua concretização e ao impacto que ela teve/ possa ter tido nos posteriores percursos académico e profissional.

A amostra é constituída por um vencedor de cada uma das edições.

Todas as informações disponibilizadas serão apenas utilizadas no âmbito deste estudo.

Agradecemos, desde já, a sua colaboração.

Nome:

Estabelecimento de ensino superior frequentado à data do concurso:

Área(s) de experiência profissional:

Profissão actual:

QUESTIONÁRIO

Nas suas respostas quando usar a escala solicitada, considere o 1 como o *menos/pouco* e o 5 como o *mais/muito* (pode repetir valores na mesma resposta).

Nas restantes respostas use uma “X”.

1. Que importância atribui a cada um dos seguintes aspectos proporcionados pelo Concurso (utilize a escala de 1 a 5):

- Contribuição para a formação pedagógico-científica.
- Contribuição para um melhor conhecimento da realidade industrial nacional.
- Actualização de perspectivas relativamente a determinados conceitos inerentes à cultura do design apresentados pelos designers convidados.

2. Para além de um concurso, esta iniciativa constituiu simultaneamente um exercício pedagógico. Relativamente aos outros exercícios propostos ao longo da sua formação universitária/superior, no âmbito da prática de projecto, como classificaria o exercício apresentado pelo Concurso jovem Designer?

- Mais eficaz na exploração/consolidação de conteúdos.
- Igualmente eficaz.
- Menos eficaz.

3. Se respondeu “mais eficaz” na questão anterior, quais os aspectos que mais terão contribuído para que tal se verificasse (utilize a escala de 1 a 5):

- O facto de ser um exercício proposto no âmbito de um concurso, e, como tal, mais motivador.
- A possibilidade de construir os protótipos relativos ao projecto concebido.
- A possibilidade de apresentar as ideias a um “expert”.
- Outro(s). Qual/ quais:

4. Considera a sua experiência global no âmbito deste concurso como a mais enriquecedora do seu percurso universitário/superior no contexto da prática de projecto?

- Sim Não

5. Que valorização atribui às diferentes etapas do Concurso do ponto de vista da sua importância para a aprendizagem dos alunos (utilize a escala de 1 a 5):

- Apresentação do Briefing pelo designer convidado.
- Desenvolvimento do projecto.
- Visitas a fábricas e centros de formação.
- Apresentação do projecto por parte dos alunos.
- Estágio.
- Contacto com vários aspectos da cultura do design proporcionados pelas visitas realizadas no âmbito do prémio atribuído.

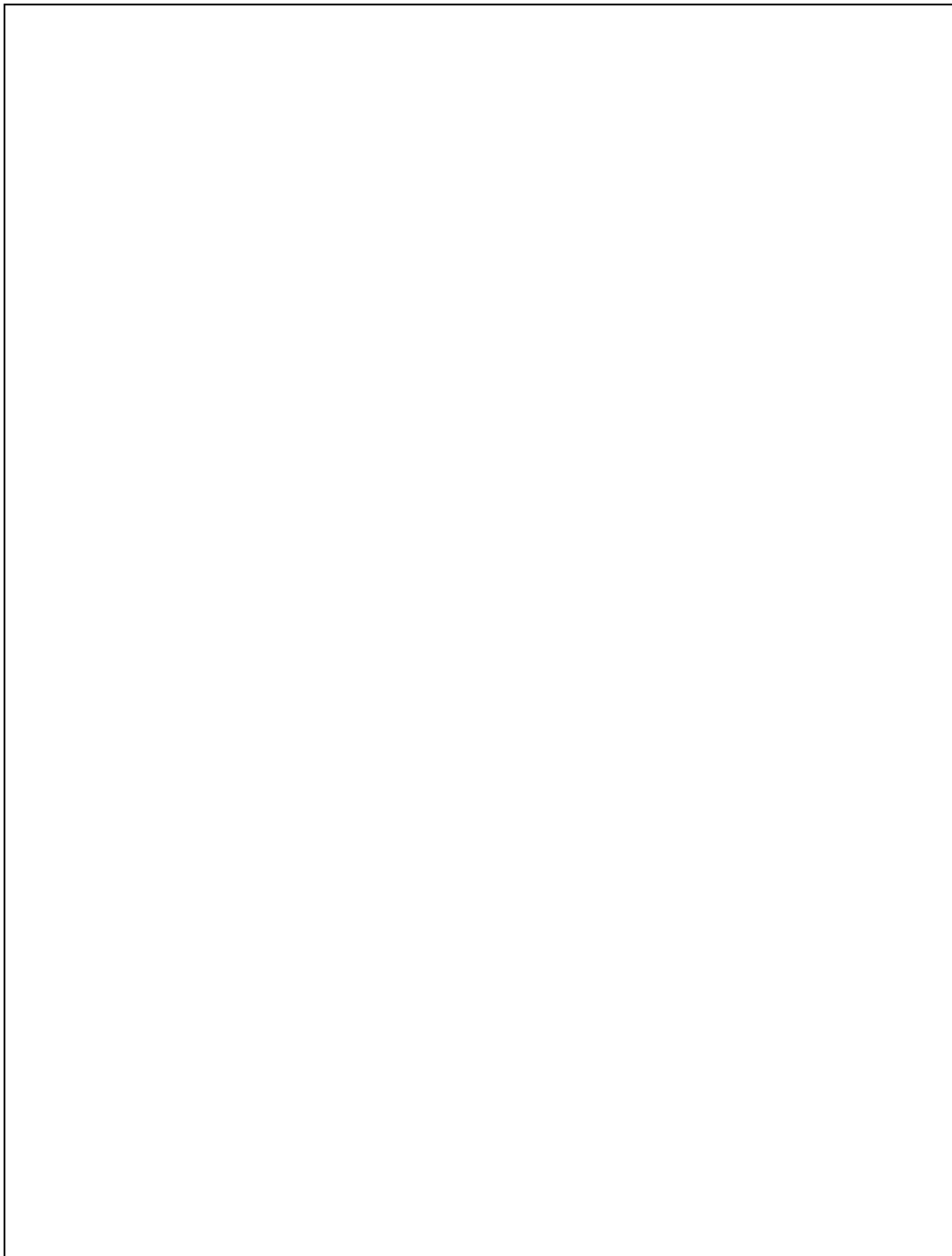
6. As experiências proporcionadas pelo concurso tiveram/têm impacto na sua vida profissional?

- Não
- Pouco
- Algum
- Muito

7. Na apresentação do briefing, o designer convidado debruçou-se sobre determinados conteúdos para enquadrar o programa proposto. No desenvolvimento do seu projecto que relevância atribuiu a esta componente?

- Nenhuma
- Alguma
- Muita

7.1. Se respondeu “Alguma” ou “Muita” refira como é que tal aspecto foi incorporado na sua proposta final.



8. Relativamente aos conteúdos apresentados pelo designer convidado, considerou-os (utilize a escala de 1 a 5):

Pertinentes no enquadramento teórico do programa proposto.

Potenciadores de vias exploratórias na resposta ao briefing.

Uma novidade.

9. Na concretização da sua solução que peso atribuiu a cada um dos seguintes aspectos (utilize a escala de 1 a 5):

Função técnica (materiais, processo de fabrico, princípio de acção)

Função de uso (uso, contexto de utilização)

Função estética

Função semântica

Dados Relativos aos inquiridos no questionário⁴⁹³

Ano	Nome	Est. Ensino frequentado à altura do Concurso	Área(s) de Experiência Profissional	Profissão Actual
1986	José Alberto Almiro Viana	ESBAL	Design de Equipamento	Designer de Equipamento e Professor Universitário
1987	Palmira Maria Azevedo Caetano	ESBAL	Cerâmica	Professora do Ensino Básico/Secundário
1988	Ana Thudichum Vasconcelos	ESBAL	Design de Equipamento	Professora do Ensino Superior Universitário
1989	Francisco Fernandes	ESBAL	Design de Equipamento, Industrial, Têxtil	Designer e Professor do Ensino Superior
1990	Jorge Maria F. F. D. Brígida	ESBAL	Cerâmicas, Madeiras, Polímeros	Professor na Universidade Lusísada de Lisboa
1991	Pedro J. Gentil-Homem Correia da Silva	ESBAL	Design de Equipamento	Designer e Professor do Ensino Superior
1992	Carla Bernardo	FBAUL	Design Gráfico	Designer Gráfica

⁴⁹³ Fonte: questionário realizado no âmbito deste estudo.

1993	Fernando Brízio	FBAUL	Design	Designer e Professor do Ensino Superior
1994	Mário Rui Cabrita Godinho	FBAUL	Projecto de interiores, mobiliário e casas em madeira – acompanhamento técnico e coordenação de projectos em obra.	Designer
1995	Luís M. S. P. Colaço Pessanha	FBAUL	Design	Designer e Professor do Ensino Superior
1996	Susana Gonzaga	ESAD - Matosinhos	Design	Professora Assistente
1997	Elder A. Ferreira Monteiro	FBAUL	Design	Designer Industrial e Professor Auxiliar Convidado da Univ. de Évora
1998	Bruno Escoval	ESTGAD – Caldas da Rainha	Design de Produto	Designer
2000	Susana Soares	ESTGAD – Caldas da Rainha	Design Interactivo e Design de Produto	Designer e Professora Universitária
2001	Miguel Estima	FBAUL	Design de Equipamento	Designer de Equipamento e Professor do Ensino Superior
2002	Daniel Caramelo	FBAUL	Design de Equipamento	Designer de Equipamento

Questionário: registo global das respostas

Questões	1			2			3				4		5						6				7			8			9			
	a	b	c	a	b	c	a	b	c	*	S	N	a	b	c	d	e	f	a	b	c	d	a	b	c	a	b	c	a	b	c	d
1986	4	5	3	X			5	5	4	4		X	4	5	5	5	5	4			X			X		4	5	3	5	5	4	4
1987	3	4	5	X			2	5	4		X		4	4	4	3	5	5				X			X	4	5	3	4	5	4	3
1988	2	2	4	X			2	4	3	5	X		5	1	1	-	5	5			X				X	-	5	4	5	5	5	5
1989	3	4	5	X			4	5	4	4	X		4	4	3	5	5	4				X		X		4	5	4	5	4	5	4
1990	5	4	5		X		-	-	-		X		4	5	5	5	5	5			X			X		4	5	3	5	5	4	4
1991	4	5	4	X			3	4	5	3		X	4	3	4	4	5	5				X		X		4	4	3	5	5	4	3
1992	5	3	4	X			5	4	3		X		1	4	3	2	5	5			X			X	3	4	5	4	5	3	2	
1993	3	4	3	X			2	4	5	5		X	4	3	4	3	4	4			X			X	4	4	2	5	4	4	4	
1994	3	4	5	X			3	4	4		X		3	4	5	4	5	5			X			X	3	4	3	3	4	3	3	
1995	4	3	4	X			3	5	3		X		5	2	1	4	5	5				X		X	5	5	5	4	5	4	5	
1996	-	-	-		X		-	-	-			X	-	-	-	-	-	-			X			-	-	-	-	-	-	-	-	
1997	5	4	3	X			2	5	4			X	5	4	1	1	5	3				X			X	5	5	5	5	5	5	5
1998	4	2	4	X			4	4	4			X	3	4	3	3	5	5				X			X	5	5	3	4	4	4	3
2000	5	4	4	X			4	5	4		X		3	5	5	5	5	4			X			X	-	-	-	3	5	4	5	
2001	4	4	4	X			4	5	4	5	X		4	4	4	5	5	5				X			X	4	5	4	5	5	5	5
2002	5	3	2	X			5	5	5	5		X	2	3	5	5	5	5				X		X		2	1	1	3	5	3	5
Nº de respostas	15	15	15	16			14	14	14	-	16		15	15	15	14	15	15	16				15			13	14	14	15	15	15	15
Somatório	59	55	59	14	2	0	48	64	56	-	9	7	55	55	53	54	74	69	0	1	8	7	0	6	9	51	62	48	65	71	61	60

*Nesta questão foi dada a hipótese aos ex-participantes de fazerem referência a outros aspectos que considerassem pertinentes.

Legenda: Edições do CJD cujos conteúdos foram analisados na parte 3 deste trabalho.

Breve listagem de dados biográficos dos designers convidados no âmbito do Concurso

Isabel Tapia

- Especialista de marketing (considerada “Empresária do Ano” em Espanha em 1986).

James Kirkwood (n. 1943)

- Na altura em que participou no CJD era Director do Departamento de Design da West Surrey College of Art and Design.

- Colaborador do Rosenthal Studio-Line.

- Em 1993 foi distinguido com o Red Dot Award.

Mariane Stockholm

- Na altura da participação no CJD era Professora do Departamento de Design Industrial na Arkitektsskolen Aarhus (Escola de Arquitectura de Aarhus).

Lorenzo Porcelli (n. 1933)

- Representado em exposições do MoMA e do Metropolitan Museum of Art.

[<http://lorenzoporcelli.com/>]

Ambrogio Pozzi (n. 1931, Varese)

- Colaborou com inúmeras empresas, entre as quais a Rosenthal, Riedel, Alitalia.

- Obteve vários prémios de design, nomeadamente o Prémio IF (design de produto) em 1971, 72, 73 e 84.

- Representado em vários museus e galerias, nomeadamente no MoMA.

[<http://www.ambrogiopozzi.it/>]

Tassilo von Grolman (n. 1942, Iserlohn)

- Em 1990 fundou o Deutscher Designer Club, a que presidiu até 1997.

- Colaborou entre outras, com a Alfi, Mono e Rosenthal.

- Obteve por 3 vezes o Prémio IF (design de produto em 1993 (2) e 1994.

[<http://www.tassilo-von-grolman.de/>]

Peter Wheeler (n. 1947)

- Professor convidado em várias escolas/faculdades, nomeadamente na Ravensbourne College of Design e na Glasgow School of Art.

- Fundou com Mary Little o estúdio de design Bius (Londres, 1997).

- Várias peças de mobiliário da Bius estão representadas em museus, nomeadamente no Victoria & Albert Museum, Londres; Vitra Design Museum, Basel; Musée des Arts Décoratifs, Paris; Museo de las Arts Decorativas, Barcelona.

[<http://www.designbius.com/>]

Tapio Yli-Viikari (n. 1948)

- Director do Departamento de Arte e Design de Produto da Arabia até 1987.

- Director do Departamento de Cerâmica e vidro na Universidade de Helsínquia desde 1987.

Isao Hosoe (n. 1942, Tóquio)

- Formou-se em 1967 em Engenharia Aeroespacial.
 - Em 1985 funda em Milão o Isao Hosoe Design.
 - Professor em várias escolas, nomeadamente na Domus Academy e Politécnico de Milão.
 - Colaborou com a Honda, Zanussi, Bosch e os Caminhos de Ferro Franceses (SNFC).
 - O seu trabalho está representado em exposições permanentes de vários museus, destacando-se o Victoria & Albert, em Londres, o Centre Georges Pompidou, em Paris e o Museu de Ciência e Tecnologia de Milão.
 - Entre outras distinções, obteve o Prémio IF (design de produto) em 1989 e 95.
 - Co-autor do livro *Playoffice* publicado em 1991 pela G.C. Press de Tóquio.
- [<http://www.ihd.it/isao/index.jsp>]

Ingegerd Råman (n. 1943, Estocolmo)

- Durante 18 anos (1983-2001) consecutivos foi distinguida com o Excellent Swedish Design Award, (prémio atribuído pela Svensk Form entre 1983 e 2002).
- Representada em vários museus, nomeadamente no Victoria & Albert em Londres, no Smålands (Museu Sueco do Vidro, em Växjö) e no Museu do Vidro Riihimäki, na Finlândia.
- Condecorada Professora pelo Governo Sueco, em 1995.

Jorge Pensi (n. 1946, Buenos Aires)

- Professor convidado em várias escolas, nomeadamente na Domus Academie, em Milão e Royal College of Arts, em Londres.
 - Foi um dos fundadores do Berenguer Group, em 1975.
 - Em 1984 abre o seu atelier e especializa-se no design de mobiliário e de iluminação.
 - Trabalhou, entre outras, com a Amat, B.Lux, Cassina, Poggenpohl, Kusch+Co. e Thonet.
 - Distinguido com inúmeros prémios de design, nomeadamente o IF e o Red Dot (2006); BEDA European Award (2002); Delta de Oro (atribuído pela Associazione del Disegno Industriale, em 1997); e o Prémio Nacional de Design (atribuído pelo Ministério da Indústria e Energia, em 1997).
- [<http://www.pensistudio.com/es/jorge-pensi-estudio/jorge-pensi-espacio.html>]

Ron Arad (n. 1951, Tel Aviv)

- Professor convidado na Universidade de Tecnologia de Viena até 1997.
 - Professor na Royal College of Arts, em Londres, desde 1997.
 - Fundou em 1981 o One Off Ltd. tendo-se distinguido pela criação de mobiliário de formas esculturais.
 - Em 1989 funda o Ron Arad Associates Ltd. e em 1994 o Ron Arad Studio (Como, Itália).
 - Trabalha para várias companhias internacionais, por ex. Kartell, Alessi, Vitra, Flos, Rosenthal.
 - O seu trabalho está integrado em exposições permanentes de vários museus, nomeadamente no Metropolitan Museum of Art de Nova Iorque, no Centre Georges Pompidou, em Paris, no Victoria & Albert, em Londres, e no Vitra Design Museum, em Weil am rhein.
- [<http://www.ronarad.co.uk/>]

Dietmar Valentinitzsch (n. 1945, Graz)

- Em 1982 funda a Valentinitzsch Design, a qual já foi distinguida com mais de 40 prémios nacionais e internacionais de design.
- [<http://www.valentinitzschdesign.com/>]

QUADRO DOS INTERVENIENTES EM CADA EDIÇÃO DO CONCURSO JOVEM DESIGNER								
Ano	Mercado/ Designer	Tema	Instituições de Ensino	Tecnologias	Centros de Formação/ Patrocinadores ⁴⁹⁴	Exposições dos Protótipos	Estágios ⁴⁹⁵	1 ^{os} Prémios ⁴⁹⁶
1986 ⁴⁹⁷	Espanhol / Isabel Tapia	Objectos decorativos	ESBAL	Cerâmica	Cencal	Ceramex 86 Regalo Fama (Madrid)	14	1
1987 ⁴⁹⁸	Inglês / James Kirkwood	Artigos de cozinha/objectos de forno à mesa	ESBAL	Cerâmica	Cencal	Ceramex 88	17	1
1988	Dinamarquês / Mariane Stockholm	Linha multiuso de artigos cerâmicos	ESBAL	Cerâmica	Cencal / DUIL Porcelanas Quinta Nova.	Ceramex 89	14	3

⁴⁹⁴ Para além do ICEP.

⁴⁹⁵ Saliente-se que alguns alunos participaram, na mesma edição, em mais do que um estágio.

⁴⁹⁶ Número *total* de alunos (individualmente ou em equipa).

⁴⁹⁷ O ICEP criou dois concursos: um patrocinado pelo ICEP e pela Vista Alegre e o Concurso de Design para o Mercado Espanhol, patrocinado pelo ICEP. Neste, dada a capacidade de resposta dos estudantes, o júri solicitou ao ICEP a atribuição do 2º prémio aos restantes, tendo também estes usufruído da viagem à Feira Regalo Fama. Cf. "Ceramex 86 Prémios de Design," Exportar, no. 37, Setembro 1986, p. 12. // Este artigo refere a participação de alunos do IADE nesta 1ª edição, contudo, tal não foi confirmado pela organizadora do Concurso.

⁴⁹⁸ O catálogo inclui, para além do Concurso Prémio Mercado Inglês, os Concursos de Design Silampos e Vista Alegre, patrocinados pelo ICEP e por estas empresas.

Ano	Mercado/ Designer	Tema	Instituições de Ensino	Tecnologias	Centros de Formação/ Patrocinadores	Exposições dos Protótipos	Estágios	1 ^{os} Prêmios
1989	E.U.A / Lorenzo Porcelli	Serviço de pequeno- almoço	ESBAL	Cerâmica	Cencal / Quinta Nova SPAL Vista Alegre	Ceramex 90 Delegação ICEP em Nova Iorque	14	4
1990	Italiano / Ambrogio Pozzi	Objectos do “landscape” doméstico (acessórios para mesa e cozinha)	ESBAL	Cerâmica Plástico	Cencal; Cenfim / Cerâmicas São Bernardo Simplastic SPAL Tecnimoplás Vidroplás Vista Alegre	Ceramex 91 Triennale di Milano 91	22	7
1991	Alemão / Tassilo von Grolman	Produtos de mesa para o ar livre e piquenique	ESBAL	Cerâmica Plástico Vidro	Cencal: Cenfim; Cindor / Stephens Porcelanas da Batalha Raul da Bernarda & Filhos Simplastic Vidroplás Vilusi Vista Alegre	Ceramex 92 Instituto Alemão, Lisboa “Ambiente” Frankfurt Messe	34	9

Ano	Mercado/ Designer	Tema	Instituições de Ensino	Tecnologias	Centros de Formação/ Patrocinadores	Exposições dos Protótipos	Estágios	1 ^{os} Prémios
1992	Italiano / Ambrogio Pozzi	Objectos para equipamento hoteleiro	ESAD (C.R.) ESBAL/FBAUL	Cerâmica Madeira Metal Plástico Vidro	Cencal: Cenfim; Cindor / Porcelanas da Batalha Porcelanas da Costa Verde Vista Alegre Vidroplás Vilusi Longra	Ceramex 93 Galeria do Terreiro do Paço Galeria Municipal (Caldas Rainha) Feira de Viseu Salone Internazionale per l'Atezzatura Albighiere (Rinini)	44	9
1993 ⁴⁹⁹	Inglês / Peter Wheeler	Jardim	ESAD (C.R.) FBAUL	Cerâmica Madeira Metal Pedra Plástico	Cencal: Cenfim / Assoc. Estudantes FBAUL CML CPD FLAD Granitos de Maceira Madein	Estufa Fria SK 94 Pavilhão de Exposições (Caldas Rainha) International Gardening Spring Fair (Londres)	40	7

⁴⁹⁹ Paralelamente ao CJD foi desenvolvido um Projecto para o Jardim das Amoreiras, ao qual concorreram 6 alunos e no qual a CML atribuiu um prémio.

Ano	Mercado/ Designer	Tema	Instituições de Ensino	Tecnologias	Centros de Formação/ Patrocinadores	Exposições dos Protótipos	Estágios	1 ^{os} Prêmios
1994	Finlandês / Tapio Yli-Viikari	O Tempo e a Memória, novos conceitos para a casa.	ESAD (Mat.) ESTGAD (C.R.) FBAUL	Cerâmica Madeira Metal Pedra Plástico Vidro	Cencal; Cenfim; Cevalor / Assoc. Industrial de Cristalaria Atlantis FCG FLAD FAPODEL Granitos de Maceira ICEL Ivima JM Glass Madein Normax Porcelanas da Costa Verde SPA Vista Alegre	Jardim do Tabaco Ceramex 95 Pavilhão de Exposições (Caldas da Rainha) Habitare 95 (Helsínquia)	52	15
1995	Japonês / Isao Hosoe	O Japão e a Mediterranei dade. Habitar o Trabalho Nómada.	ESAD (Mat.) ESTGAD (C.R.) FBAUL FAL	Cerâmica Madeira Metal Pedra Plásticos Vidro	Cencal; Cenfim; Cevalor / Cristal Atlantis Damaso FCG; FLAD Ivima Madein SECAM SPA Tosel Vitrocristal Vista Alegre	SNBA Exporhome na Exponor Arena Hall, Tamagawa Takashimaya (Tóquio)	54	8

Ano	Mercado/ Designer	Tema	Instituições de Ensino	Tecnologias	Centros de Formação/ Patrocinadores	Exposições dos Protótipos	Estágios	1 ^{os} Prémios
1996	Sueco / Ingegerd Råman	Cenários para uma refeição	ESAD (Mat.) ESTGAD (C.R.) FAL FBAUL Univ. Lusófona	Cerâmica Madeira Metal Pedra Plástico Têxteis Vidro	Cencal; Cenfim M. Grande e Peniche; Cevalor; Citex; CPFIMM / Altamira Damaso Embaixada da Suécia FCG; FLAD Instituto Sueco Ivima; JMglass Madein Vista Alegre Vidrocrystal	Ceramex 97 (FIL, Lisboa) Expoeste e GAT (Caldas da Rainha) SNBA Formex (Estocolmo)	79	14 ⁵⁰⁰
1997	Espanhol / Jorge Pensi	A vida na praia	ESAD (Mat.) ESAD (F. R. E. S. S.) ESTAGD (C. R.) FBAUL Univ. Lusófona UIAH- Univ Arte e Design Helsínquia Staffordshire University Kunsthåndværkerskol en (Kolding)/ College of Danish Design EINA (Barcelona) Sheffield Hallam Univ.	Cerâmica Madeira Metal Pedra Plásticos Têxteis	Cencal; Cenfim; Cevalor; CPFIMM; Citex / Altamira Madein FLAD FCG	SNBA Escola Elysava	72	12

⁵⁰⁰ Entre os quais duas equipas (de 2 e 4 alunos).

Ano	Mercado/ Designer	Tema	Instituições de Ensino	Tecnologias	Centros de Formação/ Patrocinadores	Exposições dos Protótipos	Estágios	1 ^{os} Prêmios
1998	Finlandês / Tapio Yli-Viikari	Café Milénio	ESAD (Matosinhos) ESAD (F. R.E.S.S.) ESTGAD (C.R.) FBAUL FAL Univ. Lusíada Univ. Lusófona	Cerâmica Madeira Metal Pedra Têxteis Vidro	Cencal; Cenfim; Cevalor; CPFIMM; Citex / Altamira Crisal FCG FLAD Ifavidro In-fusão Jasmin Madein Marividros Recivtro SPA Vista Alegre Vidrocrystal	SNBA Helsinki Fair Centre	87	14 ⁵⁰¹
2000	Reino Unido / Ron Arad	Escadote doméstico	ESAD (Matosinhos) ESTGAD (C. R.) ESTGAD (V. C.) FAL FBAUL Univ Lusófona Univ. Lusíada	Cerâmica Madeira Metal Plástico Têxteis	Cencal; Cenfim; CPFIMM; Citex / FCG FLAD SPA	SNBA Fiera di Milano	53	8

⁵⁰¹ Inclui duas equipas de 4 alunos.

Ano	Mercado/ Designer	Tema	Instituições de Ensino	Tecnologias	Centros de Formação/ Patrocinadores	Exposições dos Protótipos	Estágios	1^{os} Prémios
2001	Japonês / Isao Hosoe	Aprender com os Caçadores Nómadas	ARCA/ETAC ESAD (Mat.) ESTGAD (C.R.) FBAUL Univ. Lusíada	Cerâmica Cortiça Metal Pedra Plásticos Têxteis Vidro	Cencal; Cenfim Peniche; Centimfe; Cevalor; Citex / Corticeira Amorim Canividro FCG FLAD In-fusão Jasmin Normax SPA Vidrocrystal	SNBA Museu do Ciclismo (Caldas da Rainha) Park Tower Hall (Gallery 3, Tóquio) ⁵⁰²	54	11
2002	Austríaco / Dietmar Valentinitsch	A Porta	ARCA/ETAC ESAD (Mat.) ESTGAD (C.R.) FAL FBAUL IADE Univ. Lusíada Univ. Lusófona	Cortiça Madeira Metal Pedra Plástico Têxteis (Combinações de materiais)	Cencal; Cenfim; Citex; Civec / Corticeira Amorim FCG FLAD LMA RARI YKK	SNBA Leopold Museum (Viena)	57	8

⁵⁰² Exposição adiada e realizada em 2003.

QUADRO-RESUMO DOS INTERVENIENTES NO CONCURSO								
Edições	Mercados/ Designers	Temas	Istituições de Ensino	Tecnologias	Centros de Formação/ Patrocinadores	Exposições dos protótipos	Estágios	1 ^{os} Prémios
16	11 mercados 13 designers	16	10 nacionais 5 estrangeiras	7	8 centros de formação/ 46 patrocinadores (38 empresas/ associações industriais; 8 instituições)	27 em Portugal 14 no estrangeiro	707	131

Observações:

- 1) Nas exposições de protótipos não foram incluídas as realizadas em instituições de ensino.
- 2) No âmbito do CJD, foram também realizadas exposições retrospectivas e antológicas que, dada a sua natureza, não se incluíram no quadro :
 - 1990, em V.N. Gaia “Simpósio Internacional de Cerâmica”;
 - 1991, em òbidos, nas Jornadas da Cerâmica e em Tóquio;
 - 1994, integrando na Exposição “Contemporary Portuguese Design”, no Museu Azabu;
 Em 1999, no âmbito da Experimentadesign foi apresentada a exposição “*O Futuro é um Estado de Alma*”, comissariada por Vanni Pasca e Madalena Figueiredo (veja-se a entrevista a Marco Sousa Santos, anexo 2.7.).

QUADRO DOS CONTEÚDOS ABORDADOS EM CADA EDIÇÃO DO CONCURSO

Ano/ Designer	Tema	Conteúdos abordados ⁵⁰³	Modo como os conteúdos foram incorporados pelos estudantes nos seus projectos ⁵⁰⁴
1986 / Isabel Tapia	Objectos decorativos	[não houve publicação de catálogo]	«Na altura, em 1986, quando o Concurso Jovem Designer teve a sua edição inaugural, a apresentação do tema/ briefing centrou-se, simplesmente, nas questões de mercado e nas de ordem tecnológica. A entidade promotora, o então denominado ICEP – Instituto do Comércio Externo Português, foi quem nos forneceu referências (muito genéricas) do mercado ao qual se destinariam os produtos – o Mercado Espanhol – e indicou a indústria cerâmica como contexto tecnológico a ser explorado. Tendo-nos sido fornecida uma breve apresentação do mercado espanhol (cuja caracterização, de resto, não foi sentida como determinante) e tendo o tema sido livre, apenas os aspectos relativos à produção foram por mim assumidos como principal condicionante do projecto. Só posteriormente as edições deste concurso passaram a ter um tema central, lançado por um designer convidado, e a integrar a possibilidade de exploração de outras tecnologias». José Viana
1987 / James Kirkwood	Artigos de cozinha/objectos de forno à mesa	- Especificações relativas às peças a projectar.	«A cultura/hábitos do país de origem do designer convidado, que era quase sempre desconhecida dos portugueses. A apresentação do designer permitiu pensar para descobrir novos produtos para clientes específicos». Palmira Caetano

⁵⁰³ Foram apenas considerados os conteúdos que constam nos catálogos das diferentes edições, tendo-se referido, sempre que existentes, os subtítulos presentes nos textos dos programas.

⁵⁰⁴ Para tal foram transcritas as respostas à questão 7.1. do questionário efectuado.

1988 / Mariane Stockholm	Linha multiuso de artigos cerâmicos	<ul style="list-style-type: none"> - Especificações relativas às peças. - Gosto, estilo de vida e modos de utilização de artigos cerâmicos domésticos na Dinamarca. 	
1889 / Lorenzo Porcelli	Serviço de pequeno-almoço	<ul style="list-style-type: none"> - Especificações relativas às peças a projectar. - Breve caracterização do mercado dos E.U.A. - Sugestões para a preparação do projecto. 	<p>«Se bem me lembro o de 89 era para o mercado americano. Orientações diversas sobre a tecnologia cerâmica/porcelana e sobre o mercado americano.</p> <p>Capacidades dos diferentes recipientes que eram maiores que os europeus, tanto nas chávenas como nos bules».</p> <p style="text-align: right;">Francisco Fernandes</p>
1990 / Ambrogio Pozzi	Objectos do “landscape” doméstico (acessórios para mesa e cozinha)	<ul style="list-style-type: none"> - A importância dos objectos no “landscape doméstico”. - Especificações relativas às peças a projectar. 	<p>«Ao debruçar-se sobre vários temas para enquadrar a proposta do programa o/a designer convidado(a) acabam sempre por orientar a pesquisa a realizar. Recordo particularmente o caso do concurso para o mercado dinamarquês (talvez por ter sido o primeiro Concurso Jovem Designer em que participei). A designer, ao solicitar o conteúdo das propostas, referiu também o modo de vida do povo dinamarquês, a sua maneira de estar na sociedade e no ambiente; o seu modo de estar com a natureza, a constante busca de reflexão, de partilhar a essência da Natureza, a envolvente do meio ambiente em todos os seus espaços habitacionais. O objecto da luminosidade existente no seu país e o propósito da cor ser um campo particularmente muito importante».⁵⁰⁵</p> <p style="text-align: right;">Jorge Brígida</p>

⁵⁰⁵ Apesar da resposta se referir à edição de 1988 (para a qual também não foi possível obter resposta a esta questão) considerou-se pertinente incluí-la neste registo.

<p>1991 / Tassilo von Grolman</p>	<p>Produtos de mesa para o ar livre e piquenique</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Projectar para diferentes mercados. - “Corporate identity”. - Passos a realizar antes do projecto. - Especificações relativas às peças a projectar. 	<p>«Devido ao facto de me estar a reportar a acontecimentos que distam 20 anos, não me é possível descrever assertivamente qual o grau de incorporação, mas certamente que a apresentação de um percurso por um designer internacionalmente conceituado foi estruturante na abordagem do problema».</p> <p style="text-align: right;">Pedro Correia da Silva</p>
<p>1992/ Ambrogio Pozzi</p>	<p>Objectos para equipamento hoteleiro</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Metodologia projectual. - O designer-artista e o designer-operador. - Especificações relativas às peças a projectar. - Variantes do equipamento hoteleiro. - Pistas para reflexão sobre espaços destinados ao consumo de comida: a super elipse de Piet Hein; mesa púlpito para orador; A última Ceia (seminário). 	<p>«Simplicidade aliada a uma linha visual “universal” dado tratar-se do ramo hoteleiro».</p> <p style="text-align: right;">Carla Bernardo</p>
<p>1993 / Peter Wheeler</p>	<p>Jardim</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Diferentes usos do jardim. - Especificação dos objectos a projectar. 	<p>«A minha participação foi no concurso foi há 20 anos, lamento mas já não me lembro».</p> <p style="text-align: right;">Fernando Brízio</p>

<p>1994 / Tapio Yli-ViiKari</p>	<p>O Tempo e a Memória, novos conceitos para a casa</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Objectos, reflexo da cultura. - Como fazer bom design? 	<p>«O conceito apresentado na altura focava vários aspectos culturais e funcionais relativos aos produtos utilizados no seu país.</p> <p>A pesquisa e desenvolvimento que efectuei nessa altura utilizou como suporte principal esses aspectos culturais e funcionais dos objectos. Foi muito importante para a concepção da minha proposta».</p> <p style="text-align: right;">Mário Godinho</p>
<p>1995 / Isao Hosoe</p>	<p>O Japão e a Mediterraneidade. Habitar o trabalho nómada</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Habitar o trabalho nómada - Mediterraneidade: interacções culturais na água. - Para uma nova cultura no posto de trabalho. - Do domínio da visão à ecologia dos sentidos. - Para uma nova cultura do tempo e do espaço. 	<p>«O nomadismo foi interpretado como possibilidade de transportar e utilizar o objecto sempre que desejado: o objecto permitia ser guardado enquanto plano assumindo a forma de contentor só e quando o utilizador desejasse.</p> <p>A mediterraneidade foi trazida à discussão pela referência semântica ao cocho alentejano.</p> <p>Os processos construtivos fazem alusão a alguns exemplos apresentados pelo designer convidado, nomeadamente ao mapa origami».</p> <p style="text-align: right;">Luís Pessanha</p>
<p>1996 / Ingegerd Råman</p>	<p>Cenários para uma refeição</p>	<ul style="list-style-type: none"> - O design sueco. - O cenário da refeição: hipóteses e abordagem. 	<p>«Não posso responder a estas questões. Não consigo, à luz da experiência que tenho hoje em dia, responder a um exercício que fiz há mais de 16 anos atrás».</p> <p style="text-align: right;">Susana Gonzaga</p>

1997 / Jorge Pensi	A vida na praia	<ul style="list-style-type: none"> - Barcelona, uma vanguarda com causas; - A Barcelona moderna. - Existe um modo de fazer design? - O design pode ensinar-se? - A vida na praia. 	<p>«Pela primeira vez vi um briefing com explicação das preocupações sociológicas, antropológicas, económicas e de marketing. Estas disciplinas são algumas das mais importantes para o desenvolvimento de um objecto de design. Os estágios permitiram a outra parte igualmente importante que é o contacto com as questões técnicas de produção».</p> <p style="text-align: right;">Elder Monteiro</p>
1998 / Tapio Yli-ViiKari	Café Milénio	<ul style="list-style-type: none"> - Café Milénio, identidade para lugares públicos de encontro. - Identidade e Design. - Mudanças no estilo de vida. 	<p>«A necessidade de compreender as diferenças culturais e sociais do público-alvo, é meio caminho para aceitação do projeto».</p> <p style="text-align: right;">Bruno Escoval</p>
2000/ Ron Arad	Escadote doméstico	<ul style="list-style-type: none"> - O escadote doméstico 	<p>«A proposta final teve em consideração o tema proposto pelo designer convidado, neste caso, escadotes para uso doméstico. O projecto compreendia uma série de bancos de várias escalas que colocados em conjunto tinham a função de escadote. A estética dos bancos é baseada num banco tradicional português: o mocho. A resposta ao briefing não era técnica tendo como principal preocupação materiais e processos de fabrico, mas de propor uma narrativa em relação às várias funções que os objectos podem ter, tanto dadas pelo designer como pelo utilizador. Em conjunto os bancos eram um escadote mas em separado eram apenas bancos».</p> <p style="text-align: right;">Susana Soares</p>

<p>2001 / Isao Hosoe</p>	<p>Aprender com os caçadores Nómadas</p>	<p>- Design baseado na energia comportamental: aprender com os caçadores nómadas no milénio neo-nómada. - O Habitar fluido.</p>	<p>«Dos muitos e ricos conteúdos referidos pelo designer convidado sobre o nomadismo, houve um que me marcou profundamente. Isao Hosoe debruçou-se sobre a liberdade que as formas circulares oferecem em termos do comportamento humano. Uma mesa de tampo quadrado, com os seus cantos bem vincados, é uma forma autoritária; uma mesa de tampo redondo permite ser abordada por qualquer lado, oferecendo uma maior fluidez no uso.</p> <p>Este foi o ponto de partida para o projecto BICA: uma asa que fluísse em volta da chávena. A opção da bi-funcionalidade do elemento asa/colher resultou dessa procura de fluidez».</p> <p style="text-align: right;">Miguel Estima</p>
<p>2002/ Dietmar Valentinitsch</p>	<p>A Porta</p>	<p>- A porta</p>	<p>«O tema proposto era bastante focado no desenvolvimento de um objecto concreto e não num conceito genérico.</p> <p>O que procurei fazer foi de alguma forma desviar-me do objectivo principal, e traduzir a proposta em algo mais associado à experiência de mudar de espaços, questionando a principal função de uma porta que é separar e unir dois espaços diferentes».</p> <p style="text-align: right;">Daniel Caramelo</p>