



DESIGN

O SÉCULO POP

À velha questão *aristotélica* sobre o valor da *história* na comparação com a *poesia*, responde Margarida Fragoso com o rigor de uma observação sintética, revelando o *sincretismo*³ nacional num ofício que, em Portugal, só no século XXI ganha identidade própria: a actividade 1336/CIRS, de Design.

FORMAS E EXPRESSÕES DO DESIGN EM PORTUGAL

Como saber de uma actividade que atravessou todo o séc. XX no anonimato? Ao texto da Margarida juntamos o esclarecedor cartaz de Carlos Rocha, mapeando com exemplos desse ofício cujo sentido constitui para Edward de Bono, a operação mental mais importante para o futuro.

Francisco Providência apresentação
Margarida Ambrósio Fragoso¹ texto
Carlos Rocha² recolha documental

¹ Designer, doutoranda em Design da Faculdade de Arquitectura, Universidade Técnica de Lisboa

² Carlos Rocha - Letra Design com fotografia de Fernando Costa para o cartaz "Iconografia do Design - Portugal Séc. XX" editado pelo Centro Português do Design com o apoio do Ministério da Economia e Pedip II no âmbito da campanha de sensibilização para o design.

³ Condenação geográfica de país *cauda da Europa* ou ancestral vocação *peçoana* do povo, calhado para ser todas as coisas em todos os lugares?



01



02



03



04



10



11



12



13



14

Ao longo do século XX, a expressão dos diferentes contextos da realidade histórica adquire formas visuais muito diversas.

A análise da evolução da comunicação visual em Portugal neste quadro de tempo, permite balizar diferentes períodos estéticos e artísticos e compreendê-los segundo o enquadramento cultural (o gosto, a aceitação social, o temperamento, a tradição), o contexto político (a implantação da República, o Estado Novo, a revolução de 25 de Abril de 1974), as exigências e virtualidades das técnicas (litografia, fotomecânica, digitalização), a formação e aptidões profissionais, a influência do que se passava no estrangeiro e as novidades introduzidas por estrangeiros em Portugal.

a herança do fim do século XIX

a estética da "lata de bolachas", a influência francesa e o realismo na gráfica

O início do século XX é marcado pelo clima de bem-estar e progresso da *belle époque*. O mundo industrializado e urbano, vive um período radioso e desfruta as novas tecnologias com grande satisfação.

A Portugal, alheio à cultura industrial, o espírito do tempo chega mais tarde. Na primeira década do século, o país assiste a um prolongamento do gosto revivalista-historicista, herança do século XIX. Mas uma nova burguesia urbana começa a ser seduzida pelos modelos franceses promovidos pelos Armazéns do Chiado ao estilo do *Printemps* de Paris e divulgados em revistas como a *Ilustração Portuguesa*.

As primeiras imagens publicitárias eram graficamente complexas, ornamentadas e saturadas, mas anúncios como os do vinho do Porto da empresa Ramos Pinto, divulgam já a gramática visual do movimento *Art-Nouveau*, de linhas simbólicas e simplificadas.

O realismo nas artes gráficas é marcado pela acção de Rafael Bordalo Pinheiro que nos jornais *António Maria* ou *A Paródia* utiliza a caricatura para a elaboração de uma crítica realista personalizada.



05



06



07



08



09



15



16



17

o advento da estética modernista

os primeiros sinais de ruptura: a exposição dos Humoristas Portugueses

A segunda década do século é marcada pelo primeiro conflito mundial e em Portugal, a Instauração da República em 1910 é acompanhada por mudanças profundas na sociedade. O aparecimento de novas técnicas de reprodução fotográfica, rápidas e acessíveis, possibilita a criação da imprensa ilustrada onde a imagem é o elemento protagonista do processo de comunicação. Com a fotografia e com as novas técnicas fotográficas, nasce a fotomecânica e com ela o inevitável fim do desenhador-litógrafo. Entusiasmados com a vaga modernista que se vivia nas grandes cidades da Europa Ocidental, jovens artistas portugueses desafiavam o academismo estético e literário assente na gramática naturalista, e manifestam-se inicialmente na Exposição dos Humoristas Portugueses que, em 1912, abala Lisboa.

Praticado essencialmente em jornais e revistas revela-se pela sua vertente humorista, pela caricatura e pela ilustração. Magazines como *A Ilustração Portuguesa*, *O Século Cómico*, *Notícias Ilustrado* testemunham o traço pioneiro de homens como Almada Negreiros, Cristiano Cruz, Emérico Nunes, Jorge Barradas e Stuart de Carvalhais.

- 01 1902** Raul Mesnier Ponsard
Elevador de Sta. Justa, Lisboa
- 02 1904** Raul Lino 1879-1974
- 03 1907** Animatógrafo do Rossio
Azulejos de M. Queriol, Jorge Pinto
- 04 1908** Café *A Brasileira*
Chiado, Lisboa
- 05 1910** Columbano Bordalo
Pinheiro 1857-1929
Bandeira portuguesa
- 06 1910** Leal da Câmara 1876-
1948
- 07 1913** Cristiano Cruz 1892-1951
Capa do catálogo,
2ª Exposição dos Humoristas
Portugueses
- 08 1915** Almada Negreiros 1893-
1970
Capa do 2º número da
Revista Orpheu
- 09 1916** Jardim Silva Porto
Urinol, Lisboa
- 10 1920** António Soares 1894-1978
Ilustração Portuguesa
- 11 1926** Jorge Barradas
1894-1971
Capa publicitária do Bristol na
ABC
- 12 1928** Pardal Monteiro 1897-
1957
Átrio Cais do Sodré

- 13 1930** Bernardo Marques
1899-1962
Cartaz Bolachas Nacional
- 14 1931** Fred Kradolfer 1903-1968
Cartaz Turístico Espinho
- 15 1937** Cassiano Branco 1898-
1969
Prédio na Av. Defensores de
Chaves, 27, Lisboa
- 16 1937** Pavilhão de Portugal,
Exposição de Paris
Keil do Amaral, arquitectura.
B. Marques, F. Kradolfer,
C. Botelho, J. Rocha, P. Ferreira,
Tom, E. Nunes, design.
- 17 1937** Stuart Carvalhais 1887-
1961
Cartaz Festas de Lisboa



18



19



20



27



28



29



30



31

o desenho Art-Déco

Fred Kradolfer e a evolução das artes gráficas

Na Europa, o período pós-guerra foi de grande optimismo, de festa e de prazer, repercutindo-se no consumo e em mudanças de comportamento sociais. Vivem-se os «loucos anos 20» e em França nasce o estilo decorativo *Art Déco* que teve o seu apogeu em 1925 na Exposição Internacional das Artes Decorativas de Paris.

Portugal embora vivesse politicamente um período muito instável, não fica indiferente ao espírito do tempo e, revistas como a *ABC*, a *Ilustração*, a *Ilustração Portuguesa*, o *Notícias Ilustrado*, a *Modas & Bordados*, a *Eva*, a *Voga* divulgam o clima dos anos 20. A evolução das artes gráficas é uma realidade impulsionada pela acção do suíço Fred Kradolfer que, chegado a Lisboa em 1927 e portador de uma diversificada formação académica, trouxe os conhecimentos que permitiram a divulgação da linguagem moderna na comunicação gráfica, estimulando um grupo grande de artistas.

a abertura à exploração gráfica

o Estado Novo, António Ferro e a abertura à criatividade

Na década de 30 o mundo vive a «grande depressão» provocada pelo *crash* da bolsa de Nova Iorque. Simultaneamente, o desenvolvimento da política dos regimes fascistas italiano e alemão é uma realidade com consequências no campo político, social, económico, cultural e estético.

Em Portugal e em 1926, a ditadura Salazarista impõe a ordem num país mergulhado no caos político, financeiro e social consequentes dos 16 anos conturbados da 1ª república. A iconografia do Estado Novo, exalta as evocações históricas, os valores morais, o regionalismo, procurando com esta simbologia conquistar o orgulho dos portugueses pela pátria.

Sob direcção de António Ferro, o Secretariado de Propaganda Nacional (1933), mais tarde designado Secretariado Nacional de Informação (1944), possibilita e estimula a exploração gráfica, captando numerosos artistas modernistas que em trabalhos de elevada qualidade estética, como as participações de Portugal nas exposições internacionais de Paris (1937) e de Nova Iorque (1939), divulgam o País ao mundo.



21



22



23



24



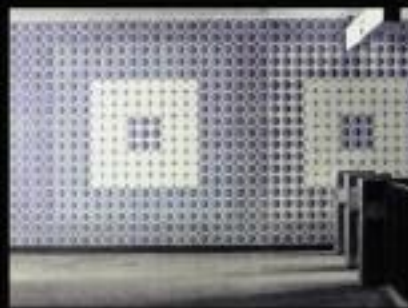
25



26



32



33



34

o “modernismo oficializado” de António Ferro

a exposição do Mundo Português e as publicações e realizações do SPN/SNI

A II Guerra Mundial devasta o mundo. A neutralidade portuguesa no conflito atrai refugiados de toda a Europa que encontram em Lisboa um porto seguro de passagem para a América. Os hábitos sociais desta população, muito liberais sobretudo no universo feminino, seduzem os lisboetas provocando inevitavelmente mudanças nos costumes e reflectindo-se também na produção gráfica.

Em 1940, a Exposição do Mundo Português organizada por António Ferro conta com a participação de Almada Negreiros, Jorge Barradas, Martins Barata, Fred kradolfer, Stuart de Carvalhais, Bernardo Marques, Carlos Botelho, Tomás de Melo, Maria Keil, Sarah Afonso, Emérico Nunes, Manuel Lapa, Paulo Ferreira, Alberto Cardoso, entre outros, coexistindo assim vários tipos de expressão como o regionalismo e o futurismo.

Ao longo da vigência do Estado Novo as publicações e realizações do SPN/SNI dão um grande incremento às artes gráficas como testemunham as revistas *Atlântico*, *Panorama* ou *Litoral*.

Paralelamente, o cinema continua o seu percurso de grande desenvolvimento e comédias como *O Pátio das Cantigas* ou o *Leão da Estrela* conquistam o grande público. Registe-se a importância deste suporte de comunicação para a consolidação das realidades de «civilização de imagem» e de «cultura de massas» que marcam o século XX.

18 1940 Fred Kradolfer 1903-1968
Planta da Exposição do Mundo Português

19 1940 Exposição Mundo Português
Cottinelli Telmo, arquitecto chefe e uma vasta equipa de arquitectos, designers e artistas

20 1941 Cassiano Branco 1898-1969

Coliseu do Porto, sala

21 1942 Paulo Ferreira 1911-2000

22 1943 Carlos Rocha – ETP 1912-1992

23 1949 Fred Kradolfer 1903-1968

24 1952 Victor Palla, Bento D’Almeida
Snackbar Pic-nic, Lisboa

25 1956 M^a. Helena Matos
Fruteira

26 1958 Carmo Valente
Solitário

27 1959 Conceição Silva 1922-1982

Loja Rampa, Lisboa

28 1960 Gonçalo Rodrigues dos Santos

29 1962 Daciano Costa
Linha Cortez

30 1962 Sena da Silva
Cadeiras empilháveis

31 1963 Eduardo Anahory 1917-1986

Hotel Porto Santo

32 1964 Daciano Costa
Teatro Villaret

33 1966 Maria Keil
Estação do Metro Anjos, Lisboa

34 1970 Tomás Taveira, Sá Nogueira, Espiga Pinto
Discoteca VC – Cascais



35



36



37



38



43



44



45



46



47

o novo modernismo

Sebastião Rodrigues e a revista *Almanaque*

Como consequência do Plano de Marshall, a Alemanha, a Itália e o Japão conhecem a retoma económica apoiada numa indústria modernizada que encontra no design a resposta a novas necessidades projectuais e um factor de diferenciação e competitividade.

Em Portugal, após a Exposição do Mundo Português o movimento moderno fica consolidado na expressão gráfica. Na década de 50, através da revista *Graphis e de* influências como Max Bill, o racionalismo introduz-se com Sebastião Rodrigues, António Garcia, Sena da Silva, Armando Alves ou Daciano da Costa que divulgam a sua gramática funcional na exposição internacional de Osaka ou na revista *Almanaque*.

Com a televisão, iniciada pela RTP em 1956, nasce um novo mundo de comunicação e a consequente vulgarização da expressão visual.

o neo-realismo e o surrealismo

correntes estéticas de base ideológica

Nos últimos anos do Estado Novo, autores como Júlio Pomar, Vespêira, Manuel Pavia e Lima de Freitas contestam as ideias «modernas» do S.N.I. e nas Exposições Gerais de Artes Plásticas, manifestam o neo-realismo.

Esta nova consciência estética de marxismo militante, ligado ao partido comunista, surge na sequência e como consequência da guerra, assumindo uma expressão de combate, de conflito social, denunciando as desigualdades, os dramas da sociedade. O ideal do neo-realismo é promovido em revistas como a *Vértice* ou o *Mundo Literário*.

Como oposição à estética neo-realista, como também à estética «modernista» de António Ferro, surge o surrealismo, influenciado pelas investigações de Freud sobre o inconsciente, as experiências oníricas e os fenómenos de automatismo psíquico.

Em Portugal, a estética surrealista teve grande expressão nos trabalhos de ilustração de moda realizados por artistas como Cândido Costa Pinto por influência do trabalho de Christian Bérard na revista *Vogue*.



39



40



41



42



48



49



50



51

os antecedentes do movimento pós-moderno

o nascimento de uma nova consciência estética

Ultrapassada a austeridade do pós-guerra e em período de franco desenvolvimento económico, os anos 60 nascem com grande optimismo e testemunham profundas mudanças na sociedade.

A juventude protagoniza os movimentos estudantis e é referência social e cultural desta época; a mulher emancipa-se e ganha uma liberdade sem precedentes com o aparecimento da pílula contraceptiva; o corpo, o lazer e o prazer são reivindicados sem constrangimentos.

As tecnologias da informação e da telecomunicação apresentam-se como «portadoras do futuro».

Todos estes factos têm repercussões na iconografia da época e em Inglaterra aparece a *Pop Art* que procurou encontrar a linguagem para comunicar e contestar o triunfo da sociedade de consumo, recriando os seus objectos e símbolos, importando da publicidade a gramática irreverente e lúdica, assente na ideia «*Forms Follows Fun*».

Em Portugal, assiste-se ao nascimento das primeiras experiências de ensino de design protagonizadas inicialmente por Frederico George, Daciano da Costa, Roberto de Araújo e Lagoa Henriques e à criação do IADE. Paralelamente, através da revista britânica *Design*, os profissionais portugueses passaram a ter acesso às reflexões mais recentes como os artigos de Bruce Archer sobre metodologia do design.

- 35 1970 António Garcia
Cadeira "Osaka"
- 36 1977 Eduardo Afonso Dias
- 37 1977 Sebastião Rodrigues
- 38 1978 Carlos Galamba
- 39 1980 Victor Manaças
Museu de Arqueologia
- 40 1981 Eduardo Nery
Pavimento da Pç. Martim Moniz,
Lisboa
- 41 1985 Jorge Pacheco
- 42 1985 Manuel da Bernarda
- 43 1986 Cristina Reis
Cenário "A Missão"
- 44 1986 Jorge Alves
- 45 1986 Luís Carrôlo
Instituto Português da Qualidade
- 46 1993 José Santa Bárbara
- 47 1990 João Nunes
- 48 1991 Marco Sousa Santos
- 49 1992 Filipe Alarcão
- 50 1993 Carlos Rocha (filho)
Tabuleiros e louça de bordo TAP
- 51 1993 José Brandão
Imagem Correios de Portugal



52



53



54



55



60



61



62

52 1993 Paula Crespo
Colar

53 1994 José M. Carvalho Araújo

54 1994 João Machado

55 1994 Ana Salazar

56 1996 Luis Filipe de Abreu

57 1997 Francisco Providência
Imagem da C. M. de Guimarães

58 1997 Carlos Aguiar
Torneira "Panda"

59 1998 Salette Brandão
Bule "Tiago"

60 1998 José António Tenente,
Maria Gambina
Vestuário Expo'98

61 1998 José Rui Marcelino,
Paulo Bago D'Uva
Carroçaria autocarro "Enigma"

62 1998 Augusto Tavares Dias
Logotipo Expo'98

63 1998 Manuel Salgado - Risco
Espaços Públicos da Expo'98

64 1998 Pedro Silva Dias
Cabines PT

65 1998 António Modesto,
Artur Moreira
Marcote Expo'98

66 1998 Henrique Cayatte,
Pierluigi Cerri, Sigeo Fukuda
Sinalética Expo'98

o grafismo pós-25 de Abril

a retoma da expressão neo-realista

O contexto económico e cultural dos anos 70 (choque petrolífero, globalização económica) reflecte-se nas mais variadas situações nomeadamente nas mudanças de mercado: os produtos escandinavos, com simplicidade de formas e materiais naturais, são alvo de grande procura e a produção italiana deixa de ser a mais apetecível.

Em Portugal, o golpe militar do 25 de Abril põe fim a 48 anos de ditadura revolucionando vertiginosamente a sociedade portuguesa. Os ideais de liberdade e de democracia são proclamados nos variados meios de comunicação e artistas como António, João Abel Manta, Sam, Sebastião Rodrigues, Augusto Cid e Vieira da Silva, deixam a sua assinatura na iconografia da época.

Já sem o corte da censura, os jornais multiplicam-se e registam um enorme aumento de vendas. Em publicações humorísticas de cariz político, Vilhena faz uma revivescência do espírito corrosivo, anárquico, retomando a tradição de Rafael Bordalo Pinheiro. Na área da fotografia, profissionais como Eduardo Gageiro e Alfredo Cunha realizam a cobertura do processo revolucionário.

Os Murais, novo suporte de comunicação visual de influência maoísta e realizados profusamente por membros do MRPP, invadem as cidades com a imagética revolucionária.

a estética e o grafismo pós-moderno

a procura de afirmação individual e a valorização da expressão criativa

Nos países de economia capitalista, os anos 80 são de prosperidade económica. Mas uma sociedade de consumo duramente concorrencial opera mudanças sociais e culturais profundas. A falência da cooperação social é acelerada pelo nascimento da geração *Yuppie*, focalizada em valores de individualismo humano, que procura nos produtos de design a satisfação dos seus desejos narcísicos, a distinção e o reconhecimento social.

Em 1981, o grupo *Memphis* criado por Ettore Sottsass faz a apologia do *less is a bore* e da linguagem pós-modernista. O mesmo designer apela para a necessidade de reinventar a fantasia, em termos formais e decorativos, sem ter de possuir uma lógica. A função é frequentemente subvertida à forma e expressão.

Uma sociedade de cariz fortemente individualista afasta-se da lógica do pensamento universal do movimento moderno e fomenta a diversidade e pluralidade de tendências. No nosso país, edições de autor de Filipe Alarcão ou de Pedro Silva Dias reflectem uma produção centrada na afirmação da marca.



56

Guimarães

57



58



59



63



64



65



66

o eclectismo no final do século

a coexistência de várias tendências estéticas

A tecnologia digital faz parte da vida quotidiana e o *microchips* possibilitam a miniaturização dos aparelhos tecnológicos. A realidade virtual e a W.W.W. modificam as percepções que temos do mundo e permite a experiência de novas sensações. No campo dos processos de impressão gráfica, as técnicas digitais alteram os cenários convencionais de impressão.

O aparecimento do sistema CTP - *computer to plate*, elimina a existência de fotolitos.

Em Portugal, a década de 90 corresponde à explosão da «cultura de massas» alimentada substancialmente por programas de entretenimento televisivo, publicações, publicidade e moda, sustentados numa atmosfera de futilidade, superficialidade e ligeireza que conduzem a um «sincretismo» na expressão visual, sob a pressão dos mecanismos de mercado.

conclusão

Os últimos anos do século XX testemunham o aparecimento de múltiplas e efémeras formas da comunicação visual, em oposição à dificuldade de afirmação das vanguardas estéticas e artísticas, num contexto português académico e formal verificado anteriormente.

Portugal não ficou à margem de um mundo que foi assistido, desde os meados do século XX, às mudanças sociais e culturais operadas pelo crescimento exponencial da sociedade de consumo e da civilização tecnológica.

O poder uniformizante dos fenómenos da globalização e da cultura de massas promoveu por contraste, a procura da identidade, da afirmação pessoal.

Um «sincretismo» nas formas da expressão visual é a sua consequência.

PUB

bibliografia

BARATA, José Pedro Martins (2003), *Cultura e Técnica*, Seminário de Humanidades do Instituto Superior Técnico, Lisboa, Difusão Restrita.

FRANÇA, José-Augusto (2000), *A Arte e a Sociedade Portuguesa no Século XX (1900-2000)*, Lisboa, Livros Horizonte.

HOBSBAWN, Eric (2002), *A Era dos Extremos*, Lisboa, Editorial Presença.

REIS, António (coord.), (1999), *Mediateca do Século XX*, Lisboa, Lexicultural.

RODRIGUES, António Simões (coord.), (1997), *História Comparada, Portugal, Europa e o Mundo – Uma Visão Cronológica*, Lisboa, Temas e Debates.

SANTOS, Rui Afonso (2003), "O Design em Portugal no Século XX" in Fernando Pernes (coord.), *Século XX, Panorama da Cultura Portuguesa, Arte(s) e Letras III*, Volume 3, Porto, Edições Afrontamento, Lda. e Fundação de Serralves, pp. 111-153.

SERRÃO, José Vicente (coord.), (2002), *Pelos Séculos d'O Século*, Lisboa, Torre do Tombo.

STEINER, George (2006), *A Ideia da Europa*, Lisboa, Gradiva.

VIEIRA, Joaquim (coord.) (1999-2001), *Portugal Século XX. Crónica em Imagens*. Lisboa, Círculo de Leitores, 10 Vols.