

Processos de “patrimonialização” do design em Portugal: algumas reflexões

Pedro Quintela¹

Resumo

O design surge em Portugal em meados do século passado, desenvolvendo-se timidamente e sob um forte impulso do Estado Novo. A progressiva institucionalização da disciplina dá-se no contexto democrático, pós-1974. Desde então o design desenvolveu-se bastante em Portugal, a diversos níveis, acompanhando a tendência internacional que o tornou num elemento-chave da economia contemporânea. Desde meados da década de 1990, tem-se assistido à recuperação, seleção e divulgação da história do design em Portugal e de alguns dos seus protagonistas. Neste artigo, propõe-se uma análise destes processos de “patrimonialização”, discutindo os contextos institucionais em que surgem, os dispositivos de mediação mais utilizados (as exposições e as publicações temáticas sobretudo) e alguns dos principais argumentos que invocam, na construção de um novo discurso em torno da memória e o património do design em Portugal.

Palavras-chave: Design; Patrimonialização; Mediação Cultural; Exposições; Publicações.

Abstract

The design arises in Portugal in the 1950s, in a shy manner and under a strong impulse of the *Estado Novo* dictatorship. The progressive institutionalization of the discipline happens in the post-1974 democratic context. Since then the design has evolved greatly in Portugal, at various levels, following an international trend that made design a key element in contemporary economics. Since mid-1990s, we've been witnessing a process of recovery, selection and dissemination of design history in Portugal and some of its key-protagonists. This paper proposes an analysis of these processes, discussing the institutional contexts in which these initiatives happen, the most used mediation's devices and some of the main arguments put forward that arise in order to build-up a new discourse around the memory and heritage of design in Portugal.

Keywords: Design; Heritage; Cultural Mediation; Exhibitions; Publications.

¹ Licenciado em Sociologia pelo ISCTE-IUL, é mestre em Cidades e Culturas Urbanas pela Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, onde atualmente desenvolve o seu projeto de doutoramento em Sociologia, apoiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia, intitulado “O trabalho criativo em Portugal: uma análise a partir do caso do design de comunicação”. Quadro da Quaternaire Portugal, SA onde, desde setembro de 2006, integra a equipa que desenvolve estudos nas áreas dos projetos e políticas culturais, planeamento estratégico, projetos e políticas urbanas, entre outras. Os seus atuais interesses de investigação académica centram-se em diferentes domínios relacionados com as cidades, políticas culturais, culturas urbanas e economia cultural e criativa. É ainda investigador no projeto “Keep it simple, make it fast! Prolegómenos e cenas punk, um caminho para a contemporaneidade portuguesa (1977-2012)” (Instituto de Sociologia da Universidade do Porto, Griffith Centre for Cultural Research e Universidade de Lleida).

Introdução²

Disciplina marcante dos séculos XX e XXI, o design é, em certa medida, exemplar de algumas das mais profundas transformações que ocorreram na relação entre arte, cultura, economia e sociedade nas últimas décadas. Historicamente, esta é uma área de charneira entre a arte e o sistema produtivo, onde se confrontam e compatibilizam formas de criatividade diversas (Dubuisson & Hennion, 1995; Julier & Moor, 2009), cujos resultados são, em princípio, direcionados para responder às necessidades do mercado. Talvez por isso, o design tenha sido um dos primeiros domínios “criativos” a beneficiar de atenção política e económica, logo no início da década de 1980, em Inglaterra, antecipando o discurso atual em torno das “indústrias criativas” (Bony, 2006; McRobbie, 1998). Além disso, trata-se de uma atividade que sempre se organizou, do ponto de vista laboral, profissional e empresarial, segundo princípios de economia flexível, predominando lógicas de trabalho por projeto, com a contratação de designers em regime *freelance*, geralmente inseridos em equipas de trabalho multidisciplinares (McRobbie, 1998; Gill, 2002, 2007; Dormer, 1993). O design constitui, assim, um domínio privilegiado para desenvolver uma análise e reflexão sociológica sobre estas diferentes matérias pois, de certa forma, antecipou algumas das grandes tendências que caracterizam hoje o sector cultural e criativo.

Contudo, é ainda escassa a investigação sociológica sobre design, a sua importância nas sociedades contemporâneas, e os diversos modos de praticar a profissão hoje (Treviño, 2014). Entre outros motivos, o longo predomínio de uma visão profundamente negativa acerca da atividade dos designers – os “homens no centro”, como designa C. Wright Mills (2008), agentes intermediários, sem autonomia ou criatividade, sucumbidos aos imperativos da indústria (Treviño, 2014; Aronczyk, 2010) – poderá ter sido um dos fatores que explicam este prolongado desinteresse da sociologia pelo design e pelos designers.

² Este artigo que resulta da comunicação apresentada, a 6 de dezembro 2013, no IV Colóquio Internacional de Doutorandos/as do CES – "Coimbra C: Dialogar com os Tempos e os Lugares do(s) Mundo(s)", na Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra (FEUC). Enquadra-se na investigação sobre trabalho criativo na área do design de comunicação em Portugal, que atualmente desenvolvo no Programa de Doutoramento em Sociologia, na FEUC, sob orientação científica do Prof. Doutor Claudino Ferreira, tendo como instituição de acolhimento o Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra e beneficiando do apoio da Fundação para a Ciência e Tecnologia. Agradeço, em especial, os comentários e indicações da Prof^a. Doutora Vera Marques Alves.

No último meio século muito mudou, tendo-se assistido a um fulgurante crescimento do design, que contribui para que esta área tenha hoje uma grande relevância em termos políticos, económicos, sociais e culturais (Bryson & Rusten, 2011; Julier, 2008; Julier & Moor, 2009). Esta evolução relaciona-se com processos mais vastos de transformação e reestruturação do capitalismo contemporâneo que, desde as décadas de 1980-90, tornaram o design num elemento-chave da economia pós-fordista, crescentemente culturalizada e eminentemente simbólica (Lash & Urry, 1994; Featherstone, 2007). Simultaneamente, o próprio campo disciplinar desenvolveu-se e diversificou-se, sofrendo profundas alterações, sobretudo nas últimas duas décadas. Por estes motivos, impõe-se hoje um renovado olhar da sociologia acerca do design e dos profissionais que, de diferentes formas, desenvolvem atividade nesta área. A sociologia portuguesa tem prestado pouca atenção ao modo como o design aqui surgiu, se implantou e desenvolveu, bem como ao modo como, nos últimos anos, também aqui tem sofrido, rápidas e profundas, mudanças, a diversos níveis.

O presente artigo aborda, de forma exploratória, uma das dimensões que, entre outras, caracterizam os processos de transformação do design contemporâneo: a crescente importância atribuída à sua dimensão histórica, cultural e autoral. Desenvolve-se, em primeiro lugar, um breve enquadramento da chamada “viragem” autoral em design, que ocorre a partir dos anos 1990, identificando alguns elementos importantes para a compreensão das questões histórico-patrimoniais associadas ao design. Seguidamente, articulam-se estes aspetos com a crescente relevância e abrangência de que se vem revestindo a noção de património nas sociedades e as economias contemporâneas. Finalmente, apresenta-se o caso português, fazendo um breve enquadramento e centrando a análise nalguns processos de “patrimonialização” do design em Portugal.

Design, autoria, memória e património: um breve enquadramento

Embora as origens do design estejam historicamente ligadas à Revolução Industrial, durante o século XIX e inícios do século XX (Pevsner, 2001; Maldonado, 1999), só após a 2ª Guerra Mundial é que se inicia o acelerado e intenso desenvolvimento do design, fortemente impulsionado pelo ímpeto fordista da produção e consumo em larga escala (Bony, 2006; Julier, 2004; Dormer, 1993). Consequentemente, nas décadas de 1960-70

assiste-se a profundas transformações que conduzem à consolidação e institucionalização da profissão de designer, com o alargamento da oferta de ensino especializado em design, nomeadamente em Inglaterra e em França.

A par da afirmação de espaços próprios de educação/formação e de representação institucional/profissional, a constituição de um discurso histórico acerca da disciplina e dos seus protagonistas é uma dimensão fulcral do processo de diferenciação, autonomia e reconhecimento social da profissão de designer (Julier, 2008: 43). Segundo Guy Julier (2008: 47), podem identificar-se determinadas preocupações recorrentes nas abordagens à história do design – como, por exemplo, o frequente enfoque nos percursos e “conquistas” individuais de determinados designers; ou o predomínio da dimensão estética e da ideologia modernista –, que foram decisivas no estabelecimento de alguns dos “cânones de design” que ainda hoje prevalecem.

Neste quadro, são particularmente relevantes na produção e reprodução de uma certa visão histórica sobre a disciplina determinados contextos de intermediação, como as exposições sobre design, realizadas em galerias e museus (Adams, 2007), mas também as publicações, mais ou menos especializadas, com destaque para as monografias sobre designers (Julier, 2008). Nestes contextos os objetos “de design” eram reenquadrados e valorizados do ponto de vista artístico, cultural, histórico e patrimonial, operando-se, assim, uma decisiva demarcação simbólica (Adams, 2007).

A partir de meados da década de 1990, assiste-se a uma clara transformação, afirmando-se a “ideia do design como cultura e como comunidade” (Moura, 2011: 16) o que, em certa medida, passou pela realização de mais iniciativas públicas, incluindo não só exposições e publicações, mas também conferências, seminários e *workshops*. Em comum, estes diversos eventos partilham da ambição de desenvolver novas abordagens ao design, assumindo-o enquanto expressão cultural.

Desde então, muitos designers têm-se assumido como “produtores” (Lupton, 2005; Bártolo, 2011) e “autores” (Rock, 2005), produzindo sem encomenda de clientes, mas antes por motivação própria, e tendo muitas vezes como audiência outros designers (Moura, 2011; McCarthy, 2013). Os eventos relacionados com design tornam-se, neste novo contexto, espaços de divulgação e discussão sobre a disciplina e contextos privilegiados de intermediação cultural. Dá-se, assim, uma expansão e enriquecimento do campo de intervenção dos designers, que acompanha a crescente relevância

atribuída à dimensão reflexiva e pedagógica associada ao ensino, crítica, curadoria e investigação em design. Como observa Mário Moura: “o design enquanto disciplina já não é uma atividade que existe apenas em função de um cliente exterior – ou seja, como um serviço – mas torna-se uma disciplina auto-consciente, cujos mecanismos, até agora internos, ganharam também um público próprio” (2011: 15).

É também neste quadro que devemos interpretar a crescente relevância atribuída à dimensão histórica associada ao design, suas metodologias e práticas de trabalho, objetos desenvolvidos pelos designers e percursos profissionais de certos designers – num discurso, em geral, muito centrado na ideia de autoria em design e no carácter visionário de determinados “heróis”. Efetivamente, nos últimos anos realizaram-se, um pouco por todo o mundo, inúmeras exposições, publicações, conferências, *workshops* e outros eventos relacionados com a história do design em diferentes períodos e contextos (artísticos, geográficos, económicos e histórico-culturais). Esta intensa dinâmica que parece confirmar, justamente, o crescente interesse que estas matérias desperta junto de públicos cada vez mais alargados e diversificados – num processo que acompanha, de resto, a própria dinâmica de massificação e globalização do design que, conforme vimos, ocorreu no mesmo período.

Por outro lado, é importante referir que estes processos não podem ser dissociados de um debate mais amplo em torno da importância das questões patrimoniais que, desde a década de 1950, tem adquirido um protagonismo crescente, a nível mundial (Choay, 2000; Peixoto, 2004 e 2006). À medida que a noção de património se consolida internacionalmente, dá-se um alargamento conceptual: a par do património histórico, de cariz mais urbano e monumental, passam a constar das “agendas” patrimonialistas³ preocupações ligadas à salvaguarda, proteção e divulgação de “novos patrimónios”, relacionados com espaços, paisagens, comunidades e formas de expressão cultural menos “monumentais” e mais “imateriais” (Querol, 2013).

Estes processos estão ainda associados ao crescente reconhecimento e valorização do(s) património(s) enquanto mais-valia em termos sociais, culturais e económicos, contribuindo para diferenciar países, território e sobretudo territórios que, cada vez mais, competem entre si (Peixoto, 2004 e 2006). Tornou-se frequente aliar o

³ Assumem grande relevância neste processo de progressivo alargamento da noção de património, organismos internacionais como o ICOMOS, o Conselho da Europa e a UNESCO.

património ao turismo, e aos grandes eventos e equipamentos culturais, criando novos produtos culturais que, embora baseados no passado, investem os objetos ou as manifestações culturais “patrimonializadas” de novos sentidos e de novos usos – que pode coexistir, ou não, com os iniciais (Kirshenblatt-Gimblett, 1998: 149-176). Nestes processos, os valores de “tradição”, “autenticidade” e “identidade” são entendidos e reinterpretados na sua dimensão histórica e cultural, mas também enquanto valores de mercado, transformando-se em marcas, objetos e atos significativos (Faure, 1999). Importa, contudo, recordar o carácter construído destes processos de “invenção de tradições” (Hobsbawn e Ranger, 1984), através dos quais se selecionam e objetificam determinadas práticas, frequentemente de um modo bastante plástico e encenado.

É também nesta perspetiva que podemos, pelo menos em parte, interpretar o crescente interesse e aposta no estudo, valorização e promoção de determinados elementos associados à história do design e, em particular, ao trabalho mais “autoral” de alguns designers. Num contexto em que o design adquire uma crescente relevância, também a sua dimensão cultural e patrimonial – que é, por vezes, associado às ideias de “autenticidade”, “originalidade” e de “especificidade” local, regional ou nacional⁴ – parece ser, cada vez mais, encarada enquanto fator de competitividade.

Instituições culturais, como os museus, galerias ou bienais de arte, mas também como outras instituições, publicações e iniciativas dedicadas a temáticas relacionados com o design e a sua história, constituem territórios privilegiados para interpretar estes processos de “patrimonialização”, permitindo uma análise dos contextos em que emergem, e do modo como se formam e desenvolvem certas narrativas sobre valor histórico-patrimonial e artístico de determinados designers e/ou objetos de design. Possibilitam ainda uma análise da complexa teia de agentes envolvidos neste tipo de processos de mediação cultural (investigadores, curadores, comissários, conservadores, editores, críticos, etc.), na tentativa de compreender qual o papel específico que desempenham nestes processos de construção “patrimonialista”.⁵

⁴ Veja-se, por exemplo, o modo como estes atributos “culturais” e “identitários” foram mobilizados, durante a década de 1980 e 1990 na valorização do design e da produção industrial proveniente da região da Catalunha e, em particular, da cidade de Barcelona (Narotzky, 2009; Julier, 1996).

⁵ Por limites de espaço, não é possível desenvolver aqui esta ideia. Recorde-se, contudo, que a sociologia da arte e da cultura tem estudado bastante estes processos, evidenciando as diversas análises realizadas o modo partilhado e coletivo como os “mundos da arte” são construídos, e também a importância da compreensão dos momentos e agentes envolvidos nos processos de construção dos

Finalmente, permitem-nos interpretar críticas, tensões e conflitos que, frequentemente, este tipo de processos acaba por gerar, muito em particular no interior do “campo” e do conjunto de agentes que nele se movimentam.

Design em Portugal: breves notas de enquadramento histórico

Embora seja possível identificar antecedentes do design em Portugal no contexto das grandes exposições oitocentistas e dos anos 1920-30, na Arte Nova e nas artes decorativas, na caricatura e ilustração, nas artes gráficas e mesmo nalgumas expressões das vanguardas artísticas da primeira metade do século XX (cf. Souto, 1991, 1992, 2000 e 2009; Santos, 1995 e 2000; Fior, 2005; Almeida, 2009; Martins, 2000; Lobo, 2009; Fragoso, 2012; Pinto, 2013), apenas a partir da década de 1950 surge na sociedade portuguesa “uma consciência mais clara do papel do design e do designer na sociedade, generalizada a um leque alargado de sectores: as indústrias, os projectistas, a instituições” (Souto, 1992: 26).

O impulso inicial está estreitamente ligado à aposta do Estado Novo na divulgação internacional da indústria e comércio nacionais e na modernização, desenvolvimento e alargamento do mercado nacional, ao nível turístico, industrial e comercial (Pessoa, 2010; Almeida, 2009).⁶ Estas iniciativas de divulgação e promoção do design, sobretudo industrial, resultaram nalgumas oportunidades pontuais de trabalho para designers em empresas nacionais (Almeida, 2009; Tostões e Martins, 2000). Há ainda uma gradual aproximação do design à arquitectura, surgindo novas preocupações com o mobiliário, arranjo de espaços exteriores e imagem gráfica (Tostões e Martins, 2000).

objetos artísticos, com particular destaque para o papel desempenhado pelos intermediários culturais ou *gatekeepers* (cf. nomeadamente, Becker, 2010; Heinich, 2009; DiMaggio & Hirsch, 1976; Ferreira, 2002 e 2006).

⁶ Foram relevantes neste processo, ainda durante as décadas de 1930 e 1940, o Secretariado de Propaganda Nacional (criado em 1933 e dirigido por António Ferro), foi responsável pela modernização da imagem do país, dos portugueses e do regime, através da realização e participação nacional em grandes exposições, bem como de muitas outras ações de propaganda, com uma componente gráfica e visual bastante vincada (cf. Souto, 1991 e 2009; Acciaiuoli, 2000 e 2013; Estrela, 2004). Posteriormente, entre 1959 e 1974, o Núcleo de Arte e Arquitectura Industrial do Instituto Nacional de Investigação Industrial promoveu várias iniciativas ligadas à divulgação e promoção do design em Portugal, das quais se destacam a *1ª Quinzena de Estética Industrial* (1965) e sobretudo a *1ª e 2ª Exposição de Design Português* (realizadas em 1971 e 1973, respetivamente), que permitiram confrontar o design nacional com alguns das mais relevantes experiências internacionais da época, trazendo a Portugal alguns especialistas internacionais em design (cf. Almeida, 2009; Souto, 1991; Tostões e Martins, 2000).

Este estímulo inicial do Estado e do “mercado” foi acompanhado por uma profunda ligação do design português (sobretudo o gráfico) às artes plásticas. Deste modo, são frequentemente incorporadas nos trabalhos de design referências a movimentos artísticos de diferentes quadrantes: uns ligados ao Estado Novo (modernismo); outros próximos da resistência comunista (neorrealismo); outros ainda associados a formas de resistência contraculturais (surrealismo) (Almeida, 2009; Fragoso, 2012).

Durante o Estado Novo, o ensino de design realizava-se em escolas técnicas e profissionais – a Soares do Reis, no Porto, e a António Arroio, em Lisboa –, sendo frequentemente acompanhado por uma aprendizagem de cariz informal, em *atelier*, numa tradição iniciada em Portugal por Frederico George, nos anos 1950. Assim, somente no contexto democrático é que o ensino do design se consolida em Portugal, com o surgimento, em 1975, das primeiras licenciaturas nas Escolas Superiores de Belas-Artes de Lisboa e Porto (Souto, 1991; Almeida, 2009; Gomes, 2003).⁷

As décadas seguintes caracterizam-se por profundas transformações que vieram alterar a sociedade portuguesa, em múltiplos e diversificados planos. É também neste contexto que se vai operar uma gradual expansão, consolidação e legitimação do design em Portugal, seja como disciplina científica, seja como profissão (Lopes, 2000).

Dá-se a expansão da oferta de ensino profissional e superior em design, reflexo da crescente aposta nesta área, bem como do aumento do nível de especialização (Gomes, 2003). Consequentemente, também o número de designers em Portugal aumenta de forma notável⁸, não tendo sido, contudo, acompanhado por um igual ritmo de produção científica nesta área, que se revelou exígua até finais do século XX.

A promoção e sensibilização para a importância do design fez-se, entre as décadas de 1980 e 2000, através do Centro Português de Design (CPD), do Instituto Português da Qualidade (IPQ) e do Instituto do Comércio Externo de Portugal (ICEP).⁹ As políticas públicas para o design no Portugal democrático podem ser, contudo, consideradas hesitantes e irregulares, pois muitas iniciativas lançadas ao longo do tempo foram

⁷ Embora seja importante referir que os cursos superiores de arquitetura e design de interiores, criados pelo IADE, em 1969, já davam uma certa relevância às questões do design e das metodologias projetuais (Souto, 1991 e 2009; Almeida, 2009).

⁸ Segundo a APD, em 2012 existiriam em Portugal cerca de 22 mil designers (Henriques, 2012).

⁹ Das várias ações desenvolvidas pelo CPD, destacam-se iniciativas de maior impacto público, como as *Campanhas de Sensibilização para o Design*, durante os anos 1990, que incluíram seminários, exposições, publicações, etc. Saliente-se igualmente o papel relevante do *Concurso Jovem Designer*, impulsionado por Madalena Figueiredo, através do ICEP, entre 1986 e 2002 (Castanheta, 2012).

sendo sucessivamente abandonadas. A recente extinção do CPD, a 31 Maio de 2013, por alegado “esgotamento do modelo de financiamento” (Curado, 2013), é o culminar de uma situação de lenta agonia, lamentada por Bártolo já em 2012: “não existe em Portugal um organismo público capaz de empregar e enquadrar jovens designers”.

Apesar destas dificuldades, tem-se assistido a um crescente reconhecimento público da importância do design em Portugal, que resulta, nomeadamente, de alguns eventos com grande impacto mediático. Pela sua notoriedade, destaca-se a *Design/Lisboa 94*, uma grande exposição comissariada pelo arquiteto Tomás Taveira, integrada na *Lisboa 94 - Capital Europeia da Cultura*, em que se abordavam diferentes expressões do design português contemporâneo.¹⁰ Em 1999 inicia-se a bienal *Experimenta Design*, que continua a ser um dos mais emblemáticos, internacionalizados e mediatizados eventos dedicados ao design de comunicação, produto e *new media*. Na área do design de moda, são vários os eventos de divulgação de criadores e marcas nacionais, sendo a *Moda Lisboa* o mais antigo (surgiu em 1991).

Estes diversos eventos foram fundamentais para afirmar um novo discurso público sobre design em Portugal, em que se destaca a dimensão autoral do trabalho dos designers, aproximando-os do universo artístico – uma visão contrastante com o tradicional discurso estatal sobre a relevância do design, centrado no seu papel ao serviço da indústria e da inovação económica. Nuno Lacerda Lopes (2000: 81-82) refere que, em finais dos anos 1980, começa-se a assistir a alterações do discurso e prática de muitos designers portugueses, afirmando-se uma “ideologia pós-moderna” que se caracteriza pela “procura de afirmação individual e desenho de autor”.

A realização destes eventos que, com diferentes perspetivas, visam promover o design contemporâneo português tem sido acompanhada, mais recentemente, por outro tipo iniciativas, centradas na valorização da sua dimensão histórico-patrimonial.

Processos de “patrimonialização” do design em Portugal: uma aproximação

Embora seja possível identificar, durante as décadas de 1970 e 80, iniciativas pontuais ligadas à história e memória do design português – sobretudo na vertente

¹⁰ Note-se que já tinham sido anteriormente realizadas outras exposições sobre design português contemporâneo, embora com menor impacto e visibilidade pública, das quais se destacam: a exposição *Design e circunstância* (1982) e a *VI Bienal de Cerveira* (1988), dedicada ao design gráfico.

gráfica¹¹ –, a verdade é que apenas a partir de meados dos anos 1990 parece iniciar-se, de forma mais nítida e consistente, uma “patrimonialização” do design em Portugal.

Simbolicamente, a exposição *Sebastião Rodrigues, Designer*, apresentada na Fundação Calouste Gulbenkian (FCG), em 1995, constitui um marco. Este evento inseriu-se no âmbito de outro acontecimento singular em Portugal, a realização do Congresso do ICOGRADA, coorganizado pela APD. Dedicada ao percurso e obra de Sebastião Rodrigues, um dos mais reconhecidos designers do seu tempo – cuja qualidade da carreira tinha sido reconhecida pelo ICOGRADA em 1991, atribuindo-lhe o galardão *Award of Excellence* –, foi a “primeira grande exposição de um designer português” (AA.VV., 1995: 9), conforme defende o designer e comissário José Brandão.

Sendo esta a primeira grande iniciativa pública de valorização do design português, é relevante que tenha ocorrido numa instituição cultural com a relevância e o “peso” simbólico da FCG, geralmente associada a manifestações culturais de “alta cultura”. Embora este gesto de abertura da Gulbenkian ao design seja significativo, não devendo ser menosprezado, é importante lembrar que Rodrigues foi o designer responsável pela definição da linha gráfica da FCG e seu colaborador durante décadas. Recorde-se ainda, por outro lado, o importante papel da FCG no desenvolvimento do design em Portugal, ao conceder bolsas de estudo a designers portugueses para a realização dos seus cursos superiores no estrangeiro durante a década de 1960.

Percorrendo o catálogo – hoje uma peça rara e de colecção, já que está esgotado – encontramos diversos textos que exaltam a singularidade “autoral” do trabalho de Rodrigues, inserindo-o no contexto histórico, artístico, intelectual e cultural do país, mas também tecendo comparações no plano internacional, de modo a evidenciar a singularidade deste designer face aos seus pares. Outro aspeto salientado prende-se com o modo como em diferentes projectos Rodrigues trabalha elementos relacionados

¹¹ Caso das exposições 300 Anos do Cartaz em Portugal (Marques, 1976) e *Cartazes de Propaganda Política do Estado Novo 1933-1949* (Janeiro e Silva, 1988), ambas promovidas pela Biblioteca Nacional, com importantes catálogos. Também é relevante a exposição *Quem Tem Capa* (AA.VV., 1982), promovida pelo Instituto do Livro, cujo catálogo reúne testemunhos dos designers Sebastião Rodrigues, Victor Palla, Armando Alves, José Cândido, João Botelho, Rogério Petinga, Manuel Rosa, Luiz Duran, Teresa Dias Coelho e Teresa Ferrand. Destaque-se ainda o ciclo de conferências *Falando do Ofício* e a exposição *Ver as Artes Gráficas*, realizados em 1986, por ocasião do cinquentenário da Sociedade Tipográfica, do qual resultou um livro que reúne registos fotográficos da exposição e depoimentos dos conferencistas convidados, os designers “históricos” Thomaz de Mello, Fernando Azevedo, Victor Palla, Lima de Freitas Octávio Clérigo e Sebastião Rodrigues (Mello *et al*, 1989).

com a cultura popular portuguesa, constituindo este um elemento diferenciador do seu *portfolio* (AA.VV., 1995).

Nos anos 1990 e 2000, surgem outros acontecimentos em torno da história e memória do design em Portugal. Este é um período, contudo, marcado por um ritmo ainda bastante lento e pontual, sobretudo quando comparado com a maior intensidade com que, nos últimos anos, ocorrem eventos ligados a esta temática. Atendendo à proliferação de iniciativas e projetos, de diferente amplitude e dimensão, relacionados com a história do design em Portugal, e aos limites espaciais deste artigo, não é possível desenvolver aqui um levantamento e discussão sistemática de todos eles. Opto, assim, por desenvolver uma leitura mais transversal, destacando alguns aspetos-chave que resultam da análise, ainda em curso, que tenho vindo a desenvolver sobre a constituição e desenvolvimento do campo do design em Portugal.

Um primeiro ponto a destacar prende-se com a importância dos catálogos que frequentemente acompanham estas exposições. Além de, por vezes, conterem reproduções de obras, os catálogos disponibilizam textos relacionados com a história do design em Portugal e os seus protagonistas. Note-se que, durante os anos 1980-90, e se excetuarmos algumas publicações do CPD, praticamente não existia em Portugal nem crítica na imprensa generalista, nem tão-pouco publicações sobre design, refletindo uma fragilidade crónica da crítica sobre design entre nós (Bártolo, 2006). Por outro lado, também durante este período era bastante restrito o número de historiadores de arte interessados por estes temas (destacando-se as investigações realizadas por Maria Helena Souto e por Rui Afonso Santos, a partir da década de 90). Neste contexto, os catálogos das exposições realizadas na FCG sobre Sebastião Rodrigues (AA.VV., 1995) e Daciano da Costa (Martins, 2001) foram, também nesta perspetiva, muito importantes pois, durante algum tempo, constituíam das poucas fontes de informação rigorosas e acessíveis para quem quisesse conhecer a história do design em Portugal – situação que só recentemente se começou a alterar.

Analisando as temáticas centrais das várias exposições realizadas, constata-se um claro predomínio de retrospectivas dedicadas à obra de designers “históricos” – como Sebastião Rodrigues, Daciano da Costa, António Sena da Silva, António Garcia, João Machado, José Brandão, José Espinho ou Maria Keil –, sendo raras as exposições que abordam, de forma mais transversal e abrangente, determinados períodos históricos

ou outros aspetos específicos.¹² Esta opção acaba por se refletir no tipo de textos produzidos no âmbito das exposições/catálogos que, frequentemente, assumem um caráter monográfico, que deriva justamente do enfoque dado à análise do percurso pessoal e profissional de determinado designer. A escolha dos “heróis” do design português acompanha, como já vimos, a tendência internacional, iniciada em meados de 1990, para propor uma visão altamente individualizada do trabalho em design.

Desde finais dos anos 2000, surgem, com crescente regularidade, exposições relacionadas com a história do design em Portugal, frequentemente em museus e galerias específica ou maioritariamente dedicadas ao design. A reinstalação, em 2009, do Museu de Moda e Design (MUDE) num edifício próprio, na Baixa Pombalina (abandonando, assim, o CCB, onde tinha sido inicialmente instalado, em 1999), é marcante do ponto de vista simbólico. A dinâmica de programação do MUDE altera-se, havendo um notório incremento do número de exposições realizadas, em especial, daquelas que abordam temas relacionados com a história do design português, adotando múltiplos e diferenciados enfoques. Mas, para além do MUDE, novos espaços de natureza expositiva ou museológica surgiram nos últimos anos – caso da Galeria Quadra, em Matosinhos, e do Museu do Artesanato e do Design de Évora (MADE), ambos em 2011 –, bem como iniciativas pontuais, cada vez mais frequentes.

Paralelamente, são também contextos relevantes de reflexão e divulgação da história, património e memória do design em Portugal algumas publicações em papel (revistas e livros¹³) e *online* (*websites* e *blogues*¹⁴) que surgiram nos últimos anos.

¹² É o caso, por exemplo, da exposição *Almanaque - Uma História do Design Português em Revista* (Galeria Quadra, 2013), dedicada à análise da evolução do design gráfico em Portugal a partir das revistas, da exposição *Interiores – 100 Anos Arquitetura em Portugal*, que se centra na história e a evolução do design e da arquitetura de interiores em Portugal, entre 1900 e 1999 (MUDE, 2012-13) ou ainda da secção *Portugal imaginado*, trabalho do atelier Joana & Mariana, em torno do turismo e das diversas visões de identidade nacional propostas pelas campanhas publicitárias das décadas de 1940-80, que se enquadrou na exposição *Timeless* (que integrou a Bienal Experimenta Design 2009).

¹³ Sem pretender ser exaustivo na identificação de obras sobre a história do design em Portugal editadas recentemente, vale a pena referir o livro *Design Gráfico em Portugal*, de Margarida Fragoso (2012), os sete volumes monográficos da *Coleção D*, publicados entre 2011 e 2013, ou a monografia *O Livr-o-mem – Paulo d’Cantos n’Palma d’Mão* (2013). Importa também referir alguns catálogos editados pelo MUDE a propósito de algumas das suas exposições temporárias, tais como *António Garcia, Designer. Zoom In/ Zoom Out* (2010), *Introspectiva. Filipe Alarcão, designer* (2012) ou *Interiores – 100 Anos Arquitetura em Portugal* (2012). Finalmente, e embora não existam atualmente em Portugal revistas especificamente dedicadas à problemática da história do design, importa referir que a revista *Pli*, editada pela ESAD desde 2011, inclui vários artigos em abordam temas relacionados com a memória do design português.

Muitos destes documentos apresentam seleções de acontecimentos, obras e designers que, por diferentes motivos, são considerados marcantes para o desenvolvimento da disciplina em Portugal. Esgrimem ainda argumentos que fundamentam a relevância do design no quadro da história social e cultural do país.

Pela sua abrangência e também pelo seu caráter singular no contexto português, merece aqui um particular destaque a *Coleção D*, editada pela Imprensa Nacional-Casa da Moeda e organizada pelo designer gráfico, diretor de arte, *blogger* e professor universitário Jorge Silva. Inspirando-se na coleção *Design&Designers*, publicada pela francesa Pyramid, a *D* apresenta-se como uma série de

monografias acessíveis, essencialmente visuais, que pretendem ser um primeiro encontro com a excelência do design português, numa abordagem acessível à sua importância no presente e futuro de uma rica mas mal estudada história do design português, sublinhando a sua excelência e importância no presente e no futuro do ensino e da prática do design (Coleção D, 2012).

Iniciada em 2011, foram já editados sete volumes, dedicados a outros tantos designers: *atelier R2* (Lizá Ramalho e Artur Rebelo), Victor Palla, Pedro Falcão, Paulo-Guilherme, Marco Sousa Santos e Fred Kradolfer. Num artigo publicado na revista *Ler* acerca desta iniciativa editorial e da sua relevância, Pedro Marques (2012b) refere que “esta coleção é, ao mesmo tempo, uma tábua de salvação e um farol na premente missão de resgate e divulgação de um património visual nacional à mercê das intempéries destes tempos de crise, em que a memória é vítima fácil”.

Embora seja importante reconhecer estas dificuldades, a verdade é que, na última década e meia, foi possível criar e sobretudo alargar um novo espaço – cultural, institucional e editorial – para a mostra e reflexão sobre a memória, história e património associados ao design feito em Portugal. Importa, por isso, perceber quais

¹⁴ Existem atualmente alguns blogues sobre design em Portugal (com frequentes cruzamentos com as áreas da crítica de arte contemporânea, da ilustração ou do universo editorial) que, com alguma frequência, abordam aspetos relacionados com a história do design em Portugal e/ou com trabalhos marcantes de designers portugueses históricos. Os blogues mais relevantes, deste ponto de vista, são *Almanaque Silva* (<http://almanaguesilva.wordpress.com/>), de Jorge Silva; *Montag by the covers: resgate de fogo* (<http://pedromarquesdg.wordpress.com/>), de Pedro Marques; *Reactor* (<http://reactorblogue.wordpress.com/>), de José Bártolo; ou *The Ressabiator* (<http://ressabiator.wordpress.com/>), de Mário Moura. Não sendo especificamente orientado para as questões do design, o blogue *Restos de Coleção* (<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/>), de José Leite também aborda ocasionalmente a história do design em Portugal. Refira-se ainda o *website* Museu Virtual de Design Português, da Universidade de Aveiro, *online* desde 2012 em <http://mvdpt.web.ua.pt/>.

os motivos que justificam a emergência e o desenvolvimento do interesse suscitado por estas questões.

Como vimos, o acréscimo de intensidade e diversidade de iniciativas em torno de uma certa ideia de memória do design em Portugal parece estar, por um lado, estreitamente relacionada com transformações mais genéricas no seio da disciplina que, a partir de meados dos anos 1990, começa gradualmente a interessar-se por investigar, divulgar e refletir criticamente sobre história do design, as suas principais “escolas” e correntes estilísticas, e também da memória dos seus principais “obreiros”. Mas existem também, por outro lado, aspetos particulares que ajudam a compreender a emergência deste interesse em Portugal e que, na minha perspetiva, estão estreitamente associados ao modo como a disciplina se desenvolveu do ponto de vista científico-pedagógico e também a certas alterações recentes na atividade profissional.

De entre estes diversos aspetos, começo por destacar o crescente interesse que questões relacionadas com a história do design em Portugal suscitam na academia, patente quer na criação de disciplinas específicas sobre este tema em mestrados e licenciaturas, quer ainda nas várias teses de mestrado e doutoramento que têm sido realizadas no domínio da história do design em Portugal (Pinto, 2013: 43; 46-47). Trata-se possivelmente de um elemento-chave para compreendermos, pelo menos em parte, alguma da recente “efervescência patrimonialista” em torno do design.

Por outro lado, os responsáveis pela conceção e implementação de muitas iniciativas de divulgação e valorização da história e memória do design nacional estão, de diferentes modos, associados ao meio universitário. Num contexto em que existe a tendência para a expansão global da profissão de designer (McCarthy, 2013), também em Portugal vários profissionais desta área optam por trilhar novas hipóteses de trabalho, explorando nomeadamente os universos da investigação, da crítica e da curadoria. Acresce ainda que, atendendo à exiguidade de espaços (formais) em Portugal para o exercício quer de crítica de design, bem como para o debate científico especializado, a participação na conceção as exposições e na elaboração de textos para os respetivos catálogos, a colaboração em revistas (muitas vezes *online*) e a escrita em blogues parecem constituir oportunidades estimulantes e relevantes para uma nova

geração de designers portugueses divulgarem os seus trabalhos de investigação e desenvolverem o exercício de crítica e comentário.¹⁵

A própria expansão e consolidação do ensino superior em design em Portugal nas últimas duas décadas, também contribuíram para alargar a audiência de interessados neste novo tipo de produção cultural ligada à memória e ao património histórico associado ao design e aos designers em Portugal – um fator certamente relevante para viabilizar a realização (cada vez mais frequente) deste tipo de iniciativas. De algum modo, o arranque dos anos 2000 pode caracterizar-se pela afirmação, entre nós, de uma certa “ideia do design como cultura e como comunidade” (Moura, 2011: 16), evidenciando um efeito de convergência de Portugal com algumas das principais tendências internacionais no campo do design contemporâneo.

Em linha com a tendência contemporânea internacional para intervir num “campo expandido do design”, desenvolvido essencialmente em contexto académico e curatorial, também em Portugal as abordagens a designers nacionais historicamente marcantes têm-se vindo a transformar, adquirindo novos contornos, assumindo abordagens menos “rígidas”, aproximando-se mesmo de alguns universos artísticos. Entre outros exemplos possíveis, merecem destaque as exposições e publicações realizadas pelo atelier Joana & Mariana em torno da história do design gráfico português, algumas das publicações e protagonistas mais relevantes (cf. nomeadamente, Costa & Leão, 2009), ou os vários projetos de Nuno Coelho dedicados à memória do design de embalagens de marcas portuguesas “clássicas”, como a Viarco, a Ach Brito e Fábrica Confiança (cf. nomeadamente, Coelho, 2013).

Embora muitos dos “heróis” das décadas de 1950-70 acumulassem o ofício de designer com outros – também eram frequentemente arquitetos, fotógrafos, cenógrafos, pintores e/ou editores¹⁶ –, a verdade é que, até muito recentemente, as narrativas sobre a história do design em Portugal restringiam-se a indivíduos que, para todos os efeitos, eram reconhecidos profissionalmente (pelos seus pares e clientes)

¹⁵ Efetivamente não existe atualmente nenhuma coluna de crítica, comentário ou “mera” divulgação de design na imprensa nacional, o que contrasta com outras áreas artísticas ou com a própria arquitetura. A este propósito, José Bártolo (2013) referia, num artigo recente, a “sensação de desconforto ao verificarmos que a validade do design, o interesse que ele gera no público exterior à área e o reconhecimento que lhe é dado por exemplo por editores dos *media* tradicionais não é hoje superior (pelo contrário, provavelmente) ao que existia há quarenta anos”.

¹⁶ Caso de designers emblemáticos como Victor Palla, Sena da Silva ou Paulo-Guilherme, por exemplo.

enquanto designers, subsistindo (total ou parcialmente) desta sua atividade. Ora, também a este nível se tem vindo a assistir a uma transformação, emergindo um olhar mais “expandido” e fluído acerca da profissão de designer.

O caso de Paulo de Cantos, designer gráfico autodidacta, autor e editor compulsivo – actividades que “alimentou” durante décadas graças à sua actividade profissional enquanto professor de liceu – ilustra bem esta situação. A sua obra caracteriza-se por um certo vanguardismo, mas também pelo seu carácter inclassificável e interdisciplinar, sendo até há pouco tempo praticamente desconhecida. A recentemente recuperação do legado de Paulo de Cantos deve-se, em boa parte, ao designer e professor universitário António Silveira Gomes que promoveu, em Março de 2012, um encontro de divulgação e análise da sua obra – as *Jornadas Cantianas* – e que, mais recentemente, foi responsável pela publicação da obra *O livr-o-mem – Paulo d’ Cantos n’ Palma d’ Mão*, que reúne reproduções de trabalhos e análises de especialistas de diferentes áreas. Estas iniciativas evidenciam uma nova dimensão do trabalho dos designers, mais próxima do universo curatorial e artístico, mas em que, apesar de tudo, a história e a memória continuam a assumir um papel central.

A recuperação de Paulo de Cantos, revendo *a posteriori* o seu legado e atribuindo-lhe um papel historicamente relevante no contexto da produção e edição gráfica em Portugal – papel esse que nunca lhe foi reconhecido em vida pelos seus pares – é interessante porque é, de algum modo, exemplar da importância da análise das iniciativas que consubstanciam estes processos de “patrimonialização” do design. Tais iniciativas dão um novo sentido à história e à memória coletiva – neste caso, associadas ao campo do design –, recuperando determinados elementos, instituições e/ou objetos que, de algum modo, se encontravam esquecidos.

Todos os processos de “patrimonialização” têm implícitos, em diferentes graus, exercícios de selecção, de hierarquização e de manipulação da história e da memória. Neste contexto, importará, por isso, questionar as repercussões dos novos papéis assumidos por designers. À medida que se envolvem, cada vez mais, na reflexão, valorização, divulgação e discussão sobre memória, história e património associados ao design português, os designers e investigadores nesta área estão inevitavelmente a assumir um novo papel enquanto mediadores culturais, (re)construindo as narrativas acerca da história da sua disciplina em Portugal e contribuindo, assim, para a

disseminação destas ideias quer junto da sua comunidade de pares (nacionais e internacionais), quer junto de um leque cada vez mais amplo de indivíduos que hoje se interessam pelos temas da história, da memória e do património.

Conclusão

A análise dos processos de “patrimonialização” do design em Portugal exige um olhar multifacetado. Desde logo, não podem, contudo, ser dissociados de uma dinâmica mais ampla e global que, cada vez mais, valoriza a dimensão histórico-patrimonial associada ao design e à “cultura material” e que, por outro lado, reconhece ao designer um novo papel enquanto “autor” e “produtor cultural”. Também está relacionado com o próprio processo de institucionalização do design em Portugal que, como vimos, tem-se feito de forma lenta e gradual, persistindo alguns impasses e hesitações em domínios relevantes desta atividade profissional. Simultaneamente, têm-se registado ainda importantes mudanças no seio da disciplina, tanto no plano científico, como profissional, que contribuíram para tornar crescentemente relevantes as questões da memória e da história.

Nos últimos quinze anos os processos de “patrimonialização” têm ganho um crescente dinamismo, diversidade e intensidade, que está hoje muito claramente patente numa série de iniciativas, realizadas dentro e fora do universo académico. Conjuntamente, estas diversas iniciativas têm contribuído para, progressivamente, criar entre nós uma certa “cultura de design” (Julier, 2008), reconhecendo ao design português não só um valor histórico-patrimonial significativo no contexto nacional, mas também apontando algumas das suas especificidades no contexto internacional.

Embora este artigo apresente resultados ainda preliminares de uma investigação que está em curso, a análise realizada até agora permite concluir que as diversas iniciativas em torno da memória, história e património ligado ao design português estão, por um lado, estreitamente articuladas e são até, por vezes, impulsionadas por desenvolvimentos recentes no campo do ensino e investigação sobre design em Portugal. Mas, por outro lado, estão também relacionadas com a emergência de novas esferas de atividade profissional entre os designers portugueses, que em número crescente, parecem interessar-se por trabalhar em novos domínios relacionados com o comissariado/curadoria, a edição e/ou a crítica.

Referências Bibliográficas

- AA.VV. (1988), *Design Gráfico 88 / VI Bienal Internacional de Arte de Vila Nova de Cerveira*. Vila Nova de Cerveira: Câmara Municipal de Vila Nova de Cerveira
- AA.VV. (1995), *Sebastião Rodrigues: designer*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- AA.VV. (2013), *O Livr-o-mem – Paulo d’Cantos n’Palma d’Mão*. Lisboa: Bárbara Says
- AA.VV. (1982), *Quem Tem Capa*. Lisboa: Instituto Português do Livro/Ministério da Cultura e da Coordenação Científica
- ARONCZYK, Melissa (2010), “The Depths of Design”, in *Review in Cultural Theory*, Vol. 1, Nº 1, pp. 40-45
- COLEÇÃO D (2012), "Sobre". Página consultada a 15.11.2013, em <http://www.colecao-d.com/about>
- ACCIAIUOLI, Margarida (2000), “As Exposições de Propaganda nos Anos 30”, in *O Tempo do Design. Anuário 2000*. Lisboa: CPD, pp. 46-51
- ACCIAIUOLI, Margarida (2013), *António Ferro – A Vertigem da Palavra. Retórica, Política e Propaganda no Estado Novo*. Lisboa: Bizâncio.
- ADAMS, Ruth (2007), “Exhibiting Design: Art versus Industry?”, in *DESIGN Principles & Practices: An International Journal*, Vol. 1, N. 2, pp. 17-25
- ALMEIDA, Victor (2009), *O Design em Portugal, um Tempo e um Modo. A institucionalização do Design Português entre 1959 e 1974*. Tese de Doutoramento em Belas-Artes (Especialidade de Design de Comunicação). Lisboa: FBAUL
- BÁRTOLO, José (2006), “O Estado do Design. Reflexões sobre teoria do design em Portugal”, in *Arte Capital*, de 1 de Outubro. Consultado a 20.08.2013, em <http://artecapital.net/opinioes.php?ref=30>
- BÁRTOLO, José (2011), O designer como produtor, in *ForoAlfa*, de 24 de Fevereiro. Consultado a 20.08.2013, em <http://foroalfa.org/articulos/o-designer-como-produtor>
- BÁRTOLO, José (2012), “Chegou a hora dos designers”, in *Arte Capital*, de 21 de Setembro. Consultado a 20.08.2013, em <http://www.artecapital.net/opiniao-119-jose-bartolo-chegou-a-hora-dos-designers>
- BÁRTOLO, José (2013), “Onde pára o design?”, in *Reactor Blogue*, de 2 de Abril. Consultado a 16.11.2013, em <http://reactorblogue.wordpress.com/2013/04/02/onde-para-o-design/>
- BECKER, Howard S. (2010), *Mundos da Arte*. Lisboa: Livros Horizonte
- BONY, Anne (2006) “Histoire du design dans la second moitié du XXe siècle”, in FLAMAND, Brigitte (dir.), *Le Design. Essais sur des théories et des pratiques*. Paris: Institute Français de la Mode/Éditions du Regard, pp. 37-65
- BRYSON, John; RUSTEN, Grete (2011), *Design Economies and the Changing World. Economy, Innovation, Production and Competitiveness*. London/New York: Routledge
- CASTANHETA, Carla (2012), *Concurso Jovem Designer: um contributo para a cultura do design em Portugal*. Tese de Mestrado em Design de Equipamento (Especialização em Estudos de Design). Lisboa: FBAUL
- CHOAY, Françoise (2000), *A alegoria do património*, Lisboa: Edições 70

- COELHO, Nuno (2013), *O Design de Embalagem em Portugal no Século XX – do Funcional ao Simbólico – o Estudo de Caso da Saboaria e Perfumaria Confiança*. Tese de Doutoramento. Coimbra: FLUC
- COSTA, Joana Baptista; LEÃO, Mariana (2009), *Portugal Imaginado*. Lisboa: Experimenta Design 2009
- COUTINHO, Bárbara (coord.) (2009), *Sena da Silva*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- CURADO, Renata (2013), “Centro Português de Design vai ser extinto”, in *Jornal Diário de Notícias*, de 30 de Maio. Consultado a 16.11.2013, em http://www.dn.pt/inicio/artes/interior.aspx?content_id=3248523
- DiMAGGIO Paul; HIRSCH, Paul M. (1976), “Production Organizations in the Arts”, in *American Behavioral Scientist*, 19, pp. 735-752
- DORMER, Peter (1993), *Design Since 1945*, London: Thames & Hudson
- DUBUISSON, Sophie; HENNION, Antoine (1995), “Le design industriel, entre création, technique et marché”, in *Sociologie de l’art*, nº 8 ('Les Frontières de l’art'), pp. 9-30
- ESTRELA, Rui (2005), *A Publicidade no Estado Novo. Volume I (1932-1959)*. Lisboa: Simplesmente Comunicando
- FAURE, Muriel (1999), “Un produit agricole "affiné" en objet culturel. Le fromage beaufort dans les Alpes du Nord”, in *Terrain*, nº 33, pp. 81-92
- FEATHERSTONE, Mike (2007), *Consumer Culture and Postmodernism*. London/California/New Delhi/Singapore: Sage
- FERREIRA, Claudino (2002), “Intermediação cultural e grandes eventos. Notas para um programa de investigação sobre a difusão das culturas urbanas”, in *Oficina do CES*, 167
- FERREIRA, Claudino (2006), *A Expo'98 e os Imaginários do Portugal Contemporâneo: Cultura, Celebração e Políticas de Representação*. Tese de Doutoramento em Sociologia. Coimbra: FEUC.
- FIOR, Robin (2005), *Sebastião Rodrigues and the development of modern graphic design in Portugal*. Tese de Doutoramento. Reading: University of Reading
- FRAGOSO, Margarida (2012), *Design gráfico em Portugal. Formas e expressões da cultura visual do século XX*. Lisboa: Livros Horizonte
- GILL, Rosalind (2002), “Cool, creative and egalitarian? Exploring gender in project-based new media work in Europe”, in *Information, communication and society*, 5 (1), pp. 70-89
- GILL, Rosalind (2007), *Technobohemians or the New Cybertariat?*, Amsterdam: Institute of Network Cultures
- GOMES, Alexandra Cruchinho (2003), *Design em Portugal. Qualidade e Ensino*. Castelo Branco: Edições IPCB
- HEINICH, Nathalie (2009), *Faire Voir. L’art à l’épreuve de ses médiations*. Paris: Les Impressions Nouvelles
- HELLER, Steven (ed.) (2005), *The Education of a Graphic Designer. Second Edition*. New York: Allworth Press
- HENRIQUES, Ana Maria (2012), “Portugal tem 22 mil designers e isso é uma “completa loucura””, in *P3* (suplemento online do *Jornal Público*), de 13 de Setembro. Consultado a 20.08.2013, em

- <http://p3.publico.pt/cultura/design/4558/portugal-tem-22-mil-designers-e-isso-e-uma-completa-loucura>
- HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence (1984), *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra
- JANEIRO, Helena Pinto; SILVA, Isabel Alarcão e (1988), *Cartazes de Propaganda Política do Estado Novo (1933-1949)*. Lisboa: Biblioteca Nacional
- JULIER, Guy (1996), "Barcelona Design, Catalonia's Political Economy and the New Spain, 1980-1986", in *Journal of Design History*, Vol. 9, No. 2, pp. 117-127
- JULIER, Guy (2004), *Design Since 1900*. London: Thames & Hudson
- JULIER, Guy (2008), *The Culture of Design (Second Edition)*. London: Sage
- JULIER, Guy; MOOR, Liz (ed.) (2009), *Design and Creativity. Policy, Management and Practice*. Oxford/London: Berg
- KIRSHENBLATT-GIMBLETT, Barbara (1998), *Destination Culture: Tourism, Museums and Heritage*. Berkeley: University of California Press.
- LASH, Scott; URRY, John (1994), *Economies of Signs and Space*. London: Sage
- LOBO, Theresa (2009), *Ilustração em Portugal I – 1910 a 1940*. Lisboa: Edições IADE
- LOPES, Nuno Lacerda (2000), "O Novo Design e a Transformação dos Modos de Habitar" in *O Tempo do Design. Anuário 2000*. Lisboa: CPD, pp. 80-85
- LUPTON, Ellen (2005), "The Designer as Producer", in HELLER, Steven (ed.), *The Education of a Graphic Designer. Second Edition*. New York: Allworth Press, pp. 214-219
- MARQUES, A. H. de Oliveira (1976), *300 Anos do Cartaz em Portugal*. Lisboa: Biblioteca Nacional
- MARQUES, Pedro (2012a), "Saber olhar para trás (como os chineses)", in *Montag by the cover: resgate de fogo*, de 1 de Fevereiro. Consultado a 16.11.2013, em <http://pedromarquesdg.wordpress.com/2013/02/01/saber-olhar-para-tras-como-os-chineses/>
- MARQUES, Pedro (2012b), "Modernidade alegre", in *Montag by the cover: resgate de fogo*, de 7 de Setembro. Consultado a 16.11.2013, em <http://pedromarquesdg.wordpress.com/2012/09/07/modernidade-alegre/>
- MARTINS, João Paulo (2000), "Os Anos Trinta e Quarenta. Objectos e Produção Industrial", in *O Tempo do Design. Anuário 2000*, Lisboa: CPD, pp. 52-57
- MARTINS, João Paulo (org.), (2001), *Daciano da Costa: Designer*. Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian
- MCCARTHY, Steven (2013), *The designer as author, producer, activist, entrepreneur, curator & collaborator*. Amsterdam: BIS
- MCROBBIE, Angela (1998), *British Fashion Design. Rage trade or image industry?*. London: Routledge
- MELLO, Thomaz de; AZEVEDO, Fernando Azevedo; PALLA, Víctor; FREITAS, Lima de; CLÉRIGO, Octávio; RODRIGUES, Sebastião (1989), *Falando do ofício*. Lisboa: Sociedade tipográfica
- MILLS, C. Wright (2008), "The Man in the Middle", in SUMMERS, John H. (Ed.), *The Politics of Truth: Selected Writings of C. Wright Mills*, New York: Oxford University Press, pp. 173-183
- MOURA, Mário (2010), *O Big Book: uma arqueologia do autor no design gráfico*. Tese de Doutoramento. Porto: FBAUP

- NAROTZKY, Viviana (2009), "Selling the Nation: Identity and Design in 1980s Catalonia", in *Design Issues*, Vol. 25, Number 3, pp 62-75
- PEIXOTO, Paulo (2004), "A identidade como recurso metonímico dos processos de patrimonialização", in *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 70, pp. 183-204
- PEIXOTO, Paulo (2006), *O passado ainda não começou. Funções e estatuto dos centros históricos no contexto urbano português*. Tese de Doutoramento em Sociologia, Coimbra: FEUC
- PESNER, Nikolaus (2001), *Origens da Arquitectura Moderno e do Design*, São Paulo: Martins Fontes
- PESSOA, Sofia Costa (coord.) (2010), *António Garcia, design – Zoom in/Zoom out*, Lisboa: CML/MUDE
- PINTO, Rute Bastardo (2013), *Paulo-Guilherme D’Eça Leal: reflexos en la cultura visual portuguesa*. Tese de Doutoramento. Valência: Universidad Politécnica de Valencia
- QUEROL, Lorena Sancho (2013), "Para uma gramática museológica do (re)conhecimento: ideias e conceitos em torno do inventário participado", in *Sociologia, Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, Vol. XXV, pp. 165-188
- ROCK, Michael (2005), "Graphic Authorship", in HELLER, Steven (ed.), *The Education of a Graphic Designer. Second Edition*. New York: Allworth Press, pp. 200-209
- SANTOS, Rui Afonso (1995), "O Design e a Decoração em Portugal, 1900-1994", in PEREIRA, Paulo (dir.), *História da Arte Portuguesa, Vol. III – Do Barroco à Contemporaneidade*. Lisboa: Círculo de Leitores, pp. 437-505
- SANTOS, Rui Afonso (2000), "O Design e a Decoração em Portugal nos Anos 20", in *O Tempo do Design. Anuário 2000*, Lisboa: CPD, pp. 40-45
- SILVA, Jorge (org.) (2011a), *R2. Coleção D, Nº1*. Lisboa: INCM
- SILVA, Jorge (org.) (2011b), *Victor Palla. Coleção D, Nº2*. Lisboa: INCM
- SILVA, Jorge (org.) (2012a), *Pedro Falcão. Coleção D, Nº3*. Lisboa: INCM
- SILVA, Jorge (org.) (2012b), *Paulo Guilherme. Coleção D, Nº4*. Lisboa: INCM
- SILVA, Jorge (org.) (2012c), *Marco Sousa Santos. Coleção D, Nº5*. Lisboa: INCM
- SILVA, Jorge (org.) (2012d), *Fred Kradolfer. Coleção D, Nº6*. Lisboa: INCM
- SOUTO, Maria Helena (1991), "«Design» em Portugal 1980-1990 – Dispersão Pluralista", in FRANÇA, José-Augusto (Programação e Introd.), *Portugal Moderno. Artes e Letras*. Lisboa: Pomo, pp. 99-117
- SOUTO, Maria Helena (1992), "O Design Moderno em Portugal", in *Cadernos de Design*, nº1, Lisboa: Centro Português de Design, pp. 17-29
- SOUTO, Maria Helena (2000), "A Exposição de 1900 e os caminhos para o design em Portugal no início do século XX", in *O Tempo do Design. Anuário 2000*, Lisboa: CPD, pp. 36-39
- SOUTO, Maria Helena (2009), *História do Design em Portugal I Reflexões*, Lisboa: IADE Edições
- TOSTÕES, Ana; MARTINS, João Paulo (2000), "A Construção do Design em Portugal: de 1960 à Revolução de Abril de 1974" in *O Tempo do Design. Anuário 2000*, Lisboa: CPD, pp. 64-69
- TREVIÑO, A. Javier (2014), "C. Wright Mills as Designer: Personal Practice and Two Public Talks", in *The American Sociologist* [no prelo]