

Design português através de uma pluralidade de objetos
— *Portuguese design through a plurality of objects*

Daniel Vieira & Bernardo Providência

Design português através de uma pluralidade de objetos
— *Portuguese design through a plurality of objects*

Daniel Vieira & Bernardo Providência (coord.)

Prefácio

— Fareword

Este livro apresenta um conjunto de ensaios redigidos por especialistas na área do design, expondo ideias, críticas, reflexões e impressões pessoais, sobre variadas temáticas do design. Ainda neste âmbito, não tendo pretensão de ser um resumo do design português, integra uma seleção cativante de 78 objetos de designers portugueses, que vão desde mobiliário e iluminação, passando pelos acessórios. Uma dimensão local e global que nos propõem um olhar para o futuro do design português através dos valores materiais e imateriais.

— *This book presents a set of essays written by specialists in the field of design, who expose ideas, criticism, reflections and personal impressions on various design themes. It is not intended to be a summary of Portuguese design but includes a captivating selection of 78 objects by Portuguese designers, ranging from furniture and lighting to accessories: a local and global dimension that offers a glimpse into the future of Portuguese design through material and immaterial values.*

Daniel Vieira & Bernardo Providência

Índice

— *Table of contents*

- 1
Introdução – *Introduction*
Daniel Vieira & Bernardo Providência
- 4
Estúdios de design – *Design studios*
Daniel Vieira
- 7
Objetos com alma – *Soulful objects*
Bernardo Providência
- 10
Processos tradicionais portugueses – *Traditional portuguese process*
João Nunes Sampaio
- 13
Design português, através do escuro – *Portuguese design, through the dark*
Carlos Casimiro da Costa
- 17
Identidade e território – *Identity and territory*
Lígia Afreixo
- 21
Design de autor – *Author design*
Carla Carbone & Guilherme Braga da Cruz
- 25
Autores de design – *Design authors*
Daniel Vieira
- 105
Referências – *References*

Introdução

— *Introduction*

Daniel Vieira & Bernardo Providência

Este livro apresenta um conjunto de ensaios escritos por especialistas na área do design – Daniel Vieira, Bernardo Providência, João Nunes Sampaio, Carlos Casimiro da Costa, Lígia Afreixo, Carla Carbone & Guilherme Braga da Cruz – onde se expõe ideias, críticas, reflexões e impressões pessoais sobre as temáticas: estúdios de design, design e emoção, processos tradicionais portugueses, design português, identidade e território, e design de autor.

O design enquanto profissão criativa contribui para a diversidade do mundo atual. Partindo da diferença entre os objetos anónimos de uso quotidiano e os objetos de autor com valor agregado, conjugação da funcionalidade a valores estéticos, beleza, equilíbrio, harmonia e forma, emprestam à interação maior empatia na sua percepção e usabilidade.

Na literatura encontramos publicações que já pronunciam o design em português: «Cadeiras Portuguesas Contemporâneas» de Santos (1999), «Best of – 180 produtos de design português» de Grais (2003), «Design com Dimensão – 40 Anos de Design em Portugal» de Silva & Ladeiro (2005), «Portugal Industrial» de Bártolo et al. (2019) e «Design em São Bento – Traços da Cultura Portuguesa» de Coutinho (2020). Onde são apresentados objetos de designers como Carlos Aguiar, Carvalho Araújo, Fernando Brízio, Filipe Alarcão, Francisco Providência, Paulo Parra, Pedro da Silva Dias, Raul Cunca e Rita Filipe. Para não esquecer objetos de designers como António Garcia, Conceição Silva, Daciano da Costa, Eduardo Afonso Dias, Jorge Pacheco, José Espinho e Sena da Silva.

Sem pretensão de representar o design português, este exercício evoca a singularidade de um conjunto de casos representativos da diversidade de território, sublinhando por um lado a qualidade dos produtos e por outro a variedade de processos criativos. Os objetos selecionados retratam o design de autor, nem sempre pensado e desenvolvido para a indústria, reflexo de exercícios, manifestos, ideias e experimentos pessoais. Apesar de possuírem uma longa ascendência de arquétipos, estes, transportam na linguagem de cada designer uma conceção onde a multidisciplinaridade cultural, ganha por vezes uma pluralidade de pontos de vista. Neste sentido, importa refletir sobre a «identidade» presente em cada designer.

O livro integra uma seleção de 78 objetos de designers portugueses, que vão desde mobiliário e iluminação, passando pelos acessórios. Estes objetos que variam entre universos de alta tecnologia, e conceitos simples de base tradicional, entre processos de fabricação estandardizados e pequenas produções de série limitadas ou peças únicas, permitem uma dimensão local e global que nos propõem um olhar para o futuro do design português através dos valores materiais e imateriais, através dos designers:

Ana Relvão & Gerhard Kellermann, André Gouveia, Carlos Ribau, Catarina Pacheco, Christophe de Sousa, Daniel Caramelo, Daniel Duarte, Emanuel Rufo, Eneida Lombe Tavares, Fábio Pereira, Fábio Teixeira, Filipa Mendes & Gustavo Macedo, Gonçalo Campos, Gonçalo Prudêncio, Hugo Passos, Inês Nunes, Ivo Oliveira Rodrigues, João Gonçalves & Clémentine Caurier, João Xará, Luís Nascimento, Manuel Amaral Netto, Marco Sousa Santos, Maria Pita Guerreiro & João Abreu Valente, Micael Filipe & Romain Viricel, Miguel Soeiro, Miguel Vieira Baptista, Mónica Braga dos Santos, Pedro Sottomayor, Rita Botelho, Rita João & Pedro Ferreira, Rui Alves, Rui Pereira & Ryosuke Fukusada, Rui Tomás, Rui Viana, Sara de Campos, Sérgio Gameiro & Filipe Cardigos, Soraia Gomes Teixeira, Tomás Fernandes & Natasza Grzeskiewicz, Toni Grilo.

— *This book presents a set of essays written by specialists in the field of design – Daniel Vieira, Bernardo Providência, João Nunes Sampaio, Carlos Casimiro da Costa, Lígia Afreixo, Carla Carbone & Guilherme Braga da Cruz – where ideas, criticism, reflections and personal impressions on the following themes are exposed: design studios, design and emotion, traditional Portuguese processes, Portuguese design, identity and territory, and authorial design.*

Design as a creative profession contributes to the diversity of today's world. Starting from the difference between anonymous objects of daily use and authorial objects with added value, the conjugation of functionality to aesthetic values, beauty, balance, harmony and form, assign to interaction a greater empathy in its perception and usability.

In the literature we find publications that already highlight the Portuguese design, such as: «Cadeiras Portuguesas Contemporâneas» by Santos (1999), «Best of – 180 produtos de design português» by Grais (2003), «Design com Dimensão – 40 Anos de Design em Portugal» by Silva & Ladeiro (2005), «Portugal Industrial» by Bártolo et al. (2019) and «Design

em São Bento – Traços da Cultura Portuguesa» by Coutinho (2020). Those publications present objects by designers such as Carlos Aguiar, Carvalho Araújo, Fernando Brízio, Filipe Alarcão, Francisco Providência, Paulo Parra, Pedro da Silva Dias, Raul Cunca and Rita Filipe. Also important to highlight objects by designers such as António Garcia, Conceição Silva, Daciano da Costa, Eduardo Afonso Dias, Jorge Pacheco, José Espinho, and Sena da Silva.

Although it doesn't claim to represent Portuguese design, this exercise evokes the singularity of a set of cases that represent the diversity of the territory, underlining the quality of the products, and the variety of creative processes. The selected objects portray authorial design, not always thought of and developed for industry, reflecting personal exercises, manifestos, ideas, and experiments. Despite having a long ancestry of archetypes, they carry in the language of each designer a conception where cultural multidisciplinary sometimes gains a plurality of points of view. In this sense, it is important to reflect on the «identity» present in each designer.

The book includes a selection of 78 objects by Portuguese designers, ranging from furniture and lighting to accessories. These objects range between high-tech universes, and simple concepts with a traditional base, between standardized manufacturing processes and small limited series productions or unique pieces, allowing a local and global dimension that propose a look into the future of Portuguese design through the material and immaterial values, through the designers:

Ana Relvão & Gerhard Kellermann, André Gouveia, Carlos Ribau, Catarina Pacheco, Christophe de Sousa, Daniel Caramelo, Daniel Duarte, Emanuel Rufo, Eneida Lombe Tavares, Fábio Pereira, Fábio Teixeira, Filipa Mendes & Gustavo Macedo, Gonçalo Campos, Gonçalo Prudêncio, Hugo Passos, Inês Nunes, Ivo Oliveira Rodrigues, João Gonçalves & Clémentine Caurier, João Xará, Luís Nascimento, Manuel Amaral Netto, Marco Sousa Santos, Maria Pita Guerreiro & João Abreu Valente, Micael Filipe & Romain Viricel, Miguel Soeiro, Miguel Vieira Baptista, Mónica Braga dos Santos, Pedro Sottomayor, Rita Botelho, Rita João & Pedro Ferreira, Rui Alves, Rui Pereira & Ryosuke Fukusada, Rui Tomás, Rui Viana, Sara de Campos, Sérgio Gameiro & Filipe Cardigos, Soraia Gomes Teixeira, Tomás Fernandes & Natasza Grzeskiewicz, Toni Grilo.

Estúdios de design

— *Design studios*

Daniel Vieira

No contexto hodierno, o estúdio de design está diferente, projeta diferente, comunica diferente. Ficou modesto com menos colaboradores. Modernizou e dinamizou o processo de design por meio de novas tecnologias. Fabricantes passaram a estar «à distância de um clique», o que proporcionou redução de custos e introduziu maior flexibilidade no processo de design.

Com o advento da internet despoletou-se uma rápida massificação de publicações de design, tendo como resultado emergido uma saturação e homogeneização de ideias e conceitos para a mais variadas tipologias de objetos. O design tornou-se assim um fenómeno global. Fabricantes passam a reconhecer sua importância e implementam-no com o objetivo de almejar destaque no cobijado mercado global.

No constante borbulhar das redes sociais, emerge uma «new order» nos estúdios internacionais. Partilha-se cada vez mais os bastidores do processo de design, observa-se de forma mais recorrente a incorporação de processos analógicos no desenvolvimento do objeto. Surge a preocupação de fabricar-se séries, em vez de quantidades industriais. Socialmente, vinca-se mais notoriamente a identidade conceptual dos estúdios e o individualismo dos autores, apresentando-se um pensamento marcadamente «copyright» – fala-se de ritmo e de tempo do design, fala-se de design especulativa e de design por encomenda, fala-se das metodologias aplicadas e das soluções obtidas, fala-se de design solitário e de design colaborativo – compreende-se o estúdio de design enquanto «space to think». Saber projetar é fácil quando se sabe o que fazer (Munari, 2010).

Ao contrário do que regularmente se pode pensar, «good design» é difícil de se identificar, em parte, porque adapta-se tão bem às nossas necessidades que se torna invisível (Norman, 2014). Os bons objetos são sempre familiares e inesperados, como vestígios dos modos de vida em cada época e em cada sociedade (da Costa, 2022). Estes expressam cada cultura material e determinam a qualidade do quotidiano (Fiell & Fiell, 2005). Objetos que, embora pertencentes a um universo discursivo de alta tecnicidade, são por vezes fabricados recorrendo a métodos produtivos tradicionais e com recurso a maquinaria para a produção estandardizada (Maldonado, 2006).

É importante lembrar que os designers têm a capacidade de identificar e responder a preocupações e necessidades técnicas, funcionais e culturais, as suas decisões podem e devem ser uma influência crítica sobre a natureza dos objetos. «Designing better» resulta na criação de produtos mais atraentes, autênticos e de fácil utilização (Desmet & Hekkert, 2009). O pensamento do designer vai além da descoberta da ideia, da definição de conceito, do desenvolvimento da proposta e da entrega do produto. «O design é (...) uma metodologia para a abordagem racional de problemas da produção dentro do ordenamento sócio-econômico-cultural que a determina.» (da Costa, 2022). Escolhas feitas hoje influenciarão anos futuros, na medida em que terão efeitos tanto a nível ambiental, como social.

A longevidade comercial de um produto não deve ser subestimada, pois esta poderá ser uma fonte vitalícia de rendimento para o estúdio. Para que uma solução de design se torne em «object of desire», é importante comunicar significado e emoção, ir além das considerações que transcendam a idealização estética e funcional. O estúdio de design deve fazer menos projetos, desenvolver com mais esforço.

— *In today's context, the design studio looks different, designs differently, communicates differently. It has become modest with fewer collaborators. It has modernized and rationalized the design process through new technologies. Manufacturers are now «just a click away», which has reduced costs and introduced more flexibility into the design process.*

With the arrival of the internet, a rapid massification of design publications was triggered, resulting in a saturation and homogenization of ideas and concepts for the most varied types of objects. Design has thus become a global phenomenon. Manufacturers begin to recognize its importance and implement it to stand out in the coveted global market.

In the constant bubbling of social networks, a «new order» emerges in international studios. The backstage of the design process is increasingly shared, and the incorporation of analogue processes in the development of the object is more frequent. The concern to manufacture series, instead of industrial quantities, arises. Socially, the conceptual identity of the studios and the individualism of the authors are more evident, presenting a markedly «copyright» thought – rhythm and design time, speculative design and design to order, applied methodologies and obtained solutions, solitary design and collaborative design – the design studio is understood

as a «space to think». Knowing how to design is easy when you know what to do (Munari, 2010).

Opposing to what one might think, «good design» is difficult to identify, in part because it adapts so well to our needs that it becomes invisible (Norman, 2014). Good objects are always both familiar and unexpected, as traces of the ways of life in every era and every society (da Costa, 2022). These objects express each material culture and determine the quality of everyday life (Fiell & Fiell, 2005). Objects that, although belonging to a discursive universe of high technicity, are sometimes manufactured using traditional productive methods and machinery for standardized production (Maldonado, 2006).

It is important to remember that designers can identify and respond to technical, functional and cultural concerns and needs, their decisions can and should be a critical influence on the nature of objects. «Designing better» results in the creation of more attractive, authentic, and user-friendly products (Desmet & Hekkert, 2009). The designer's thinking goes beyond the idea discovery, the concept definition, the proposal development, and the product delivery. «Design is (...) a methodology for the rational approach to problems of production within the socio-economic-cultural ordering that determines it.» (da Costa, 2022). Choices made today will influence future years, in that they will have both environmental and social effects.

The commercial longevity of a product should not be underestimated, as this could be a lifetime source of income for the studio. For a design solution to become an «object of desire», it is important to communicate meaning and emotion, to go beyond considerations that transcend aesthetic and functional idealization. The design studio must do fewer projects, develop with more effort.

Objetos com alma — *Soulful objects*

Bernardo Providência

Numa visão contemporânea do design português, um «manifesto» de objetos demonstram o que por aqui se faz com muito amor e carinho.

São projetos que independentemente da sua abordagem metodológica, industrial, de autor ou com base artesanal, protótipos ou produtos comercializados, nos contam para além da interação de uso e funcionalidade, a experiências e significado, em torno de contextos de uso e histórias de vida.

Se para Edmund Husserl a «intencionalidade» envolve a experiência direta sobre as coisas do mundo, a consciência que temos sobre as coisas, conceitos, imagens, pensamentos, ... o «está lá», o viver a experiência, para Merleau-Ponty essa experiência está correlacionada com o momento do significado vivido. Se pretendermos entender o significado de algo, necessitamos de um pensamento atento, consciente, claro; a experiência reflexiva nunca pode imitar a experiência vivida.

Estas abordagens manifestam a genuinidade do valor experiência vivida por meio do contacto com a matéria, na construção de uma experiência cognitiva, que num determinado contexto nos permite estimular os sentidos na construção da vivência única. Para Heidegger «*Befindlichkeit*» – «a maneira como nos encontramos» no mundo, um auto entendimento, sensorial ou «emocional (*pathic*)» no sentido de localizar a experiência emocional.

Juhani Pallasma, no seu texto «Os olhos da Pele» faz-nos refletir sobre a experiência multissensorial através da matéria, da textura e da luz, explorando os sentidos, na construção de uma percepção por de «baixo da pele». Esta relação tácita do «corpo com o lugar» presente nas culturas tradicionais que nos transporta através do «sabor da pedra» ou da «intimidade acústica» amplia a relação da interação, no equilíbrio entre o ser e o viver, entre o estar com ou viver a que Andrea Saltzman por sua vez evoca a «trama» como a necessidade de voltar à natureza na construção de um sistema que nos compreende como parte do mesmo em toda a sua interação.

Em Portugal, este casamento (im)perfeito entre matéria e produto, arte-são e designer, revela-se nos produtos com a fluidez das estações do ano, que passa de geração em geração um saber partilhado, com puras formas

cheias de histórias, feitas com a delicadeza e perfeição de que a grande festa está para chegar.

São objetos que transportam emoções e desejos, respondendo a necessidades, como um copo para beber ou uma cadeira para sentar; mas também objetos que nos recordam memórias dos tempos de infância, de uma paixão, de um momento particular com um valor simbólico único e pessoal; ou ainda objetos que não percebemos como gostamos ou detestamos na ausência da percepção da sua função e significado, o que Norman apelida de «design emocional» e que Pieter Desmet afirma com impacto no humor e no bem-estar.

É com este rosto que de forma refletida o «Design Português» se projeta em experiências únicas de prazer, com matéria autóctone e linguagens ancestrais, no redesenho e designo de criação objetos com alma.

— *In a contemporary vision of Portuguese design, a «manifesto» of objects demonstrates what is done with much love and care. They are projects that, regardless of their methodological approach – industrial, author or craft-based, prototypes or commercialized products – show us beyond the interaction of use and functionality, they show experiences and meaning, around contexts of use and life stories.*

For Edmund Husserl «intentionality» involves the direct experience about things in the world, the consciousness we have about things, concepts, images, thoughts, the «it's there», the living experience, while for Merleau-Ponty this experience is correlated to the moment of lived meaning. If we are to understand the meaning of something, we need attentive, conscious, clear thinking; reflective experience can never imitate lived experience.

These approaches manifest the genuineness of the value lived experience through contact with matter, in the construction of a cognitive experience, that allows us to stimulate our senses in the construction of the unique experience. For Heidegger «Befindlichkeit» means «the way we find ourselves» in the world, a self-understanding, sensory or «emotional (pathic)» in the sense of locating emotional experience.

Juhani Pallasma, in her text «The Eyes of the Skin» reflects about the multi-sensorial experience through matter, texture and light, exploring the senses, in the construction of an «under the skin» perception. This tacit relationship of the «body with the place» present in traditional cultures

transports us through the «taste of the stone» or the «acoustic intimacy» amplifies the relationship of interaction, in the balance between «being» and «living», between «being with» or «living to» which Andrea Saltzman in turn evokes the «weft» as the need to return to nature in the construction of a system that understands us as part of it in all its interaction.

In Portugal, this (im)perfect marriage between matter and product, craftsman and designer, is revealed in products with the fluidity of the seasons, passing from generation to generation a shared knowledge, with pure forms full of stories, made with the delicacy and perfection that the big party is about to arrive.

They are objects that carry emotions and desires, responding to needs, like a glass to drink from or a chair to sit on; but also objects that remind us of childhood memories, of a passion, of a particular moment with a unique and personal symbolic value; or even objects that we don't realize how we like or hate in the absence of the perception of their function and meaning, what Norman calls «emotional design» and that Pieter Desmet states have an impact on mood and well-being. Hence, the «Portuguese Design» projects itself in unique experiences of pleasure, with autochthonous material and ancestral languages, in the redesign and design of creating objects with soul.

Processos tradicionais portugueses — *Traditional portuguese processes*

João Nunes Sampaio

A relação entre forma e técnica reflete o binómio do processo evolutivo, que se motiva pela destreza, domínio da matéria e do processo, mas ao qual se associa o desígnio que persegue as dimensões do desenho e do desejo que Francisco Providência refere em 2001. Neste último eixo, e quando falamos de processos tradicionais – dos quais eliminamos o designer como elemento iniciático –, identificamo-los como encerrados no artesão, um agente para a evolução. Esta evolução que se associa às dimensões temporal, social e geográfica, consagram-se no *tradio* (do latim: passar adiante, transferir) como sinal de transmissão do conhecimento que se afirma num acto de aceitação e rendição – relacionado pelo *tradere* –, e se realiza através/*trans* e *datus*/dado ou concedido por aquele que detém e domina o conhecimento que também é prático e que torna como íntimos o saber e o fazer. Na sua maioria mulheres e homens oriundos de condições sociais frágeis e de baixa escolaridade, assumem o ofício e sua mestria que se vai traduzindo na naturalidade, sabedoria do saber-fazer e afirmação da *paisagem cultural*, que Cláudia Albino na sua investigação diz possibilitar a leitura relatividade e a pluralidade de valores que se podem atribuir ao património cultural, pela sua variabilidade, em função dos momentos históricos e dos contextos socioculturais.

Apesar de reduzido em dimensão, Portugal demonstra diversidade cultural e natural que se reflete na forma de tratar e conformar a matéria traçando narrativas, afirmação de identidade e dos saberes agregados aos territórios e às pessoas. Nessas manifestações, o barro é tratado de forma tão diversa quer em geografias mais próximas como Bisalhães e Barcelos, quer mais distantes onde ganham ilustração nos pratos das olarias de São Pedro de Corval. Por sua vez, a mestria do trabalhar a madeira associa-se à litúrgica característica da cidade de Braga e à produção de mobiliário oriundo do concelho de Paredes. Esta mestria confluiu no reforço entre o método e a *paisagem cultural* que lhe está próxima.

A prevalência de PME's no tecido produtivo português possibilita a cultura do espaço oficial, onde a tradição e a flexibilidade conduzem à experimentação, mas também à evolução de oficinas domésticas para estruturas fabris de relevo. Exemplo disso é a Herdmar que encerra o saber acumulado,

aplicado e adaptado à escala de um mercado global. Da curadoria que compõe o grupo de objetos da *Amor à primeira vista/Love at First Sight* registamos a beleza do encontro destes dois universos e escalas, e como podem suscitar a inquietude do designer perante tal património. O designer é contaminado, exaltando a proximidade entre o material e o processo, num percurso de aprendizagem e afirmação como *designer-maker*, numa postura de *tradere* do conhecimento para manifestar a conformação de uma nova cultura material. Noutra direção, este sublima a humildade e a riqueza do processo co-criativo, onde o artesão e mestre empresta o seu saber-fazer à tradução da intenção do designer. Em ambos, o processo tradicional cede o seu valor subjacente ao autor para a sua representação individual e contribui para a transmissão cumulativa da *paisagem cultural*.

— *The relationship between form and technique reflects the binomial of the evolutionary process, based on dexterity, mastery of matter and process, which is also associated with the design that pursues the dimensions of drawing and desire that Francisco Providência refers to in 2001. In this last axis, and regarding traditional processes – not considering the designer as an initiating element – we identify them as locked in the craftsman, an agent for evolution. This evolution, which is associated with the temporal, social, and geographical dimensions, is consecrated in the traditio (from Latin: to pass on, to transfer) as a sign of knowledge transmission that is affirmed in an act of acceptance and surrender – related by tradere – and is realized through/trans and datus/dado or granted by the one who holds and dominates the knowledge that is also practical and that makes knowledge and making as intimate. Mostly women and men from fragile social conditions and with low education, they take up the craft and their mastery that translates into naturalness, wisdom of know-how, and affirmation of the cultural landscape, which, as Cláudia Albino states in her research, makes it possible to read the relativity and the plurality of values that can be attributed to cultural heritage, due to its variability, depending on historical moments and socio-cultural contexts.*

Although small, Portugal shows cultural and natural diversity that is reflected in the way of treating and shaping the material, tracing narratives, identity affirmation, and the knowledge aggregated to territories and people. In these manifestations, clay is treated in such a diverse way, whether in closer geographies such as Bisalhães and Barcelos, or more distant ones, as in the illustrations on the plates of the potteries of São Pedro de Corval. In turn, the mastery of woodworking is associated

with the liturgical character of the city of Braga and the production of furniture from the municipality of Paredes. This mastery converged in the reinforcement between the method and the cultural landscape that is close to it.

The prevalence of SMEs in the Portuguese productive fabric enables the culture of the workshop space, where tradition and flexibility lead to experimentation, but also to the evolution of domestic workshops into major manufacturing structures. An example of this is Herdmar, which encloses accumulated knowledge, applied and adapted to the scale of a global market. From the curators that make up the group of objects in Amor à primeira vista/Love at First Sight we register the beauty of the meeting of these two universes and scales, and how they can raise the designer's restlessness before such heritage. The designer is contaminated, exalting the proximity between the material and the process, in a journey of learning and affirmation as a designer-maker, in a posture of tradere of knowledge to manifest the conformation of a new material culture. Furthermore, this underlines the humility and richness of the co-creational process, where the artisan and master lend their know-how to the translation of the designer's intention. In both, the traditional process yields its underlying value to the author for his representation and contributes to the cumulative transmission of the cultural landscape.

Design português, através do escuro — *Portuguese design, through the dark*

Carlos Casimiro da Costa

Os valores que nos envolvem, nos acolhem e transformam são vertidos e expelimos os domínios do design num suporte de sofrimento velado em dor. Esta apropriação pode ser estreita e eventualmente pouco apropriada, mas devemos lembrar, que no primeiro domínio da identidade Portuguesa, surge o negro, o sombrio. O escuro é a nossa dimensão, está implícito em nós nas noções de saudade, fado e elegância como elementos de resiliência. Este espectro-obsuro é indubitável, em milhares de elementos que constituem essa plasticidade como o galo de Barcelos, o xaile, o barro de Bizalhães ou a lã negra das ovelhas que tresmalham. Noutra sentido, a nossa dimensão mais enfática deste enredo, despega-se dessa materialidade para o aspeto mais primitivo da nossa domesticidade, o lado bucólico¹ dos nossos hábitos² e mitos.

O design português opera sobre a sua própria impulsão de identidades múltiplas contrárias onde reconhecemos a ideia de Agostinho da Silva (1988), de que somos «o contrário de nós próprios: é de Portugueses a união de contrários». Este conceito de opostos, impulsionado por predileções e capelas, mas também pela ideia de múltiplo e plural, revela uma aceitação ou não aceitação de uma cultura de projeto por outras culturas de projeto.

Por conseguinte, se por um lado nos fechamos e choramos sobre o nosso negrume, no oposto desenvolvemos em nós, um excesso de representação e é previsível que arrisquemos desenvolver, por analogia, uma quantidade imensa de heterónimos³ por sermos complacentes, amplos, diversos e obviamente multicolores. O facto de sermos líquidos, camaleónicos ou seres contraditórios, achamos curiosamente, que somos sempre «*Absolute Beginners*» (Bowie, 1986) endurecendo o espetro de contrários⁴. Somos cordeiro e lobo num só. Já não podemos ser apenas exóticos, não podemos pertencer apenas e novamente a uma elite cultural fechada sobre si própria, somos forçosamente parte do aparelho democrático e do sentido que fixa a ideia de democracia⁵. Mas ao divagarmos, estas dicotomias revelam que somos disformes. No entanto, existe nessa «*Apoteose*», a infelicidade de não nos determos sobre o «outro», num enviesando da nossa humildade perdida⁶.

Ser português é ser imprevisível e não devemos esquecer que somos uma infundável rede de «outros» por vezes cónitos, por vezes incónitos. Os espaços que nos constituem, tanto são lisos como estriados (Deleuze & Guattari, 2008) somos agentes de todas as topografias, de todas as terras e mares. Já não somos de lado nenhum, mas sim desta multiplicidade. Afogamo-nos em linguagens e não há limites visuais ou materiais.

Assim, o design em português é ingovernável, pois já não é português. É um ser de múltiplas-lógicas e a mistura de todos os tempos e plasticidades e que forma designers que hoje, aqui e lá fora, tem amplo reconhecimento, mas que cada vez mais se encaixam em projetos maiores, sem a evidência do indivíduo, mas da equipa a que pertencem.

Como desígnio ambiciona-se que o Design Português seja centrado na iconicidade sobre a ideia de projeto incónito e que não necessite de berrar para ser novidade. Que não seja parasita do efémero, mas que seja estrutura, sequência e resiliência. Que explore a cultura de projeto como cidadania ativa, que seja amplo e plural. Que se dispa de preconceitos para não ser dependente dos «cautelismos» e consequentes «aflitivismos» e na sua confluência projete um espaço de interface transnacional, local e sobretudo humano. Deve também ser sinal de recriação das necessidades emergentes, focado num passado identitário sem recorrer nessa tendência ao ato de «seguidismo», e refazer barreiras transformando o seu discurso de origem e no lado sacral do imprevisível especializar-se mais no presente que no futuro.

Por fim, nesta instabilidade da nossa genética e na inconstância da nossa linguagem-identidade, o que nos resta é continuarmos a ser um povo de mistérios.

¹Sacralizemos por aí, os nossos trajes as nossas dimensões bucólicas, obscurecidas sempre com uma razão excessivamente crítica que ultrapassa o lado astuto da sátira, para se converter posteriormente num lado bruto, animal e primitivo. ²Afluências sobre os textos de Maria Augusta Babo (2001) e de Umberto Eco (1993) – O hábito fala pelo Monge. ³Os heterónimos de Fernando Pessoa, testemunham a nossa policromia, mas também a sagacidade de sermos múltiplos ou amplos. Por vezes este empoderamento é demasiado expansivo criando a subversão e respetivo excesso celebratório ou mecanismo de glorificação – uma transcodificação. ⁴Agostinho da Silva (2003) refletindo sobre a obra do Padre António Vieira e a formação dum Quinto Império refere que «Os portugueses poderão ter um Quinto Império se decidirem, em primeiro lugar, não ser imperadores.». ⁵O design Português tem de ser como refere Enzo Mari (1999; 2000) deve recuperar a tensão utópica da sua origem. Se esta é a alegoria da sua transformação possível, é preciso que tal mensagem possa chegar à maior parte das pessoas. Aquelas mesmas que, realizando na alienação do nosso ambiente, continuam sendo potencialmente as responsáveis da sua transformação. ⁶Nesse Bing Bang surge um BUM. Exorcizamos que somos todos como João Garcia e nada menos que 8000 mil metros de altitude.

— *The values that involve, welcome and transform us are poured out and spill over into the realms of design on a support of suffering veiled in pain. This appropriation may be narrow and possibly inappropriate, but we should remember that in the first domain of Portuguese identity, the dark, the sombre, appears. The dark is our dimension, it is implicit in the notions of saudade, fado, and elegance as elements of resilience. This dark spectrum is undoubtedly in thousands of elements that constitute this plasticity such as the Barcelos cockerel, the shawl, the clay of Bizalhães, or the black wool of the sheep that shed its fleece. In another sense, our most emphatic dimension of this plot, undresses from this materiality to the most primitive aspect of our domesticity, the bucolic side¹ of our habits² and myths.*

Portuguese design operates on its own impulse of multiple contrary identities where we recognize the idea of Agostinho da Silva (1988), that we are «the opposite of ourselves: the union of opposites is Portuguese». This concept of opposites, driven by predilections and chapels, but also by the idea of multiple and plural, reveals an acceptance or non-acceptance of a project culture by other project cultures.

Therefore, if on the one hand we close ourselves off and cry about our blackness, on the other hand we develop in ourselves, an excess of representation and it is predictable that we risk developing, by analogy, an immense quantity of heteronyms³ by being complacent, ample, diverse, and obviously multi-coloured. The fact that we are liquid, chameleonic, or contradictory beings, we find curiously, that we are always «Absolute Beginners» (Bowie, 1986) hardening the spectrum of opposites⁴. We are lamb and wolf in one. We can no longer be just exotic, we can no longer belong only and again to a self-enclosed cultural elite, we are necessarily part of the democratic apparatus and the sense that fixes the idea of democracy⁵. But as we digress, these dichotomies reveal that we are shapeless. However, there is in this «Apotheosis», the misfortune of not dwelling on the «other», in a skewing of our lost humility⁶.

To be Portuguese is to be unpredictable and we should not forget that we are an endless network of «others», sometimes unknown, sometimes unknowable. The spaces that constitute us are both smooth and striated (Deleuze & Guattari, 2008) we are agents of all topographies, of all lands and seas. We are no longer from anywhere, but from this multiplicity. We drown in languages and there are no visual or material limits.

Thus, design in Portuguese is ungovernable, because it is no longer Portuguese. It is a being of multiple logics and the mixture of all times and plasticities and that forms designers that today, here and abroad, have wide recognition, but that increasingly fit into larger projects, without the evidence of the individual, but of the team to which they belong.

The ambition is that Portuguese Design should be centred on iconicity, on the idea of the unknown project, and that it doesn't need to scream to be new. That it is not parasitic of the ephemeral, but that it is structure, sequence and resilience. That it explores project culture as active citizenship, that it be broad and plural. That it be stripped of preconceptions so as not to be dependent on «cautiousness» and consequent «afflitivism» and in its confluence project a space of transnational, local and above all human interface. It must also be a sign of recreation of emerging needs, focused on an identity past without resorting in this tendency to the act of «followership,» and remaking barriers by transforming its discourse of origin and on the sacral side of the unpredictable to specialize more in the present than in the future.

Finally, in this instability of our genetics and the inconstancy of our language-identity, what is left for us is to remain a people of mysteries.

¹Let us sacralize through this, our costumes our bucolic dimensions, always obscured with an overly critical reasoning that goes beyond the cunning side of satire, to be converted later into a crude, animal and primitive side. ²Affluences on the texts by Maria Augusta Babo (2001) and Umberto Eco (1993) – *The Habit Speaks for the Monk*. ³The heteronyms of Fernando Pessoa, testify our polychromy, but also the sagacity of being multiple or ample. Sometimes this empowerment is too expansive, creating subversion and respective celebratory excess or glorification mechanism – a transcodification. ⁴Agostinho da Silva (2003) reflecting on the work of Father António Vieira and the formation of a Fifth Empire states that “The Portuguese may have a Fifth Empire if they decide, in the first place, not to be emperors. ⁵Portuguese design must, as Enzo Mari (1999; 2000) states, recover the utopian tension of its origin. If this is the allegory of its possible transformation, it is necessary that such message can reach most people. Those same people who, realizing in the alienation of our environment, remain potentially responsible for its transformation. ⁶In this Bing Bang a BUM emerges. We exorcise that we are all like João Garcia and nothing less than 8000 thousand meters high.

Identidade e território — *Identity and territory*

Lígia Afreixo

Não acredito na originalidade de ninguém, penso que estamos juntos numa mesma aventura. Francisco Laranjo (2005)

Por identidade entende-se o estado do que não muda, do que fica mantendo-se igual a si mesmo, um conjunto de características e circunstâncias que distinguem uma pessoa ou uma coisa, graças às quais será possível individualizá-la.

Mas, ao falarmos de design, como podemos compreender a identidade, num estado estático, se a disciplina se move dinâmica para o novo?

Deleuze entendia os artefactos como uma representação do tempo, do espaço e do pensamento (Providência, 2015). Entendendo o design como o desenho que antecipa e que atribui ao mundo novas necessidades, será a sua *identidade* que o individualiza e identifica. Poderá o design, esse mediador cultural, ter uma identidade?

A cultura foi considerada, a partir de 1982, pela UNESCO, um instrumento de desenvolvimento económico, mas também um valor *de per si*: a cultura é uma característica civilizacional que dá sentido à nossa existência. Sem ela não existiria identidade, nem lugar, partes fundamentais da vida de cada indivíduo e da comunidade a que pertence.

Do mesmo modo que a globalização (cultural) nos possibilita experienciar cenários multiculturais que, a partir do nosso território (meio ambiente), nos pareciam inacessíveis, chega-nos, também, a sensação de uma nova cultura mais homogénea e global que, na maioria das vezes, ameaça a identidade local.

Ao nosso redor, somos cada vez mais confrontados com iguais formas de vestir, de comer, de falar ou de ouvir música, em pontos territorialmente opostos. A homogeneização destes rituais identitários, que atravessam fronteiras físicas, políticas e culturais, contribui para a crescente diluição dos limites do local no global, tornando-nos a todos, se não iguais, muito parecidos.

A identidade pode ser percebida por alteridade, isto é, através do outro. É quando viajamos que nos sentimos mais portugueses, ao sermos confrontados com o outro e a sua cultura, diferente de nós.

A identidade é composta por um corpo e tudo o que nele está contido. Sem vazio não haverá lugar à compreensão do outro, ou de nós próprios (Hara, 2017). Do mesmo modo, um somatório de corpos constituiu a identidade coletiva de uma comunidade e do seu território. Somos num certo lugar, tangível ou intangível. Se nos retiram o lugar, deixaremos de ser.

Quando Francisco Providência desenha a identidade da Presidência Portuguesa do Conselho da União Europeia (2021), representada por um sol, «convoca a memória que os europeus guardam deste lugar: uma terra radiante de calor e luz (...), o sítio onde todos os dias o sol se põe na Europa». Este símbolo visual assume simbioticamente as duas coordenadas: identidade e território.

Nesta seleção contemporânea de 78 desenhos (projetos) que materializam diferentes pensamentos produzidos em 39 gabinetes de design português, testemunhamos a sua enorme capacidade criativa, sob três fatores:

- Funcional: a máquina de café desenhada pelo atelier WeADD, satisfazendo o desejo diário de tomar café com muita eficácia, mas também uma manifestação de ordem, regularidade e beleza física que faz dela um coabitante doméstico desejado;

- Construtivo: a louça de mesa Bajouca & base, da linha Tasco, de Luís Nascimento, recuperando e redesenhando a antiga cerâmica utilitária em terracota (ou barro vermelho), trazendo a experiência de ruralidade, mas resignificando-a na urbanidade;

- Simbólico: em crosses, a analogia evocativa da cruz, crucifixo ou cruzamento, numa peça de joalheria minimalista, desenhada por Inês Nunes. O crucifixo dessacralizado, de braços tubulares por onde passa a corrente, torna-se pendente por força da gravidade, mas também ressuscita pelo desenho ascendente que se estende dos seus braços.

Este conjunto de três diferentes identidades é revelado pela conformação da linguagem dos seus desenhos.

Regressando a Francisco Laranjo, esta *originalidade* (ou criatividade) é resultado de um conjunto de vazios que vão sendo preenchidos por influência e experiência de diferentes territórios humanos e geográficos, convergindo num resultado mais ou menos consciente a que designaremos por *identitário*, resultante dessa aventura que nos liga pela diferença de cada um.

— *I don't believe in anyone's originality. I think we are together on the same adventure. Francisco Laranjo (2005)*

By identity we mean the state of that which does not change, that which remains the same as itself, a set of characteristics and circumstances that distinguish a person or a thing, thanks to which it will be possible to individualise it.

However, when talking about design, how can we understand identity in a static state if the discipline is moving dynamically toward the new?

Deleuze understood artifacts as a representation of time, space, and thought (Providência, 2015). Understanding design as a drawing that anticipates and assigns new needs to the world, it is its identity that individualizes and identifies it. Can design, this cultural mediator, have an identity?

The culture was considered, from 1982 onwards, by UNESCO, an instrument of economic development, but also a value in itself: culture is a civilizational characteristic that gives meaning to our existence. Without it, there would be no identity or place, fundamental parts of the life of each individual and the community to which they belong.

In the same way that globalization (cultural) allows us to experience multicultural scenarios that, from our territory (environment), seemed inaccessible to us, we also get the sensation of a new, more homogeneous, and global culture that, most of the time, threatens local identity.

Around us, we are increasingly confronted with similar ways of dressing, eating, speaking, or listening to music at territorially opposite points. The homogenization of these identity rituals, which cross physical, political, and cultural borders, contributes to the growing dilution of local boundaries within the global context, making us all, if not identical, very similar.

Identity can be perceived by alterity, that is, through the other. It is when we travel and feel more Portuguese when faced with others and their culture, which is different from ours.

Identity is composed of a body and everything contained within it. Without emptiness, there would be no room for understanding the other or ourselves (Hara, 2017). Similarly, a sum of bodies constitutes the collective identity of a community and its territory. We exist in a particular place, tangible or intangible. If we are removed from the place, we will cease to exist.

When Francisco Providência designs the identity of the Portuguese Presidency of the Council of the European Union (2021), represented by a sun, «it summons the memory that Europeans have of this place: a radiant land of warmth and light (...), the site where the sun sets in Europe every day.» This visual symbol symbiotically assumes two coordinates: identity and territory.

In this contemporary selection of 78 designs (projects) that materialize different thoughts produced in 39 Portuguese design studios, we witness their enormous creative capacity under three factors:

– Functional: the coffee machine designed by WeADD studio is dedicated to efficiently satisfying the daily desire to drink coffee and also a manifestation of order, regularity, and physical beauty, making it a desired domestic cohabitant.

– Constructive: the Bajouca & Base tableware from the Tasco line, from Luís Nascimento, recovering and redesigning the old utilitarian terracotta pottery (or red clay), bringing the rural experience but resignifying it in urbanity;

– Symbolic: in crosses, the evocative analogy of the cross, crucifix, or intersection in a minimalist piece of jewelry designed by Inês Nunes. The desacralized crucifix, with tubular arms through which the chain passes, becomes a pendant by the force of gravity but also resurrects through the ascending design that extends from its arms.

This set of three different identities is revealed by the conformation of the language of their designs.

Returning to Francisco Laranjo, this originality (or creativity) is the result of a set of voids that are filled by the influence and experience of different human and geographic territories, converging in a more or less conscious outcome that we will designate as identitarian, resulting from this adventure that connects us through the difference of each one.

Design de autor — *Author design*

Carla Carbone & Guilherme Braga da Cruz

Procurar definir o que é design de autor não é uma tarefa fácil. Explicar como «o designer se torna autor», ainda é mais difícil (Rock, 1996).

Michael Rock, um autor que se tem debruçado sobre o tema de design de autor, no seu artigo «Designer as Author», de 1996, escreveu que o termo é habitualmente utilizado no seio de um design de charneira, especialmente em meios artísticos exploratórios indefinidos, onde os designers operam criativamente entre o design e a arte.

Rock identifica o perímetro de utilização do termo propriamente dito como forma, muitas vezes, de legitimar, no esteio da crítica, necessidades individuais de protagonismo ou estrelato.

Foucault, em 1969, numa comunicação apresentada à Société Française de Philosophie, expôs, pela primeira vez, o problema da definição de autor, ou a questão da «individualização na história das ideias, dos conhecimentos, das literaturas», como ele descreve em «Qu'est-ce qu'un auteur?».

Foucault identifica, na pergunta «o que é um autor?», a extensão de uma análise sociológica e histórica sobre a individualização do autor. Inscreve os autores num território onde, outrora, existiram os heróis, e os seus feitos que perduraram no tempo. Interroga como se deu a substituição, e como se alojou, na fundamentação crítica, a ideia de «o-homem-e-a-obra».

Dir-se-ia que, num campo metalinguístico, o próprio design está sujeito às mesmas interrogações que a escrita, e, num sentido operativo, «está sempre a ser experimentado nos seus limites», e em «vias de ser transgredido e invertido» (Foucault, 1992).

Como a escrita, aproveitando o pensamento de Foucault, o design também está sujeito à superação das suas próprias regras, e a um constante questionamento sobre as suas fronteiras de intervenção.

Desse modo, por um lado, a crítica faz o seu papel de questionamento sobre as inclinações estilísticas vigentes, por outro, pode contribuir para, de certa forma, bloquear novas formas de olhar o design, e consequentemente o design de autor, correndo o risco de não se concretizarem novas acepções, e

se desenvolverem novos paradigmas, adequados ao tempo em que vivemos.

Hall Foster (2002), no seu livro «Design and Crime» relembrou Adolf Loos e o seu ostensivo criticismo em torno do hibridismo da época, relacionado com a Art Nouveau, mas fê-lo de um modo que sugere, pela escrita, que se deve perpetuar a ideia de um design austero, puro, e pouco dado a devaneios decorativos. Ora, como se pode desenvolver massa crítica sobre uma determinada área de intervenção se não se acolhe uma ideia de design assente em múltiplos pontos de vista, em «inumeráveis centros de cultura»¹, em várias perspectivas, de modo a conduzir a novas abordagens de design?

Essa é uma das implicações que têm conduzido à demora numa efectiva definição de design de autor, sem preconceitos, ou interrupções. Encarar positivamente a subjectividade e a objectividade como polos que, interagindo simultaneamente, podem ampliar soluções, em vez de continuar a teimar numa atitude de oposição, parece ser o caminho. O homem é feito do passado, e também de aspirações do futuro. Compreende emoções e sentimentos que não podem ser escamoteados. Posicionar o design de autor como uma dimensão passageira, é o mesmo que encarar o humano como algo momentâneo, e por isso exterior a ele.

Não se trata, como diz Rock, de reduzir tudo a uma «teoria romântica de auto-expressão», mas antes de recolher, da prática de design de autor, um ensinamento que evite o design se tornar uma forma de automatismo, sem ideias (ou paradigmas) que o aproxime de modo útil, das pessoas, da comunidade, e da sociedade.

¹Expressão utilizada por Michael Rock, e traduzida, livremente, para português.

— *Trying to define what authored design means is not an easy task. Explaining how «the designer becomes an author» is even more difficult (Rock, 1996).*

Michael Rock, an author who has addressed the topic of authored design, in his 1996 article «Designer as Author,» wrote that the term is commonly used within hinge design, especially in undefined exploratory artistic media, where designers operate creatively between design and art. Rock identifies the perimeter of use of the term itself as a way, often, to legitimize, in the wake of criticism, individual needs for prominence or stardom.

Foucault, in 1969, in a paper presented to the Société Française de Philosophie, first exposed the problem of the definition of author, or the ques-

tion of «individualization in the history of ideas, knowledge, literatures,» as he describes it in «Qu'est-ce qu'un auteur?» Foucault identifies, in the question «what is an author?» the extent of a sociological and historical analysis on the individualization of the author. He inscribes authors in a territory where heroes once existed, and their deeds that have lasted through time. It questions how the replacement took place, and how the idea of «the man-and-work» was lodged in the critical foundation.

One would say that, in a metalinguistic field, design itself is subject to the same interrogations as writing, and, in an operative sense, «is always being experienced at its limits,» and in «the process of being transgressed and inverted» (Foucault, 1992).

Like writing, drawing on Foucault's thought, design is also subject to the overcoming of its own rules, and to a constant questioning about its boundaries of intervention.

In this way, on the one hand, criticism does its role of questioning the prevailing stylistic inclinations, and on the other hand, it may contribute to, in some way, block new ways of looking at design, and consequently authorial design, running the risk of not materializing new meanings, and developing new paradigms, adequate to the times in which we live.

Hall Foster (2002), in his book «Design and Crime» recalled Adolf Loos and his ostensible criticism of the hybridism of the time, related to Art Nouveau, but he did it in a way that suggests, in writing, that we should perpetuate the idea of an austere, pure design, and little given to decorative reveries. How can one develop critical mass in a given area of intervention if one does not embrace an idea of design based on multiple points of view, on «innumerable centres of culture»¹, on multiple perspectives to lead to new approaches to design?

This is one of the implications that has led to the delay in an effective definition of authorial design, without prejudice, or interruptions. To positively face subjectivity and objectivity as poles that, interacting simultaneously, can amplify solutions, instead of continuing to stubbornly stand in opposition, seems to be the way. Man is made of the past, but also of aspirations for the future. He understands emotions and feelings that cannot be concealed. To position authorial design as a passing dimension is the same as viewing the human as something momentary, and therefore external to him.

It is not a matter, as Rock says, of reducing everything to a «romantic theory of self-expression,» but rather of gathering from the practice of authorial design a lesson that prevents design from becoming a form of automatism, without ideas (or paradigms) that would bring it usefully closer to people, to the community, and to society.

¹*Expression used by Michael Rock, and freely translated into Portuguese.*

Autores de design
— *Design authors*

Daniel Vieira

Ana Relvão & Gerhard Kellermann • André Gouveia • Carlos Ribau • Catarina Pacheco • Christophe de Sousa • Daniel Caramelo • Daniel Duarte • Emanuel Rufo • Eneida Lombe Tavares • Fábio Pereira • Fábio Teixeira • Filipa Mendes & Gustavo Macedo • Gonçalo Campos • Gonçalo Prudêncio • Hugo Passos • Inês Nunes • Ivo Oliveira Rodrigues • João Gonçalves & Clémentine Caurier • João Xará • Luís Nascimento • Manuel Amaral Netto • Marco Sousa Santos • Maria Pita Guerreiro & João Abreu Valente • Micael Filipe & Romain Viricel • Miguel Soeiro • Miguel Vieira Baptista • Mónica Braga dos Santos • Pedro Sottomayor • Rita Botelho • Rita João & Pedro Ferreira • Rui Alves • Rui Pereira & Ryosuke Fukusada • Rui Tomás • Rui Viana • Sara de Campos • Sérgio Gameiro & Filipe Cardigos • Soraia Gomes Teixeira • Tomás Fernandes & Natasza Grzeskiewicz • Toni Grilo



TEMP

autor/author: Ana Relvão & Gerhardt Kellermann, fotografia/photography: Gerhardt Kellermann
produto/product: Gumpo



BOOKMARK PEN

autor/author: Ana Relvão & Gerhardt Kellermann, fotografia/photography: Gerhardt Kellermann
produto/product: Kikkerland



BE-ECO

autor/author: André Gouveia & Inngage, fotografia/photography: Inngage
produto/product: Faplana



ECOX

autor/author: André Gouveia & Inngage, fotografia/photography: Ivo Oliveira Rodrigues
produto/product: Ecoexperience



ASA SU

autor/author: Carlos Ribau, fotografia/photography: Sergio Varela
produto/product: Expolux



R1

autor/author: Carlos Ribau, fotografia/photography: Dennis Möbus
produto/product: Cifial



MOSSA

autor/author: Catarina Pacheco, fotografia/photography: Nam Eunuk
produto/product: ECAL & Foscarini



SOL

autor/author: Catarina Pacheco, fotografia/photography: Robert Swierczynski
produto/product: ECAL



APOLO

autor/author: Christophe de Sousa, fotografia/photography: Paulo Bico
produto/product: Metamor



SLIM

autor/author: Christophe de Sousa, fotografia/photography: Marques & Silva
produto/product: Marques & Silva



TIME

autor/author: Daniel Caramelo & WeADD, fotografia/photography: WeADD
produto/product: AAA Electric Appliance



AR PURO

autor/author: Daniel Caramelo, fotografia/photography: Daniel Caramelo
produto/product: Amop



ROHE

autor/author: Daniel Duarte, fotografia/photography: OIA Design
produto/product: OIA Design



EMBRANCE

autor/author: Daniel Duarte, fotografia/photography: Royal Stranger
produto/product: Royal Stranger



CLASSIC

autor/author: Emanuel Rufo, fotografia/photography: Emanuel Rufo
produto/product: Emanuel Rufo



RACER

autor/author: Emanuel Rufo, fotografia/photography: Emanuel Rufo
produto/product: Emanuel Rufo



CHAPÉU 2 EM 1

autor/author: Eneida Lombe Tavares, fotografia/photography: Mariana Lopes
produto/product: Alcídio Andrade - Walk&Talk & Miguel Flor



CARUMA

autor/author: Eneida Lombe Tavares, fotografia/photography: Ivo Oliveira Rodrigues
produto/product: Vicara



10

autor/author: Fábio Pereira, Hélder Gutierrez & Afonso Borges, fotografia/photography: Rita Afonso
produto/product: Aldeias do Xisto



SOHO

autor/author: Fábio Pereira, fotografia/photography: Spal Porcelanas
produto/product: Spal Porcelanas



HALF

autor/author: Fábio Teixeira, fotografia/photography: Bardo Creative Ground
produto/product: Maami Home



HAUS

autor/author: Fábio Teixeira, fotografia/photography: Bardo Creative Ground
produto/product: Maami Home



SEIS

autor/author: Filipa Mendes & Gustavo Macedo, fotografia/photography: Galula
produto/product: Galula



VIRA

autor/author: Filipa Mendes & Gustavo Macedo, fotografia/photography: Bardo Creative Ground
produto/product: Galula



LAYERS

autor/author: Gonçalo Campos, fotografia/photography: Gonçalo Campos
produto/product: Gonçalo Campos



BABAR

autor/author: Gonçalo Campos, fotografia/photography: Gonçalo Campos
produto/product: Cizeta



AÇO

autor/author: Goncalo Prudencios, fotografia/photography: António Forjaz
produto/product: Ghome



MUSHVASE

autor/author: Goncalo Prudencios, fotografia/photography: Ivo Oliveira Rodrigues
produto/product: Skaldu



IVEY

autor/author: Hugo Passos, fotografia/photography: Hugo Passos
produto/product: Hugo Passos



PILOTI

autor/author: Hugo Passos, fotografia/photography: Fredericia
produto/product: Fredericia



FRESH

autor/author: Inês Nunes, fotografia/photography: Inês Nunes
produto/product: Inês Nunes



CROSSES

autor/author: Inês Nunes, fotografia/photography: Alexandre Cabrita
produto/product: Inês Nunes



HUUUSE

autor/author: Ivo Oliveira Rodrigues, fotografia/photography: Ivo Oliveira Rodrigues
produto/product: Ivo Oliveira Rodrigues



9.5L

autor/author: Ivo Oliveira Rodrigues, fotografia/photography: Ivo Oliveira Rodrigues
produto/product: Ivo Oliveira Rodrigues



JALOU

autor/author: João Gonçalves & Clémentine Caurier, fotografia/photography: Bolia
produto/product: Bolia



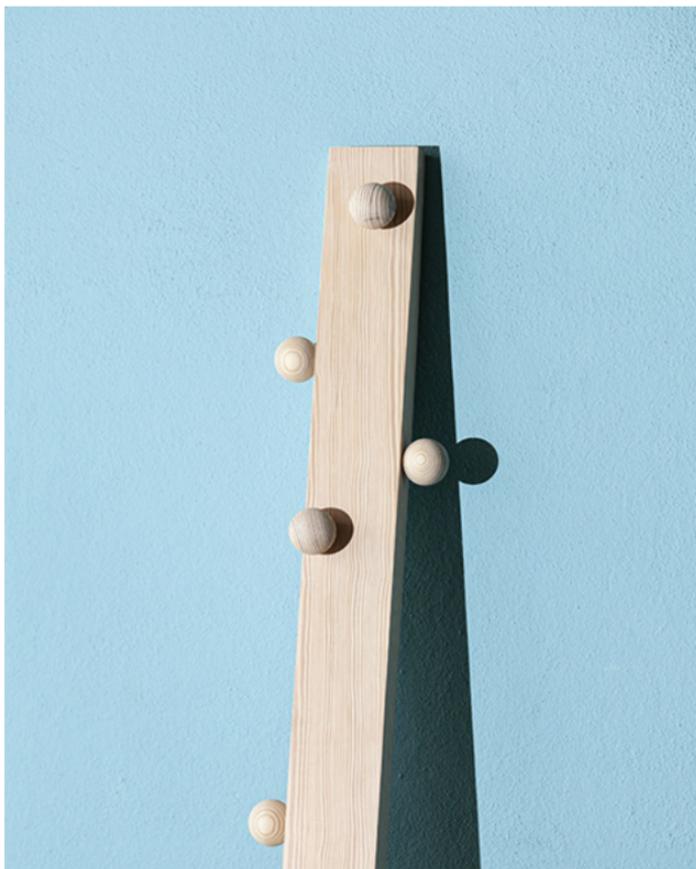
SECRETA

autor/author: João Gonçalves & Clémentine Caurier, fotografia/photography: Wewood
produto/product: Wewood



PINCHES

autor/author: João Xará, fotografia/photography: João Xará
produto/product: João Xará



BURLY

autor/author: João Xará, fotografia/photography: Ivo Oliveira Rodrigues
produto/product: Vicara



GRADIENT

autor/author: Luis Nascimento, fotografia/photography: Luis Nascimento
produto/product: Desistart



BAJOUCA & BASE

autor/author: Luis Nascimento, fotografia/photography: Luis Nascimento
produto/product: Vicara



BASSO

autor/author: Manuel Amaral Netto, fotografia/photography: Util
produto/product: Util



KITE

autor/author: Manuel Amaral Netto, fotografia/photography: Tobias Faisst
produto/product: Util



ARANHA

autor/author: Marco Sousa Santos, fotografia/photography: Marco Sousa Santos
produto/product: Branca Lisboa



BARCA

autor/author: Marco Sousa Santos, fotografia/photography: Marco Sousa Santos
produto/product: Branca Lisboa



GRAYSCALE

autor/author: Maria Pita Guerreiro & João Abreu Valente, fotografia/photography: Ivo Oliveira Rodrigues
produto/product: Vicara



CMYC

autor/author: Maria Pita Guerreiro & João Abreu Valente, fotografia/photography: Ivo Oliveira Rodrigues
produto/product: Vicara



VOLET

autor/author: Micael Filipe & Romain Viricel, fotografia/photography: Filipe & Viricel
produto/product: Filipe & Viricel



MIDI

autor/author: Micael Filipe & Romain Viricel, fotografia/photography: Filipe & Viricel
produto/product: Filipe & Viricel



MALGA

autor/author: Miguel Soeiro, fotografia/photography: Ivo Oliveira Rodrigues
produto/product: Vista Alegre Atlantis



MALMÖ

autor/author: Miguel Soeiro, fotografia/photography: Ivo Oliveira Rodrigues
produto/product: Herdmar



78 RPM

autor/author: Miguel Vieira Baptista, fotografia/photography: Miguel Angelo Guerreiro
produto/product: Marz gallery



PITOCO

autor/author: Miguel Vieira Baptista, fotografia/photography: Miguel Angelo Guerreiro
produto/product: Marz gallery



EOS

autor/author: Mónica Braga dos Santos, fotografia/photography: Ivo Oliveira Rodrigues
produto/product: Vicara



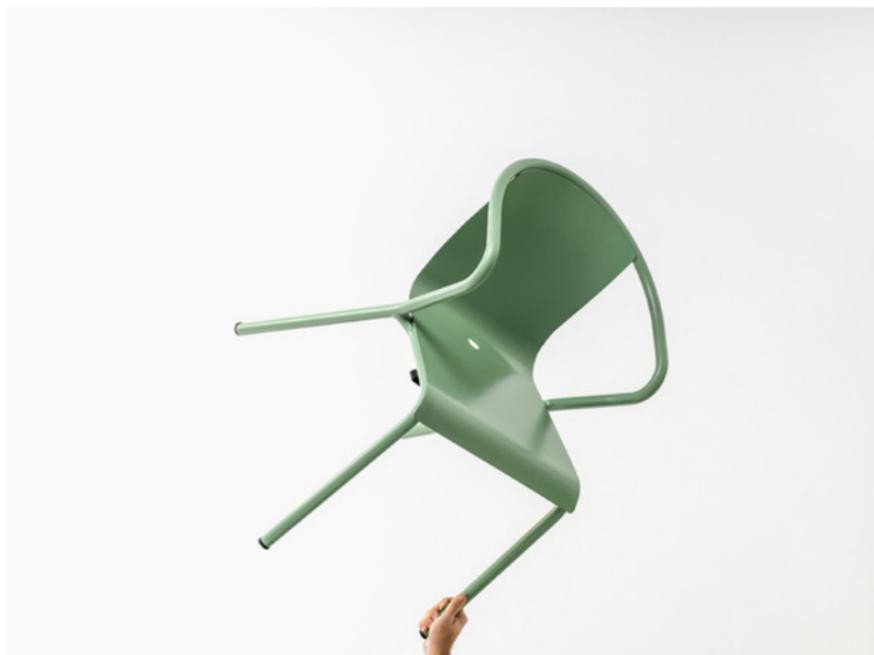
SERENDIPITY

autor/author: Mónica Braga dos Santos, fotografia/photography: Pedro Saraiva
produto/product: Mónica Santos Studio



BIN

autor/author: Pedro Sottomayor, fotografia/photography: Nuno Sousa Dias
produto/product: Pedro Sottomayor



MANEL

autor/author: Pedro Sottomayor, fotografia/photography: Nuno Sousa Dias
produto/product: Adico



SIDE BY SIDE

autor/author: Rita Botelho, fotografia/photography: Wewood
produto/product: Wewood



BÚZIO XL

autor/author: Rita Botelho, fotografia/photography: Atelier Piino
produto/product: Atelier Piino



LH2O

autor/author: Rita João & Pedro Ferreira, fotografia/photography: Tiago Pinto
produto/product: Água de Luso



RUFO

autor/author: Rita João & Pedro Ferreira, fotografia/photography: Pedrita Studio
produto/product: Materia, Amorim Cork & Experimentadesign



CANDEIA

autor/author: Rui Alves, fotografia/photography: Inês Silva Sá
produto/product: Origin Made



NEUF

autor/author: Rui Alves, fotografia/photography: Khoo Guo Jie
produto/product: Tolv



LATEIRA

autor/author: Rui Pereira, fotografia/photography: David Vidal
produto/product: Vicara



CHIM CHIM

autor/author: Rui Pereira & Ryosuke Fukusada, fotografia/photography: Hay
produto/product: Hay



ALICE

autor/author: Rui Tomás, fotografia/photography: Rui Tomás
produto/product: Rui Tomás



ROCKING HORSE

autor/author: Rui Tomás, fotografia/photography: Rui Tomás
produto/product: Rui Tomás



SEVEN SKIRTS

autor/author: Rui Viana, fotografia/photography: Rui Viana
produto/product: Piurra



TEN

autor/author: Rui Viana, fotografia/photography: Rui Viana
produto/product: Piurra



DOMESTIC

autor/author: Sara de Campos, fotografia/photography: Sara de Campos
produto/product: Sara de Campos



BLACK POTTERY

autor/author: Sara de Campos, fotografia/photography: Haw-lin Services
produto/product: Sara de Campos



POUCH

autor/author: Sérgio Gameiro & Filipe Cardigos, fotografia/photography: Wetheknot
produto/product: Wetheknot



ROLL-TOP

autor/author: Sérgio Gameiro & Filipe Cardigos, fotografia/photography: Wetheknot
produto/product: Wetheknot



POLEGAR

autor/author: Soraia Gomes Teixeira, fotografia/photography: Mariana Lopes
produto/product: Horácio Raposo - Walk&Talk & Miguel Flor



MARISAS

autor/author: Soraia Gomes Teixeira, fotografia/photography: João Leal
produto/product: Cencal



SINUOUS

autor/author: Tomás Fernandes & Natasza Grzeskiewicz, fotografia/photography: Further Ther
produto/product: Further Ther



UPRIGHT

autor/author: Tomás Fernandes & Natasza Grzeskiewicz, fotografia/photography: Further Ther
produto/product: Further Ther



SPIN

autor/author: Toni Grilo, fotografia/photography: Manuel Teixeira
produto/product: Marm



DARTAGNAN

autor/author: Toni Grilo, fotografia/photography: Haymann
produto/product: Haymann

Referências

— *References*

- Babo, M. A. (2001, Mar. 14). *O corpo e as suas próteses*. Para uma semiótica do corpo. <https://arquivo.pt/wayback/20110122104338/http://www.interact.com.pt/memory/interact2/ensaio34.html>
- Bártoło, J., Sousa, G., Dinius, M. & Faria, A. (2019). *Portugal industrial*. ESAD–IDEA.
- Bowie, D. (1986). *Absolute Beginners* – 8:03. United Kingdom.
- Coutinho, B. (2020). *Design em São Bento – Traços da cultura portuguesa*. Museu do Design e da Moda.
- da Costa, D. (2022). *Design e mal-estar*. Orfeu Negro.
- da Silva, A. (1988). *Considerações e outros textos*. Assírio e Alvim.
- da Silva, A. (2003). *Agostinho da Silva – Um pensamento vivo* [Documentário de J. R. Mattos]. Rádio e Televisão de Portugal.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (2008). *Mil Planaltos: Capitalismo e Esquizofrenia 2*. Assírio & Alvim.
- Desmet, P. M. & Hekkert, P. (2009). Special issue editorial: Design & emotion. *International Journal of Design*. 3(2), 1–6.
- Eco, U. (1993). O hábito fala pelo monge. Em E. Manzini (eds.), *Design em aberto* (pp. 115–122). Centro Português de Design.
- Fiell, C. & Fiell, P. (2005). *Designing the 21st century*. Taschen.
- Foster, H. (2002). *Design and Crime (and Other Diatribes)*. Verso.
- Foucault, M. (1992). *O que é um autor?*. Nova Vega
- Grais, P. G. (2003). *Best of – 180 produtos de design português / 180 portuguese design product*. Centro Português de Design.
- Hara, K. (2017). *White*. Lars Muller Publishers.
- Laranjo, F. (2022, Dez. 1). *Francisco Laranjo Studio*. <https://www.instagram.com/p/CloemToMx5U>
- Maldonado, T. (2006). *Design Industrial*. Edições 70.
- Mari, E. (1999). il Manifesto di Barcelona. Em A. D'Avossa & F. Picchi (eds.), *il lavoro al centro*. Electa.
- Mari, E. (2000). Mari, Sottsass and the peony [Entrevista de F. Picchi]. *Domus*, 829, 118-123.
- Munari, B. (2010). *Das coisas nascem coisas*. Edições 70.
- Norman, D. A. (2014). *The design of everyday things*. The MIT Press.
- Providência, F. (2015). Conhecer o Design a partir das evidências. Em V. Branco, A. Semedo, F. Providência & H. Barbosa (eds.), *Consequências: história, museologia e museografia do design português: projeto e pensamento* (1.a, pp. 9–12). UA Editora / ID+.
- Rock, M. (1996). *Designer as Author*. 2x4. <https://2x4.org/ideias/1996/designer-as-author>
- Santos, R. A. (1999). *Cadeiras portuguesas contemporâneas – Contemporary portuguese chairs*. ASA.
- Silva, J. M. & Ladeiro, L. (2005). *Design com dimensão – 40 Anos de Design em Portugal*. ASA.
- Universidade de Aveiro. (2021, Jan. 7). *Francisco Providência desenha marca da Presidência Portuguesa da UE*. <https://www.ua.pt/pt/noticias/11/65298>

Ficha técnica

— *Technical sheet*

Design português através de uma pluralidade de objetos
– *Portuguese design through a plurality of objects*

Coordenação – *Coordination*
Daniel Vieira & Bernardo Providência

Design Gráfico – *Graphic Design*
Daniel Vieira

Editora – *Publisher*
Laboratório de Paisagens, Património & Território / *Laboratory of Landscapes, Heritage and Territory*

Impressão – *Print*
GRECA Artes Gráficas

Tiragem – *Copies*
300 unidades / *units*

ISBN Online
978-989-8963-76-5

Depósito legal – *Legal deposit*
514470/23

Lab2PT
www.lab2pt.net

Instituto de Ciências Sociais
Universidade do Minho
Campus de Gualtar
4710–057 Braga

Escola de Arquitetura, Arte e Design
Universidade do Minho
Campus de Azurém
4800–058 Guimarães

© 2023, Lab2PT e autores



Laboratório de Paisagens,
Património e Território



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais



Universidade do Minho
Escola de Arquitetura, Arte e Design

Agradecimentos – *Acknowledgments*

Esta iniciativa foi apoiada através do Financiamento Plurianual do Laboratório de Paisagens, Património e Território (Lab2PT), Ref.ª UID/04509/2020, financiado por fundos nacionais (PIDDAC) através da FCT/MCTES / *This initiative was supported through the Multiannual Funding of the Landscape, Heritage and Territory Laboratory (Lab2PT), Ref. UID/04509/2020, financed by national funds (PIDDAC) through the FCT/MCTES.*



Fundação
para a Ciência
e a Tecnologia

