 A PROVOCAÇÃO DOS SENTIDOS  
NO CARTAZ DE DIVULGAÇÃO DA ARTE CONTEMPORÂNEA  
EM PORTUGAL 1989-2009

DEDICATÓRIA | Aos que amo e que contribuíram para esta caminhada

## AGRADECIMENTOS

Em destaque ou seja em primeiro lugar e com um agradecimento muito especial ao meu Orientador Professor Fernando Moreira da Silva, de quem recebi a iluminação para dar energia à existência desta investigação. Foi só por si um contributo humano e a quem me sinto profundamente grata pelo auxílio, entusiasmo e coragem que me demonstrou. A caminhada, a dedicação, e todo o processo de crescimento imprime-se pela confiança estabelecida.

O meu muito simples obrigado.

Muito importantes e determinantes foram também as palavras de força e coragem oferecidas pela minha co-orientadora a Professora Cristina Azevedo Tavares, a quem dedico um especial agradecimento pelo apoio demonstrado durante todo o difícil processo, bem como a amizade que daí se frutificou.

O meu muito obrigado.

Muito Especiais

João Machado | Designer

Henrique Cayatte | Designer

Cristina Viotti | Designer

Jorge dos Reis | Tipógrafo

Eduardo Nery | Artista

A todos o meu agradecimento muito especial pela aceitação das entrevistas e sobretudo pelo entusiasmo que me prestaram desde logo para este trabalho.

## Especiais

Filipe Braga | Fotógrafo

Sónia Oliveira | Directora da Biblioteca de Serralves

Isabel | Bibliotecária de Serralves

Ana Margarida Daniel | Arquitecta

Ricardo | Arquitecto

Filipe Costa | Designer

João Paulo | Marketeer

| Ao excelente grupo de pessoas do Porto, cuja confiança depositaram em mim desde o início deste trabalho, e que tomaram possível toda a comunicação com o norte, bem como todos os resultados obtidos para a presente investigação. E, sobretudo pelos laços que se estabeleceram e na amizade que julgo que já se instalou, o meu muito obrigado a todos.

Marta Neto | Médica Alergologista

Sara Valadares | Médica Ginecologista

Filipe Farinha | Designer

Filipa Galo | Designer

Filipe Pereira | Publicitário

Ana Rita Rodrigues | Designer

Duarte Silva | Sociólogo

Inês Ravi | Artista

| Ao grupo de pessoas de Lisboa só tenho uma palavra: obrigado. Pois foi de um modo tão natural e espontâneo que aceitaram participar neste projecto que fiquei feliz pelo acolhimento e resultados obtidos. Agradeço desde já a amizade e confiança que depositaram desde logo em mim e no trabalho a desenvolver.

## Especiais

Anabela Oliveira | Química

Paulo Canário | Marketing

Chuva Vasco | Artista

António Traguil | Designer

Mónica Martins | Bioengenharia

Duarte Silva | Sociologia

Isabel Machado | Arquitecta Paisagista

| Aos meus colegas de trabalho, na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Portalegre, quero deixar um agradecimento muito especial, pois aceitaram de imediato o meu convite para um pré-teste e este foi um momento determinante para passar à fase de recolha de dados. O meu muito obrigado.

E ainda

Miguel Wandschneider | Responsável das Exposições na Culturgest

José Pena | Especialista em Neurologia

Maria de Fátima Matos | Médica de Clínica Geral

O meu muito obrigado a todos.

## RESUMO

A provocação dos sentidos no cartaz de divulgação da arte contemporânea em Portugal 1989-2009, foi a designação atribuída ao presente trabalho de investigação. A partir do título, apresentamos o objecto seleccionado no âmbito deste estudo. Assim, partimos da selecção de quarenta cartazes que integram actualmente um espólio, nas colecções salvaguardadas, dos arquivos gráficos e documentais nas duas instituições eleitas, a Fundação de Serralves, na cidade do Porto, e a Fundação da Culturgest, na cidade de Lisboa, instituições que têm a missão de divulgar a arte contemporânea e têm ainda uma responsabilidade na estética produzida e projectada para a sociedade portuguesa e contemporânea.

Deste modo, após a selecção dos objectos de estudo, procedemos ao levantamento dos pontos que foram considerados como problemáticos nesta abordagem. Para o seguimento da proposta, foram observados as seguintes questões: os objectos eleitos não foram ainda alvo de investigação para o período cronológico em causa, a sua missão foi cumprida, no entanto, qual o impacto deste tipo de objecto, e qual a importância da salvaguarda do cartaz, enquanto objecto de colecção e de arte, porque que não se encontram inventariados e apenas preservados, porque não têm inscrição do autor ou designer, estes objectos obedeceram a uma estética, a um contexto histórico, foram produzidos em Portugal. Outra questão, o designer e a instituição juntam-se para divulgar o artista, ou apenas o nome e a obra são estruturais no layout do cartaz.

Assim, procedemos à definição de um campo de investigação, o conceito emergente de design emocional, e a partir deste criámos uma metodologia de investigação de modo a atingir os objectivos que nos propusemos, ou seja investigar o impacto deste tipo de objecto no receptor, quais os mecanismos que despertam no indivíduo uma reacção emocional e abordar as áreas do cérebro que foram provocadas por estímulos sensoriais e quais os sentidos estimulados.

No que diz respeito à metodologia de investigação foi adoptada uma metodologia não intervencionista de base qualitativa, suportada por dois estudos de caso e validação de resultados por meio de grupos de foco. Foi neste âmbito desenhada uma ferramenta de trabalho de modo a recolher os dados necessários ao estudo, bem como entrevistas a profissionais e análise dos resultados observados.

Após a análise dos resultados, concluímos, que se tratam de objectos estruturantes ao nível da imagem projectada, sobretudo no impacto que adquirem na provocação de reacções sensitivas no receptor, bem como numa estética contemporânea.

## PALAVRA-CHAVE

Arte Contemporânea, Cartaz, Design Emocional, Emoções, Sentidos

## ABSTRACT

The provocation of the senses on the poster for the dissemination of contemporary art in Portugal 1989 - 2009, was the name given to this research. From the title, we present the object selected for this study. Thus, from a selection of forty posters currently forming a collection, safeguarded in the collections, archives and documentary charts the two elected institutions, the Serralves Foundation, the city of Oporto, and the Foundation of Culturgest the city of Lisbon institutions that have the mission to promote contemporary art and also have a responsibility in the aesthetic produced and designed for the contemporary Portuguese society.

Thus, after the selection of study objects, a mapping of points that were considered problematic in this approach. To follow the proposal was observed the following questions: objects has not yet been chosen subject to investigation for the chronological period in question, their mission was accomplished, however, the impact of this type of object, and the importance of safeguarding the poster, as an object of art collection and, why they are not inventoried and preserved only because they have no registration of the author or designer, these objects obeyed an aesthetic, historical context, were produced in Portugal. Another question, the designer join the institution to promote the artist, or just the name of the artist is the structural layout of the poster.

Thus, we proceed to the definition of a field of research, the emerging concept of emotional design, and from this we have created a research methodology to achieve the objectives we set ourselves, that is to investigate the impact of this type of object in the receiver, the mechanisms that awaken an emotional response in the individual and address the areas of the brain that were triggered by sensory stimuli and which stimulated the senses.

Regarding the research methodology adopted was a non-interventionist approach to qualitative basis, supported by two case studies and validation of results through focus groups. In this context has been an working tool designed in order to collect the necessary data to the study, as well as interviews with professionals and analysis of the results observed.

After analyzing the results, we conclude that these are structural objects in terms of the projected image, especially the impact that they acquire in provoking reactions in sensitive receiver, and a contemporary aesthetic.

## KEYWORDS

Contemporary Art, Poster, Emotional Design, Emotion, Senses

## ÍNDICE GERAL

i	Título
ii	Dedicatória
iii	Agradecimentos
vi	Resumo e Palavra-Chave
vii	Abstract and Keywords
viii	Índice Geral
xvii	Índice de Figuras

## CAPÍTULO I

### INTRODUÇÃO

I.1.	Objecto de estudo   Âmbito _ 1
I.2.	Problemática _ 3
I.3.	Objectivos _ 5
I.4.	Hipótese _ 5
I.5.	Metodologia _ 6
I.6.	Guião da Tese _ 9
	Referências Bibliográficas _ 11

## CAPÍTULO II

### O CARTAZ DE DIVULGAÇÃO DA ARTE CONTEMPORÂNEA EM PORTUGAL

2.1.	As instituições que promovem a obra de arte _ 13
2.1.1.	As duas instituições seleccionadas _ 17
	I - Fundação de Serralves   Porto _ 17
	II - Fundação Culturgest   Lisboa _ 19
2.2.	O cartaz enquanto objecto de colecção de arte e design _ 20
2.2.1.	A importância de uma cultura visual, do design e da obra de arte, num contexto urbano _ 20
2.2.2.	O contributo do cartaz para a história da comunicação visual _ 22



2.3. Os artistas em exposição na Fundação de Serralves e na Fundação da Culturgest entre 1989 e 2009

2.3.1. Cronologia dos cartazes em estudo 1989 a 2009 \_ 24

Serralves – 19 cartazes

Culturgest – 21 cartazes

2.3.2. Os artistas portugueses em destaque \_ 25

2.3.3. Outras nacionalidades \_ 27

Referências Bibliográficas \_ 29

### CAPÍTULO III

## A ARTE CONTEMPORÂNEA EM EXPOSIÇÃO | PORTUGAL 1989 A 2009

3.1. Introdução \_ 31

3.2. Biografia dos artistas \_ 31

3.2.1. A. R. Penck \_ 32

3.2.2. Alberto Carneiro \_ 34

3.2.3. Álvaro Lapa \_ 36

3.2.4. Ana Vieira \_ 38

3.2.5. Antoni Tàpies \_ 40

3.2.6. António Areal \_ 42

3.2.7. Arca de Noé \_ 44

3.2.8. Arman \_ 46

3.2.9. Arpad Szenes \_ 48

3.2.10. Arte Contemporânea \_ 50

3.2.11. Arte em Berlim no Século XX \_ 52

3.2.12. Claes Oldenburg \_ 54

3.2.13. Cobra \_ 56

3.2.14. Costa Pinheiro \_ 58

3.2.15. Cruz-Filipe \_ 60

3.2.16. Eduardo Nery \_ 62

3.2.17. Egon Schiele \_ 64

3.2.18. Estética Contemporânea \_ 66

3.2.19. Gary Hume \_ 68

3.2.20. Graça Morais	_ 70
3.2.21. Hannah Hoch	_ 72
3.2.22. Helena Almeida	_ 74
3.2.23. Jean Dubuffet	_ 76
3.2.24. Jochen Lempert	_ 78
3.2.25. Jorge Martins	_ 80
3.2.26. José Aurélio	_ 82
3.2.27. José de Guimarães	_ 84
3.2.28. Julio González	_ 86
3.2.29. Luc Tuymans/Mirosław Balka	_ 88
3.2.30. Mario Merz	_ 90
3.2.31. Modigliani	_ 92
3.2.32. Nam June Paik	_ 94
3.2.33. Neal slavin	_ 96
3.2.34. Picasso	_ 98
3.2.35. Robert Mangold	_ 100
3.2.36. Sean Scully	_ 102
3.2.37. Tom Wesselmann	_ 104
3.2.38. Valéria Costa Pinto	_ 106
3.2.39. Vanessa Beecroft	_ 108
3.2.40. Vieira da Silva	_ 110
Referências Bibliográficas	_ 112

## CAPÍTULO IV

### OS DESIGNERS DOS CARTAZES EM ANÁLISE

4.1. Introdução	_ 117
4.2. Ausência de autor	_ 117
4.3. A grelha de análise	_ 119
4.4. Problemática	_ 120
4.5. Levantamento da grelha de análise   Síntese	_ 121
4.6. Entrevistas em análise	_ 132
4.6.1. Entrevista a João Machado	_ 132

4.6.2. Entrevista a Henrique Cayatte _	134
4.6.3. Entrevista a Cristina Viotti _	136
4.6.4. Entrevista a Miguel Wandschneider _	138
4.6.5. Entrevista a Jorge dos Reis _	141
4.6.6. Entrevista a Eduardo Nery _	144
4.7. Conclusões _	146
Referências Bibliográficas _	147

## CAPÍTULO V

### ANÁLISE DOS CARTAZES

5.1. Enquadramento metodológico no âmbito da análise da imagem _	149
5.2. Contexto de análise da imagem   Sistematização _	158
5.3. Método de Martine Joly _	159
5.3.1. Descrição do objecto em análise _	159
5.3.2. Mensagem plástica _	159
5.3.3. Mensagem icónica _	161
5.3.4. Mensagem linguística _	161
5.4. Análise dos cartazes seleccionados _	162
5.4.1. Análise do cartaz   A. R. Penck _	162
5.4.2. Análise do cartaz   Alberto Carneiro _	163
5.4.3. Análise do cartaz   Álvaro Lapa _	164
5.4.4. Análise do cartaz   Ana Vieira _	165
5.4.5. Análise do cartaz   Antoni Tàpies _	167
5.4.6. Análise do cartaz   António Areal _	168
5.4.7. Análise do cartaz   Arca de Noé _	169
5.4.8. Análise do cartaz   Arman _	170
5.4.9. Análise do cartaz   Arpad Szenes _	171
5.4.10. Análise do cartaz   Arte Contemporânea _	172
5.4.11. Análise do cartaz   Arte em Berlim no Século XX _	173
5.4.12. Análise do cartaz   Claes Oldenburg _	175
5.4.13. Análise do cartaz   Cobra _	176
5.4.14. Análise do cartaz   Costa Pinheiro _	177

5.4.15. Análise do cartaz   Cruz-Filipe _	178
5.4.16. Análise do cartaz   Eduardo Nery _	179
5.4.17. Análise do cartaz   Egon Schiele _	180
5.4.18. Análise do cartaz   Estética Contemporânea _	181
5.4.19. Análise do cartaz   Gary Hume _	182
5.4.20. Análise do cartaz   Graça Morais _	183
5.4.21. Análise do cartaz   Hannah Hoch _	184
5.4.22. Análise do cartaz   Helena Almeida _	185
5.4.23. Análise do cartaz   Jean Dubuffet _	186
5.4.24. Análise do cartaz   Jochen Lempert _	188
5.4.25. Análise do cartaz   Jorge Martins _	189
5.4.26. Análise do cartaz   José Aurélio _	190
5.4.27. Análise do cartaz   José de Guimarães _	191
5.4.28. Análise do cartaz   Julio González _	192
5.4.29. Análise do cartaz   Luc Tuymans/Miroslaw Balka _	193
5.4.30. Análise do cartaz   Mario Merz _	194
5.4.31. Análise do cartaz   Modigliani _	195
5.4.32. Análise do cartaz   Nam June Paik _	196
5.4.33. Análise do cartaz   Neal Slavin _	197
5.4.34. Análise do cartaz   Picasso _	198
5.4.35. Análise do cartaz   Robert Mangold _	199
5.4.36. Análise do cartaz   Sean Scully _	201
5.4.37. Análise do cartaz   Tom Wesselmann _	202
5.4.38. Análise do cartaz   Valéria Costa Pinto _	203
5.4.39. Análise do cartaz   Vanessa Beecroft _	204
5.4.40. Análise do cartaz   Vieira da Silva _	205
5.5. Tipologias nos Cartazes   Síntese da análise _	206
5.5.1. Tipologias _	207
5.6. Análise estética e gráfica das duas instituições   Síntese _	216
Referências Bibliográficas _	217

## CAPÍTULO VI

### MECANISMOS DE DESIGN E DESIGN EMOCIONAL NO CARTAZ

- 6.1. O cartaz de divulgação da arte enquanto objecto de estudo \_ 219
- 6.2. Quais os mecanismos de design que despertam as emoções no cartaz de divulgação da arte contemporânea? \_ 220
  - 6.2.1. Existem mecanismos específicos de design emocional no cartaz de divulgação da arte contemporânea \_ 223
- 6.3. Criação do *Toolkit* \_ 224
  - 6.3.1. Mapas de investigação \_ 226
  - 6.3.2. Mecanismos de design: cor, forma, orientação visual, luz, sentidos, tipografia e conceitos \_ 226
    - 6.3.2.1. Impacto da paleta cromática | Mapa de investigação: cor \_ 227
    - 6.3.2.2. Impacto ao nível das formas | Mapa de investigação: formas \_ 228
    - 6.3.2.3. Impacto ao nível da orientação visual | Mapa de investigação: direcção do olhar \_ 229
    - 6.3.2.4. Impacto ao nível da luminosidade | Mapa de investigação: luz \_ 230
    - 6.3.2.5. Impacto ao nível dos sentidos | Mapa de investigação: sentidos \_ 231
    - 6.3.2.6. Impacto ao nível do tipo de letra | Mapa de investigação: tipografia \_ 233
    - 6.3.2.7. Impacto ao nível da reacção emocional ao objecto | Mapa de investigação: conceitos \_ 234
  - 6.3.3. Mecanismos de design emocional: três níveis de reacção emocional \_ 235
- 6.4. Pré-teste do *Toolkit* | Grupo de foco e implementação da ferramenta \_ 238
- 6.5. Resultados do pré-teste | Grupo de 7 pessoas \_ 239
  - 6.5.1. Síntese \_ 241
- 6.6. Entrevista a José Pena \_ 242
- 6.7. Sumário \_ 246
- Referências Bibliográficas \_ 246

## CAPÍTULO VII

### RECOLHA DE DADOS

- 7.1. Grupo de Foco | Porto e Lisboa \_ 249
- 7.2. Os 40 cartazes em projecção | Recolha de dados no *Toolkit* \_ 250
  - 7.2.1. Observação da reacção e comportamento dos grupos \_ 251

- 7.3. Análise da recolha de dados \_ 254
- 7.3.1. Projecção N° 1 | Cartaz A. R. Penck \_ 254
- 7.3.2. Projecção N° 2 | Cartaz Cruz-Filipe \_ 257
- 7.3.3. Projecção N° 3 | Cartaz Cobra \_ 260
- 7.3.4. Projecção N° 4 | Cartaz Eduardo Nery \_ 263
- 7.3.5. Projecção N° 5 | Cartaz Egon Schiele \_ 265
- 7.3.6. Projecção N° 6 | Cartaz Gary Hume \_ 267
- 7.3.7. Projecção N° 7 | Cartaz Graça Moraes \_ 269
- 7.3.8. Projecção N° 8 | Cartaz Vanessa Beecroft \_ 270
- 7.3.9. Projecção N° 9 | Valéria Costa Pinto \_ 272
- 7.3.10. Projecção N° 10 | Cartaz Tom Wesselmann \_ 274
- 7.3.11. Projecção N° 11 | Cartaz Sean Scully \_ 275
- 7.3.12. Projecção N° 12 | Cartaz Robert Mangold \_ 277
- 7.3.13. Projecção N° 13 | Cartaz Nam June Paik \_ 279
- 7.3.14. Projecção N° 14 | Cartaz Modigliani \_ 281
- 7.3.15. Projecção N° 15 | Cartaz Julio González \_ 282
- 7.3.16. Projecção N° 16 | Cartaz Jorge Martins \_ 284
- 7.3.17. Projecção N° 17 | Cartaz Jochen Lempert \_ 285
- 7.3.18. Projecção N° 18 | Cartaz Jean Dubuffet \_ 287
- 7.3.19. Projecção N° 19 | Cartaz José Aurélio \_ 289
- 7.3.20. Projecção N° 20 | Cartaz Arman \_ 290
- 7.3.21. Projecção N° 21 | Cartaz Luc Tuymans/M. Balka \_ 292
- 7.3.22. Projecção N° 22 | Cartaz Arte em Berlim Séc. XX \_ 294
- 7.3.23. Projecção N° 23 | Cartaz Ana Vieira \_ 296
- 7.3.24. Projecção N° 24 | Cartaz Mario Merz \_ 298
- 7.3.25. Projecção N° 25 | Cartaz António Areal \_ 301
- 7.3.26. Projecção N° 26 | Cartaz Arpad Szenes \_ 302
- 7.3.27. Projecção N° 27 | Cartaz Vieira da Silva \_ 304
- 7.3.28. Projecção N° 28 | Cartaz Costa Pinheiro \_ 305
- 7.3.29. Projecção N° 29 | Cartaz José de Guimarães \_ 307
- 7.3.30. Projecção N° 30 | Cartaz Claes Oldenburg \_ 308
- 7.3.31. Projecção N° 31 | Cartaz Picasso \_ 310

7.3.32. Projecção N° 32   Cartaz Antoni Tàpies _	311
7.3.33. Projecção N° 33   Cartaz Helena Almeida _	313
7.3.34. Projecção N° 34   Cartaz Estética Contemporânea _	314
7.3.35. Projecção N° 35   Cartaz Arca de Noé _	316
7.3.36. Projecção N° 36   Cartaz Alberto Carneiro _	318
7.3.37. Projecção N° 37   Cartaz Neal Slavin _	319
7.3.38. Projecção N° 38   Cartaz Álvaro Lapa _	321
7.3.39. Projecção N° 39   Cartaz Hannah Hoch _	322
7.3.40. Projecção N° 40   Cartaz Arte Contemporânea _	324
7.4. Síntese comparativa dos resultados obtidos nos grupos _	325
7.5. Resultados ao nível do estímulo visual   Questionário aos grupos de foco _	326
Referências Bibliográficas _	328

## CAPÍTULO VIII

### SÍNTESE DE CONCEITOS

8.1. Síntese da análise dos cartazes _	329
8.2. Terceira análise dos cartazes   Síntese de conceitos _	329
8.2.1. Cartaz de A. R. Penck _	330
8.2.2. Cartaz de Alberto Carneiro _	330
8.2.3. Cartaz de Álvaro Lapa _	331
8.2.4. Cartaz de Ana Vieira _	331
8.2.5. Cartaz de Antoni Tàpies _	332
8.2.6. Cartaz António Areal _	332
8.2.7. Cartaz Arca de Noé _	333
8.2.8. Cartaz Arman _	333
8.2.9. Cartaz Arpad Szenes _	334
8.2.10. Cartaz Arte Contemporânea _	334
8.2.11. Cartaz Arte em Berlim no Século XX _	335
8.2.12. Cartaz Claes Oldenburg _	335
8.2.13. Cartaz Cobra _	336
8.2.14. Cartaz Costa Pinheiro _	336
8.2.15. Cartaz Cruz-Filipe _	337
8.2.16. Cartaz Eduardo Nery _	337

- 8.2.17. Cartaz Egon Schiele \_ 338
- 8.2.18. Cartaz Estética Contemporânea \_ 338
- 8.2.19. Cartaz Gary Hume \_ 339
- 8.2.20. Cartaz Graça Morais \_ 339
- 8.2.21. Cartaz Hannah Hoch \_ 340
- 8.2.22. Cartaz Helena Almeida \_ 340
- 8.2.23. Cartaz Jean Dubuffet \_ 341
- 8.2.24. Cartaz Jochen Lempert \_ 341
- 8.2.25. Cartaz Jorge Martins \_ 342
- 8.2.26. Cartaz José Aurélio \_ 342
- 8.2.27. Cartaz José de Guimarães \_ 343
- 8.2.28. Cartaz Julio González \_ 343
- 8.2.29. Cartaz Luc Tuymans/Mirosław Balka \_ 344
- 8.2.30. Cartaz Mario Merz \_ 344
- 8.2.31. Cartaz Modigliani \_ 345
- 8.2.32. Cartaz Nam June Paik \_ 345
- 8.2.33. Cartaz Neal Slavin \_ 346
- 8.2.34. Cartaz Picasso \_ 346
- 8.2.35. Cartaz Robert Mangold \_ 347
- 8.2.36. Cartaz Sean Scully \_ 347
- 8.2.37. Cartaz Tom Wesselmann \_ 348
- 8.2.38. Cartaz Valéria Costa Pinto \_ 348
- 8.2.39. Cartaz Vanessa Beecroft \_ 349
- 8.2.40. Cartaz Vieira da Silva \_ 349
- 8.3. Reacção aos objectos seleccionados | Síntese da coerência estética \_ 350

## CAPÍTULO IX

### CONCLUSÕES

- 9.1. Considerações finais \_ 351
- 9.2. Conclusões \_ 355
- 9.3. Recomendações para futura investigação na temática \_ 356
- Referências Bibliográficas \_ 357



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS \_ 357

BIBLIOGRAFIA GERAL \_ 372

ANEXOS

Anexo 1 | Cartazes seleccionados

Anexo 2 | Grelhas de análise

Anexo 3 | Entrevistas

Anexo 4 | Cronologia dos cartazes seleccionados

Anexo 5 | Tipologias

Anexo 6 | Grupo de foco Pré-teste

Anexo 7 | Grupo de foco Porto

Anexo 8 | Grupo de foco Lisboa

Anexo 9 | Síntese de resultados dos grupos de foco

Anexo 10 | Naturalidade dos Artistas

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cartaz de A. R. Penck \_ 32

Figura 2. Cartaz de Alberto Carneiro \_ 34

Figura 3. Cartaz de Álvaro Lapa \_ 36

Figura 4. Cartaz de Ana Vieira \_ 38

Figura 5. Cartaz de Antoni Tàpies \_ 40

Figura 6. Cartaz de António Areal \_ 42

Figura 7. Cartaz Arca de Noé \_ 44

Figura 8. Cartaz de Arman \_ 46

Figura 9. Cartaz de Arpad Szenes \_ 48

Figura 10. Cartaz Arte Contemporânea \_ 50

Figura 11. Cartaz Arte em Berlim no Século XX \_ 52

Figura 12. Cartaz de Claes Oldenburg \_ 54

Figura 13. Cartaz Cobra \_ 56

Figura 14. Cartaz de Costa Pinheiro	_ 58
Figura 15. Cartaz de Cruz-Filipe	_ 60
Figura 16. Cartaz de Eduardo Nery	_ 62
Figura 17. Cartaz de Egon Schiele	_ 64
Figura 18. Cartaz Estética Contemporânea	_ 66
Figura 19. Cartaz de Gary Hume	_ 68
Figura 20. Cartaz de Graça Morais	_ 70
Figura 21. Cartaz de Hannah Hoch	_ 72
Figura 22. Cartaz de Helena Almeida	_ 74
Figura 23. Cartaz de Jean Dubuffet	_ 76
Figura 24. Cartaz de Jochen Lempert	_ 78
Figura 25. Cartaz de Jorge Martins	_ 80
Figura 26. Cartaz de José Aurélio	_ 82
Figura 27. Cartaz de José de Guimarães	_ 84
Figura 28. Cartaz de Julio González	_ 86
Figura 29. Cartaz de Luc Tuymans/Miroslaw Balka	_ 88
Figura 30. Cartaz de Mario Merz	_ 90
Figura 31. Cartaz de Modigliani	_ 92
Figura 32. Cartaz de Nam June Paik	_ 94
Figura 33. Cartaz de Neal Slavin	_ 96
Figura 34. Cartaz de Picasso	_ 98
Figura 35. Cartaz de Robert Mangold	_ 100
Figura 36. Cartaz de Sean Scully	_ 102
Figura 37. Cartaz de Tom Wesselmann	_ 104
Figura 38. Cartaz de Valéria Costa Pinto	_ 106
Figura 39. Cartaz de Vanessa Beecroft	_ 108
Figura 40. Cartaz de Vieira da Silva	_ 110*
Figura 41. Grelha de Análise N° 1	_ 119
Figura 42. Capas dos Catálogos das Exposições	_ 120
Figura 43. Sessão de Fotografias	_ 220
Figura 44. Tabela de Síntese	_ 240

\*Nota | As fotografias dos 40 cartazes repetem-se ao longo da tese, no entanto, têm exactamente as mesmas designações que foram referidas no índice de figuras (da figura 1 à 40).

## CAPÍTULO I

### INTRODUÇÃO

#### 1.1. Objecto de estudo | Âmbito

“A recente voga de utilização de cartazes grandes ou pequenos enquanto obras de arte ou elementos decorativos no interior de um apartamento – *os posters* – ilustra claramente o novo papel puramente estético do cartaz que não é feito nem para a propaganda, nem para a publicidade, mas existe em si e representa um objeto de arte ‘multiplicado.’” (MOLES, 1987, 234) Foi neste sentido, que nos foi apresentado o cartaz contemporâneo, pelo autor Abraham Moles, ou seja um objeto de fruição, sedução e sobretudo de provocação no indivíduo de uma reação emocional.

A provocação de reações emocionais através de um cartaz contemporâneo, despertou em nós uma vontade de aprofundar esta área do conhecimento, ou seja, a área do conhecimento visual. Neste sentido, entendemos que o despertar de uma sensibilidade estética, através do estímulo dos nossos sentidos, contribui para estados de emoção e proporciona ao ser humano uma evolução na aquisição de conhecimento.

Foi a partir da provocação em si e dos estímulos que despertam num receptor de mensagens uma reacção emotiva, que nos aproximámos do nosso objeto de estudo. Assim, seleccionámos dos cartazes possíveis, apenas o cartaz de divulgação da arte contemporânea em Portugal. A concepção deste tipo de objecto visa a divulgação do trabalho de um artista ou de uma produção artística, bem como a captação da atenção do trauseunte para uma visita à exposição, promovendo simultaneamente a instituição onde ela se realiza.

A partir de dois dos elementos que definiram a existência do nosso objeto de estudo - o cartaz de divulgação da arte contemporânea - encontramos em destaque, a instituição e o artista. Deste modo, considerámos que a arte se encontra representada na imagem da obra de arte que foi selecionada para o cartaz. Contudo, e a partir deste elemento, surge a problemática do conceito ‘arte’ com aplicação a este objeto de comunicação.

Todavia, Mikel Dufrenne apresenta-nos neste contexto uma abordagem contemporânea para o conceito de arte, demonstrando-nos que podemos fundamentar a presente investigação e prosseguir os nossos objectivos. Para este autor, e “independentemente de todo e qualquer pressuposto sociocultural, desconfia-se hoje muito da palavra ‘arte’, e a extensão do conceito que a encerra é muito vaga: entre a obra-prima e o esboço, o desenho do mestre e o desenho da

criança, o canto e o grito, o som e o ruído, a dança e a gesticulação, o objeto e o acontecimento, é decerto difícil traçar uma fronteira, e perguntamo-nos até se valerá a pena fazê-lo.” (DUFRENNE, 1982, 7)

Assim, “o cartaz tem dimensões, características de exposição e uma postura similares às superfícies usadas para a Pintura, apresentando-se como um espaço a que nós atribuímos um valor cultural superior.”<sup>1</sup>

Deste modo, a importância do cartaz enquanto objeto concebido pelo designer, e que visa despertar uma reação no receptor através de estímulos que provoquem uma atitude de desejo, implica um conhecimento visual que desencadeia um mecanismo de percepção no observador. A partir deste processo estético que influencia um comportamento humano, podemos verificar que a percepção visual só tem sentido ligada ao sistema nervoso, e por esta via ao cérebro.

Neste contexto, a obra de arte domina a leitura da imagem global do cartaz, todavia, este objeto de comunicação implica outros elementos constituintes, cuja relevância no impacto visual final, podem valorizar ou desvalorizar a imagem eleita. A organização de um cartaz do ponto de vista da composição visual implica uma multiplicidade de impressões que o olho recebe, e se estas não se encontrarem de modo coerente, o receptor não consegue organizar essas impressões de modo a interpretar a mensagem que lhe é sugerida.

Nas palavras de um psicólogo da Gestalt, “a percepção tende para o equilíbrio e simetria; ou por outras palavras: equilíbrio e simetria são características perceptivas do mundo visual que se realizam sempre que as condições externas o permitem; quando não o permitem, o desequilíbrio, e a falta de simetria, são notados como sendo uma característica dos objetos ou do campo inteiro, com uma tendência para o restabelecimento do equilíbrio – os estímulos que em circunstâncias normais afectam o olho são ocasionais sob o ponto de vista das organizações visuais a que podem dar origem. O organismo reage o melhor possível às condições dominantes, e estas condições, por via de regra, não permitem um bom funcionamento (bom sob o ponto de vista de harmonia estética). Uma obra de arte, por outro lado, é realizada com essa ideia, uma vez terminada constitui uma fonte de estimulações especificamente seleccionadas para o efeito estético.” (READ, s.d., 30)

Um cartaz tem a função de ser um provocador de estímulos, o que implica uma organização de informação com legibilidade e coerência. No entanto, surge uma problemática neste campo da divulgação da arte contemporânea, relativa ao desempenho do designer, enquanto criador de mensagens, pois surge neste contexto o artista (em foco no cartaz) e a promover pela instituição, bem como a obra de arte que predomina na leitura visual do objeto gráfico.

---

<sup>1</sup> Palavras de João Branco, 1996. in: FONSECA, Jorge Leal da, *O Cartaz e a Escola: um estudo centrado nos autores e no curso de Design das Belas Artes do Porto*, Faculdade de Belas Artes, Universidade do Porto, (Tese de Doutoramento em Design de Comunicação), Porto, 2007, s.p.

## 1.2. Problemática

Tendo como princípio orientador, a tese de Herbert Read, em que “a arte deve ser a base da educação.” (READ, 1982, 13) Fundamentamos ainda este pensamento através de uma ideia sugerida por Platão e dissecada por Herbert Read, ou seja, “uma educação estética é a única educação que dá harmonia ao corpo e enobrece a alma.” (READ, 1982, 340)

Encontrámos de facto um território ainda por investigar, ou seja, através do cartaz de divulgação abordar as instituições que divulgam a obra de arte através da utilização do cartaz, enquanto objeto de comunicação visual. E, segundo Herbert Read, “há novas formas de pensar e de agir – chamemos-lhes invenções; há novas formas de estimular os sentidos.” (READ, s.d., 19) Ainda, no ponto de vista deste autor, “a obra de arte é em certo sentido um símbolo sugestivo que acorda mais as nossas emoções do que estimula as nossas sensações.” (READ, s.d., 33)

As instituições que divulgam a arte definem, muitas vezes, as orientações estéticas, no que diz respeito, aos objetos de comunicação que concebem para despertar a atenção nos receptores. Todavia, esses objetos para além de cumprirem a função de divulgação, terminam, muitas vezes, num arquivo, o que significa que integram um espólio no âmbito da própria instituição. A partir deste pressuposto, a instituição cumpre uma missão que visa a fruição estética do cartaz, e em seguida a sua preservação, enquanto objeto de coleção, valorizando a sua salvaguarda e proteção documental.

Herbert Read salientou desde logo a importância da instituição na proteção da arte, mas, e também a sua missão educativa e no contexto da investigação. Assim, e segundo este autor, “fizeram-se várias sugestões para melhorar os serviços de administração ligados à arte – consolidar os museus nacionais e provinciais, contratar pessoal de uma maneira mais inteligente, estabelecer centros de arte que funcionassem como agentes de educação e de propaganda, pondo o público em contacto com as aquisições do Estado e induzindo-o a apreciar o gosto do administrador. (...)” (READ, s.d., 65) Contudo, encontram-se em arquivo documental, imensos objetos, cujo valor patrimonial poderia ser acrescido se fossem alvo de investigação.

Foi a partir da ideia de ‘induzir o público’ que reunimos mais um elemento, aos dois referidos anteriormente, ou seja, a instituição, o artista e o público. Assim, para que o processo de leitura e interpretação do cartaz fique completo, e contribua para a sua importância e estudo, abordamos neste âmbito os designers, que projetaram os cartazes, e os principais intervenientes neste processo de existência do objeto de comunicação. Tendo todos os campos reunidos podemos abordar um conceito emergente o design emocional.

O design emocional visa analisar o impacto que os objetos têm, do ponto de vista emocional, no receptor, e contribui, não só para a sua produção, bem como para

uma concepção de objetos com maior qualidade estética e de estímulos qualitativos. (NORMAN, 2004)

Apesar de uma das problemáticas surgir na relação estabelecida com o cartaz através da obra de arte, a sua importância pode acentuar-se ou desvanecer-se. Neste campo, a presença da imagem define um primeiro ponto de abordagem, todavia, a seguir a esta seguem-se outros elementos estruturais que a apoiam e lhe conferem força ou por outro lado a 'abafam' e podem descaracterizar no contexto global da missão deste tipo de cartaz. Assim, encontram-se com igual importância no contexto do objeto, a tipografia, a cor, a forma, a luz, e a orientação visual na leitura do cartaz.

A problemática seguinte surge da provocação do próprio objeto de comunicação, no sentido de despertar o interesse no receptor da mensagem, sobretudo de o encaminhar até ao local da exposição (missão da instituição). O cartaz divulgador da obra de arte confere maior percentagem da área do layout para o posicionamento da reprodução da obra de arte, e deste modo todos os outros elementos deveriam apoiar a estrutura ao nível da composição final do objeto.

Da problemática da composição visual do cartaz, surge a "provocação dos sentidos" ou seja uma reação também física, para além da visão, e deste modo considerámos o cartaz um objeto que reúne diversas valências ao nível da provocação do observador, a quem deverá chegar a informação e um despertar estético. Tal como Herbert Read salientou "a educação estética – a educação daqueles sentidos em que se baseiam a consciência e, finalmente, a inteligência e raciocínio do indivíduo humano." (READ, 1982, 20)

Uma das problemáticas é o efeito implícito de provocação de emoções que uma obra de arte já contém em si, contudo, sozinha ela existe unicamente como um produção artística, ou seja enquanto objeto a visualizar no âmbito do espaço museológico. Todavia, após a seleção de uma obra de arte para o cartaz, a sua reprodução confere-lhe uma leitura bidimensional, apoiada pelo suporte físico do papel, pela dimensão do cartaz, e por todos os elementos gráficos que auxiliam a sua interpretação ou pelo contrário podem criar 'ruído' visual quando não organizados coerentemente.

Através da análise do impacto e reação que este tipo de objeto desperta no receptor, podemos aproximarmos-nos das recentes investigações no campo da neuroestética. "O prazer que sentimos diante do belo está ligado à aquisição de conhecimento e a arte é um subproduto da função evolutiva do cérebro" (DUFFLES, 2006, 4), segundo as pesquisas de Semir Zeki, a arte está relacionada com o sentimento de prazer e de bem estar, e neste campo de investigação científica, os avanços demonstram que os mecanismos de resposta no cérebro demoraram milhões de anos a desenvolver, ou seja a comunicação visual tem um impacto maior do que uma descrição pela linguagem, segundo este neurobiólogo "nós teremos um conhecimento emocional daquilo que as palavras não podem

descrever. O conhecimento não é apenas o que se adquire ou expressa pela linguagem. Há um conhecimento visual.” (CONDE, 2006, 4)

### I.3. Objectivos

Tendo o cartaz como objeto de estudo, cuja reação no receptor determina o seu sucesso e fundamenta a sua existência, foram definidos três objectivos para os quais nos propusemos prosseguir a presente investigação:

I) investigar através do objecto as reacções emocionais e o impacto que estes têm no público;

II) investigar os mecanismos que despertam no indivíduo uma reacção, evocação emocional através do objecto;

III) através das reacções despoletadas pelo grupo de indivíduos pretende-se abordar as áreas do cérebro que foram provocadas por estímulos e quais os sentidos que foram activados

### I.4. Hipótese

Após um estudo preliminar, foi possível constituir-se uma base teorizante para o presente trabalho, que corporizou o Estado da Arte da investigação, e do qual emergiu a seguinte hipótese: 'Existem mecanismos específicos de design emocional no cartaz de divulgação da arte contemporânea em Portugal'.

Foi neste âmbito que decidimos prosseguir a presente investigação de modo a verificar a nossa hipótese. A partir deste ponto, colocámos diversas questões para as quais procurámos encontrar respostas, tais como: como reagem os receptores a esta tipologia de cartaz; o que vêm os receptores neste tipo de objecto de comunicação; será que sentem os outros sentidos estimulados para além da visão, e que tipo de associações estabelecem os receptores deste tipo de cartaz. Herbert Read defende a importância da imaginação e de uma educação estética na sociedade, e a partir da arte sugere que “não é a luz, nem a sombra, nem a perspectiva que por si transformam objetos vulgares ou mesmo feios em obras de arte; eles são transformados pelo sentimento do artista e pelos valores associativos.” (READ, s.d., 86)

No que diz respeito a estes 'valores associativos' julgamos pertinente as investigações de António Damásio na área do cérebro. Através das suas pesquisas podemos conhecer os mecanismos essenciais das emoções e de certos circuitos

neurais que podem processar estímulos emocionalmente competentes e levar certas áreas do cérebro a criar uma reação emocional completa. Deste modo o mecanismo das emoções num cérebro normal é muito semelhante entre indivíduos, o que “garante à Humanidade, em culturas diferentes, uma base comum de preferências fundamentais quanto às questões relacionadas com a dor e com o prazer.” (DAMÁSIO, 2010, 159)

Donald Norman orienta-nos também neste contexto, para a questão emocional relacionada com o prazer em conceber objetos, de os usar e de os guardar, tal como se preservam memórias ou evocações emotivas a partir da interacção com esses objetos, e é nesse momento que surge a consciência. António Damásio informa-nos que “o corpo e o ambiente circundante interagem entre si e as alterações provocadas no corpo por essa interacção são mapeadas no cérebro. É verdade que a mente conhece o mundo exterior através do cérebro, mas é igualmente verdadeiro que o cérebro apenas pode ser informado através do corpo.” Ou seja “o corpo serve-se tanto de sinais químicos como de sinais neurais para comunicar com o cérebro.” (DAMÁSIO, 2010, 121)

*Emotion makes us smart*, definição que Donald Norman atribuiu à importância das emoções no estudo do design. Segundo este autor os objetos que despertam os nossos sentidos e estimulam o prazer de os usar, ou de visitar espaços ou de partilhar serviços, influenciam a nossa percepção sobre o mundo e despertam emoções que gerem a nossa qualidade de vida. Deste modo, o design emocional visa abordar as emoções e os sentimentos de forma a criar um entendimento para a aquisição deste conhecimento.

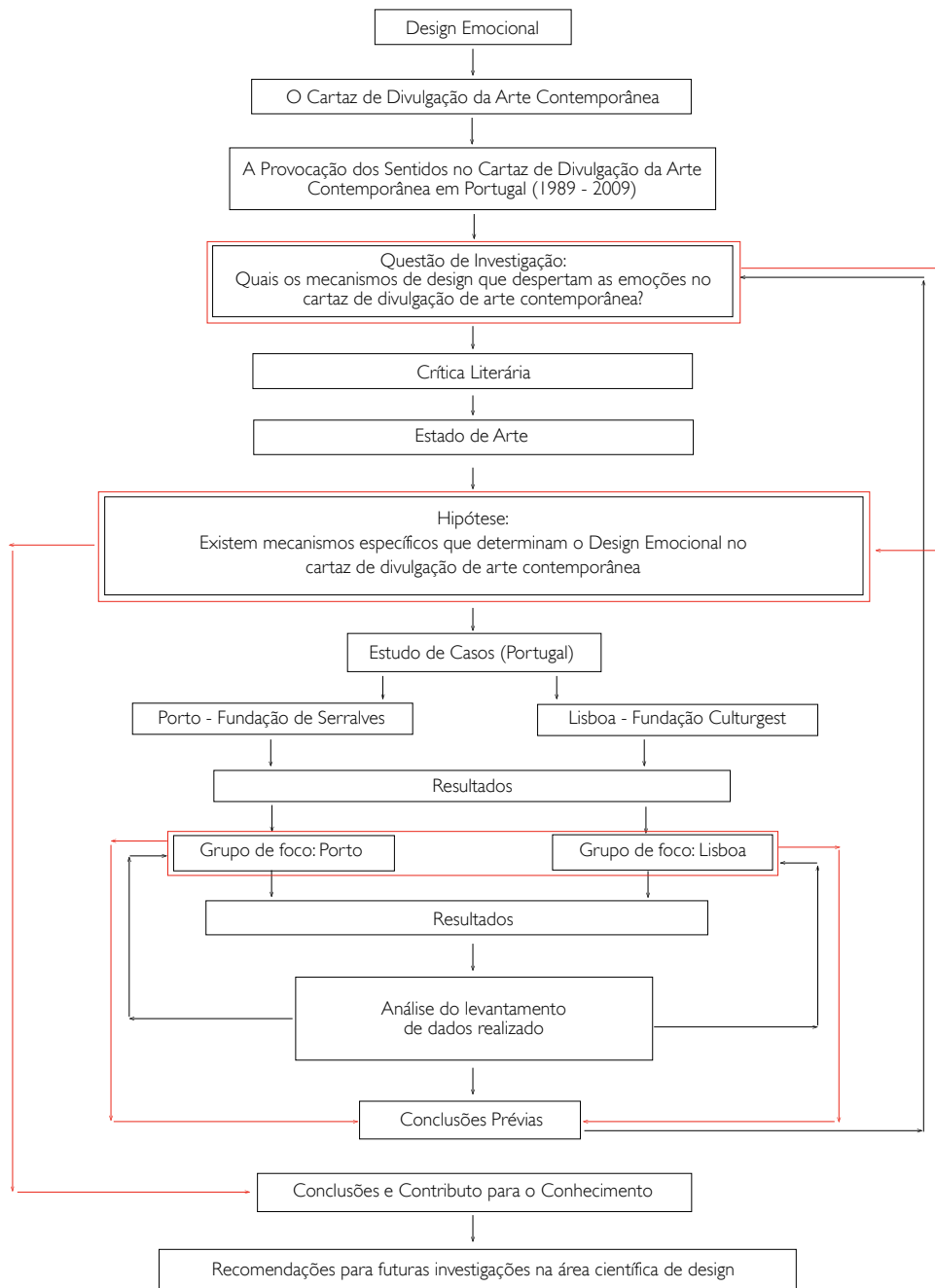
## 1.5. Metodologia

Para uma prossecução do nosso estudo aplicámos uma metodologia de trabalho, cuja função orientadora, nos permitiu desenvolver todo um processo de investigação de modo a atingir os objectivos a que nos propusemos.

Para o desenvolvimento do nosso estudo orientámo-nos por uma metodologia não intervencionista de base qualitativa, suportada por dois estudos de caso e validada por resultados obtidos por meio de grupos de foco.

Após a definição dos objectivos e da hipótese, foi desenhado um organograma cuja função nos permitiu uma organização metodológica das etapas a desenvolver, bem como a definição de conteúdos e seus enquadramentos nos momentos definidos.





Assim, e no que diz respeito a Portugal, a existência de instituições que divulgam a arte contemporânea é de certo modo significativa no momento actual, contudo, o seu surgimento é recente. Deste modo procedemos à seleção de dois estudos de caso em Portugal, elegendo duas instituições, cuja missão de divulgação da produção artística implicou a concepção e produção de objetos de comunicação específicos, como sejam o exemplo do cartaz, bem como do respectivo catálogo, entre outros suportes gráficos, folhetos, flyers ou site.

No entanto, para um estudo do cartaz, enquanto objeto de coleção, as instituições adquiriram uma mais valia ao nível da proteção e salvaguarda destes objetos em arquivos de carácter gráfico e documental.

Foram seleccionados neste âmbito os cartazes em espólio nos arquivos da Fundação de Serralves, no Porto, e na Fundação da Culturgest, em Lisboa. Após a eleição das instituições e das suas coleções, foram seleccionados os objetos de estudo. Os critérios de seleção foram definidos pela divulgação da arte contemporânea, bem como pelo espólio ali existente, ou seja entre os exemplares disponíveis e o tipo de exposição em destaque, sobretudo de carácter individual. O número total de objetos seleccionados para objeto de estudo, foi de 40 cartazes, 19 no arquivo da Culturgest e 21 no arquivo de Serralves.

Após a definição dos objectivos, do estudo de casos, seleção dos objetos, foram então iniciados os métodos de aplicação prática específica, como sejam:

- I) o registo fotográfico, com qualidade gráfica, dos 40 cartazes, um levantamento realizado por um profissional de fotografia no arquivo gráfico de Serralves;
- II) a consulta dos catálogos publicados para as respectivas exposições;
- III) a ausência de fichas de inventário para todos os cartazes, levou-nos à criação de uma grelha de análise, cuja função de sistematização de dados nos permitiu reunir informações específicas para cada objeto em análise;
- IV) as entrevistas realizadas a profissionais de design, que julgámos pertinentes para esta investigação, bem como a um artista, a um curador e a um neurologista;
- V) a criação de uma ferramenta de trabalho, um toolkit, para o registo dos mecanismos de design e de design emocional;
- VI) a constituição de um primeiro grupo de foco para a realização de um pré-teste, de modo a verificar a eficácia do toolkit e cujo objectivo visou a recolha de dados;
- VII) a definição de critérios para a selecção e constituição de dois grupos de foco, nas duas instituições eleitas, Serralves, Porto e Culturgest, Lisboa;
- VIII) a projecção dos 40 objectos em estudo, e a respectiva recolha de dados no toolkit;

IX) análise e síntese dos resultados obtidos e contributo para a área científica de design.

As etapas apresentadas anteriormente foram realizadas em paralelo com a observação dos objetos e dos participantes nos grupos, bem como na leitura e estudo de autores, cujo contributo se torna relevante para fundamentar todo o processo de investigação. Tornado possível sistematizar nos capítulos seguintes os dados que considerámos pertinentes para a presente investigação.

## 1.6. Guião da tese

Após uma breve introdução à investigação que aqui se apresenta, a qual considerámos como sendo o primeiro capítulo, podemos em seguida sistematizar alguns dos conteúdos presentes nos próximos capítulos da nossa tese.

O segundo capítulo, foi dedicado ao cartaz de divulgação da arte contemporânea em Portugal. Assim, encontramos três pontos fundamentais neste âmbito, o primeiro trata as instituições que promovem a obra de arte, a sua importância e contributo social e cultural, num contexto contemporâneo. Salientamos ainda no panorama português, alguns dos espaços expositivos que proporcionaram no contexto da divulgação artística um contributo fundamental para a arte contemporânea em Portugal. Em seguida, focamos unicamente as duas instituições em destaque, a Fundação de Serralves, no Porto, e a Fundação Culturgest, em Lisboa. No segundo ponto, o destaque para o contributo do cartaz, enquanto objeto de coleção de arte e design, bem como a importância de uma cultura visual e do contexto urbano. O último ponto, sintetiza os artistas que foram selecionados através dos cartazes, e que foram alvo de exposição nas duas instituições, cuja baliza cronológica integra o período entre 1989 e 2009.

O terceiro capítulo, foi dedicado à arte contemporânea em Portugal. Através dos 40 cartazes selecionados no âmbito deste estudo, foram sistematizadas as breves biografias, acerca dos artistas em destaque pelas duas instituições. Deste modo encontram-se para todos os cartazes, uma fotografia do objeto em estudo, bem como uma apresentação biográfica do percurso do artista representado.

No quarto capítulo, destacam-se os designers que conceberam ou colaboraram nos cartazes em estudo, bem como a gráfica que produziu o objeto. Encontra-se neste âmbito, a criação de uma grelha de análise e a sua importância no contexto deste processo de investigação, pois tratou-se de uma ferramenta de trabalho, que nos permitiu sistematizar os dados recolhidos. No âmbito desta grelha, na qual foram sendo reunidas as pesquisas desenvolvidas, foram sobretudo relevantes as consultas aos catálogos das exposições ou dos jornais de exposição, para uma identificação da obra de arte presente no cartaz, bem como para uma organização cronológica. A existência, ou não, de um catálogo, tomou-se significativa pelo que nos permitiu

confirmar os designers e a produção, bem como as datas das exposições. Deste modo, permitiu-nos avançar para um ponto seguinte neste capítulo, a realização de entrevistas aos profissionais cuja indicação nos foi revelada pelas nossas pesquisas. Neste contexto foram entrevistados os designers: João Machado, Henrique Cayatte, Cristina Viotti e na área da Tipografia, Jorge dos Reis. Após este momento, foram ainda realizadas neste âmbito, as entrevistas ao curador da Culturgest, Miguel Wandschneider e ao artista Eduardo Nery.

O quinto capítulo, foi dedicado à análise dos cartazes. Neste contexto encontramos seis pontos de abordagem, e entre estes desenvolveram-se os seguintes conteúdos: num primeiro ponto, encontramos um enquadramento metodológico no âmbito da análise da imagem, e para o qual seleccionámos autores cujo contributo neste contexto nos auxiliaram ao entendimento do conceito de imagem. Num segundo ponto, a importância da imagem e a sua sistematização. O terceiro ponto apresenta o método seguido, de Martine Joly, e através do qual orientámos a análise dos objetos em estudo, ou seja, a mensagem plástica, a mensagem icónica e a mensagem linguística. O quarto ponto, deste capítulo, constituiu-se pela análise dos cartazes seleccionados. O quinto ponto, descreve as tipologias que foram definidas para uma relação entre a imagem e o texto, na composição do cartaz, e uma síntese dessa análise. O último, um sexto ponto, sintetiza uma análise estética e gráfica, para as duas instituições seleccionadas.

No sexto capítulo, destacam-se os mecanismos de design e de design emocional. Encontramos neste âmbito seis pontos de abordagem, o primeiro diz respeito ao cartaz de divulgação da arte, enquanto objeto de estudo; o segundo ponto, questiona quais os mecanismos de design que despertam as emoções no cartaz de divulgação da arte contemporânea. O terceiro ponto, diz respeito à criação de um *toolkit*, uma ferramenta de trabalho, cujo objectivo visa a recolha de dados, e neste âmbito foram apresentados todos os mapas de investigação que foram considerados relevantes para um levantamento de dados, essencial à obtenção de informação para atingir os objectivos propostos. No quarto ponto, procedeu-se à descrição da realização de um pré-teste para a verificação da eficácia do *toolkit*, deste modo foi constituído um grupo de foco e implementou-se a ferramenta. No quinto ponto, apresentaram-se os resultados desta experiência e verificou-se a hipótese. No último e sexto ponto, sistematizou-se a implementação e análise.

No sétimo capítulo, apresentam-se os resultados obtidos, na recolha de dados, no grupo de foco do Porto, e no grupo de foco de Lisboa. Encontram-se cinco pontos de abordagem no contexto deste capítulo, assim, temos um primeiro ponto, em que são apresentados os pontos fortes e fracos na constituição dos dois grupos de foco. No segundo ponto, encontra-se a descrição do processo de recolha de dados no *toolkit*, bem como a observação da reacção e comportamento dos grupos de foco. Num terceiro ponto, a análise da recolha de dados e a observação dos mapas de investigação, levantamento de resultados no pré-teste, Porto e Lisboa. No quarto ponto, uma síntese comparativa dos resultados obtidos nos grupos. Último

ponto de abordagem, resultados ao nível do estímulo visual e um questionário aos grupos de foco acerca do impacto e reação emocional aos cartazes projectados.

O capítulo oitavo, salienta uma síntese de resultados obtidos para os cartazes seleccionados, e neste âmbito encontram-se três pontos de abordagem. O primeiro ponto, diz respeito à síntese da análise dos cartazes. O segundo ponto, sistematiza um cruzamento de dados, da primeira análise realizada às mensagens plástica, icónica e linguística, com o levantamento de dados efectuado aos grupos de foco (considerámos uma segunda análise), o que significa que esta sistematização nos oferece uma terceira análise, contudo, salientaram-se unicamente os mecanismos de design e de design emocional (objectivos em destaque no presente estudo). Última abordagem, análise da reação e comportamento dos grupos aos cartazes, ou seja, a importância de uma coerência estética e de uma eficácia visual no objeto.

Considerámos, no capítulo nono, as conclusões do estudo efectuado e apresentamos recomendações para futura investigação na temática.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | CAPÍTULO I

CONDE, Miguel, *Semir Zeki*, in: O Globo, Edição 30 de Dezembro de 2006

DAMÁSIO, António, *O Livro da Consciência, a Construção do Cérebro Consciente*, Círculo de Leitores, Lisboa, 2010

DUFFLES, Maria, *Neuroestética busca princípio biológico do belo*, in: O Globo, Edição de 30 de Dezembro de 2006

DUFRENNE, Mikel, *A Estética e as Ciências da Arte*, (Vol. 1), Livraria Bertrand, Lisboa, 1982

FONSECA, Jorge Leal da, *O Cartaz e a Escola: um Estudo Centrado nos Autores e no Curso de Design das Belas Artes do Porto*, Faculdade de Belas Artes, Universidade do Porto, (Tese de Doutoramento em Design de Comunicação), Porto, 2007

MOLES, Abraham, *O Cartaz*, Editora Perspectiva, São Paulo, 1987

NORMAN, Donald, *Emotional Design, Why We Love (or hate) Everyday Things*, Basic Book, New York, 2004

READ, Herbert, *A Educação pela Arte*, Edições 70, Lisboa, 1982

READ, Herbert, *A Filosofia da Arte Moderna*, Ulisseia, Lisboa, s.d.



## CAPÍTULO II

### O CARTAZ DE DIVULGAÇÃO DA ARTE CONTEMPORÂNEA EM PORTUGAL

#### 2.1. As instituições que promovem a obra de arte

“O museu era, na sua origem, o templo das Musas, situado numa colina de Atenas dedicada às deusas.”<sup>2</sup>

O conceito de museu<sup>3</sup> está desde a sua origem associado ao conceito de guardar e salvaguardar a obra de arte. A finalidade da obra de arte está em si associada ao valor da sua salvaguarda, e neste campo, o estatuto do museu também confere autonomia à obra de arte, bem como a protecção à sua finalidade<sup>4</sup>. Deste modo reúnem-se todos os elementos que definem a importância do museu num contexto social, artístico, histórico e cultural da sociedade.

O museu contemporâneo está associado a um determinado espólio e tem uma missão concreta no contexto cultural. Assim encontramos vários estudos acerca dos museus e da sua importância no contexto urbano. Contudo, a função primeira de um museu está ainda na salvaguarda e no estudo da obra de arte<sup>5</sup>, em seguida na função de a divulgar e dar a conhecer junto do público.<sup>6</sup>

“Os museus contemporâneos, mais concretamente os museus de arte, são não só algumas das construções mais importantes e mais respeitadas no âmbito do espaço público, mas são ainda, na maioria dos casos, materializações surpreendentemente puras das suas posturas arquitectónicas subjacentes. Com base nestas construções é possível fazer uma leitura de todo o processo evolutivo da construção composto

---

<sup>2</sup> As musas simbolizam as Artes, especialmente a poesia. A musa é a inspiradora, real ou mítica, de todos os artistas. (...) O conjunto das artes às quais presidem as Musas era designado pelo termo música, tendo sido posteriormente reservado à arte dos sons. in: MARTIN, René, *Dicionário Cultural da Mitologia Greco-Romana*, Publicações Dom Quixote, Lisboa, 1995, p. 174.

<sup>3</sup> Um museu é, na definição do International Council of Museums (ICOM, 2001), "uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público e que adquire, conserva, investiga, difunde e expõe os testemunhos materiais do homem e de seu entorno, para educação e deleite da sociedade". in: [pt.wikipedia.org/wiki/Museu](http://pt.wikipedia.org/wiki/Museu)

<sup>4</sup> O destino da obra de arte e o fenómeno do colecionismo é iniciado pelos artistas e pelos historiadores. O fenómeno do colecionismo reforça-se no fim do século XIX com a forte intervenção dos magnatas americanos, cujas grandes coleções dão vida, na forma de depósito, aos museus actuais. in: ARGAN, Giulio Carlo, FAGIOLO, Maurizio, *Guia de História da Arte*, Editorial Estampa, Lisboa, 1994, p. 133.

<sup>5</sup> O campo fenomenal da arte é dificilmente delimitável: cronologicamente, compreende manifestações que vão da mais remota pré-história até aos nossos dias; geograficamente, todas as áreas habitadas da comunidade humana, qualquer que seja o seu grau de desenvolvimento cultural. in: ARGAN, Giulio Carlo, FAGIOLO, Maurizio, *Idem*, p. 13.

<sup>6</sup> As novas finalidades que já não são apenas de conservação mas de orientação didáctica e de tomada de consciência de que o museu é um serviço social. in: ARGAN, Giulio Carlo, FAGIOLO, Maurizio, *Idem*, p. 134.

de um rol de correntes e tendências que se desenvolveram ora em sucessão rápida, ora paralelamente, ora contraditoriamente.

Assim, os museus de arte passam a servir como sismógrafos da cultura arquitectónica. Simultaneamente, é necessário proceder a uma interrogação relativamente à utilidade destes marcos arquitectónicos. Os museus são construções que, para além de cumprirem funções representativas e estéticas, devem satisfazer exigências urbanísticas e funcionais. Estas últimas vão-se tornando cada vez mais complexas, quando ditadas pela arte que é exposta no seu interior.”<sup>7</sup>

No que diz respeito ao valor social, afectivo e económico, a missão e a função de um espaço expositivo, segundo o Instituto do Património Histórico e Artístico Nacional, do Governo do Brasil, ministrado pelo Ministério da Cultura, deverá cumprir os seguintes requisitos: “o museu é uma instituição com personalidade jurídica própria ou vinculada a outra instituição com personalidade jurídica, aberta ao público, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento e que apresenta as seguintes características:

1. Um trabalho permanente com o património cultural, nas suas diversas manifestações;
2. A presença de acervos e de exposições colocadas ao serviço da sociedade, com o objetivo de proporcionar a ampliação de um campo de possibilidades de uma construção identitária, a percepção crítica da realidade, a produção de conhecimentos e a oportunidades de lazer;
3. A utilização do património cultural como um recurso educativo, turístico e de inclusão social;
4. A vocação para a comunicação, exposição, documentação, investigação, interpretação e preservação dos bens culturais nas suas diversas manifestações;
5. A democratização do acesso, uso e produção de bens culturais para a promoção da dignidade da pessoa humana;
6. A constituição de espaços democráticos e diversificados de relação e mediação cultural, sejam eles físicos ou virtuais.”<sup>8</sup>

O museu contemporâneo ou o espaço expositivo museológico actual surgiu com base numa rede internacional de museus, cuja função trata de dinamizar um percurso cultural artístico num enquadramento urbano diversificado. Esta nova missão do museu criou um conceito alargado para esta instituição, ou seja para além de especificar as suas coleções e de internacionalizar os seus edifícios, através

---

<sup>7</sup> LAMPUGNANI, Vittorio Magnago, SACHS, Angeli, (ed.), *Museus para o Novo Milénio, Conceitos, Projectos, Edifícios*, Prestel Verlag, Munique, 1999, p. 7.

<sup>8</sup> “Sendo assim, são considerados museus, independentemente da sua denominação, as instituições ou processos museológicos que apresentem as características acima indicadas e cumpram as funções museológicas”. in: [pt.wikipedia.org/wiki/Museu](http://pt.wikipedia.org/wiki/Museu) | [pt.wikipedia.org/wiki/IPHAN](http://pt.wikipedia.org/wiki/IPHAN)



de projectos de arquitectura inovadores, tornou ainda possível a existência de um número significativo de serviços e de desempenhos associados a esta área.

Neste âmbito um museu concentra em si vários espaços de utilidade pública, entre os quais o espaço de exposições temporárias, exposições permanentes, cafetaria, restaurante, loja, salas para serviço educativo, reservas, anfiteatros e auditórios, biblioteca e arquivos. A partir destes espaços é possível vivenciar, no âmbito do núcleo museológico, uma oferta de serviços de comunicação concebidos para os devidos efeitos. Entre estes podem verificar-se diversos elementos, desde a arquitectura do edifício, à sinalética, às publicações, ao site na internet, aos cartazes, à divulgação dos eventos e a todo um conjunto de comunicações presentes no quotidiano de um espaço museológico.

Em Portugal surgiram durante o século XX, uma oferta significativa de espaços expositivos, foram neste contexto abertos ao público um conjunto de galerias e museus que diversificaram a mostra colectiva de trabalhos e diversos meios de abordar a obra de arte. Neste campo surgiram também novos modos de abordar a divulgação das produções artísticas, e neste âmbito o design destacou-se numa associação com a arte e a partir deste encontro surgiram vários projetos que ampliaram as ofertas na área da comunicação e divulgação expositiva.

No campo museológico e no que diz respeito à arte contemporânea, teve lugar a construção do Centro Cultural de Belém<sup>9</sup>, em Lisboa, durante os anos de 1988 a 1993, este projeto, dos arquitectos Vittorio Gregotti e Manuel Salgado, distinguiu-se pela localização e escala do edifício. A instalação em 1999, de um núcleo museológico, constituído pela coleção de Design de Francisco Capelo,<sup>10</sup> no Centro Cultural de Belém, deu início a um programa de exposições, cuja implementação criou uma dinâmica cultural à volta das temáticas do design e da produção artística.

O Art Centre da Ellipse Foundation<sup>11</sup> inaugurou em Maio de 2006, tendo sido um espaço expositivo concebido para divulgar artistas contemporâneos. Foi constituído formalmente em 2004, pela iniciativa de João Oliveira Rendeiro e com o apoio do Banco Privado Português.

---

<sup>9</sup> “O que distingue o Centro Cultural de Belém de outras construções de carácter cultural dos últimos anos é, sem dúvida, a sua proposta multi-usos: uma mistura de belas-artes e alta política, de cultura popular e comércio, indústria hoteleira e um passeio pedonal, suficientemente extenso para encher de vida uma pequena parte da cidade. A construção foi realizada como centro cultural por ocasião da presidência portuguesa da União Europeia, em 1992, para alojar as actividades organizadas e conferências”.

in: LAMPUGNANI, Vittorio Magnago, SACHS, Angeli, (editado por), *Idem*, p. 62. | [www.ccb.pt](http://www.ccb.pt)

<sup>10</sup> Considerada como uma valiosa coleção de Design, esta é constituída por mais de 600 peças, entre as quais mobiliário, objetos utilitários, equipamento diverso e mesmo modelos de alta-costura, e que no seu conjunto, constituem uma verdadeira história do Design, de 1936 até ao presente. in: SANTOS, Rui Afonso, *Museu do Design*, Centro Cultural de Belém, Lisboa, 1999 | [www.mude.pt/\\_colecao/pt/antes\\_mude\\_CCB.html](http://www.mude.pt/_colecao/pt/antes_mude_CCB.html)

<sup>11</sup> A Ellipse Foundation, Contemporary Art Collection, conta com mais de 400 obras em diversos media – pintura, desenho, escultura, fotografia, filme e vídeo e instalação. O Art Centre instalou-se num antigo armazém com cerca de 3500 metros situado em Alcoitão/Estoril, no qual o arquitecto, curador e crítico Pedro Gadanho, em parceria com o Atelier de Santos, criou dez salas de exposição, espaço de acervo e serviços.

in: Ellipse Foundation, Contemporary Art Collection, Serviço Educativo. | [www.ellipsefoundation.com](http://www.ellipsefoundation.com)

O Museu do Chiado - Museu Nacional de Arte Contemporânea, foi fundado em 1911, em Lisboa e terá sido pioneiro e mesmo inédito no contexto internacional da arte. Em 1994 foi reconstruído, sob o projecto de arquitetura de Jean-Michel Willmotte.<sup>12</sup> O Museu do Chiado<sup>13</sup> demonstra-se um museu contemporâneo na programação e na divulgação artística, inclui um espaço exterior com esculturas.

O espaço expositivo do Museu Gulbenkian<sup>14</sup>, situa-se na Fundação Calouste Gulbenkian, em Lisboa, a sua coleção é constituída por seis mil peças de arte antiga e moderna. A Fundação é uma instituição de direito privado e utilidade pública, cuja missão visa promover a arte, a ciência e a educação, os seus estatutos foram aprovados em 1956, e o museu inaugurado em 1969. O Centro de Arte Moderna foi construído numa das extremidades do jardim e expõe sobretudo a coleção de arte moderna e contemporânea, tendo sido inaugurado em 1983.<sup>15</sup>

O Palácio dos Anjos e Centro Cultural Manuel de Brito<sup>16</sup> é entre outros centros de exposição, um espaço relevante no panorama de divulgação artística. Este núcleo é constituído pela coleção Manuel de Brito, um dos maiores acervos privados de arte moderna e contemporânea. O centro abriu ao público em 2006, no entanto, já em 1964 tinha inaugurado uma galeria em Lisboa, a Galeria III, e em seguida abriu um prolongamento no Porto, em 1971.

É neste âmbito que, segundo o crítico de arte, Delfim Sardo salienta alguns dos problemas no que diz respeito à promoção artística em Portugal: “os artistas que iniciam as suas carreiras em Portugal, defrontam um problema de fácil descrição: é relativamente fácil fazer a primeira exposição, frequentemente a segunda, mas é muito difícil construir um percurso a partir daí. Porquê? Muito simplesmente porque não existem estruturas expositivas, fora das galerias de arte, que lhes permitam fazer circular o seu trabalho, documentá-lo e difundi-lo.” E neste âmbito expositivo, as entidades que deveriam abraçar os projetos, para além dos museus “sobre os quais recai, inevitavelmente, a tarefa de descoberta de novos valores”, são as galerias e os espaços alternativos. As Câmaras Municipais, que em regime de co-produção e acessibilidade da arte ao público, não têm nenhum contacto com a produção artística dos nossos dias.

---

<sup>12</sup> [pt.wikipedia.org/wiki/Museu\\_do\\_Chiado](http://pt.wikipedia.org/wiki/Museu_do_Chiado)

<sup>13</sup> A missão do Museu do Chiado é coleccionar, conservar e apresentar um acervo público de arte portuguesa de 1850 até à actualidade, bem como estimular o seu conhecimento fruição e confronto com práticas artísticas de outras nacionalidades. O Museu do Chiado pretende ser um museu de referência no panorama da arte moderna e contemporânea. in: [www.museudochiado-ipmuseus.pt](http://www.museudochiado-ipmuseus.pt)

<sup>14</sup> O museu é constituído por áreas reservadas à administração, auditórios, espaços para exposições temporárias, salas diversas, biblioteca e jardim. | [www.museu.gulbenkian.pt](http://www.museu.gulbenkian.pt)

<sup>15</sup> [www.cam.gulbenkian.pt/](http://www.cam.gulbenkian.pt/)

<sup>16</sup> Manuel de Brito nasceu em 1928 no Brasil e faleceu em 2005, em Lisboa. Foi um dos maiores galeristas e livreiros portugueses do século XX. Ao longo da sua vida reuniu um espólio de 2000 obras de arte, desenho, pintura e escultura, uma das maiores e mais importantes coleções do país.

in: [pt.wikipedia.org/wiki/Manuel\\_de\\_Brito](http://pt.wikipedia.org/wiki/Manuel_de_Brito) | Ver: Dissertação de Mestrado em Museologia, por Maria del Sol Antela Pulido Garcia Adragão, *O Centro de Arte Coleção Manuel de Brito – Génesis, desenvolvimento e perspectivas de crescimento da instituição*, Universidade Nova de Lisboa, 2010.

in: [run.unl.pt/bitstream/10362/5432/1/adragao.pdf](http://run.unl.pt/bitstream/10362/5432/1/adragao.pdf)

A arte é uma forma de conhecimento e mostrá-la é um trabalho aturado, sério e que necessita de continuidade e visão.<sup>17</sup>

## 2.1.1. As duas instituições seleccionadas

### I - Fundação de Serralves<sup>18</sup> | Porto

A Fundação de Serralves fez vinte anos a 27 de Julho de 2009. Constitui-se como Fundação em 1989. Durante o ano de 1996 deu-se início à grande actividade do Museu de Serralves<sup>19</sup>, e a partir de 1998 decidiu-se pela via de comunicação integrada ou seja foi num gabinete criado para o efeito, que a imagem da Fundação de Serralves foi concebida. Desde os inícios desta definição para uma imagem estratégica, que a instituição procurou para este processo, a colaboração de alguns designers, entre os quais o João Machado, Andrew Howard e Francisco Providência.

A criação de um gabinete de comunicação, no âmbito da instituição, marcou um dado inovador e assegurou uma imagem para a Fundação. Durante este percurso, foi Isalinda Pinheiro<sup>20</sup>, que praticamente durante os 23 anos iniciais, deu corpo à divulgação e coordenou a projecção exterior dos eventos e exposições organizadas na instituição. Após a designação inicial passou este gabinete a designar-se por Departamento de Marketing e Divulgação<sup>21</sup> da Fundação de Serralves.

O investimento em marketing, em publicidade e em comunicação, permite cumprir a missão do museu junto do público, sobretudo no apoio aos públicos interessados

---

<sup>17</sup> Segundo Delfim Sardo o artista em Portugal tem dificuldades em percorrer o caminho da solidificação de um percurso de artista, e este esforço é por vezes dificultado pelo processo de mostrar o seu trabalho em espaços reconhecidos e que atribuem valor à obra. SARDO, Delfim, *Espaços*, in: *Arte Ibérica*, N° 33, Março 2000, p. 24.

<sup>18</sup> [www.serralves.pt](http://www.serralves.pt)

<sup>19</sup> O Museu tem como objectivos essenciais a constituição de uma colecção representativa da arte contemporânea portuguesa e internacional, a apresentação de uma programação de exposições temporárias, colectivas e individuais, que representem um diálogo entre os contextos artísticos nacional e internacional. O Museu de Serralves é um edifício da autoria do arquitecto Álvaro Siza, convidado no início da década de 90 para conceber um projecto museológico que tivesse em consideração singulares condições de espaço e de integração paisagística. Os primeiros estudos datam de 1991 e a construção iniciou-se cinco anos depois.

<sup>20</sup> Isalinda Pinheiro foi a primeira pessoa com quem tivemos a oportunidade de conversar na Fundação de Serralves, acerca do projecto de investigação, e a partir da qual foi obtida autorização para prosseguir no processo de pesquisa e ter acesso ao arquivo de material gráfico da biblioteca de Serralves, e no qual se encontra a colecção de cartazes da instituição.

<sup>21</sup> O grafismo actual de Serralves declina as várias actividades da Fundação em cores diferentes, numa óptica de mais facilmente comunicar a sua oferta ao público em geral. Da responsabilidade da McCann Erickson, a opção pela nova imagem, diz António Gomes de Pinho, responde à 'necessidade de renovação e de aposta no marketing cultural', um sector onde 'Serralves foi também pioneiro, mesmo a nível internacional'. Mas muita gente guarda na memória o primeiro símbolo gráfico de Serralves, criado pelo designer João Machado – uma espécie de código de barras alternadamente rosa e cinzento, numa estilização das linhas e das cores dominantes dos aquecedores da Casa. in: ANDRADE, Sérgio C., *Serralves 20 Anos e Outras Histórias*, Fundação de Serralves, Porto, 2009, p. 230.

em arte contemporânea. A Fundação de Serralves é um caso paradigmático no mercado museológico português onde o trabalho de marketing não é descurado. A sua actividade e posicionamento são norteados pela missão "sensibilizar e interessar o público para a arte contemporânea e o ambiente", assim como a aplicação de uma política de comunicação no que diz respeito à programação, cuja configuração é definida pelo tipo de público-alvo a atingir.

O primeiro director artístico da Fundação de Serralves foi Fernando Pernes (nasceu em 1935, em Lisboa), tinha formação em História da Arte, em Florença estudou com Giulio Carlo Argan, especializou-se em Sociologia da Arte, em Sorbonne, e trouxe para Portugal novas formas de pensar da criação estética. Foi secretário-geral da Sociedade Nacional de Belas Artes, onde fundou a Galeria de Arte Moderna, e aí promoveu a primeira exposição individual de Paula Rego, em 1965.

Fernando Pernes foi dedicado à "causa da arte e do serviço público e a ele se deveu o lançamento das bases daquilo que viria a ser o Museu de Arte Contemporânea de Serralves, e que ele dirigiu desde as sucessivas comissões instaladoras do final da década de 70 até 1996, ano em que lhe sucedeu Vicente Todolí". (ANDRADE, 2009, 46) Faleceu em Outubro de 2010, no Porto.<sup>22</sup>

O centro de documentação e a biblioteca da Fundação de Serralves encontram-se distribuídos por dois pisos, este centro documental é depositário de uma valiosa colecção de livros de artista, estas edições são 'domínio estratégico' da colecção de Serralves, e que foram estabelecidos desde o início pela direcção do centro.

Na biblioteca encontra-se ainda um arquivo de material gráfico e documental, o qual é constituído por um espólio de cartazes, bem como convites, folhetos, flyers e todo um vasto conjunto de material gráfico de apoio às temáticas divulgadas. Este núcleo de objetos de comunicação é diversificado pelas temáticas que nele se incluem, e no que diz respeito ao cartaz, podem visualizar-se os cartazes da festa de Serralves, do festival de Jazz, dos concertos e de encontros de poesia e literatura. Entre os quais destacam-se ainda os cartazes de divulgação da arte contemporânea, ou seja de exposições realizadas na Serralves, de artistas individuais e mostras coletivas, podem ainda encontrar-se alguns cartazes que não pertencem a eventos realizados no âmbito da instituição.

João Fernandes<sup>23</sup>, actual director, salienta a preocupação de se especializar em áreas até então pouco exploradas por outros museus. Decidiram então adquirir obras

---

<sup>22</sup> Ver o artigo "Faleceu Fernando Pernes" in: [gracamorais.blogspot.com/2010/10/faleceu-fernando-pernes](http://gracamorais.blogspot.com/2010/10/faleceu-fernando-pernes)

<sup>23</sup> O Director do Museu de Serralves actualmente é João Fernandes, e através das suas palavras ele continua a "achar que o curador deve ter como especial função trabalhar com obras de arte, saber escolhê-las, criar condições para os artistas as produzirem e salvaguardar acima de tudo condições únicas de produção e de excepção para o artista apresentar o seu trabalho".

in: [sandravieirajurgens.wordpress.com/2010/03/01/entrevista-a-joao-fernandes](http://sandravieirajurgens.wordpress.com/2010/03/01/entrevista-a-joao-fernandes)

gráficas, constituídas por exemplo por “papel de carta, programas e cartazes, trabalhos que não eram muito valorizados.”<sup>24</sup>

## II - Fundação Culturgest<sup>25</sup> | Lisboa

A Culturgest comemorou o 16º aniversário no dia 11 de Outubro de 2009. E no ano de 2008 passou a Fundação Culturgest. A Fundação constitui-se por um acervo documental que visa a salvaguarda de um Património Histórico, cujo valor de excelência se deve a uma “grande parte da história económica, social e financeira dos séculos XIX e XX, de Portugal e das ex-colónias.”<sup>26</sup> Contudo o fundo documental integra ainda o colecionismo como património histórico da Caixa Geral de Depósitos. Este acervo é representado pelo Museu e integra uma das coleções de arte contemporânea mais relevantes a nível internacional.

“A Coleção da CGD começou a ser constituída com algum método em 1983. A partir de 1992, sob a responsabilidade do pintor Fernando Calhau, a aquisição de obras passou a estar sujeita a dois critérios fundamentais: as obras a adquirir deveriam ser posteriores aos anos 60 e exclusivamente de artistas portugueses.”<sup>27</sup>

A Culturgest deu início à sua actividade expositiva no ano de 1993, com a primeira exposição *Arte Moderna em Portugal*, inaugurada a 1 de Outubro desse ano. O primeiro director artístico foi o António Pinto Ribeiro<sup>28</sup>, actividade que manteve até ao ano de 2004.

O organigrama da Fundação da Culturgest é constituído pelo actual Vice-Presidente o Miguel Lobo Antunes, pela Isabel Corte-Real, responsável pela coleção da Caixa Geral de Depósitos, o Miguel Wandschneider<sup>29</sup>, responsável pelas exposições na Culturgest, e o Mário Valente, coordenador de serviços da equipa de produção cultural, existe ainda neste enquadramento uma equipa que funciona em todo o processo de concepção de escrita para catálogos, exposições, eventos como a música, o cinema ou o teatro.

O espaço expostivo da Culturgest tem a sua sede na Caixa Geral de Depósitos, em Lisboa, contudo abriu também um espaço de exposições no Porto. No Chiado, a

---

<sup>24</sup> A obra gráfica de Kurt Schwitters. in: ANDRADE, Sérgio C., *Idem*, p. 245.

<sup>25</sup> [www.culturgest.pt](http://www.culturgest.pt)

<sup>26</sup> [www.cgd.pt/Institucional/Patrimonio-Historico/Pages/Patrimonio-Historico.aspx](http://www.cgd.pt/Institucional/Patrimonio-Historico/Pages/Patrimonio-Historico.aspx)

<sup>27</sup> RIBEIRO, António Pinto, RAMOS, Fátima, (coord.), *Arte Contemporânea, Coleção da Caixa Geral de Depósitos – Novas Aquisições*, Jornal de Exposição, Culturgest, Lisboa, 16 de Abril a 30 de Junho de 2002.

<sup>28</sup> António Pinto Ribeiro considera-se um Investigador Cultural, publicou ensaios sobre a cultura, as cidades e a arte. [www.antoniopintoribeiro.com](http://www.antoniopintoribeiro.com) | Ver: transcrição de Entrevista N° 3, com Cristina Viotti, 12/Julho/2011.

<sup>29</sup> Ver: transcrição de Entrevista N° 5, com Miguel Wandschneider, 22/Julho/2011. O Miguel está na Culturgest desde 2004 e deu início à sua programação a partir de 2006.

Culturgest prolongou ainda mais um espaço, tipo galeria, o *Chiado 8*, um ponto de encontro para a divulgação de artistas contemporâneos e exposições itinerantes.

Existe ainda um arquivo de material gráfico e documental na Fundação da Culturgest, em Lisboa, este é constituído por cerca de cem cartazes e um número significativo de convites, programas, folhetos, jornais de exposição e catálogos.

## 2.2. O cartaz enquanto objecto de colecção de arte e design

### 2.2.1. A importância de uma cultura visual, do design e da obra de arte, num contexto urbano

O espaço visual da cidade, segundo Giulio Carlo Argan é um problema social, ou seja uma questão de humanização dos espaços urbanos, segundo este historiador o “nosso problema é justamente o do valor estético da cidade, da cidade como espaço visual. Não o colocarei em termos absolutos: o que é a arte e se uma cidade pode ser considerada uma obra de arte ou um conjunto de obras de arte.” ‘A cidade’ dizia Marsilio Ficino, ‘não é feita de pedras, mas de homens’. (ARGAN, 1998, 228)

Segundo Alexandre Melo: “Qualquer objeto pode ser uma obra de arte. Qualquer coisa, mesmo que não seja um objecto, pode ser uma obra de arte. Ao longo do século XX, com o trabalho das vanguardas dos anos 10, dos anos 60, dos anos 90, deixaram de existir limites formais ou fronteiras objectivas para definir aquilo que pode ou não ser arte. Tal como deixaram de existir fronteiras entre as artes plásticas e as outras disciplinas criativas, entre as quais o design.” (MELO, 2000, 74)

A partir destas ideias pode contextualizar-se de um modo abrangente uma definição de cultura, no entanto, “o que é a cultura?” questão colocada por inúmeros estudos. “Antes de mais, será conveniente obter a panorâmica geral da cultura nas suas variadas manifestações. Como é óbvio, a cultura consiste no conjunto integral dos instrumentos e bens de consumo, nos códigos constitucionais dos vários grupos da sociedade, nas ideias e artes, nas crenças e costumes humanos. Quer consideremos uma cultura muito simples ou primitiva quer uma cultura extremamente complexa e desenvolvida, confrontámo-nos com um vasto dispositivo, em parte material e em parte espiritual, que possibilita ao homem fazer face aos problemas concretos e específicos que se lhe deparam. Estes problemas derivam do facto de o homem possuir um corpo sujeito às necessidades orgânicas mais variadas e de viver num meio ambiente que é o seu melhor amigo visto

fornecer-lhe a matéria-prima destinada ao seu trabalho manual, mas que é ao mesmo tempo um inimigo perigoso, pois alberga muitas forças hostis.”<sup>30</sup>

O enquadramento urbano proporciona um território aberto a várias oportunidades de criação, ou seja, numa sociedade diversificada, torna-se necessária uma oferta de conteúdos visuais abrangentes e relevantes, e neste contexto onde os estímulos são fundamentais para uma interacção entre os públicos, a cultura visual é determinante.

Deste modo o design de comunicação tem um papel determinante no modo como concebe as mensagens e as transmite à sociedade urbana. “O design de comunicação, cria pelo desenho, artefactos de comunicação; estes são instrumentos que promovem no(s) outro(s), a recepção de mensagens. A comunicação pode varrer níveis tão diversos como o meramente informativo (por exemplo o horário do comboio), até à complexa publicidade, veiculando subtis mensagens emocionais.”<sup>31</sup>

A atenção exigida num contexto urbano torna um observador mais atento, mais apto à leitura e interpretação dos conteúdos, ou seja a necessária orientação visual no enquadramento urbanístico da cidade pressupõe uma qualidade gráfica na produção de meios eficazes.

Assim encontramos associado ao campo do design de comunicação, uma pedagogia, também ao nível da educação visual ou seja um contributo para uma cultura visual e para um estímulo do conhecimento e da visão. Nas palavras de Alexandre Melo “essa outra consciência e essa outra atenção caracterizam-se por um estado de alerta de toda a nossa inteligência e sensibilidade, caracterizam-se por um investimento intelectual mais forte e uma disponibilidade emocional mais intensa, caracterizam-se por uma máxima abertura de espírito e mais sério empenhamento na pesquisa. (...) É isso que distingue os momentos em que se produz ou se aprecia arte ou design. É isso que os distingue da mera repetição das rotinas do quotidiano. É por isso que um quotidiano e uma sociedade sem arte nos confinaria à infinita repetição das mesmas coisas, sem prazer, sem novidade e sem entusiasmo.” (MELO, 2000, 74)

A importância de um estímulo visual e o modo como a arte e o design contribuem para um conhecimento estético no quotidiano da sociedade urbana, fundamentam-se pelas preocupações dos seus criadores. Assim como “outras expressões do design, sintetiza pela obra, três entidades distintas: o autor (individual ou colectivo), o programa (necessidade de resposta a um problema), e a técnica (meios técnicos e conceptuais de produção).

---

<sup>30</sup> MALINOWSKI, Bronislaw, *Uma Teoria Científica da Cultura*, Edições 70, Lisboa, 1997, p. 37.

<sup>31</sup> PROVIDÊNCIA, Francisco, *Design de Comunicação/Gráfico*, in: Directório de Design 1999/2000, Centro Português de Design, Lisboa, 1999, p. 16.

Aproxima-se a obra do designer da obra do artista, quando este valoriza na criação a singularidade estética e cultural do seu autor (pela valorização de argumentos simbólicos e poéticos na concepção do projecto).” (PROVIDÊNCIA, 1999, 16)

Deste modo a 'arte torna-se um território infinito de imaginação e liberdade' e 'todos os objectos têm design', pensemos na iluminação, design de luz, na coreografia, design de gestos, na retórica, design da fala, todos resultaram de um conceito e de um sistema de pensamento.

## 2.2.2. O contributo do cartaz para a história da comunicação visual

O cartaz pertence à categoria de objectos gráficos de apresentação e de promoção, através dos quais a imagem adquire um significado global no contexto do suporte. O cartaz só por si define um contributo para a história do design gráfico, desde os finais do século XIX que se tornou um veículo de comunicação de baixo valor económico em termos de reprodução e de acesso directo ao público a atingir, deste modo caracteriza-se por um meio eficaz de comunicação visual. Ao longo da história do design gráfico, o cartaz adquiriu um posicionamento eficaz em vários países do mundo, sobretudo em meados do século XX, durante o período das guerras mundiais. O suporte em papel e com uma produção de valor económico reduzido, proporcionou a multiplicação de exemplares e a sua acessível distribuição pelas cidades e populações.<sup>32</sup>

No que diz respeito a este objecto de comunicação, o cartaz obteve um forte contributo ao nível das funções que se propôs atingir, deste modo desempenhou um carácter informativo, um carácter sedutor, uma função educativa, caracterizou-se pela sua função de ambiência ou seja criar uma cultura visual no contexto urbano, o que leva ao seu enquadramento estético, cuja conotação se reúne entre a sedução e a função estética do objecto, permitindo ao cartaz veicular uma função criadora ou geradora de estímulos e desejos de consumo no seu observador.<sup>33</sup>

As relações entre o design de comunicação e a imagem estabelecem-se através da fotografia, da ilustração e da arte, nestes campos da imagem e na organização destes, é concebida a mensagem a transmitir. A integração pelo designer, num determinado objeto de comunicação de todos esses elementos definem a sua abordagem metodológica, ou seja “o designer intervém sempre sobre os materiais que utilizará para a criação desses objetos, porque, naturalmente, cabe-lhe definir a

---

<sup>32</sup> Contributo histórico, in: HOLLIS, Ricard, *Design Gráfico, uma História Concisa*, Martins Fontes, S. Paulo, 2000

<sup>33</sup> Ver: as funções do cartaz, in: MOLES, Abraham, *O Cartaz*, Editora Perspectiva, São Paulo, 1987, p. 53 a 57. | RENDINGER, Christine de, *L’Affiche D’Intérieur, Le Poster*, Encyclopédie Universitaire, Paris | MOLES, Abraham, *L’Affiche dans la Société Urbaine*, Dunod, Paris, 1970



maneira como esses materiais são apresentados, o que condiciona a sua apreensão.”<sup>34</sup>

A eficácia e a percepção num cartaz verifica-se na transmissão da mensagem. A intenção da mensagem e as condições de leitura dependem da realização gráfica, o conteúdo e a mensagem plástica determinam a descodificação em menos de três milissegundos, em condições médias ou normais. O que significa que uma mensagem eficaz é lida em poucos segundos, deste modo o que se pretende é implementar uma ideia ou motivar, consciente ou subliminarmente, um comportamento, e por isso tem que ser constituída por poucos elementos de informação.<sup>35</sup>

No que diz respeito ao design de cartazes, em Portugal destaca-se o designer João Machado<sup>36</sup>. O seu trabalho neste campo tornou-se um exemplo ao nível da mensagem plástica e sobretudo pela linguagem gráfica que personalizou o seu trabalho. No campo visual do cartaz, este designer optou por uma linguagem inovadora e simplificada, e pelo uso de campos cromáticos e pela simbologia da cor, bem como uma aplicação de ícones e formas geradoras de ideias cujo significado se tornou eficiente e caracterizou ainda uma imagem de autor.<sup>37</sup>

Em Portugal no campo do design visual, Sebastião Rodrigues deixou uma marca no que diz respeito ao modo de conceber e abordar o campo da criação visual. deste modo o designer marcou um período de trabalho na área do design gráfico e sobretudo pelo processo de trabalho implementado. Neste campo do cartaz, foram muitos os exemplares que desenhou e concebeu de modo a dar uma resposta com eficácia e rigor na mensagem a veicular.

A exposição organizada na Fundação Calouste Gulbenkian, em 1995, em Lisboa, mostrou o trabalho do designer Sebastião Rodrigues<sup>38</sup> e tratou-se neste campo do design uma homenagem significativa, prestada, tanto ao designer como à importância da comunicação visual, enquanto área de criação plástica.

A criação visual implica toda uma utilização de mecanismos constituídos por elementos gráficos que, quando harmoniosamente bem coordenados, se demonstram numa obra estética de mestria, de encanto e beleza. E este poderá tornar-se o resultado de um projecto de design com eficácia.

Segundo o próprio designer Sebastião Rodrigues: “No exercício das Artes Gráficas, a rotina é inevitável. Porém, moderando as ambições e usando de uma certa frieza,

---

<sup>34</sup> A FlúorDesign tem desenvolvido uma série de catálogos para o Museu do Chiado. Nestes projectos a obra de arte e a fotografia estão presentes, constituindo-se como matéria prima para a concepção dos mesmos. | CORREIA, Susana, *Das Relações entre o Design de Comunicação e a Imagem*, Centro Português de Design, in: *Cadernos de Design, Entrevista a FlúorDesign*, Lisboa, 2003, p. 130.

<sup>35</sup> Artigo: *Eficácia e Percepção*, in: *Cadernos de Design, Ano Três*, Centro Português de Design, Lisboa, p. 115.

<sup>36</sup> Ver transcrição de Entrevista N° 1, com João Machado, dia 7 de Maio de 2011.

<sup>37</sup> Artigo: *Atelier João Machado*, in: *Cadernos de Design, Ano Dois*, Centro Português de Design, 1993, p. 47.

<sup>38</sup> CABRAL, Manuel da Costa, SILVA, Maria do Carmo Marques (coord.), *Sebastião Rodrigues Designer*, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, 1995

é possível ultrapassá-la para, com muito rigor, obter qualidade razoável no desenho de um livro, de uma capa, de um título ou de um cartaz.

Desígnios mais ambiciosos: 'acontecem'..." (CABRAL, 1995, 19)

### 2.3. Os artistas em exposição na Fundação de Serralves e na Fundação da Culturgest entre 1989 a 2009

#### 2.3.1. Cronologia dos cartazes em estudo 1989 a 2009<sup>39</sup>

##### Serralves – 19 Cartazes<sup>40</sup>

Dos eventos diversificados que tiveram lugar na Fundação de Serralves desde 1989, o cartaz foi um dos objectos de comunicação que serviu de divulgação. Existem portanto, um número significativo de cartazes em espólio. No entanto, as temáticas apresentadas são variadas, e dizem respeito: a colóquios, encontros no parque, debates, música, exposições de arquitectura, exposições colectivas, e exposições individuais de artistas provenientes de vários países.

Neste campo do cartaz de divulgação da arte contemporânea, encontram-se no arquivo gráfico e documental da biblioteca de Serralves, um número significativo destes objectos, contudo, a selecção teve critérios específicos, e estes dizem respeito à criação de núcleos temáticos. Todavia, a criação de um núcleo principal eliminava todos aqueles que não cumprissem a tabela cronológica definida e o carácter individualizado no tipo de exposição.

Caracterizaram-se deste modo um conjunto de 19 cartazes, cujo período cronológico teve início em 1989, com três grandes exposições: Arpad Szenes e Vieira da Silva, Costa Pinheiro e Picasso. Seguiram-se em 1990, três exposições na Serralves, António Areal, Hannah Hoch e Neal Slavin. Em 1991, Alberto Carneiro e Antoni Tàpies. Em 1992, José de Guimarães. No ano de 1994, a exposição de Álvaro Lapa e a exposição colectiva Arca de Noé. Em 1995, Helena Almeida. No ano de 1998, as exposições de Ana Vieira e Luc Tuymans e Miroslaw Balka. No ano 2000 teve lugar a exposição colectiva Arte em Berlim no Século XX. Por último e em 2002 teve lugar a exposição de Claes Oldenburg e Coosje van Bruggen.

---

<sup>39</sup> Ver: Anexo 4 | Cronologia.

<sup>40</sup> Ver: Anexo 4 | Cronologia dos 19 cartazes seleccionados em Serralves.

## Culturgest – 21 Cartazes<sup>41</sup>

Desde 1993 que tiveram lugar um número significativo de eventos no espaço da Culturgest. No arquivo gráfico e documental encontram-se cerca de cem cartazes relativos aos eventos que aí ocorreram. No que diz respeito às exposições de arte contemporânea encontram-se um número significativo de cartazes em arquivo. Deste modo tornou-se relevante definir critérios para os objectos a seleccionar, exposições de carácter individual e relativos a artistas contemporâneos.

Caracterizaram-se deste modo um conjunto de 21 cartazes, o período cronológico teve início em 1993, com uma exposição de Egon Schiele. Seguiram-se em 1995, as exposições do grupo Cobra, do artista Cruz-Filipe, José Aurélio, Modigliani e Robert Mangold. Em 1996, tiveram lugar as exposições de Julio González, Nam June Paik e Tom Wesselmann. Seguiram-se em 1997 cinco exposições, A. R. Penck, Eduardo Nery, Graça Morais, Sean Scully e Valéria Costa Pinto. Em 1998, a mostra dos trabalhos de Arman. Em 2000, os artistas Gary Hume e Jean Dubuffet. Em 2001, a exposição de Jorge Martins. No ano 2002, a mostra da coleção da Caixa Geral de Depósitos, Arte Contemporânea e a exposição de Vanessa Beecroft. Por último, em 2009 a exposição de Jochen Lempert.

### 2.3.2. Os artistas portugueses em destaque<sup>42</sup>

Através dos cartazes e das respectivas exposições em destaque, podem considerar-se em maior número representativo, os artistas portugueses, com oito artistas em exposição na Serralves e cinco na Culturgest.

Assim, ao nível do contexto artístico da história da arte em Portugal, enquadram-se alguns dos artistas representados nos cartazes, como sejam Ana Vieira<sup>43</sup>, pela criação de ambientes de habitações de 1972 em diante (os anos 70, cuja produção foi mais significativa)<sup>44</sup>; Costa Pinheiro<sup>45</sup> que realizou na década de 60 uma série pictórica que o celebrou, *Os Reis* (1966), cujo tratamento de “modo simbólico e hierático (como reis, valetes e damas de um baralho), e com o predomínio de uma formalização gráfica (que presidirá a toda a posterior produção do pintor).” (PEREIRA, 1995, 606)

---

<sup>41</sup> Ver: Anexo 4 | Cronologia dos 21 Cartazes selecionados na Culturgest.

<sup>42</sup> Ver: Anexo 10 | Naturalidade dos artistas

<sup>43</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz da artista Ana Vieira. Ver: no capítulo III, a biografia de Ana Vieira.

<sup>44</sup> Capítulo acerca das *Artes Plásticas em Portugal no Século XX*, por Cristina Azevedo Tavares, in: FERRARI, Sílvia, *Guia de História da Arte Contemporânea*, Editorial Presença, Lisboa, 2001, p. 200.

<sup>45</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz de Costa Pinheiro. Ver: no capítulo III, a biografia de Costa Pinheiro.

O artista Jorge Martins<sup>46</sup> com formação em Paris e com “vocação para fragmentar com soluções de humor e de erotismo, num clima geral de cultura pop, acompanhou uma paralela e rigorosa investigação da luz. Jorge Martins abandonou uma vertente de escultor (com objectos em gesso, de pequena escala, compartimentados em caixas), característica da época dos anos 60; mais tarde nos anos 80 e 90 recupera, em diferentes circunstâncias, a escultura, acompanhando sempre o seu trabalho com séries aut nomas de desenho.” (PEREIRA, 1995, 606)

Outra linha de produção artística é representada pelos artistas António Areal<sup>47</sup> e  lvaro Lapa<sup>48</sup>, estes desenvolveram-se “numa linha experimental, em que as fronteiras do conceptualismo, informalismo e objectualismo” se encontram nas suas linhas de criação. Assim, António Areal, ensaísta e desenhador e  lvaro Lapa, definidor de uma pintura do corpo.<sup>49</sup>

A artista Helena Almeida, “que trata o desenho como objecto (desenhos habitados, anos 70). Dos escultores vanguardistas encontra-se o artista Alberto Carneiro, trabalhando a madeira e criando ambientes.”<sup>50</sup> O escultor José Aurélio<sup>51</sup> trabalhou sobretudo o metal.

José de Guimarães com as pinturas coloridas, e Eduardo Nery<sup>52</sup> com as combinações múltiplas (1967), uma montagem de cubos que pode ser alterada pelo espectador, levando-a a uma participação lúdica. Eduardo Nery realizou pinturas em que sugeria figuras geométricas e espaços em perspectiva, mas segundo processos contraditórios.<sup>53</sup>

É neste enquadramento que o período cronológico, e que diz respeito às exposições abordadas, corresponde a um novo ciclo de mostras de trabalho na área das artes plásticas em Portugal. Deste modo a partir dos “anos 80 despontou um mercado de arte especulativo, e proliferaram galerias apostadas em novos valores. A descentralização cultural promoveu a criação de bienais, a realização de feiras de arte e oficinas de cultura, e a utilização de espaços alternativos para a realização de eventos. Este surto foi acompanhado de maior actividade da crítica de arte e de jovens críticos actuando em jornais e revistas, enquanto surgiam especializações universais e aumentavam as monografias e outros estudos sobre história e sociologia da arte.” (FERRARI, 2001, 204)

---

<sup>46</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz de Jorge Martins. Ver: no capítulo III, a biografia de Jorge Martins.

<sup>47</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz de António Areal. Ver: no capítulo III, a biografia de António Areal.

<sup>48</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz de  lvaro Lapa. Ver: no capítulo III, a biografia de  lvaro Lapa.

<sup>49</sup> Capítulo sobre as *Artes Plásticas em Portugal no Século XX*, por Cristina Azevedo Tavares, in: FERRARI, Sílvia, *Guia de História da Arte Contemporânea*, Editorial Presença, Lisboa, 2001, p. 200.

<sup>50</sup> in: FERRARI, Sílvia, *Idem*, p. 200.

<sup>51</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz de José Aurélio. Ver: no capítulo III, a biografia de José Aurélio.

<sup>52</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz de Eduardo Nery. Ver: no capítulo III, a biografia de Eduardo Nery. | Ver: Anexo 3 | Entrevista com o artista plástico Eduardo Nery, no dia 29 de Julho de 2011.

<sup>53</sup> GONÇALVES, Rui Mário, *História da Arte em Portugal, De 1945   Actualidade*, (Vol. 13), Publicações Alfa, Lisboa, 1986, p. 106.

As exposições diversificaram-se e uma abertura à arte teve lugar no contexto português. “Nos anos 90 consolidaram-se os novos valores surgidos antes com percursos individualizados insistindo nos temas da história da arte, da problemática do corpo/comportamentos e das tradições culturais.

Foram anos de continuidade e de inovação mas com um mercado pouco acessível, embora tenham aumentado as galerias privadas e municipais. (...) A abertura de novos espaços culturais e artísticos veio alterar a dinâmica anterior e contribuir para a divulgação do actual período artístico.”<sup>54</sup>

### 2.3.3. Outras nacionalidades<sup>55</sup>

Dos artistas internacionais em exposição na Serralves e na Culturgest, destacam-se os artistas oriundos da Alemanha, A. R. Penck, Hannah Hoch e Jochen Lempert; da Áustria, Egon Schiele; da Coreia do Sul, Nam June Paik; de Espanha, Antoni Tàpies, Julio González e Picasso; dos EUA, Neal Slavin, Robert Mangold e Tom Wesselmann; de França, Arman e Jean Dubuffet; de Inglaterra, Gary Hume; da Irlanda, Sean Scully; de Itália, Mario Merz, Modigliani e Vanessa Beecroft; da Suécia, Claes Oldenburg; da Bélgica, Luc Tuymans e da Polónia, Mirosław Balka.

Num enquadramento internacional, salientam-se as seguintes exposições, de artistas representativos no contexto da arte contemporânea. No espaço da Culturgest, Modigliani, artista italiano, cuja breve carreira seria interrompida pela droga e pelo álcool, e cuja figura elegante e atormentada se iria converter no símbolo da boémia do início do século XX. Modigliani caracteriza-se por “uma tristeza longínqua, como que irremediável, que se exprime nos olhos fechados, privados de órbitas, de muitos dos seus retratos.”<sup>56</sup> (FERRARI, 2001, 29)

A Culturgest apresentou uma exposição de Egon Schiele, artista austríaco, na qual se expôs uma produção artística que caracteriza o expressionismo alemão. Egon Schiele “excelente desenhador, as suas linhas, mais rudes, reduzem corpos femininos, rostos e flores a formas ressequidas, como se um vago odor de morte pairasse sobre tudo.” (FERRARI, 2001, 28)

Na Culturgest, a exposição de Jean Dubuffet, artista francês, mostrou uma produção característica da Arte Informal, cuja representação plástica elimina qualquer tipo de expressão figurativa, o interesse deste tipo de arte encontra-se

---

<sup>54</sup> O Centro Cultural de Belém, 1993, a nova sede da Caixa Geral de Depósitos/Culturgest, 1994, bem como o Museu do Chiado reabilitado e os novos museus Arpad Szenes-Vieira da Silva (Lisboa, 1994) e a Fundação Berardo (Sintra, 1996). *Imagens para os anos 90* (Casa de Serralves, 1993) mostrou o jogo de tendências, contaminações e cruzamentos possíveis, apresentando lado a lado Paulo Feliciano e Fernando Brito (anos 80). in: FERRARI, Sílvia, *Idem*, p. 206.

<sup>55</sup> Ver: Anexo 10 | Naturalidade dos artistas

<sup>56</sup> Ver ainda: WALTHER, Ingo, *Arte do Século XX*, (Vol. I e II), Taschen, Colónia, 1999

sobretudo no valor da matéria pictórica, da textura e da cor. “Jean Dubuffet que é sem dúvida um dos pintores mais originais do seu tempo, explora diversas vias: utilizando os materiais mais correntes, como a gravilha, executa obras monocromas que conservam o aspecto da terra ou da rocha; sem renunciar à figuração, pinta também personagens desajeitadas, sumariamente traçadas, lembrando grafitos. Nas suas exposições de “arte bruta”, mostra a espontaneidade das crianças e dos doentes mentais, ou seja, a instintividade mais pura, imune a qualquer contaminação racional.”<sup>57</sup>

A exposição em Serralves de Antoni Tàpies, artista espanhol, representativo da Arte Informal, mistura pedra moída na tinta para a tornar granulosa e evocar o aspecto de uma pedra rugosa.<sup>58</sup>

Em Serralves, a exposição de Claes Oldenburg, artista sueco, naturalizado americano, mostrou trabalhos de um dos expoentes da Pop Art dos Estados Unidos, transforma o ‘objecto’ de uso comum, o objecto *mass media*, por meio de uma espécie de metamorfose; apresentando-o depois em proporções gigantescas, transformando-se numa versão de novos monumentos, aos novos heróis da civilização contemporânea, a serem colocados no centro das praças, próximos de arranha-céus nas cidades.<sup>59</sup>

No espaço da Culturgest, teve lugar a exposição de Arman, artista francês, um dos expoentes do movimento do *Nouveau Réalisme*, formado em 1960 sob a égide de Pierre Restany. Arman levou até às últimas consequências lógicas, a ideia de apropriação do objecto. A sua obra caracterizou-se pelas suas acumulações de objectos.<sup>60</sup>

Em Serralves, Mario Merz, artista italiano, representativo do movimento Arte Pobre. Este tipo de obras procuram um contacto directo com a vida quotidiana nos seus aspectos mais comuns. As suas obras abundam em materiais em bruto, de vários tipos, desde a madeira à lã ou materiais sintéticos. Mario Merz nas suas séries de Igloos, utiliza o néon para dar à sua obra já não o carácter de um objecto, mas de uma “situação”.<sup>61</sup>

Na Culturgest, a exposição de Nam June Paik, artista da Coreia do Sul, o pioneiro e o mais ousado experimentador da arte vídeo. Educado na escola do grupo Fluxus e, portanto, habituado às mais ousadas práticas experimentais. “A inspiração no cinema, na televisão e na música, subverteu os tempos da narrativa, acelerando-os ou afrouxando-os a seu bel-prazer.”<sup>62</sup>

---

<sup>57</sup> FERRARI, Sílvia, *Idem*, p. 94. | ARGAN, Giulio Carlo, *Arte Moderna*, Companhia das Letras, São Paulo, 2001, p. 617. | SPROCCATI, Sandro (dir.), *Guia de História da Arte*, Editorial Presença, Lisboa, 1997, p. 215.

<sup>58</sup> FERRARI, Sílvia, *Idem*, p. 94. | ARGAN, Giulio Carlo, *Idem*, p. 625.

<sup>59</sup> ARGAN, Giulio Carlo, *Idem*, p. 679.

<sup>60</sup> ARGAN, Giulio Carlo, *Idem*, p. 652.

<sup>61</sup> FERRARI, Sílvia, *Idem*, p. 120.

<sup>62</sup> FERRARI, Sílvia, *Idem*, p. 136.

Esta última exposição, do artista Nam June Paik, mostra um tipo de produção artística na transição do milénio, em que uma proliferação de tendências aprofunda as temáticas do corpo e o uso de materiais considerados empobrecidos.

De um modo resumido, podemos concluir, que actualmente se tem verificado um desvanecer de fronteiras nos diferentes territórios da arte, mas que por outro lado, proporcionou uma diversificação de territórios ao nível das produções artísticas na arte moderna e contemporânea. (FERRARI, 2001, 208)

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | CAPÍTULO II

- ADRAGÃO, Maria del Sol Antela Pulido Garcia, *O Centro de Arte Coleção Manuel de Brito – Génese, Desenvolvimento e Perspectivas de Crescimento da Instituição*, Universidade Nova de Lisboa, 2010
- ANDRADRE, Sérgio C., *Serralves 20 Anos e Outras Histórias*, Fundação de Serralves, Porto, 2009
- ARGAN, Giulio Carlo, *Arte Moderna*, Companhia das Letras, São Paulo, 2001
- ARGAN, Giulio Carlo, *História da Arte como História da Cidade*, Martins Fontes, São Paulo, 1998
- ARGAN, Giulio Carlo, FAGIOLO, Maurizio, *Guia de História da Arte*, Editorial Estampa, Lisboa, 1994
- Atelier João Machado, in: *Cadernos de Design*, (Ano Dois), Centro Português de Design, Lisboa, 1993
- CABRAL, Manuel da Costa, SILVA, Maria do Carmo Marques, (Coord.), *Sebastião Rodrigues Designer*, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, 1995
- CORREIA, Susana, *Das Relações entre o Design de Comunicação e a Imagem*, in: *Cadernos de Design*, Centro Português de Design, Lisboa, 2003
- Eficácia e Percepção*, in: *Cadernos de Design*, (Ano Três), Centro Português de Design, Lisboa, s.d.
- FERRARI, Sílvia, *Guia de História da Arte Contemporânea*, Editorial Presença, Lisboa, 2001
- GONÇALVES, Rui Mário, *História da Arte em Portugal, de 1945 à Actualidade*, (Vol. 13), Publicações Alfa, Lisboa, 1986
- HOLLIS, Richard, *Design Gráfico, uma História Concisa*, Martins Fontes, São Paulo, 2000
- LAMPUGNANI, Vittorio Magnago, SACHS, Angeli, (ed.), *Museus para o Novo Milénio, Conceitos, Projectos, Edifícios*, Prestel Verlag, Munique, 1999
- MALINOWSKI, Bronislaw, *Uma Teoria Científica da Cultura*, Edições 70, Lisboa, 1997
- MARTIN, René, *Dicionário Cultural da Mitologia Greco-Romana*, Publicações Dom Quixote, Lisboa, 1995
- MELO, Alexandre, *Arte e Design*, in: *Arte Ibérica*, Nº 34, Abril de 2000
- MOLES, Abraham, *O Cartaz*, Editora Perspectiva, São Paulo, 1987
- MOLES, Abraham, *L’Affiche dans la Société Urbaine*, Dunod, Paris, 1970
- PEREIRA, Paulo, (dir.), *História da Arte Portuguesa*, (Vol. 3), Temas & Debates, Lisboa, 1995

PROVIDÊNCIA, Francisco, *Design de Comunicação/Gráfico*, in: Directório de Design 1999/2000, Centro Português de Design, Lisboa, 1999

RENDINGER, Christine de, *L’Affiche D’Intérieur, Le Poster*, Encyclopédie Universitaire, Paris, s.d.

RIBEIRO, António Pinto, RAMOS, Fátima, (Coord.), *Arte Contemporânea, Coleção da Caixa Geral de Depósitos – Novas Aquisições*, in: *Jornal de Exposição*, Culturgest, Lisboa, 2002

SANTOS, Rui Afonso, *Museu do Design*, Centro Cultural de Belém, Lisboa, 1999

SARDO, Delfim, *Espaços*, in: *Arte Ibérica*, N° 33, Março de 2000

SPROCCATI, Sandro, (Dir.), *Guia de História da Arte*, Editorial Presença, Lisboa, 1997

WALTHER, Ingo, *Arte do Século XX*, (Vol. I e II), Taschen, Colónia, 1999

#### Internet

[gracamorais.blogspot.com/2010/10/faleceu-fernando-pernes](http://gracamorais.blogspot.com/2010/10/faleceu-fernando-pernes)  
[pt.wikipedia.org/wiki/IPHAN](http://pt.wikipedia.org/wiki/IPHAN)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Manuel\\_de\\_Brito](http://pt.wikipedia.org/wiki/Manuel_de_Brito)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Museu](http://pt.wikipedia.org/wiki/Museu)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Museu\\_do\\_Chiado](http://pt.wikipedia.org/wiki/Museu_do_Chiado)  
[sandravieirajurgens.wordpress.com/2010/03/01/entrevista-a-joao-fernandes](http://sandravieirajurgens.wordpress.com/2010/03/01/entrevista-a-joao-fernandes)  
[www.antoniopintoribeiro.com](http://www.antoniopintoribeiro.com)  
[www.cam.gulbenkian.pt](http://www.cam.gulbenkian.pt)  
[www.ccb.pt](http://www.ccb.pt)  
[www.cgd.pt/Institucional/Patrimonio-Historico](http://www.cgd.pt/Institucional/Patrimonio-Historico)  
[www.culturgest.pt](http://www.culturgest.pt)  
[www.ellipsefoudation.com](http://www.ellipsefoudation.com)  
[www.mude.pt](http://www.mude.pt)  
[www.museudochiado-ipmuseus.pt](http://www.museudochiado-ipmuseus.pt)  
[www.museu.gulbenkian.pt](http://www.museu.gulbenkian.pt)  
[www.serralves.pt](http://www.serralves.pt)



## CAPÍTULO III

### A ARTE CONTEMPORÂNEA EM EXPOSIÇÃO | PORTUGAL 1989 A 2009

#### 3.1. Introdução

O presente capítulo serve de orientação ao nível de conteúdos biográficos, relativos aos artistas presentes nos 40 cartazes em foco. Encontram-se neste âmbito, e de um modo sistematizado, alguns dos aspectos relevantes para um entendimento das biografias dos artistas em abordagem. A presente temática envolve-se de exposições que tiveram lugar na Serralves<sup>63</sup> no Porto, e na Culturgest<sup>64</sup> em Lisboa, conforme tivemos oportunidade de apresentar no capítulo anterior, no âmbito das instituições em estudo.

Assim a partir da designação atribuída a esta investigação, cuja indicação temática aborda, *a provocação dos sentidos no cartaz de divulgação da arte contemporânea em Portugal de 1989 a 2009*, encontram-se neste contexto, alguns dos dados relativos aos autores das obras de arte em exposição, através do cartaz de divulgação..

Foram então definidas regras de organização para os 40 cartazes. Deste modo procedemos a uma organização por ordem alfabética<sup>65</sup>, para os respectivos artistas, e ainda a possibilidade de uma consulta por ordem cronológica,<sup>66</sup> o que permite integrar no período cronológico dos últimos 20 anos em Portugal, uma amostra deste tipo de objetos de comunicação.

#### 3.2. Biografia dos Artistas

Foram neste âmbito, significativamente relevantes as publicações realizados por ocasião das respectivas exposições nas duas instituições. Após uma consulta às referências bibliográficas fundamentais, podemos neste contexto, encontrar uma sistematização para cada referência biográfica nos cartazes selecionados para o presente estudo. Assim, apresentam-se seguidamente por ordem alfabética os 40 cartazes eleitos.

---

<sup>63</sup> Ver: Anexo 4 | Cronologia dos cartazes de Serralves.

<sup>64</sup> Ver: Anexo 4 | Cronologia dos cartazes da Culturgest.

<sup>65</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografias dos cartazes por ordem alfabética.

<sup>66</sup> Ver: Anexo 4 | Cronologia dos cartazes selecionados.

### 3.2.1. A. R. Penck



Fig. 1. Designação do Cartaz: A. R. Penck  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista A. R. Penck<sup>67</sup> nasceu no dia 5 de outubro de 1939, em Dresden, na Alemanha, justamente no ano em que se inicia a Segunda Grande Guerra Mundial. O seu verdadeiro nome é Ralf Winkler e viveu uma parte substancial da sua vida, sobretudo a infância e a juventude, num ambiente social e político conturbado. Oprimido por uma ditadura que estigmatizava a produção artística de maior qualidade. Neste quadro depressivo, têm lugar acontecimentos traumáticos, como foi o bombardeamento pela aviação Aliada da cidade natal do artista, sendo um facto geralmente destacado nas suas biografias.<sup>68</sup>

---

<sup>67</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise Nº 1.

<sup>68</sup> Catálogo da exposição do artista A. R. Penck, realizada na Galeria Fernando Santos, em Lisboa, no ano 2002, com a coordenação de Fernando Santos. Encontramos neste catálogo uma referência à exposição de A. R. Penck no ano de 1996, na Galeria Fernando Santos, em Lisboa e no Porto.  
Ver: SANTOS, Fernando, *A. R. Penck*, Galeria Fernando Santos, Lisboa, 2002.

A. R. Penck desenvolveu-se enquanto autodidata, a sua postura social e as suas preferências estéticas impediram-no de que fosse aceite na Escola Superior de Arte, dominada pelo então regime ditatorial, da República Democrática Alemã.

A. R. Penck é um pintor e escultor alemão,<sup>69</sup> foi considerado um neo-expressionista, com influências da arte primitiva e da arte popular. As suas produções artísticas definiram-se por um “clima emocional”. Estudou ciências naturais e cibernética, o que influenciou a descoberta de uma linguagem própria, em que concebeu, e sobretudo pela curiosidade, sistemas de comunicação. Dedicou-se então à invenção do seu próprio sistema de comunicação, desenvolvendo uma linguagem plástica cheia de signos, de bonecos elementares, paródias da figura masculina, sinais básicos, breves enredos onde se observam comportamentos, relações sociais, trocas, lutas, tarefas, formas de sexualidade.

Na sua obra evidenciam-se muitos dos sinais, que pela sua repetição e pelo valor da inscrição, aparecem-nos com a legitimidade acrescida de uma marca.

Na obra do artista Keith Haring, e na qual se pode encontrar algum paralelismo com A. R. Penck, viram-se por vezes transformadas em funções com uma eficácia próxima das acções publicitárias.<sup>70</sup>

Existiu desde cedo uma forte componente de desenho no universo em construção deste artista. As pesquisas sobre o seu trabalho mostram como o artista chegou a uma fase de maturidade manuseando habilmente uma linguagem propensa a intervenções sociais.<sup>71</sup>

O cartaz de divulgação da exposição de A. R. Penck, em análise, foi concebido para divulgar a exposição organizada na Fundação da Culturgest, em 1997, e mostra uma obra de Penck, designada por *Fim do Oriente*, uma produção de 1979.<sup>72</sup>

---

<sup>69</sup> Vive e trabalha atualmente em Dublin e em Dusseldorf.

<sup>70</sup> Desmultiplicação de Sinais, in: Catálogo A. R. Penck, Galeria Fernando Santos.

<sup>71</sup> SANTOS, Fernando, *idem*.

<sup>72</sup> Museu Tamayo e Michael Werner Gallery Nova Iorque, Colónia (Organização), A. R. Penck, *Obras de 1965 a 1999*, Jornal de Exposição N° 24, Culturgest, Lisboa, 1997.

### 3.2.2. Alberto Carneiro



Fig. 2. Designação do Cartaz: Alberto Carneiro  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Alberto Carneiro<sup>73</sup> nasceu no Coronado a 20 de Setembro de 1937. Recebeu o diploma de estudos superiores pela Escola Superior de Belas Artes do Porto (1961 – 67), e foi pós-graduado pela Saint Martin's School of Art de Londres (1968 – 1970).<sup>74</sup>

O escultor Alberto Carneiro chamou à sua arte 'arte ecológica'. E, interessava-lhe sobretudo, descobrir uma poética e estética na vida e na terra. Foi um precursor da *Land Art*, em Portugal, e foi um artista singular pela sua intervenção num contexto que não os lugares tradicionais da arte. Artista natural do norte do país, trabalhou durante a sua adolescência na escultura em madeira, pedra e marfim, e em diversas oficinas.

---

<sup>73</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N.º 2.

<sup>74</sup> [www.arvorecoop.pt](http://www.arvorecoop.pt) | Ver: Filme de Olga Ramos e Catarina Rosendo, acerca do trabalho de Alberto Carneiro, um filme de 2008.

O artista foi acentuando ao longo da sua produção artística a importância do corpo e da sua relação com a natureza, e assim, escreveu: *“O meu corpo subtil é o princípio e o fim da minha arte: ela é nele e por ela ele é.”*<sup>75</sup>

O escultor Alberto Carneiro descreveu neste âmbito a sua relação com a terra:

*“Entre o meu corpo e a terra houve sempre uma identidade profunda.*

*A floresta e a montanha com quem trabalho num tronco de árvore ou numa pedra fazem parte integrante no meu ser.*

*O meu trabalho é sempre uma apropriação totalizadora da matéria, recriada a dois níveis; o da posse bruta através do furor existencial dos sentidos e o da posse mental pela necessidade de me reencontrar nas Raízes de mim mesmo”.*

A partir das suas descrições, podemos ainda absorver nos seus apontamentos e notas, um manifesto acerca de uma arte ecológica:

*“A comunicação criadora autentica-se no âmbito do inconsciente, através das memórias mais profundas do ser e que são, afinal, o fulcro das atividades quotidianas. (...)*

*A natureza recriada à nossa imagem e semelhança: nós dentro dela e ela polarizadora dos nossos sentimentos estéticos. Uma nuvem, uma árvore, uma flor, um punhado de terra situam-se no mesmo plano estético em que nos movemos, são parte integrante do nosso mundo, são um manancial de sensações vindas de todos os tempos, através duma memória que tem a idade do homem. (...)*

*Nós não afirmaremos que uma árvore é uma obra de arte. Nós apenas diremos que poderemos tomá-la e transformá-la em obra de arte. Arte ecológica: arte na floresta do cimento.*<sup>76</sup>

Assim, encontramos no cartaz de divulgação da sua obra, um registo fotográfico da sua produção artística, *Uma floresta para os teus sonhos*, de 1970.<sup>77</sup> Este cartaz em análise, foi concebido para a exposição antológica, organizada pelas duas fundações, a Gulbenkian, em Lisboa, e a Serralves, no Porto, durante o ano de 1991.<sup>78</sup>

---

<sup>75</sup> “Trabalho com matérias da terra e do corpo – do espaço e do tempo” disse Alberto Carneiro. in: SANCHES, Rui, *Direcção: Escultura*, CAM José de Azeredo Perdigão, Lisboa, 1998. | [www.naturlink.sapo.pt](http://www.naturlink.sapo.pt).

<sup>76</sup> Alberto Carneiro, Dezembro 1968/Febrero 1972, in: *Catálogo da Exposição Antológica*, 1991.

<sup>77</sup> Esta produção de Alberto Carneiro encontra-se no catálogo produzido para a exposição.

<sup>78</sup> FREITAS, Maria Helena, *Alberto carneiro, Exposição Antológica*, Fundação Calouste Gulbenkian/Fundação de Serralves, Lisboa, 1991.

### 3.2.3. Álvaro Lapa



Fig. 3. Designação do Cartaz: Álvaro Lapa  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Álvaro Lapa<sup>79</sup> nasceu em Évora, a 31 de Julho de 1939, e faleceu em 2006.<sup>80</sup>

Segundo uma descrição de Helena de Freitas, coordenadora do catálogo da exposição dedicada ao artista na Serralves, trata-se de um “trabalho introspectivo e de conhecimento, a sua pintura é um território onde se cruzam diferentes domínios de criação – o filósofo, o literário, o político.”

O artista realizou em 1972, uma série de obras que se apresentaram “sob a forma de pequenos aforismos, os vários planos de uma idealidade ética. (...) A indistinção entre o sono e a morte, ou entre o dia e a noite, traça afinal o lugar interior (naturalmente “escuro”) onde decorre o processo criativo e a sua acção sobre a vida. Curiosidade, crença, mística são alguns dos termos que constroem essa linguagem que exprime o desejo e a imaginação.”

---

<sup>79</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise Nº 3.

<sup>80</sup> [pt.wikipedia.org/wiki/Álvaro\\_Lapa](http://pt.wikipedia.org/wiki/Álvaro_Lapa)

A pintura e a escrita são indissociáveis no trabalho de Álvaro Lapa. Para além de uma produção autónoma nos domínios da teoria de arte, ficção ou poesia, são sistemáticos os cruzamentos entre estas duas atividades.

Encontram-se ainda inscrições no espaço pictórico que correspondem a títulos de livros, como sejam: “*Barulheira*” ou séries como “*Moradas na Mãe-Terra*”, “*Os Criminosos e as suas propriedades*”, e que se desenvolveram em simultâneo com os planos da sua escrita e numa produção plástica.

O espaço da pintura pode ser acompanhado por uma ficção literária, com soluções imagéticas e rítmicas que lhe são idênticas, como no exemplo “*Quixote na Bastilha*”, ou ainda invadido de uma forma explícita, pela própria integração de uma narrativa. Deste modo, estas associações complexas e não ilustrativas, geram as imagens que accionam nos limites da inteligibilidade.

Álvaro Lapa vai trabalhando estas imagens no interior deste território de conflito, progredindo numa anulação das fronteiras entre a pintura e a escrita.”<sup>81</sup>

O pensamento visual indica-nos um sentimento vago de perda de referência ao real, a grelha ou a inscrição horizontal de um texto, convidam à simplicidade de uma leitura linear. Os seus registo de ocorrências, palavras, sons, imagens, conduz a uma situação emocional específica ou seja, intensifica o plano de emoções na sua produção artística.

O cartaz em análise e que diz respeito à divulgação da exposição de Álvaro Lapa,<sup>82</sup> mostra uma pintura de 1998, o *Mapa-Cráneo* ou *Skull-map*.<sup>83</sup>

Esta mostra de trabalhos do artista, foi organizada no ano de 1994, pela Fundação de Serralves no Porto, cujo comissário foi Fernando Pernes, servindo de louvor e homenagem ao artista.

---

<sup>81</sup> Maria Helena de Freitas, *Metodologia de um inadaptado*, in: Catálogo Álvaro Lapa Retrospectiva.

<sup>82</sup> Ver: PÉREZ, Miguel Von Hafe, RAMOS, Maria, *Álvaro Lapa Retrospectiva*, Fundação de Serralves, Porto, 1994

<sup>83</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N.º 3. Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz de Álvaro Lapa.

### 3.2.4. Ana Vieira



Fig. 4. Designação do Cartaz: Ana Vieira  
Fotografia: Filipe Braga [[www.filipebraga.com](http://www.filipebraga.com)]

A artista Ana Vieira<sup>84</sup> nasceu em Coimbra, em 1940, mas cresceu na ilha de S. Miguel, nos Açores. Atualmente vive e trabalha na cidade de Lisboa. Tem vindo a apresentar o seu trabalho em diversas exposições individuais e coletivas. Encontra-se representada em diversas coleções, entre estas a Fundação Calouste Gulbenkian,<sup>85</sup> a Fundação de Serralves, e a Coleção Berardo.<sup>86</sup>

Encontramos na obra de Ana Vieira, a casa, este espaço tornou-se um lugar de passagem do olhar e da percepção sensorial no desenvolvimento do seu trabalho. "Neste sentido, trata-se de uma casa nómada, atravessada pelo cruzamento de

---

<sup>84</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 4.

<sup>85</sup> [www.cam.gulbenkian.pt/index.php?article=71190&visual=2](http://www.cam.gulbenkian.pt/index.php?article=71190&visual=2)

<sup>86</sup> [www.artistasunidos.pt/ana\\_vieira.htm](http://www.artistasunidos.pt/ana_vieira.htm)



continuidades e descontinuidades que baralham o que se poderia entender pelo seu “dentro “ e pelo seu “fora”, que ora distinguem ora indistinguem os domínios do privado e do público, da intimidade e da revelação.”<sup>87</sup>

Foi organizada uma exposição antológica acerca do trabalho de Ana Vieira, na Fundação de Serralves. Esta mostra foi dedicada à artista e permitiu assim, dar a conhecer uma obra que se constitui por uma pesquisa corajosa na sua individualidade, coerência e determinação. A sua produção artística levanta questões relacionadas com os conceitos e esteriótipos em torno do lugar da casa. O espaço da casa constitui-se nas suas representações, como projecção de tensões e conflitos entre a intimidade da memória e a sua revelação pública, bem como um espaço de exposição.<sup>88</sup>

Segundo as descrições da artista, as suas memórias da casa já contemplam em si imagens que se transformam em conceitos, e que representados transmitem a ideia de percurso.

A partir dos seus apontamentos, Ana Vieira descreve a sua memória de infância: “Em S. Miguel, quando chegava a casa vinda da escola, a primeira coisa que me apetecia fazer era ir passear para uma zona de plantação de vinha, de que gostava muito. (...) Nessa zona existiam grandes muros de pedra, muros de abrigo, que protegiam a vinha da maresia. Todos os dias fazia esse percurso. Absorvi esse espaço, a ambiguidade de ser aberto e fechado, e ainda de haver passagens, de implicar tempo, cadências e percursos. A última porta dava para o mar.”<sup>89</sup>

Assim, o cartaz em foco neste estudo, mostra uma obra da artista, *Diário de Cinco Dias*, de 1991. Esta pintura, demonstra um diálogo entre as obras da artista e as características arquitetónicas da casa, das quais resultaram novos ambientes e novas composições enriquecedoras de ambas, e serviram ainda de pontos de partida convergentes e divergentes ao longo do percurso da sua obra.

O cartaz de divulgação da sua exposição foi realizada para a exposição que teve lugar na Fundação de Serralves, em 1999.<sup>90</sup>

---

<sup>87</sup> FERNANDES, João, RAMOS, Maria, *Ana Vieira*, Fundação de Serralves, Porto, 1998, p. 31.

<sup>88</sup> As condições em que os artistas portugueses começaram a desenvolver projectos artísticos contemporâneos em finais da década de 60 impossibilitaram o merecido reconhecimento e apreciação das suas obras pelo contexto de então e por outros contextos que se lhe sucederam.

O objectivo do Museu de Arte Contemporânea da Fundação de Serralves de aprofundar o conhecimento da arte contemporânea a partir de um contexto português dando continuidade com este projecto da exposição de Ana Vieira. Texto de Vicente Todolí, in: Catálogo da exposição de Ana Vieira, Porto, 1998.

<sup>89</sup> [www.cam.gulbenkian.pt/index.php?article=71190&visual=2](http://www.cam.gulbenkian.pt/index.php?article=71190&visual=2)

<sup>90</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 4.

### 3.2.5. Antoni Tàpies



Fig. 5. Designação do Cartaz: Antoni Tàpies  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Antoni Tàpies<sup>91</sup> nasceu a 13 de Dezembro de 1923 em Barcelona, Espanha. Trata-se de um pintor catalão e foi considerado um dos mais importantes artistas do século XX.<sup>92</sup>

No que diz respeito à produção artística de Antoni Tàpies, o autor Herbert Read descreveu, de um modo simplificado, as suas ideias fundamentais, acerca do universo que as obras do pintor Tàpies, nos podem transportar.

Deste modo, “os seus títulos limitam-se a indicar a cor dos quadros, do que se poderia concluir que a cor é o principal elemento estético das suas composições. Devemos, no entanto, lembrar que as cores em questão são na sua quase totalidade cores neutras: diversos tons de cinzento, com preto, branco e ocre para

---

<sup>91</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N.º 5.

<sup>92</sup> [pt.wikipedia.org/wiki/Antoni\\_Tàpies](https://pt.wikipedia.org/wiki/Antoni_Tàpies)

criar um contraste. Em termos gerais, estes matizes poderiam ser considerados terrosos: a sua visão lembra frequentemente os aluviões formados na desembocadura de um rio ou outros depósitos naturais, assim como efeitos acidentais.”<sup>93</sup>

O universo do artista Antoni Tàpies, sempre empenhado em alcançar e transmitir, através da sua arte uma visão profunda e total da realidade, muito próxima da poesia, do silêncio e da contemplação, permite-nos ainda seguir o seu itinerário e criar uma humildade no modo de ver e existir.

Por exemplo, os seus objectos-pinturas são também símbolos de ambiguidade e paradoxos, como o caso da representação do objeto porta: “A porta como imagem simbólica une e separa dois mundos: a vida e a morte, a matéria e o espírito, o espaço e o tempo. (...) Forma ela própria um mundo em que o humano deixa as suas marcas, os traços de um obscuro palmilhar de caminhos ausentes. A cruz tão fragilmente balbuciada parece apontar um rumo Possível.”<sup>94</sup>

O cartaz em análise, mostra uma obra de Tàpies, o *Sofá com oval ou móvel rosa*, trata-se de uma produção de 1972, que integra a colecção Stedelijk Museum de Amesterdão.

A concepção do presente cartaz, serviu para a divulgação da primeira grande exposição dedicada ao artista da Catalunha. Foi uma mostra antológica da sua pintura, de cartões matéricos, gravuras, objetos e esculturas: bronzes e cerâmicas provenientes de prestigiadas colecções de museus e galerias da Europa.

A respectiva exposição teve o título: “*Celebració de la Mel*”, tendo sido realizada em Portugal em 1991/92. Nesta mostra, foram expostos trabalhos que dizem respeito ao período dos mais abrangentes e recentes, das produções expressivas na sua criação.

Para esta exposição colaboraram duas instituições que divulgam a obra de arte em Portugal, tendo sido organizada em colaboração pela Fundação de Serralves e pela Fundação Calouste Gulbenkian.<sup>95</sup>

---

<sup>93</sup> Herbert Read, *A arte de Antoni Tàpies*, in: Catálogo da Exposição Antoni Tàpies Coleções Europeias, p. 98.

<sup>94</sup> Maria João Fernandes, *Antoni Tàpies noite da matéria, luz do mundo*, in: Catálogo da Exposição, 1991, p. 17.

<sup>95</sup> FERNANDES, Maria João, *Antoni Tàpies, Coleções Europeias*, Fundação de Serralves/Fundação Calouste Gulbenkian, Porto, 1991, p. 17.

### 3.2.6. António Areal



Fig. 6. Designação do Cartaz: António Areal  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista António Areal<sup>96</sup> nasceu no Porto, em 1934, e faleceu em 1978, em Lisboa.<sup>97</sup> Foi um pintor autodidata e tornou-se representativo da arte contemporânea em Portugal.

Tendo sido representado por vários movimentos artísticos, desde o abstracionismo à nova figuração e à Arte Pop. A par de uma produção artística, manteve ainda uma produção teórica, sobretudo no domínio da crítica de arte. António Areal tornou-se uma referência para os artistas portugueses seus contemporâneos, entre os quais se encontra a artista Paula Rego.<sup>98</sup>

---

<sup>96</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 6.

<sup>97</sup> [www.infopedia.pt/\\$antonio-areal](http://www.infopedia.pt/$antonio-areal)

<sup>98</sup> [www.serralves.pt/actividades/detalhes.php?id=1931](http://www.serralves.pt/actividades/detalhes.php?id=1931)

O universo criativo do artista António Areal mostra uma produção de composições diversificada e oriunda de influências várias, entre as quais a banda desenhada, as artes gráficas, e os diversos contributos dos movimentos artísticos na história da arte, como o surrealismo, o cubismo, o informalismo ou a *action painting*.

As composições do artista são diversificadas ao nível das técnicas utilizadas, desde a tinta da china, o óleo, o esmalte ou a madeira, o que demonstra uma tendência para a experimentação ao nível dos suportes, bem como na capacidade de exploração dos materiais. Através destes, António Areal representa a expressão de diversos conceitos, como o cinetismo e a tridimensionalidade.

Na obra deste artista encontram-se três fases distintas, entre 1953 e 1978. Assim, a primeira diz respeito ao período entre 1953 e 1958, e definindo-se por um tipo de desenho visionário, com influências surrealistas. A segunda fase, caracteriza-se pela representação de formas tipo arquetípicos, como sejam um disco e uma caixa, que espelham um imaginário do autor. A última fase, situa-se na década de 60, e exprime-se numa pintura influenciada pelo informalismo, e em cuja técnica de execução rápida e solta se liberta uma expressividade característica no autor.

A partir de 1964 António Areal aproximou-se de um conceptualismo, e de um tipo de pintura neofigurativa, cuja produção é esplanada através da produção de objetos, que demonstram uma reflexão e uma atitude na crítica de arte.<sup>99</sup> Numa fase terminal da sua vida, o artista dedicou-se ao desenho e sobretudo à reflexão da história da arte e acerca da condição humana.

No presente cartaz de divulgação, pode visualizar-se uma obra de António Areal, de 1965, designada por *See the Conquering Hero Comes*, esta composição foi realizada a óleo de esmalte sobre platex, e pertencente à coleção do Centro de Arte Moderna da Gulbenkian, tendo sido doada a esta instituição pelos pais do artista.

O cartaz em análise,<sup>100</sup> serviu de divulgação para a primeira retrospectiva dedicada ao artista. Esta exposição foi organizada por duas fundações, a Gulbenkian e a Serralves. Nesta mostra de trabalhos foram testemunhados os estados de evolução na sua produção artística, e para além de um percurso artístico, ainda um percurso teórico, fundamentado pelos textos que escreveu.<sup>101</sup>

---

<sup>99</sup> [www.infopedia.pt/\\$antonio-areal](http://www.infopedia.pt/$antonio-areal)

<sup>100</sup> O cartaz em análise encontra-se na Biblioteca Nacional – Iconografia – com a cota nº CT. 3136 R.

<sup>101</sup> PEREIRA, Maria J. M., ROSAS, Etheline, *António Areal, primeira retrospectiva*, F. de Serralves, Porto, 1990

### 3.2.7. Arca de Noé



Fig. 7. Designação do Cartaz: António Areal  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

Os artistas representativos nesta mostra designada por “Arca de Noé”,<sup>102</sup> foram eleitos de uma vasta coleção do CAPC , o Museu de Arte Contemporânea, em Bordéus, França.

A coleção deste museu francês teve início no ano de 1984, e atualmente integra cerca de 1.299 trabalhos de 189 artistas, representativos no panorama contemporâneo artístico internacional.

Entre as aquisições deste museu, existem ainda protocolos com o Museu Nacional de Arte Moderna e com o Centro Georges Pompidou, bem como um apoio da

---

<sup>102</sup> O capcMusée de Bordéus constitui uma dessas poucas “arcas de Noé” onde se procura afirmar a sobrevivência de uma dignidade seletiva para as suas múltiplas atividades de centro de exposições e museu contemporâneo. in: Catálogo da Exposição Arca de Noé, Fundação de Serralves, 1995.

Fundação Nacional de Arte Contemporânea francesa, e ainda com a colaboração dos artistas e das coleções particulares.<sup>103</sup>

Entre as produções artísticas na coleção do CAPC, definem-se alguns dos movimentos artísticos que marcaram o século XX no contexto da arte contemporânea, como o minimalismo, a arte conceptual e a arte povera.

A coleção deste museu encorajou novos modos de abordar a arte, e deste modo, integrou nas suas coleções uma nova geração de artistas, que questiona sob vários aspetos os modelos sociais que emergem de uma sociedade contemporânea.

As pesquisas e as exposições constantes neste museu permitem uma atualização de informação que se demonstra nos contatos que efetua entre instituições de arte contemporânea. A sua mostra tem início com as obras da década de 60 e de 70, incluindo artistas como Mario Merz, Jannis Kounellis, Richard Serra, ou Joseph Kosuth, On Kawara, Lawrence Weiner e Richard Long. Os trabalhos de Bruce Nauman's com o corpo introduz o video enquanto registo de uma atividade e prática artística documental.

O cartaz em análise,<sup>104</sup> mostra uma seleção de artistas da coleção do CAPC, Museu de Arte Contemporânea de Bordéus.

A exposição foi organizada em Portugal, pela Fundação de Serralves, no Porto, no ano de 1995. E, esta mostra trouxe ao nosso país um conjunto de obras de arte contemporâneas, cuja relevância se mostrou finalmente num contexto de produção artística internacional, mas em território português.

Encontraram-se no espaço expositivo da Serralves, os seguintes artistas: Bernd & Hilla Becher, Christian Boltanski, Daniel Buren, Jean-Marc Bustamante, Clegg & Guttmann, Katharina Fritsch, Gilbert & George, Jeff Koons, Jannis Kounellis<sup>105</sup>, Sol LeWitt, Richard Long, Mario Merz, Thomas Ruff, Richard Serra, Cindy Sherman, Haim Steinbach, Lawrence Weiner.<sup>106</sup>

---

<sup>103</sup> [www.capc-bordeaux.fr](http://www.capc-bordeaux.fr)

<sup>104</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 7.

<sup>105</sup> É o artista que está representado no cartaz de divulgação da exposição, uma obra sem título de 1985.

<sup>106</sup> Ver Catálogo: PERNES, Fernando, *Arca de Noé/Noah's Ark*, Fundação de Serralves, Porto, 1995

### 3.2.8. Arman

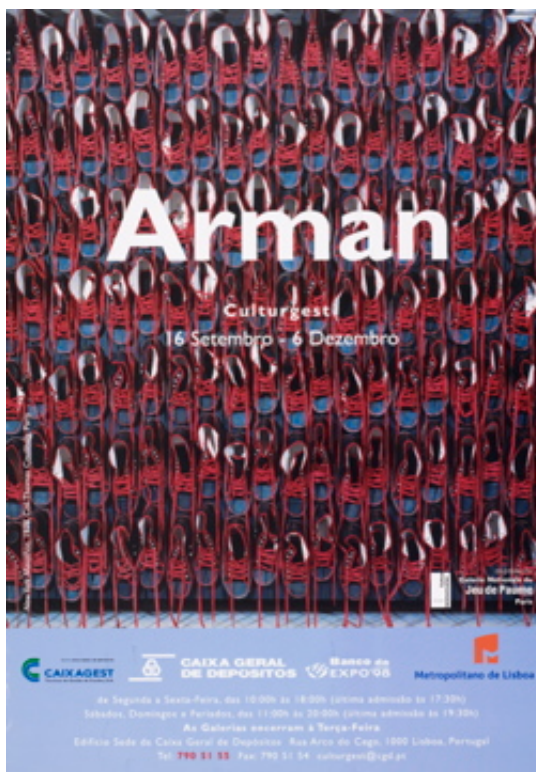


Fig. 8. Designação do Cartaz: Arman  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Arman<sup>107</sup> nasceu a 17 de Novembro de 1928, em Nice e faleceu a 22 de Outubro de 2005, em Nova Iorque. Foi um pintor e escultor franco-americano.<sup>108</sup>

Desde a infância que Arman se familiarizou com os objetos da loja de antiguidades do seu pai. Foi um aluno brilhante e começou a pintar aos 10 anos. Estudou na École Nationale d'Art Decoratif, em Nice, e em 1949, foi estudar para a École du Louvre, em Paris.

Em 1954, foi inspirado por Kurt Schwitters, um dadaísta alemão, e desde então deu início às suas primeiras produções em 2D, designadas por acumulações. A partir deste período, as suas obras então designadas por “cachets”, impulsionaram-lhe um

---

<sup>107</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 8.

<sup>108</sup> en.wikipedia.org/wiki/Arman | www.arman.com | www.arman-studio.com



novo ritmo de trabalho, ele era ainda um jovem artista e tratou-se de um momento determinante no desenvolvimento do seu processo artístico.

Em Outubro de 1960, um grupo de artistas, Arman, Yves Klein, Raymond Hains, Daniel Spoerri, Jean Tinguely, François Dufrêne, Jacques Villeglé e o crítico de arte e filósofo Pierre Restany, fundaram o grupo Nouveau Réalisme.

Mais tarde juntaram-se, ainda os artistas Cesar, Mimmo Rotella, Niki de Saint Phalle e Christo. Estes artistas procuravam “uma nova perspectiva de aproximação à realidade”, e as suas produções mostraram o resultado de uma sociedade industrial e consumista. No entanto, perspectivaram em simultâneo a busca por um ideal humanista, no seio de uma expansão industrial. Deste modo refletiram de novo o conceito de arte e de artista, no contexto do século XX.

Em 1961, Arman realizou a sua primeira exposição em Nova Iorque na galeria Cordier Warren, tendo ainda conhecido o artista e crítico Marcel Duchamp. Arman tornou-se um pioneiro na arte assemblage, e trabalhou o conceito de “acumulação” num processo de desconstrução e recomposição em torno do objecto.

Os resultados do seu processo de trabalho são diversificados e encontram-se nestes uma vasta mostra de objectos, ligados à vida quotidiana, à realidade industrial ou ao consumo.

“Arman dispara cores: as projecções escapam ao seu controlo, agridem e cobrem os instrumentos de música, trompas de caça, violinos, guitarras ou contrabaixos, “cóleras de objectos” e mesmo as “botas” de Vicent ou o chapéu de Beyus. Ao ponto de sufocar estes objectos na metralhagem de salpicos de lama ou de corrente de matéria onde eles desaparecem quase completamente.”<sup>109</sup>

O cartaz em análise, mostra a obra *New York Marathon*, de 1978, e é uma acumulação de sapatos de ténis, sobre madeira. Esta produção integra a Coleção Patrick Combes, em Paris.

Este cartaz foi concebido para a divulgação da exposição de Arman, em Portugal. A mostra esteve patente na Fundação Culturgest, e foi organizada em co-produção com a Galeria Nacional de Jeu de Paume, em Paris.<sup>110</sup>

---

<sup>109</sup> CABANNE, Pierre (texto), *Arman, pintura e escultura*, Galeria III, Porto, 1997

<sup>110</sup> 1998 - Exposição Arman, in: [www.jeudepaume.org](http://www.jeudepaume.org) | [www.museums-of-paris.com/musee\\_fr](http://www.museums-of-paris.com/musee_fr) | Daniel Abadie (Comissário), *Arman*, Jomal de Exposição N° 36, Culturgest, Lisboa, 1998.

### 3.2.9. Arpad Szenes



Fig. 9. Designação do Cartaz: Arpad Szenes  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Arpad Szenes<sup>111</sup> nasceu a 6 de Maio de 1907, em Budapeste, na Hungria, e faleceu a 16 de Janeiro de 1985, no seu atelier em Paris.<sup>112</sup>

Arpad foi um pintor, ilustrador, desenhista, gravurista e professor. Em 1929 conheceu a pintora portuguesa Maria Helena Vieira da Silva, que na altura estudava na Académie de La Grande-Chaumière, em Paris, e com quem se casou no ano seguinte. Após o seu casamento o artista deslocou-se com frequência a Portugal, tendo participado em várias exposições coletivas, e conhecido alguns dos artistas portugueses, entre os quais Carlos Botelho com quem estabeleceu uma prolongada relação de amizade.

---

<sup>111</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 9.

<sup>112</sup> [pt.wikipedia.org/wiki/Árpád\\_Szenes](http://pt.wikipedia.org/wiki/Árpád_Szenes)

Em 1939 com a Segunda Guerra Mundial, o casal regressa a Lisboa, no entanto, com ascendência judaica Arpad perde a sua nacionalidade e torna-se junto com Helena Vieira da Silva, um casal de apátridas. Em 1940 o casal desloca-se para o Brasil onde permanece até 1947.<sup>113</sup>

A partir de 1950, Arpad deu início uma produção artística num formato mais alongado, ou seja inspirou-se no abstraccionismo e no informalismo, e utilizou cores mais suaves e luminosas, tendo incluído durante este período os tons ocres e as cores quentes.

Em 1956, foi atribuída ao artista a nacionalidade francesa, bem como à sua esposa Helena Vieira da Silva. O casal conviveu e apoiou toda uma geração de artistas bolseiros da fundação Gulbenkian que se instalaram em Paris durante a década de cinquenta; entre os quais, Manuel Cargaleiro, Costa Pinheiro e Eduardo Luís. Seguindo-se ainda os artistas Gonçalo Duarte, José Escada, Lourdes Castro, René Bértholo e João Vieira, tendo sido estes artistas que constituíram o Grupo KWY, um grupo ativo na cidade de Paris, durante este período.

A partir de 1975, após a ditadura em Portugal, o casal envolveu-se mais com os artistas portugueses. Arpad dedicou-se ao apoio da produção artística de Vieira da Silva, que havia obtido uma projeção e reconhecimento internacional. Foi então criada em 1994 a Fundação Arpad Szenes e Vieira da Silva, com a missão de reunir as obras dos dois artistas e promover a sua divulgação, bem como dar a conhecer a vida e obra do casal.<sup>114</sup>

O cartaz em análise mostra uma obra de Arpad, *L'Eau*, de 1970, que pertence à Coleção de Manuel Gameiro, em Lisboa.

Este cartaz de divulgação, complementa um outro designado por Vieira da Silva, ambos foram concebidos para a divulgação da exposição organizada pela Fundação de Serralves, em 1989.<sup>115</sup>

---

<sup>113</sup> [www.infopedia.pt/\\$arpad-szenes](http://www.infopedia.pt/$arpad-szenes)

<sup>114</sup> [asvs.pt](http://asvs.pt) | Fundação Arpad Szenes e Vieira da Silva, em Lisboa.

<sup>115</sup> FERNANDES, Maria João, *Vieira da Silva, Arpad Szenes, nas colecções portuguesas*, F. Serralves, Porto, 1989

### 3.2.10. Arte Contemporânea



Fig. 10. Designação do Cartaz: Arte Contemporânea  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

A exposição de Arte Contemporânea<sup>116</sup> que foi organizada na Culturgest, em Lisboa, serviu para mostrar o 'Catálogo' das novas aquisições para a Coleção de Arte da Caixa Geral de Depósitos, em 2002.

A mostra serviu para divulgar os investimentos do grupo, na área das artes, e sobretudo para dar a conhecer as últimas aquisições de obras de artistas com reconhecimento e valor contemporâneo. O contributo desta exposição visou a fruição das peças adquiridas, bem como a mostra de um espaço, que foi preparado para as exposições organizadas com o apoio dos investimentos neste campo.

A história da coleção da Caixa Geral de Depósitos teve início em 1983, quando começaram a ser adquiridas algumas das primeiras obras com mérito. Em 1990, Rui Vilar e Margarida Veiga foram convidados a realizar um estudo do espólio das obras

---

<sup>116</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 10.

de arte entretanto reunidas. Na sequência deste levantamento, foi o pintor Fernando Calhau que passou a ser o consultor e responsável pelas novas aquisições para a Coleção da CGD. Foram então organizadas duas exposições: Arte Moderna em Portugal 1 (1993), e Arte Moderna em Portugal 2 (1995), constituindo neste âmbito as primeiras amostragens do espólio.<sup>117</sup>

No período decorrido entre 1995 e novembro de 2000 não se fizeram aquisições. E, na sequência da tomada de posse de uma nova administração da Caixa Geral de Depósitos, no ano 2000, e também como sequência das alterações havidas no interior do grupo financeiro, e da qual o Banco fazia parte, foi então apresentada uma proposta da Culturgest, tendo sido decidido retomar a compra de obras de arte para a Coleção. O objectivo passou a ser internacionalizá-la, ou seja, incluindo obras de artistas brasileiros e africanos de expressão portuguesa, bem como inventariar e integrar nesta coleção as obras de arte que fazem parte do património do Grupo CGD. Deste modo, e durante um período experimental, foram da responsabilidade da Fundação Culturgest, as novas propostas de aquisição.<sup>118</sup>

O cartaz em análise foi projetado para divulgar a exposição *Arte Contemporânea, Coleção da Caixa Geral de Depósitos – Novas Aquisições*.

Este cartaz mostra uma obra do artista africano Shikhani,<sup>119</sup> sem título de 2001. Nesta exposição, que pretendeu mostrar o trabalho de novos criadores, bem como das obras que foram adquiridas entre novembro de 2000 e fevereiro de 2002, revelaram-se ainda os critérios de seleção que reforçaram a integração de alguns dos artistas emergentes nas décadas de 60 e de 80. Foram ainda incluídos novos artistas que se distinguiram na década de 90, tornando a exposição uma mostra coletiva diversificada e actualizada para este período.

---

<sup>117</sup> Fátima Ramos e António Pinto Ribeiro (Coordenação), *Jornal de Exposição N° 52, Arte Contemporânea – Novas aquisições*, Grupo CGD/Culturgest, Lisboa, 2002.

<sup>118</sup> CULTURGEST, *Arte Contemporânea, Coleção Caixa Geral de Depósitos - Novas Aquisições*, Caixa Geral de Depósitos, Lisboa, 2002, p. 9.

<sup>119</sup> Ernesto Shikhani, nasceu a 16 de Abril de 1936, em Muvesha, distrito de Marracuene, província de Maputo (Moçambique). De uma família de camponeses, exerceu pastorícia até aos 16 anos. Em 1973 recebeu uma bolsa da Fundação Calouste Gulbenkian, para aprofundar os seus estudos em Lisboa.  
in: [www.infopedia.pt/\\$shikhani](http://www.infopedia.pt/$shikhani) | [www.artafrica.info/html/artistas/artistaficha\\_i.php?ida=451](http://www.artafrica.info/html/artistas/artistaficha_i.php?ida=451).

### 3.2.11. Arte em Berlim no Século XX

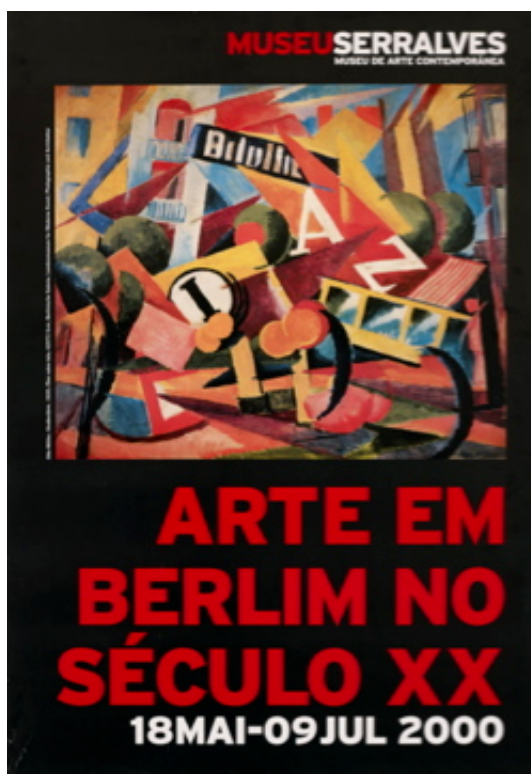


Fig. 11. Designação do Cartaz: Arte em Berlim no Século XX  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

Concentrou-se em Berlim um vasto percurso da Arte do Século XX,<sup>120</sup> ilustrativo não só da história da arte alemã como das vanguardas russas do início do século, quer ainda das vanguardas europeia e norte-americana, representativas também do movimento Fluxus.

Berlim, foi uma das cidades europeias que melhor representou o conceito de “metrópolis”, enquanto cidade-refúgio da criatividade artística internacional.

A exposição designada por *Arte em Berlim no século XX*, foi organizada pela Berlinische Galerie<sup>121</sup> o mais importante museu berlinense, criado em 1975.

---

<sup>120</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 11.

<sup>121</sup> [www.berlinischegalerie.de](http://www.berlinischegalerie.de)

Esta exposição foi inicialmente designada por “100 Anos de Arte em Inovação”, tendo sido organizada em Bona, para uma primeira apresentação desta Coleção da Berlinische Galerie.

Contudo, essa mostra fez eco dessa atitude da arte e dos artistas, e em que a arte foi compreendida como um processo de inovação constante, tal como uma busca da forma válida para o respectivo presente.

A vanguarda não seria o que é se não fosse contestada desde o início, como um método e estratégia, ou seja os conceitos de ruptura, rebelião ou transposição de limites, são os três factores que determinaram a história da arte moderna. E, foi através desse percurso que o conceito de arte predominante no século XX, encontrou a sua forma de expressão, ou em síntese a ideia de vanguarda.<sup>122</sup>

Os artistas definiram-se a si próprios e ao seu trabalho em oposição às noções de arte herdadas e que modificaram radicalmente o conceito, até então consensual de arte, não só através de rupturas fundamentais na sua linguagem formal, mas também através do uso de materiais até aí estranhos à arte e de recursos técnicos completamente novos, em que se refletiram rápidas mudanças nas realidades do nosso século.<sup>123</sup>

O cartaz em análise foi projetado para a divulgação da exposição *Arte em Berlim no Século XX*, organizada no Fundação de Serralves, no ano 2000.

A obra, que serviu de rosto ao presente cartaz, é do artista Otto Muller, *Straßenarm (Barulho de Rua)*, de 1920. Trata-se de um artista que integrou o grupo Novembergruppe, fundado em Berlim durante o ano de 1918, e cuja terminologia foi inspirada numa revolução alemã fracassada.

---

<sup>122</sup> O fundador da Berlinische Galerie, Eberhard Roters, cedo tomou consciência destes novos conceitos associados à arte contemporânea, e num gesto de quem vê para além do seu tempo, criou em 1975 este museu. No início foi uma associação privada – com o auxílio de outros cidadãos igualmente apreciadores de arte, apesar de toda a oposição. Karl Ruhrberg descreve a sua fundação como um golpe ousado de Eberhard Roters, que tinha preparado o projecto sem conhecimento público. As obras notáveis, que foram possíveis de reunir no tempo relativamente curto de existência da instituição, tanto em volume como em qualidade, devem-se ao empenho excepcional de muitos mecenas privados. No entanto foi graças ao apoio contínuo e ao patrocínio da Fundação Deutsche Klassenlotterie Berlin (DKLB, secção berlinense da lotaria alemã) que grande parte das peças mais destacadas da colecção puderam ser adquiridas. in: Prefácio, de Wenzel Jacob; no catálogo da exposição *Arte em Berlim no Século XX*, Fundação de Serralves, Porto, 2000, p. 9.

<sup>123</sup> Wenzel Jacob, in: *idem*.

### 3.2.12. Claes Oldenburg



Fig. 12. Designação do Cartaz: Claes Oldenburg  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Claes Oldenburg<sup>124</sup> nasceu a 21 de Janeiro de 1929, em Estocolmo.<sup>125</sup>

É um artista norte-americano de origem sueca. Em 1956, emigrou para Nova Iorque.<sup>126</sup> Integrou a representação do movimento da Pop Art norte-americano<sup>127</sup> juntamente com os artistas Andy Warhol e Roy Lichtenstein.

Claes Oldenburg é um artista cuja inspiração deriva do uso de objetos no quotidiano. Os seus desenhos<sup>128</sup> demonstram uma expressão que lhes confere vida própria e essa beleza salta para as suas peças escultóricas.

---

<sup>124</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 12.

<sup>125</sup> [www.oldenburgvanbruggen.com](http://www.oldenburgvanbruggen.com)

<sup>126</sup> [www.moma.org/collection/](http://www.moma.org/collection/); [www.guggenheim.org/new-york/collections](http://www.guggenheim.org/new-york/collections).

<sup>127</sup> [artnetweb.com/oldenburg/bio.html](http://artnetweb.com/oldenburg/bio.html)



Nos seus trabalhos de escultura representam-se simples objetos de uso diário, que ganham uma dimensão e escala que lhes oferece um movimento e um dinamismo próprio da escultura contemporânea.

Tal como o próprio artista descreve nas suas palavras: “Criar esculturas para o exterior deu-me um sentimento mais intenso da natureza. Não me refiro apenas às variações de luz e do clima que ocorrem ao longo do dia e afetam a superfície e a cor de uma peça, como, por exemplo, nuvens projetadas num revestimento de esmalte acrílico, mas a observações aleatórias dos fenómenos naturais.

O pensamento peripatético ou, nas palavras de Thoreau, observar a Natureza pelo canto do olho, estimula em mim analogias e associações com a arte, o potencial de uma certa dinâmica ou força vital”.<sup>129</sup>

O cartaz que foi projetado para a divulgação da sua exposição em Serralves,<sup>130</sup> mostrou uma obra designada por *Plantoir*, de 2001.<sup>131</sup> A escultura que serviu de rosto para o cartaz, constituiu-se de uma peça única na Europa, e foi uma mostra de trabalhos de um dos mais marcantes artistas da Arte Pop norte-americana.

A escultura *Plantoir*, foi ainda selecionada pelos seus autores para o jardim da Serralves, local onde ainda se encontra actualmente.

Foi a partir desta aquisição para os jardins de Serralves, que esta peça foi ainda eleita como a imagem principal para uma envolvência cultural em ocorrência na cidade do Porto. Foi no âmbito da Capital Europeia da Cultura, que esta imagem da escultura de Claes Oldenburg, integrou um contexto de memória emblemática para as comemorações realizadas nesta cidade durante o ano de 2001.

---

<sup>128</sup> LEE, Janie C., *Claes Oldenburg, Drawings, 1959-1977, Claes Oldenburg with Coosje van Bruggen, Drawings, 1992-1998, in the Whitney Museum of American Art*, Whitney Museum of American Art, New York, 2002

<sup>129</sup> Claes Oldenburg e Coosje Van Bruggen à conversa com Alexandre Melo, numa entrevista publicada no catálogo da exposição: GONÇALVES, Claudia, *Claes Oldenburg Coosje van Bruggen, Pelo Passeio dos Liquidâmbares: Escultura no Parque*, Fundação de Serralves, Porto, 2002.

<sup>130</sup> Segundo Vicente Todolí, diretor do museu da Serralves, em 2001: “*Pelo Passeio dos Liquidâmbares: Esculturas no Parque* proporcionava uma escala mais íntima ao trabalho dos artistas.(...) O seu envolvimento com esculturas para parques veio introduzir uma nova iconografia e um novo vocabulário, mas também uma escala diferente que possibilita um diálogo mais subtil com a natureza circundante.” A exposição esteve patente ao público durante o Verão de 2001.

<sup>131</sup> Quando os desenhos para a *Colher de jardineiro* foram executados em 1999... tomam claro, quando o apresentam a curvar-se para dentro da terra, que se trata de uma ferramenta que serve unicamente para plantar. Canelada nas costas e lisa por dentro, a sua pá vermelha parece ter sido concebida a pensar na Natureza. *Colher de jardineiro* pretende, acima de tudo, tomar a terra frutífera. in: Catálogo da exposição.

### 3.2.13. Cobra



Fig. 13. Designação do Cartaz: Cobra  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

Cobra<sup>132</sup> é um movimento artístico da vanguarda europeia. Sofreu influências da arte popular nórdica, do expressionismo e do surrealismo, entre 1949 e 1952.

O nome ou designação Cobra, foi criado em 1948 por Christian Dotremont, e derivou das iniciais das cidades de origem dos seus membros: Asger Jorn de Copenhague (Co), Cornelis Van Beverloo de Bruxelas (Br) e Jan Nieuwenhuys e Karen Appel de Amsterdam (A). Um artista importante do grupo foi Wcebert.<sup>133</sup>

O grupo Cobra foi formado por artistas que cultivaram a pintura, a música e a poesia.

---

<sup>132</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 13.

<sup>133</sup> [pt.wikipedia.org/wiki/COBRA](http://pt.wikipedia.org/wiki/COBRA)

“Willem Sandberg (1897 – 1982), que foi diretor do Stedelijk Museum de Amesterdão<sup>134</sup> em 1945 e o movimento Cobra desempenharam, tanto um como o outro, um papel crucial na transformação do ambiente artístico, ainda muito conservador, na Holanda do pós-guerra.”<sup>135</sup>

Em 1949, foi o ano em que se publicou a primeira revista que tratava a arte infantil, a arte popular e a arte dos esquizofrénicos.

O grupo organizou a sua primeira grande exposição em Amesterdão. Particularmente polémicos, estes artistas foram, também eles, considerados autores de obras degeneradas onde se vislumbrava a desfiguração do corpo e, em particular, do rosto, os resquícios dos traços do primeiro expressionismo de Munch e de Kirchner.

Foi a dignificação da fealdade, uma reação contra o “bon goût”, no qual as imagens fortes, as composições discordantes, e as figurações infantis tomaram lugar e se projetaram fortemente.<sup>136</sup> As obras destes artistas foram ainda designadas por “A loucura elevada à categoria de arte”.

O grupo dissolveu-se em 1951 e, em Portugal, a sua repercussão ou influência não se fizeram sentir. No entanto, o grupo Cobra representa na história da arte do século XX um período importante de reflexão.

O cartaz em análise, foi projetado para a divulgação da exposição do grupo Cobra na Culturgest, e mostra uma obra de Karel Appel<sup>137</sup>, *Crianças a Fazerem Perguntas*, de 1949.

---

<sup>134</sup> [www.stedelijk.nl](http://www.stedelijk.nl)

<sup>135</sup> FUCHS, Rudi, *Jornal de Exposição Nº 17 - Cobra*, Culturgest, Lisboa, 9 de Janeiro a 14 de Abril 1996

<sup>136</sup> Ver catálogo da exposição: STOKVIS, Willemijn, *Cobra*, Culturgest, Lisboa, 1995, p. 6.

<sup>137</sup> A obra de Karel Appel, que era filho de um barbeiro de Amesterdão, provocou uma grande reviravolta no mundo artístico dos anos 40 e 50. Tornou-se célebre sobretudo pelo seu credo, “Eu pintalgo”. Os críticos de arte holandeses da época, chocados, logo fizeram desta frase uma arma contra a arte moderna. (...) De todos os membros de Cobra, foi ele quem exprimiu com mais força o apelo Cobra de 1948. “Um quadro já não é uma construção de cores e de linhas, mas um animal, uma noite, um grito, um ser humano, ou tudo isso ao mesmo tempo. Mesmo”. Mesmo após a dissolução do grupo Cobra, Appel soube conservar essa abordagem sensível do seu tema, em Paris (anos 50) e em Nova Iorque (a partir de 1972). Appel realizou pinturas murais no “Appelbar” (1951) do Stedelijk Museum. in: *Jornal da Exposição Nº 17 - Cobra*, Culturgest, 1996, p. 14.

### 3.2.14. Costa Pinheiro



Fig. 14. Designação do Cartaz: Costa Pinheiro  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista António Costa Pinheiro<sup>138</sup> nasceu em 1932, em Moura. Frequentou a Escola de Artes Decorativas António Arroio, em Lisboa, e a Academia de Belas Artes de Munique.

Costa Pinheiro foi membro do grupo KWY<sup>139</sup> em Paris, juntamente com René Bertholo, Lourdes de Castro, Jan Voss, Christo, Gonçalo Duarte, José Escada e João Vieira.<sup>140</sup>

---

<sup>138</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 14.

<sup>139</sup> VEIGA, Margarida, *KWY*, Centro Cultural de Belém, Lisboa, 2001

<sup>140</sup> De 1960 a 1962 foi bolseiro da Fundação Calouste Gulbenkian em Paris. Em 1963 regressa a Munique aonde ainda hoje reside. De 1969 a 1976 afasta-se dos meios comerciais das artes, executa projetos e modelos para Citymobil e em 1969 é convidado, e não aceita, para Professor da Academia das Artes de Dusseldorf. Recomeça a pintar em 1976. Aproveitando toda a experiência adquirida no conceptualismo, regressa à Pintura com o trabalho *O Poeta Fernando Pessoa*, apresentado na Fundação Gulbenkian, em 1981, e *La Fenêtre de ma*

António Costa Pinheiro realizou diversas exposições individuais na Galeria III, na Fundação Calouste Gulbenkian, bem como exposições coletivas em Portugal, Espanha, França, Alemanha, Itália e Japão. Ganhou diversos prémios em Lisboa, Munique e em Berlim.

A sua produção artística insere-se em temáticas, cuja associação se integra num contexto de inspiração no património português, desde a poesia e os poetas portugueses, aos reis de Portugal ou os brinquedos populares.

O poeta Fernando Pessoa, foi um inspirador para *O Chapéu do Poeta Fernando Pessoa*, de 1979<sup>141</sup> ou *Fernando Pessoa-Heterónimo*, de 1978. Costa Pinheiro fez um levantamento arqueológico dos objetos e espaços de Fernando Pessoa e dos seus heterónimos, com a mesma liberdade lírica com que tratara os reis míticos, ou seja utilizando elementos caracterizadores como sejam, os chapéus, os óculos, a caneta, a boquilha, as gavotas do Rio Tejo, ou a própria cidade de Lisboa.

Segundo, os apontamentos de Costa Pinheiro “se um pintor se interroga demasiado sobre a sua natureza criadora, arrisca-se a perder a memória das coisas”;<sup>142</sup> por isso, “às vezes apetece-me pintar. Às vezes gosto de pintar. E o ritmo que me faz olhar as coisas e os seres e ver neles a medida daquilo que eu detesto e daquilo que eu gosto dá-me a força daquilo que eu faço.”<sup>143</sup>

O cartaz em análise foi projetado para a divulgação da exposição: *Os Reis Costa Pinheiro 1964\*66 Uma Retrospectiva*. Este cartaz mostra uma das obras deste artista integrando a temática eleita, os reis de Portugal.

Esta mostra de trabalhos teve lugar na Fundação de Serralves, e levou à cidade do Porto “um jogo irónico de entre a nostalgia e o hieratismo: recriados numa memória de infância e no traçado divertido de cartas de jogar.”<sup>144</sup>

---

Tête, de 1989, onde as referências a Magritte são evidentes. in: [www.infopedia.pt/\\$costa-pinheiro](http://www.infopedia.pt/$costa-pinheiro); ver: GONÇALVES, Rui-Mário, *Arte Portuguesa 1992*, Vista Point Verlag, Colónia, 1992, p. 91.

Ver ainda: *Fernando Pessoa: O Impossível – Possível Retrato*, Casa de Serralves, Porto, 1988, p. 29.

<sup>141</sup> No âmbito desta temática o artista Costa Pinheiro criou ainda um conjunto de obras como: *Espaço Poético*, de 1989, *Paisagens de um Pintor*, de 1984, entre outras, e que integram os acervos da Casa Fernando Pessoa, em Lisboa [[casafermandopessoa.com-lisboa.pt](http://casafermandopessoa.com-lisboa.pt)] e a coleção Gulbenkian [[cam.gulbenkian.pt](http://cam.gulbenkian.pt)], respectivamente.

<sup>142</sup> *O Modelo e o Pintor, paisagens do atelier, paisagens do pintor, Costa Pinheiro*, Galeria III, Lisboa, 1987.

<sup>143</sup> Apontamentos de Costa Pinheiro, Janeiro de 1967.

<sup>144</sup> PERNES, Fernando, *Os Reis Costa Pinheiro 1964\*66 Retrospectiva*, Fundação de Serralves, Porto, 1991.

### 3.2.15. Cruz-Filipe



Fig. 15. Designação do Cartaz: Cruz-Filipe  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Ricardo José Minotti da Cruz-Filipe<sup>145</sup> nasceu em Lisboa, em 1934. Recebeu o grau de Engenheiro Civil na Universidade Técnica de Lisboa, em 1957. Iniciou a sua atividade como pintor no ano de 1956, tendo realizado a sua primeira exposição em 1957, na Galeria Pórtico, em Lisboa.

Encontram-se as obras de Cruz-Filipe em diferentes coleções portuguesas, na Fundação Calouste Gulbenkian, na Sociedade Nacional de Belas Artes, em Lisboa, na Fundação de Serralves, no Porto, no Museu Nacional de Amarante, no Museu de Tomar (Coleção José Augusto França), na Coleção da Caixa Geral de Depósitos, e em vários países como Holanda e Brasil.<sup>146</sup>

---

<sup>145</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 15.

<sup>146</sup> <http://chiado.8.fidelidademundial.pt/pages/cruz-filipe.aspx>

Ricardo Cruz-Filipe venceu o Grande Prémio Banif de Pintura, no ano de 2003, a sua obra *Voz Sombria* foi selecionada de entre 331 apresentadas a concurso. Esta foi a segunda edição deste prémio, a primeira edição foi em 1993 e o finalista foi o artista Manuel Baptista.

A pintura figurativa de Cruz-Filipe “evoluiu lentamente para uma valorização da superfície do suporte, em composições que foram retalhando o espaço. No final dos anos sessenta, as suas pinturas eram, essencialmente, constituídas por arranjos de figuras recortadas, sem volume, quase meras silhuetas esparsas na bidimensionalidade.

Se a sobreposição das figuras e o seu escalonamento na vertical sugerem imediatamente a profundidade espacial, o artista traz, porém os fundos para o primeiro plano, não apenas para negar o volume, mas principalmente para afirmar uma espécie de escrita de imagens. Esta escrita vai tornar-se mais explícita a partir do início dos anos setenta com uma técnica que utiliza telas fotossensíveis.

Cruz-Filipe faz, em primeiro lugar, pequenas montagens de fotografias e de reproduções. Depois, projecta essas montagens nas telas. Finalmente, trata cromaticamente essa imagem fotograficamente fixada.

À pintura de Cruz-Filipe seria aplicável a célebre fórmula de Man Ray: “Eu fotografo o que não quero pintar e pinto o que não consigo fotografar”.<sup>147</sup>

O cartaz em análise foi projetado para a divulgação da exposição de *Cruz-Filipe 40 Anos de Pintura*, na Culturgest, em 1995.<sup>148</sup>

No cartaz mostra-se uma obra do artista designada por *La Forme de La Mer*, de 1987.<sup>149</sup>

---

<sup>147</sup> Cruz-Filipe. Infopédia. Porto: Porto Editora, 2003-2011. [www.infopedia.pt/\\$cruz-filipe](http://www.infopedia.pt/$cruz-filipe).

<sup>148</sup> Bernardo Pinto de Almeida (Comissário), *Cruz-Filipe, 40 Anos de Pintura*, Jornal de Exposição N° 16, Culturgest, Lisboa, 1995

<sup>149</sup> Esta obra encontra-se no catálogo identificada com o N° 12. Foi publicado pela Fundação Gulbenkian. Ver o respectivo catálogo: RAYBURN, Isabella Del Frate, *Cruz-Filipe*, The Murray and Isabella Rayburn Foundation, New York, 30 Janeiro a 25 Fevereiro, 1991.

### 3.2.16. Eduardo Nery

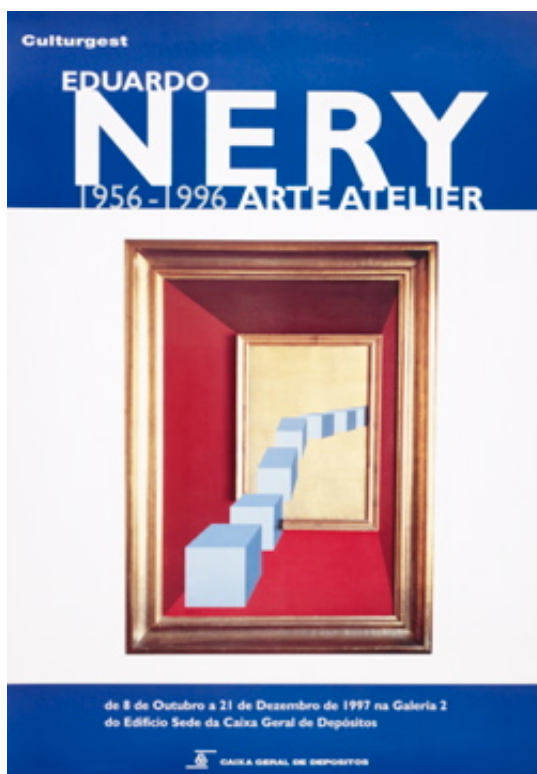


Fig. 16. Designação do Cartaz: Eduardo Nery  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Eduardo Nery<sup>150</sup> nasceu em 1938, na Figueira da Foz, em Portugal.<sup>151</sup> Diplomou-se na Escola Superior de Belas Artes de Lisboa. É considerado um artista da terceira geração do modernismo português. Vive atualmente em Lisboa e trata-se de um dos maiores colecionadores portugueses de arte africana.<sup>152</sup>

Eduardo Nery a partir de 1966, passou a dedicar-se à arquitetura e ao espaço urbano. As suas obras encontram-se representadas na coleção do Museu Soares dos Reis, no Porto, e no Museu da Fundação Calouste Gulbenkian, em Lisboa.<sup>153</sup>

---

<sup>150</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 16.

<sup>151</sup> [www.eduardonery.pt](http://www.eduardonery.pt)

<sup>152</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista N° 7, ao artista Eduardo Nery no seu atelier, dia 29 de Julho de 2011.

<sup>153</sup> [www.infopedia.pt/\\$eduardo-nerly](http://www.infopedia.pt/$eduardo-nerly)



O artista Eduardo Nery representou uma vasta obra pública dedicada à expressão em azulejo, tapeçaria, vitral, desenho de pavimento e calçada portuguesa, e foi esta ocupação do espaço urbano que o tem caracterizado e o tornou popular.

Os seus percursos denotam um trabalho solitário e inédito, com um desenvolvimento de poéticas próprias, muitas vezes e curiosamente em paralelo com o que se fazia na Europa.

Foi o caso do período em que Eduardo Nery, apesar dos condicionalismos, criou uma poética própria que se sustenta na busca de uma luminosidade na geometria e na cor. O artista integrou-se num vasto conjunto de conceitos, que foram sendo atribuídos, para as designações de assuntos que o caracterizam, enquanto artista plástico, como sejam “o caçador de imagens, o criador de itinerários, o universo é um grande pensamento, a magia da arte pop, a vontade de provocar, o combate entre molduras e quadros, o cientista da cor, o enigma da luz e do espaço, bem como humanizar os espaços”.<sup>154</sup>

Num texto escrito em 1970, o artista descreve alguns dos momentos em que uma angústia profunda o invadiu aquando na procura de força para continuar o seu trabalho. Assim, segundo as suas palavras descreve-se: “a depressão deste período está também relacionada com comentários vindos de certas pessoas do meio artístico que me viam como um mero discípulo de Vasarely, quando muitas das minhas descobertas Op tinham sido anteriores ao seu trabalho. Isso deixou-me de rastos. Sou vulnerável às críticas e às injustiças, explica.”<sup>155</sup>

No cartaz projetado para a divulgação da exposição na Culturgest, mostra-se uma das obras da coleção do artista Eduardo Nery, *Espaço Absurdo II*, de 1970.

Esta exposição foi organizada num dos espaços expositivos da Culturgest<sup>156</sup> e durante três meses mostrou a produção artística de 40 anos de atividade. Foi sobretudo uma mostra de um trabalho desenvolvido pelo artista numa total dedicação às artes. Para além de uma retrospectiva foi ainda uma mostra da arte de atelier de Eduardo Nery.

Esta exposição foi o resultado de uma parceria entre a Culturgest e a Fundação Calouste Gulbenkian, de modo a dar a conhecer um artista português, que povoa os espaços públicos, que habitamos na cidade de Lisboa.

---

<sup>154</sup> Designações para entradas de capítulos para o catálogo de *Eduardo Nery 1956-1996*, Lisboa, 1997.

<sup>155</sup> MACHADO, Rosário S., *Eduardo Nery 1956-1996*, Culturgest/FCG, Lisboa, 1997, p. 240.

<sup>156</sup> Fernando de Azevedo (Comissário), *Eduardo Nery 1956-1996*, Jornal de Exposição Nº 30, Culturgest, Lisboa, 1997 | Ver entrevista.

### 3.2.17. Egon Schiele



Fig. 17. Designação do Cartaz: Egon Schiele  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Egon Schiele<sup>157</sup> nasceu a 12 de Junho de 1890, em Tulln an der Donau, e faleceu a 31 de Outubro de 1918, em Viena. Oriundo de uma família humilde, o seu pai era trabalhador nos caminhos de ferro. Aos 15 anos de idade perdeu o pai e ficou entregue aos cuidados de um tio materno que lhe reconheceu valor artístico e lhe deu apoio. No ano seguinte entrou para a Akademie der Bildenden Kunst, em Viena, onde estudou desenho e pintura.

Em 1907 conheceu Gustav Klimt,<sup>158</sup> que fez dele um seu protegido, e em 1908 realizou a sua primeira exposição na Klosterneuburg.<sup>159</sup>

---

<sup>157</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 17.

<sup>158</sup> Na Áustria, na altura em que triunfa o estilo decorativo de Klimt, distingue-se a personalidade atormentada de Egon Schiele. Tal como Klimt, Schiele é um excelente desenhador, mas as suas linhas, mais rudes, reduzem corpos femininos, rostos e flores a formas ressequidas, como se um vago odor de morte pairasse sobre tudo. FERRARI, Sílvia, *Guia de História da Arte Contemporânea*, Editorial Presença, Lisboa, 2001, p. 28.

Após frequentar a academia e insatisfeito com o seu carácter conservador, Egon Schiele abandonou os estudos e juntamente com outros colegas criou o grupo Neukunstgruppe (Grupo Nova Arte). Libertou-se da academia e do seu conservadorismo e começou a explorar mais a forma humana e a sexualidade.

Em 1911 começou a viver em Viena, chegou a ser preso devido a acusações de expor no seu atelier trabalhos ditos pornográficos, um local frequentado por menores, que serviam de modelos ao pintor.

As representações de Egon Schiele mostram seres humanos transfigurados por sentimentos fortes, implícitos no seu traço, amantes revigorados em amontoados de lençóis brancos, diversas mulheres posando para ele e auto-retratos provocantes mostrando uma visão de si próprio.<sup>160</sup>

Egon Schiele foi um pintor austríaco ligado ao movimento Expressionista, e foi ainda considerado um artista fundamental na arte expressionista do século XX.<sup>161</sup>

No cartaz em análise, mostra-se uma obra de Egon Schiele,<sup>162</sup> designada por *Retrato de Rapaz*, de 1910. Trata-se de uma, entre as cem, obras em papel que teve em exposição na Culturgest, em Lisboa.

O cartaz que foi projetado para divulgar esta exposição, foi o resultado de uma organização conjunta de Serge Sabarsky, um colecionador que tem dedicado a sua vida a divulgar o movimento Expressionista, tanto nos Estados Unidos, onde reside, como no resto do mundo.<sup>163</sup>

As obras de Egon Schiele encontram-se em museus de Viena e na Suíça, e sobretudo em coleções particulares.

---

<sup>159</sup> [pt.wikipedia.org/wiki/Egon\\_Schiele](https://pt.wikipedia.org/wiki/Egon_Schiele)

<sup>160</sup> [www.ibiblio.org/wm/paint/auth/schiele/](http://www.ibiblio.org/wm/paint/auth/schiele/)

<sup>161</sup> Jornal da exposição Nº 4, *Egon Schiele cem obras sobre papel*, Culturgest, Lisboa, 1993.

<sup>162</sup> [www.egon-schiele.net/](http://www.egon-schiele.net/)

<sup>163</sup> SABARSKY, Serge, *Egon Schiele, 1890-1918, Cem Obras sobre Papel*, Culturgest, Lisboa, 1993, p. 9.

### 3.2.18. Estética Contemporânea



Fig. 18. Designação do Cartaz: Estética Contemporânea  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O Colóquio Internacional de Filosofia<sup>164</sup> foi organizado na Casa de Serralves, sob a temática: *A Estética Contemporânea: A Experiência e os Discursos*, e teve lugar durante três encontros, nos dias 5, 6 e 7 de Setembro de 1989.<sup>165</sup>

Tiveram participação neste colóquio internacional, as seguintes referências: Alain Arvois, Jean Borreil, Christine Buci-Glucksmann, Jean-Louis Déotte, Remo Guidieri, Jean François Lyotard, José Jimenez, Simón Marchán Fiz, Manuel Castro Caldas, António Cerveira Pinto, Pedro Miguel Frade, José Gil, Rui Mário Gonçalves, Fernando Pernes, Valerio Adami, Daniel Buren, Janis Kounellis, Pedro Calapez,

---

<sup>164</sup> A Casa de Serralves e o Colégio Internacional de Filosofia, em Paris, organizaram o encontro na cidade do Porto, e ainda com a colaboração do Gabinete de Filosofia do Conhecimento, em Lisboa.

<sup>165</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 18.

António Dacosta, Álvaro Lapa, Júlio Pomar, Rui Sanches, Ângelo de Sousa, Pedro Vieira de Almeida.

O cartaz em análise foi projetado para a divulgação deste encontro e mostra uma obra do artista Amadeo de Souza Cardoso,<sup>166</sup> designada por *Máquina de Escrever*, de 1917, esta pintura pertence à Coleção do Centro de Arte Moderna da Fundação Calouste Gulbenkian.

Encontram-se ainda inscritos no verso do cartaz uma lista de referências a diversos autores, em foco neste encontro internacional de filosofia, como sejam: Paul Klee<sup>167</sup>, Fernando Pessoa, Piet Mondrian, Oscar Wilde, Paul Éluard, Theodor Adorno, Kandinsky<sup>168</sup>, Giulio Carlo Argan, Andy Warhol, Joseph Beuys, Henri Matisse, Henri Meschonnic, Saint-John Perse, Henri Maldiney.

---

<sup>166</sup> "Amadeo de Souza-Cardoso (1887-1918), ficou conhecido como *futurista*. Em França, onde viveu durante oito anos; conviveu com Modigliani e foi o único português que participou no Armory Show (1913, Nova Iorque), Começou por sofrer uma influência do Jugendstil e o espírito dos Ballets Russes como álbum dos *XX Desenhos* (1912), no qual se destacava uma cabeça de inspiração cubista. Em contato com orfismo do casal Sonia e Robert Delaunay, que se encontrava em Portugal fugido da guerra. Amadeo desenvolveu esquemas pessoais conducentes a obras de concepção abstrata. (...) Em 1914 realizou cabeças e máscaras de índole expressionista. Os círculos cromáticos reaparecem em 1915 (*Oceano, Vermelho, Azul*) e as últimas obras aproximam-se do dadaísmo, como *Trou de la Serure* (1916) e *Entrada* (1917). Para Almada, Amadeo era a descoberta portuguesa do século XX, tendo-lhe dedicado o livro de poesia *K4 Quadrado Azul* (1917), mas Amadeo, que tinha um futuro promissor, morreu de pneumónica em 1918". TAVARES, Cristina Azevedo, *As Artes Plásticas em Portugal no Século XX*, in: FERRARI, Sílvia, *Guia de História da Arte Contemporânea*, Editorial Presença, Lisboa, 2001, p. 190.

<sup>167</sup> "Paul Klee - A alegoria da Árvore – Gostaria de comparar a orientação das coisas da Natureza e da Vida, essa ordem multi-ramificada e subdividida, às raízes duma árvore. É delas que o artista recebe a seiva que passa através de si e dos seus olhos, porque ele tem por assim dizer o papel do tronco da árvore. Impelido, movido pela força dessa seiva, o artista transforma a contemplação em obra. (...)." in: Verso do Cartaz.

<sup>168</sup> "Kandinsky – O crítico de arte ideal seria portanto não aquele que procura descobrir as "faltas", os "erros", as "ignorâncias", as "influências", mas aquele que tentaria sentir como esta ou aquela forma agem e que em seguida comunicaria ao público o que experimentou. Neste sentido, o crítico deveria bem entendido possuir uma alma de poeta, pois o poeta deve sentir as coisas objetivamente para traduzir subjetivamente os seus sentimentos. O crítico numa palavra, deveria ser dotado de uma força criadora." in: Verso do Cartaz.

### 3.2.19. Gary Hume



Fig. 19. Designação do Cartaz: Gary Hume  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Gary Hume<sup>169</sup> nasceu no dia 9 de Maio de 1962, em Kent. É um artista inglês, vive e trabalha em Londres. Formou-se no Goldsmiths College, em Londres, em 1988.

Gary Hume participou numa exposição organizada por Damien Hirst em 1988, e em 1990, expõe num armazém com Henry Bond e Sarah Lucas.<sup>170</sup>

O trabalho de Gary Hume despertou a atenção do colecionador Charles Saatchi com um conjunto de obras pintadas em portas de hospital, *Door Paintings* (1980-90) ou *Untitled Wall Paintings* (1990-91).

---

<sup>169</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 19.

<sup>170</sup> [en.wikipedia.org/wiki/Gary\\_Hume](http://en.wikipedia.org/wiki/Gary_Hume)

A partir desta série de trabalhos surgiram críticas de sucesso determinantes para o seu percurso, o que levou à sua mostra na Alemanha e nos EUA, bem como a uma participação na exposição itinerante da coleção de arte de Charles Saatchi.<sup>171</sup>

Gary Hume representou o Reino Unido com a sua participação na Bienal de São Paulo em 1996, na Bienal de Veneza, em 1999, na Whitechapel Art Gallery, em Londres, em 1999, no Museu de Arte Contemporânea, em Los Angeles, em 2001, na Tate Britain, em Londres, em 2004, ou Matthew Marks Gallery,<sup>172</sup> em Nova Iorque, entre outras participações.<sup>173</sup>

O seu trabalho mostra desde os motivos vegetais aos retratos, ou às figuras de animais, como coelhos, macacos, ursos e pássaros, ou ainda aos nus cindidos pela matriz da cor.

A sua pintura opaca remete quase sempre para uma brilhante representação, que ofusca o observador da obra e confunde necessariamente o processo de identificação. O seu processo trata de reconverter uma presença numa realidade essencialmente plástica, entre cor e forma, abstração e figuração, renunciando a qualquer análise, obrigando desse modo o observador a conduzir, ele próprio, esse jogo de reconhecimento e aceitação artística.<sup>174</sup>

A sedução é trabalhada ao ritmo da elegância visual da nossa contemporaneidade. Gary Hume admite e sabe como liderar todo o processo: “ Posso olhar para os quadros com que vivo, dias seguidos. Belos, sensuais e inteligentes, duros, profundos, termos.”<sup>175</sup>

O cartaz em análise foi projetado para divulgar a exposição de Gary Hume, organizada na Culturgest, e que mostra a obra *Angel Fuchsia World*, de 1999.<sup>176</sup>

---

<sup>171</sup> [www.saatchi-gallery.co.uk/aip/gary\\_hume.htm](http://www.saatchi-gallery.co.uk/aip/gary_hume.htm)

<sup>172</sup> [www.matthewmarks.com/artists/gary-hume/](http://www.matthewmarks.com/artists/gary-hume/)

<sup>173</sup> [www.artnet.com/artists/gary-hume/](http://www.artnet.com/artists/gary-hume/) | [www.whitecube.com/artists/hume/](http://www.whitecube.com/artists/hume/)

<sup>174</sup> A técnica utilizada é simples e direta: “Faço desenhos a partir das fotografias e a seguir projeto-as. Depois, faço desenhos a partir das projeções, pinto-os e é assim que funciona. O efeito solícito e brilhante destas pinturas é alcançado recorrendo a tintas industriais espalhadas em grandes painéis de alumínio. (...) Queria fazer pinturas cantantes, pinturas com música.” O universo das suas pinturas apela de imediato às emoções.

<sup>175</sup> SANTOS, David, *Gary Hume: Pop Décor*, in: *Arte Ibérica*, Nº 33, Março de 2000, p. 21.

<sup>176</sup> A mostra de trinta trabalhos fez parte do acervo mostrado na cidade de Veneza. in: *Arte Ibérica*, Nº 33, Março de 2000, p. 20 a 23. | Fernando Pernes, *Gary Hume*, *Jornal de Exposição* Nº 41, Culturgest, Lisboa, 2000

### 3.2.20. Graça Morais



Fig. 20. Designação do Cartaz: Gary Hume  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

A artista Graça Morais<sup>177</sup> nasceu a 17 de Março de 1948, em Vieiro, Trás-os-Montes, em Portugal. É ceramista, cenógrafa e pintora. Licenciou-se na Escola Superior de Belas Artes do Porto; entre 1957-58 viveu em Moçambique; entre 1976-78 foi bolsista em Paris, pela Fundação Gulbenkian.

Esta artista encontra-se representada no Museu Alberto Sampaio, em Guimarães (1974), no Museu de Arte Moderna, no Rio de Janeiro (1985), e no Museu Espanhol de Arte Contemporânea, em Madrid (1987).<sup>178</sup>

A obra da artista Graça Morais trata a representação dos ciclos da vida, e as suas representações são geralmente em grandes formatos.

---

<sup>177</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 20.

<sup>178</sup> [pt.wikipedia.org/wiki/Graça\\_Morais](http://pt.wikipedia.org/wiki/Graça_Morais)



As suas produções são “impregnadas de uma matriz expressionista da pintura (...) Graça Morais pinta por ciclos, cada um deles surgidos por impulsos contraditórios, por receios e audácias, num nervosismo que tolda o próprio deslumbramento sentido perante alguns comportamentos humanos.

Admiráveis lhe parecem os corpos dos negros cabo-verdianos, que dançam e se ligam magicamente; admiráveis os gestos quotidianos dos camponeses, os rostos vincados, as marcas duras do destino bruscamente iluminadas por um sorriso...

Mas Graça conhece o reverso deste encantamento. A sua arte intuitiva assimila o que o corpo conhece, sofre, luta. A sua experiência pessoal. A da sua mãe. O quadro “Alda” é uma homenagem à mãe, espelho do mundo. (...) Mistura técnicas dos surrealistas e dos expressionistas com sistemáticos apontamentos “naturalísticos” da vida da sua aldeia natal, Vieiro, em Trás-os-Montes.”<sup>179</sup>

A produção artística de Graça Morais encontra-se em vários núcleos temáticos deste modo permite uma organização de uma leitura coerente da sua obra, tratam-se temas que merecem uma reflexão, os ciclos da vida das mulheres, a terra, os rostos, os corpos, bem como uma fragilidade do ser humano.<sup>180</sup>

O cartaz em análise foi projetado para divulgar a exposição de Graça Morais<sup>181</sup> organizada em Lisboa, na Culturgest.<sup>182</sup>

Esta mostra de trabalhos foi uma *Exposição Antológica Memória da Terra, Retrato de Mulher* e também foi exposta no Museu Soares dos Reis, no Porto. Ambas as exposições ocorreram durante o ano de 1997.<sup>183</sup>

Ainda e durante o ano de 1997, a artista inaugurou um painel de azulejos para a estação de metro Bielo-Rússia, em Moscovo.

---

<sup>179</sup> GONÇALVES, Rui Mário, *Arte Portuguesa 1992*, Vista Point Verlag, Colónia, 1992, p. 143.

<sup>180</sup> PERNES, Fernando, *Exposição Antológica de Graça Morais, Memória da Terra, Retrato de mulher*, Museu nacional Soares dos Reis, Porto, 1997 | [www.mulheres-ps20.ipp.pt/Graca\\_Morais.htm](http://www.mulheres-ps20.ipp.pt/Graca_Morais.htm)

<sup>181</sup> [centroartegracamorais.cm-braganca.pt/PageGen.aspx](http://centroartegracamorais.cm-braganca.pt/PageGen.aspx)

<sup>182</sup> Fernando Pernes (Comissário), *Graça Morais, Memória da Terra, Retrato de Mulher*, Jornal de Exposição N° 25, Culturgest, Lisboa, 1997

<sup>183</sup> É editado o livro *Graça Morais*, com textos de Vasco Graça Moura e Sílvia Chico (Quetzal/Galeria 111).

### 3.2.21. Hannah Hoch



Fig. 21. Designação do Cartaz: Hannah Hoch  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

A artista Hannah Hoch<sup>184</sup> nasceu no dia 1 de Novembro de 1889, na pequena cidade de Gotha e faleceu a 31 de Maio de 1978 em Berlim, Alemanha. Foi uma artista representativa do movimento dadaísta e uma perscrutora da fotomontagem. Em 1912 fixou-se em Berlim para seguir o curso de Pintura de Emile Orlik, e aí conheceu Raoul Hausman com quem viveu até 1922 uma livre aventura amorosa.<sup>185</sup>

Por volta de 1916, realizou as suas primeiras colagens, cuja relação de proximidade cubista e de um experimentalismo abstrato demonstraram deste modo uma definição para um percurso no seu trabalho, de recorte e montagem.

---

<sup>184</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 21.

<sup>185</sup> Hermann Pollig, Viola Suhle, *Hannah Hoch – o dadaísmo no feminino*, Serviço de Exposições de Serralves, Porto, 2 de Março a 22 de Abril de 1990 | [humanities.uchicago.edu/classes/readcult/](http://humanities.uchicago.edu/classes/readcult/)

“A par do seu experimentalismo, desenvolveu projetos com curiosas bonecas nas quais, em contraste com a crueldade erótica de Hans Bellmer, o futuro autor de bonecas surrealistas, deixou transparecer um delicado humor atravessado de uma velada ternura.

Por volta de 1918, inventa as fotomontagens, ou seja derivadas de anteriores composições para um inédito imaginário, organizado agora sobre as fotografias de diferentes gráficas. A sua pesquisa plástica passou então a coordenar uma evidência realística de um absurdo social, denunciando deste modo, um máximo impacto visual.”<sup>186</sup>

Em 1919, Hannah Hoch estava completamente envolvida pelo Dadaísmo.<sup>187</sup> E, em 1976, realizou-se a primeira grande retrospectiva da sua obra, em Paris e em Berlim. No entanto, a artista já suspirava: “Já não posso ouvir a palavra Dada, mas as pessoas agora não querem outra coisa, por isso tenho que me render”.<sup>188</sup>

Também nas descrições do seu local de criação, deixam transparecer alguns dos seus métodos de trabalho, cujo contributo se evidencia “tal como em algumas das suas colagens, assim, também o acesso ao seu atelier, não era fácil, mas antes um emaranhado e cheio de surpresas. (...)”

Uma porta estreita dava passagem, pela varanda, subindo os degraus, para se entrar no atelier, dominado por uma enorme e velha mesa de trabalho, cujo tampo nunca vi senão coberto de montanhas de material de trabalho. Ali empilhava-se o material que servia a “colagista” de fotomontadora: papeis brancos e pretos, papeis de cor de várias espessuras e dimensões, recortes díspares de revistas, catálogos e prospectos, caixas de cartão cheias de jomais, velhas caixas de charutos com achados ao lado de frascos de cola, lupas, pesos, molhos de pincéis, lápis de cores e régua. (...)”<sup>189</sup>

O projeto para o cartaz de divulgação da exposição da artista, mostra uma obra de Hannah Hoch, designada por *Arranjada para Sair*, de 1936.

Neste cartaz, que serviu de divulgação para a exposição organizada pela Fundação de Serralves, com o apoio do Instituto Alemão do Porto, podem identificar-se as temáticas que interligam as suas produções artísticas, ou sejam *Colagens 1889-1978*.

---

<sup>186</sup> Hermann Pollig, Viola Suhle, *idem.* | [www.yellowbellywebdesign.com/hoch/gallery.html](http://www.yellowbellywebdesign.com/hoch/gallery.html)

<sup>187</sup> [pt.wikipedia.org/wiki/Hannah\\_Höch](http://pt.wikipedia.org/wiki/Hannah_Höch) | [phomul.canalblog.com/archives/hoch\\_hannah/index.html](http://phomul.canalblog.com/archives/hoch_hannah/index.html)

<sup>188</sup> ADRIANI, Gotz, *Colagens Hannah Hoch 1889-1978*, Fundação de Serralves, Porto, 1990, p. 65.

<sup>189</sup> Peter Krieger, *Paradoxo e Poesia nas colagens de Hannah Hoch*, in: ADRIANI, Gotz, *idem.*, p. 85. | [www.cutandpaste.info](http://www.cutandpaste.info) | [www.youtube.com/watch?v=waTi-Fwx-gA](http://www.youtube.com/watch?v=waTi-Fwx-gA)

### 3.2.22. Helena Almeida



Fig. 22. Designação do Cartaz: Helena Almeida  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

A artista Helena Almeida<sup>190</sup> nasceu em 1934, em Lisboa. Licenciou-se em Pintura na Escola Superior de Belas Artes de Lisboa. Filha do escultor Leopoldo de Almeida (1898-1975), é uma das principais artistas contemporâneas, portuguesas.<sup>191</sup>

Helena Almeida não considera os seus trabalhos auto-retratos, como muitas vezes são apresentados, e deste modo ela própria se auto-define: “Não são auto-retratos pois não encontro neles a minha ‘subjatividade’ mas sim o meu ‘plural’ que faço comparecer numa espécie de cena. Serão ‘auto-retratos’! No entanto, posso dizer que são encenações executadas num pequeno, ou por vezes grande, enquadramento (no sentido quadro/teatro) em que apareço como uma ficção.

---

<sup>190</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 22.

<sup>191</sup> [pt.wikipedia.org/wiki/Helena\\_Almeida](http://pt.wikipedia.org/wiki/Helena_Almeida) | [portugalfoto.tripod.com/helenaalmeida.htm](http://portugalfoto.tripod.com/helenaalmeida.htm) | [www.youtube.com/watch?v=WJ8gFEftKR4](http://www.youtube.com/watch?v=WJ8gFEftKR4) | Ver: Filme de Joana Ascensão acerca de Helena Almeida, 2006.

Estas cenas são feitas como se fossem a narrativa duma cintilação, aparecimento/ desaparecimento, contada com o silêncio da linguagem dos surdos. Projeções que eu quero que contenham o som do corpo profundo. Imagens que contam o que se passa antes da imagem, antes do movimento como pensamento, antes da história e sobretudo antes da intencionalidade.

E sobretudo, vê-las passadas para a categoria sumptuosa do significante. Quis experimentar num esforço supremo essa zona 'vazia' e densa do pré-acontecimento e pré-movimento, com o seu peso escuro e disforme. Numa espécie de penúltima expressão."<sup>192</sup>

No percurso artístico de Helena Almeida encontram-se delimitações ao território do seu trabalho, a artista interroga os "mecanismos da representação, a relação com o corpo e com a inscrição do corpo no trabalho da obra, a possibilidade de marcar com o sinal do feminino um fazer que assim lhe ficasse a pertencer por direito próprio de mulher.

Enfim, os mecanismos de aparecimento e desaparecimento (ou de congelamento) da imagem. Tendo interrogado e desconstruído o suporte, "Helena Almeida avançou para uma série de desenhos executados com crinas, próximos de um espacialismo com referências às pesquisas de Lucio Fontana. Nestes anti-desenhos procurou-se captar as forças-formas, a expansão do desenho não só para fora do suporte mas para fora de si mesmo."<sup>193</sup>

No cartaz em análise, mostra-se uma obra de Helena Almeida, *sem título*<sup>194</sup> uma produção de 1994/95.

O projeto do cartaz de divulgação para a exposição da artista Helena Almeida, e que foi organizada na Serralves, pretendeu validar uma das personalidades cujo resultado se traduz num contributo estético para a arte contemporânea em Portugal.

---

<sup>192</sup> Texto de Helena Almeida, Fevereiro de 1994, in: ALMEIDA, Helena, PERNES, Fernando, *Helena Almeida, Dramatis Persona Variações e Fuga sobre um Corpo*, Fundação de Serralves, Porto, 1995.

<sup>193</sup> Texto de Bernardo Pinto de Almeida, *Como Habitar um Desenho?*, in: PERNES, Fernando, *Idem*.

<sup>194</sup> *S/Título*, 1994/95, é uma instalação composta por 20 fotografias a preto e branco, uma das quais com pintura acrílica vermelha, dispostas circularmente (detalhes). Esta obra integra a coleção da Fundação Serralves.

### 3.2.23. Jean Dubuffet



Fig. 23. Designação do Cartaz: Jean Dubuffet  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Jean Dubuffet<sup>195</sup> nasceu a 31 de Julho de 1901, em Le Havre, localidade francesa, onde a sua família tinha um negócio de vinhos. Faleceu a 12 de Maio de 1985, em Paris. Com apenas oito anos começa a realizar pequenos quadros, e com quinze inscreveu-se na Escola Superior de Belas Artes de Le Havre.

Durante o ano de 1918 instalou-se em Paris, onde se inscreveu na célebre academia Julian, mas em seis meses apercebeu-se de que nada de interessante esta instituição tinha para lhe oferecer, o que acabou por demonstrar através do seu comportamento rebelde e rejeitando sobretudo a arte tradicional.

---

<sup>195</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 23.

Aproximou-se então da produção plástica dos doentes mentais,<sup>196</sup> bem como dos artistas Fernand Léger, André Mason e Juan Gris.<sup>197</sup> É um pintor francês. Foi o primeiro teórico do conceito de Arte Bruta, e escreveu um ensaio designado por, *Asfixiante Cultura*.<sup>198</sup>

Segundo as palavras do artista Jean Dubuffet, “A obra de arte é tanto mais cativante quanto tenha sido uma aventura da qual carrega uma marca, quanto se possa ler nela todos os combates travados entre o artista e a rebeldia dos materiais que trabalhou. E tanto quanto ele próprio não imaginava onde isto o levaria!”<sup>199</sup>

O artista criou uma produção livre de preocupações intelectuais, como sejam o conceito de *Art Brut*, o seu trabalho é por vezes associado ao conceito de primitivo ou de infantil.

Jean Dubuffet pintava a tinta de óleo e usava uma pasta grossa que resultava da mistura de materiais como o alcatrão, a areia e a palha, criando deste modo várias texturas. A partir de 1962 a sua produção limitou-se ao vermelho, branco, preto e azul, e no final da década Jean Dubuffet dedicou-se sobretudo à escultura e à produção de obras em poliestireno, que ele costumava usava com a tinta vinil.<sup>200</sup>

O cartaz em análise,<sup>201</sup> que integra o arquivo gráfico da Culturgest, mostra uma obra de Jean Dubuffet<sup>202</sup> designada por *Affluence* de 1961. Esta pintura integra a Coleção da Fundação Dubuffet,<sup>203</sup> em Paris.

O cartaz de divulgação foi um projeto gráfico para aquela que foi a primeira exposição, organizada para o público português, e que mostrou a obra de um dos artistas considerados um marco fundamental da História da Arte do século XX.

---

<sup>196</sup> Influenciado pelo livro de Hans Prinzhorn, ‘A arte do doente mental’, Dubuffet cunhou o termo Art Brut (outsider arte) para uma produção de doentes mentais, reclusos e crianças. Ele criou uma coleção deste tipo de obras de arte, e incluiu artistas como Aloise Corbaz e Adolf Wölfli. A sua coleção está no Musée de l’Art Brut, em Lausanne, na Suíça.

<sup>197</sup> RUIZ, José Maria, *Dubuffet*, Globus Comunicación, Barcelona, 1996, p. 4.

<sup>198</sup> [pt.wikipedia.org/wiki/Jean\\_Dubuffet](https://pt.wikipedia.org/wiki/Jean_Dubuffet)

<sup>199</sup> Apontamentos de Jean Dubuffet, 1946, in: CARDOSO, Marta, *Jean Dubuffet*, Culturgest, Lisboa, 2000, p.13.

<sup>200</sup> [www.dubuffet.com](http://www.dubuffet.com) | [www.youtube.com/watch?v=Cdkr5aD5fQA](https://www.youtube.com/watch?v=Cdkr5aD5fQA)

<sup>201</sup> O cartaz em análise encontra-se no arquivo da Biblioteca Nacional, em Lisboa com a cota: CT. 9419 A.

<sup>202</sup> Jean Dubuffet foi também escritor e ensaísta. A sua produção contribuiu de modo incessante para uma busca a partir da pergunta: “qual a via mais adequada para criar arte?” A historiadora de arte Sophie Berri e a Fundação Dubuffet enunciam de modo claro a importância deste artista para a História da Cultura ocidental.

<sup>203</sup> [www.dubuffetfondation.com/fondset.htm](http://www.dubuffetfondation.com/fondset.htm)

### 3.2.24. Jochen Lempert



Fig. 24. Designação do Cartaz: Jochen Lempert  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Jochen Lempert<sup>204</sup> nasceu em 1958, em Moers, na Alemanha. É um artista alemão. Jochen Lempert estudou Biologia entre 1980 e 1988, e só na década de noventa se dedicou à fotografia artística.

O seu trabalho resulta da sua paixão pela natureza e sobretudo pela vida animal, deste modo o resultado fotográfico inicial revela-se com maior proximidade ao registo fotográfico de carácter científico, área na qual de destacou para uma reputação mais acentuada em publicações científicas, na Alemanha.

Em 2005 foi o vencedor do prémio Edwin-Scharff. Jochen Lempert vive e trabalha em Hamburgo.<sup>205</sup>

---

<sup>204</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 24.

<sup>205</sup> en.wikipedia.org/wiki/Jochen\_Lempert



A obra fotográfica de Jochen Lempert combina diversos conceitos como: criação, pesquisa científica, documentação, mundo animal e diversas formas como temática. A sua produção técnica combina vários aspectos que resultam em efeitos artísticos como, close-up extremos e de longa distância, pontos de vista, e abrange ainda imagens individuais enquadradas de um modo uniforme e que permitem formar séries de composições.

No resultado da sua pesquisa, bem como das suas observações das necessidades humanas em interpretar e brincar com os significados, que estão normalmente associados à nossa busca constante de uma leitura de símbolos e de sinais.

Os resultados deste estudo de Jochen Lempert é um trabalho de reflexão, muitas vezes gerado pelo próprio processo de produção de imagens individuais.<sup>206</sup>

Ao interesse de Jochen Lempert pela vida animal, alia-se uma exploração das propriedades e da materialidade da imagem fotográfica. Ele fotografa com uma máquina de 35 mm e a preto e branco, escolhe deliberadamente papéis que não se conformam aos padrões profissionais e tira partido do processo de revelação. "Jochen Lempert fotografa obsessivamente qualquer coisa que podemos entender como a natureza. (...) O artista joga habilmente com a mobilidade semiótica das suas fotografias e com um desconcertante caráter atemporal."<sup>207</sup>

O resultado da sua produção artística foi reunido numa primeira exposição 'Trabalho de Campo' na Alemanha. E, esta mostra teve lugar na cidade de Lisboa, na Culturgest, em 2009.

O cartaz em análise, intitulado por *Jochen Lempert Trabalho de Campo Field Work*, mostra uma das fotografias do artista,<sup>208</sup> designada por, *sem título*.

Este cartaz foi projetado para divulgar a exposição em Lisboa, sob a curadoria de Miguel Wandschneider.<sup>209</sup>

---

<sup>206</sup> O seu trabalho define uma posição artística solitária, discretamente construída sem qualquer concessão às tendências e aos cânones dominantes na fotografia contemporânea. in: [www.culturgest.pt/actual/lempert.html](http://www.culturgest.pt/actual/lempert.html) | [www.exitmedia.net/prueba/eng/articulo.php?id=181](http://www.exitmedia.net/prueba/eng/articulo.php?id=181) | [www.artnet.com/artists/jochen-lempert/](http://www.artnet.com/artists/jochen-lempert/)

<sup>207</sup> CULTURGEST, *Jochen Lempert Trabalho de Campo*, Fundação da CGD, Lisboa, 2009

<sup>208</sup> [www.carvalho-bernucci.com/graphicdesign/jochen-lempert-recent-field/](http://www.carvalho-bernucci.com/graphicdesign/jochen-lempert-recent-field/)

<sup>209</sup> [www.culturgest.pt/actual/lempert.html](http://www.culturgest.pt/actual/lempert.html) | Ver: Anexo 3 | Entrevista Nº 5, ao curador Miguel Wandschneider.

### 3.2.25. Jorge Martins

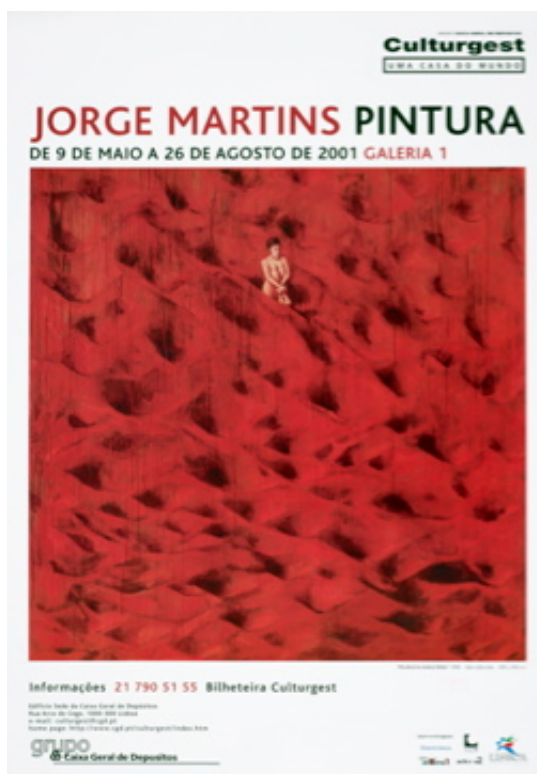


Fig. 25. Designação do Cartaz: Jorge Martins  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Jorge Martins<sup>210</sup> nasceu em 1940, em Lisboa, vive e trabalha nesta cidade. Frequentou o curso de Pintura e de Arquitetura na Escola Superior de Belas Artes de Lisboa, e o curso de Gravura na Sociedade Cooperativa de Gravadores Portugueses, local onde expôs em 1960, os seus trabalhos em aguarela e gravura.

Antes de 1974 exilou-se em Paris e depois de 1975 partiu para Nova Iorque.<sup>211</sup> Em 1993 a Fundação Calouste Gulbenkian dedicou a Jorge Martins uma retrospectiva do seu trabalho na organização de uma exposição, a qual ficou designada como “a um dos melhores pintores contemporâneos portugueses”.

Através das palavras do artista Jorge Martins, podemos encontrar uma visão característica para o seu trabalho, entre a pintura e o desenho, o “rabiscar, pintar,

<sup>210</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 25.

<sup>211</sup> [www.vpfcreamart.com/jorgemartins.swf](http://www.vpfcreamart.com/jorgemartins.swf)

desenhar foi sempre o modo de me virar para dentro, de reunir no mesmo espaço todo esse vaivém de contradições com que uma metade do meu espírito se diverte para fazer passar o tempo, enquanto que a outra se limita às duas dimensões da pintura para fazer passar o espaço.”<sup>212</sup>

“A pintura, depois a pintura, sempre a pintura. Como em *Trabalhos e os Dias de Hesíodo*, o artista tem regras, disciplina, objetivos, uma atividade diária, permanente, continuada. Tudo se resume e tudo conflui para prolongar a pintura e a sua história, como se a pintura – que já não é janela do mundo, nem descontinuidade da parede – não pudesse parar. Como se a pintura tivesse, como força do destino, que continuar como arte singular e já anti-heróica.

O artista recolhe do Moderno o seu melhor: a energia da matéria pitural, a elegia, a possibilidade de contribuir para a mudança dos olhares sobre o mundo. A pintura de Jorge Martins é trágica, densa, figural... persiste em perguntar: Falar do belo ainda tem sentido?”<sup>213</sup>

O cartaz em análise<sup>214</sup> foi projetado para a divulgação da exposição de *Jorge Martins Pintura*, organizada na Culturgest, em 2001<sup>215</sup> em Lisboa.

Este cartaz mostra a produção de uma pintura a óleo sobre tela de 1998, *Ma Dové la Nostra Follia?* Esta obra encontra-se no catálogo da exposição: “Antes do Signo, Depois da Imagem” (...) com uma descrição associada ao significado de “uma mulher sentada no solo de um imenso deserto de terra vermelha, crivada de buracos e pequenas colinas *ma dové la nostra follia?*(...)”<sup>216</sup>

---

<sup>212</sup> [www.artecapital.net/criticas.php?critica=44](http://www.artecapital.net/criticas.php?critica=44)

<sup>213</sup> CARDOSO, Marta, *Jorge Martins, Pintura*, Culturgest, Lisboa, 2001

<sup>214</sup> O cartaz em análise encontra-se no arquivo da Biblioteca Nacional, em Lisboa com a cota: CT. 9517 A.

<sup>215</sup> Em 2001, Jorge Martins realizou também uma exposição na Galeria Fernando Santos, no Porto.

<sup>216</sup> CARDOSO, Marta, *Idem*, p. 17. Em 2006 foi-lhe dedicada uma das suas maiores exposições no Centro Cultural de Belém, em Lisboa, uma mostra organizada por Margarida Veiga. Ver texto de David Santos: [www.artecapital.net/criticas.php?critica=44](http://www.artecapital.net/criticas.php?critica=44).

### 3.2.26. José Aurélio



Fig. 26. Designação do Cartaz: José Aurélio  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista José Aurélio<sup>217</sup> nasceu em 1938, em Alcobaça; é um artista plástico português. Licenciou-se em Escultura na Faculdade de Belas Arte de Lisboa, trabalha materiais como a madeira, a pedra e o bronze.

A sua produção artística está associada a uma estética minimalista, com tendências geometrizarantes.

Em 1966, desenvolveu novas formas na área da medalhística. E, entre 1964 e 1974 fundou e orientou a Galeria Ogiva, em Óbidos.

Vive e trabalha desde 1980, numa casa-atelier<sup>218</sup> em Alcobaça. A partir deste local dirige ainda o Armazém das Artes,<sup>219</sup> um local onde se encontram as esculturas do artista.<sup>220</sup>

---

<sup>217</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 26.

Através de uma descrição, após ‘uma visita ao atelier’ de José Aurélio, por Maria João Ortigão de Oliveira, podemos acompanhar os seus passos naquele que é um momento de entrada no universo deste artista, assim:

“A estrada é larga e o caminho poeirento. Depois de passado o portal, imponente e sóbrio, estamos na entrada e logo ela nos intriga: que fazem ali esses objetos de pedra e bronze, recortados ou abruptos, redondos ou incisivos? Estavam à nossa espera, garante-nos um segundo olhar. Ainda é possível encaixar na memória estes silêncios e estas formas, estes maciços e estas cores e já entrámos inquietos na porta principal. O interior prolonga sabiamente a surpresa, que se vai revelando pouco a pouco, sugerindo aqui e ali, fechando mais além para tornar a abrir daqui a pouco. Nessa espiral nos movemos, fascinados entre o princípio e o fim das coisas, maquetes e obras acabadas (...) em que nos rendemos à Criação: solene (...).”<sup>221</sup>

Para o projeto do cartaz (em análise) que serviu para a divulgação da exposição de José Aurélio, uma organização da Culturgest, em 1995.<sup>222</sup>

Segundo, Cristina Azevedo Tavares comissária desta exposição, podemos ainda aproximarmo-nos do trabalho desenvolvido pelo artista, assim e “depois de tantos textos que escrevi muitos deles conjuntamente com José Aurélio, numa parceria insubstituível, sobre aspectos específicos da sua obra (escultura, medalha, monumentos, instalação) sobre projetos realizados em conjunto como a Exposição da Culturgest “*Ouro, Prata, Marfim e Outras Especiarias*” e sobre projetos que não se realizaram, mais uma vez me encontro enredada nestes fios de Ariane que o escultor vai tecendo. (...) Devo no entanto salientar que sempre admirei o caráter profissional e empreendedor do José Aurélio, homem de mil ofícios, uma espécie de Adamastor da escultura, guardando o seu cabo em Alcoaça (...).”<sup>223</sup>

---

<sup>218</sup> A casa-atelier é simultaneamente um ponto de encontro de amadores de arte, poetas, artistas e escritores. O seu atelier ocupa as antigas instalações rurais (adaptadas) de uma antiga granja cisterciense. Aí, na paz do local e da paisagem, tão amena, junto à terra cultivada pelos antigos frades, cuja história José Aurélio conhece desde a infância, tem desenvolvido um trabalho de criação, ou melhor: de profunda reflexão sobre as formas que vai criando, sugeridas pela inspiração, naturalmente, (...) e ainda pelos materiais de que dispõe. in: FERNANDES, Ana M., FRANCISCO, H. Moita, AURÉLIO, José, *Gestos e Sinais*, Magno, Leiria, 2001, p. 5.

<sup>219</sup> [www.armazemdasartes.pt/index.php?id=40&p=1](http://www.armazemdasartes.pt/index.php?id=40&p=1)

<sup>220</sup> [pt.wikipedia.org/wiki/José\\_Aurélio](http://pt.wikipedia.org/wiki/José_Aurélio)

<sup>221</sup> FERNANDES, Ana M., FRANCISCO, H. Moita, AURÉLIO, José, *Gestos e Sinais*, p. 187.

<sup>222</sup> Cristina Azevedo Tavares (Comissária), *José Aurélio, Ouro, Prata, Marfim e Outras Especiarias*, Jornal de Exposição N.º 10, Culturgest, Lisboa, 1995

<sup>223</sup> FERNANDES, Ana M., FRANCISCO, H. M., AURÉLIO, José, *Idem*, p. 44.

### 3.2.27. José de Guimarães



Fig. 27. Designação do Cartaz: José de Guimarães  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista José de Guimarães<sup>224</sup> nasceu em 1939, em Guimarães. Licenciou-se em Engenharia na Academia Militar, em 1975. Frequentou o curso de pintura e de desenho, e ainda de gravura na Sociedade Cooperativa de Gravadores Portugueses.<sup>225</sup>

Foi bolseiro da Fundação Calouste Gulbenkian entre 1976 e 1977 e frequentou um curso de holografia no Royal Smith College da Universidade de Londres. É um artista plástico português.<sup>226</sup>

“Aos dezoito anos, José de Guimarães trabalhou numa estação arqueológica e, sabendo desenhar, o investigador-chefe pedia-lhe que desenhasse os cacos que iam

---

<sup>224</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 27.

<sup>225</sup> [pt.wikipedia.org/wiki/José\\_de\\_Guimarães](http://pt.wikipedia.org/wiki/José_de_Guimarães) | [www.citi.pt/cultura/artes\\_plasticas/pintura/guimaraes/index.html](http://www.citi.pt/cultura/artes_plasticas/pintura/guimaraes/index.html)

<sup>226</sup> [aeiou.visao.pt/jose-de-guimaraes=f540819](http://aeiou.visao.pt/jose-de-guimaraes=f540819) | [www.infopedia.pt/\\$jose-de-guimaraes](http://www.infopedia.pt/$jose-de-guimaraes)

encontrando. (...) José de Guimarães adoptou processos visuais expeditos para articular fragmentos, cacos, formas, cores ... A relatividade das estruturas em uso dependia das épocas – como a arqueologia lhe ensinou – e dos lugares – como as viagens lho confirmaram. (...) Investigou diversas técnicas de impressão e a química do papel. Sinais tipográficos pretos e áreas de cores lisas, geralmente contornadas a preto, organizavam-se (...).<sup>227</sup>

Nas palavras do artista: “Uma arte de sinais, assim se pode chamar toda a criação artística que tenho vindo a desenvolver desde 1970. Anteriormente a minha concepção de arte inseria-se nos conceitos da arte europeia de então, numa convivência muito próxima com a Pop Art.

A partir de 1967 quando iniciei a minha vivência africana, que havia de prolongar-se por sete anos, na antiga colónia portuguesa de Angola, deu-se uma evolução na minha maneira de ver a arte, derivada de um contato, tão profundo quanto possível, de toda uma cultura africana que estava largamente distanciada, nos conceitos e nas formas da cultura ocidental. (...) O estudo da etnologia africana e da arte negra permitiu-me, então, um entendimento do conteúdo das manifestações artísticas africanas cujos arquétipos culturais em que se assentavam eram apoiados em princípios e conceitos diversos e muitas vezes opostos aos meus.

Foi a partir de 1970, já na posse de uma certa bagagem de conhecimentos em relação à arte africana que realizei um alfabeto ideográfico composto de umas dezenas de caracteres gráficos (...). Entre 1970/74, realizei algumas centenas de obras que hoje considero muito importantes no meu percurso artístico e que estiveram na origem e na raiz de tudo o que faço hoje.”<sup>228</sup>

O cartaz de divulgação da exposição de José de Guimarães foi projetado para divulgar duas exposições, uma na Fundação Gulbenkian e outra na Fundação de Serralves, durante o ano de 1992.

Este cartaz mostra uma obra das obras de José de Guimarães, dos anos 1989-90, designada por, *Portuguese Ecce Homo*, uma peça que integra uma coleção particular.

---

<sup>227</sup> GONÇALVES, Rui Mário, *Arte Portuguesa 1992*, Vista Point Verlag, Colónia, 1992, p. 189.

<sup>228</sup> *Em Busca de um Mito*, Texto de José de Guimarães, no catálogo da exposição: PERNES, Fernando, RIBEIRO, José Sommer, *José de Guimarães 1962-1992*, Fundação Gulbenkian/Fundação Serralves, Lisboa/Porto, 1992.

### 3.2.28. Julio González



Fig. 28. Designação do Cartaz: Julio González  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Julio González<sup>229</sup> nasceu a 21 de Setembro de 1876, em Barcelona, e faleceu a 27 de Março de 1942, em Paris. Foi um artista catalão.

Julio González foi considerado o maior escultor da primeira metade do século XX. Cerca de 1890 Julio começou a frequentar o café “Quatro Gatos” em Barcelona, local onde conheceu Picasso. Em 1900 deixou Espanha para se instalar em Paris, onde posteriormente viveu e trabalhou. A sua escultura foi considerada abstrata e a sua pintura cubista.<sup>230</sup>

Nas esculturas de Julio González predomina o material do ferro, cuja linguagem simplificada e renovada lhe confere uma estética modernista e contemporânea no âmbito da sua produção escultórica.

---

<sup>229</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 28.

<sup>230</sup> [en.wikipedia.org/wiki/Julio\\_González\\_\(sculptor\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Julio_González_(sculptor))



As exposições<sup>231</sup> que foram sendo organizadas, para uma mostra dos trabalhos de Julio González, tentaram mostrar quase sempre, na opinião de alguns especialistas, as suas etapas mais criativas, ou seja no desenvolvimento das suas obras.

Neste âmbito foram sendo criados percursos que mostram a sua formação artística, desde Barcelona até aos seus primeiros trabalhos como pintor na cidade de Paris. Nos seus primeiros trabalhos incluem-se ainda desenhos para jóias em metal, medalhística, e para esculturas em ferro.

A partir de 1930 as suas produções evoluem em resultado da relação e colaboração com o artista Picasso, nas suas pesquisas e trabalhos no período do cubismo analítico.

O desenho e a sensibilidade em Julio González predomina no vasto espólio de pinturas e desenhos traduzidos para peças de escultura. O maior número de peças do artista encontram-se no Instituto Valenciano de Arte Moderna e no Museu Nacional de Arte Moderna, em Paris.

Em 1972 a sua filha, Roberta, doou um espólio de obras do artista, constituído sobretudo por esculturas, ao Museu de Arte Moderna de Barcelona, e ao Museu Espanhol de Arte Contemporânea de Madrid.

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em Lisboa, durante o ano de 1996.<sup>232</sup>

Este cartaz mostra uma obra de Julio González, designada por *Personaje de pie, amarillo y blanco*, de 1937. Esta peça integra o espólio da coleção do Museu Nacional Centro de Arte Reina Sofía, em Madrid,<sup>233</sup> uma instituição, com a qual foi estabelecida uma parceria, e cujo resultado se revelou numa mostra de desenhos deste artista, que assim trouxe a Portugal um espólio valorizado para integrar e possibilitar esta exposição.

---

<sup>231</sup> SERRA, Tomàs Llorens, *Julio González, catálogo razonado de las pinturas, esculturas y dibujos, Vol. I 1900-1918*, Valencia, IVAM – Instituto Valencia D'Art Modern, 2007 | KIRILLI, Alain, *Homenaje a Julio González*, Institut Valencià D'Art Modern, Valencia, 2003.

<sup>232</sup> *Desenhos de Julio González, na Coleção do Centro de Arte Reina Sofia*, Jornal de Exposição Nº 19, Culturgest, Lisboa, 1996

<sup>233</sup> Esta obra encontra-se no catálogo: DONATE, Mercè, *Julio González, retrospectiva*, Museu Nacional Centro de Arte Reina Sofia, Madrid, 2008, p. 184.

### 3.2.29. Luc Tuymans/Mirosław Balka

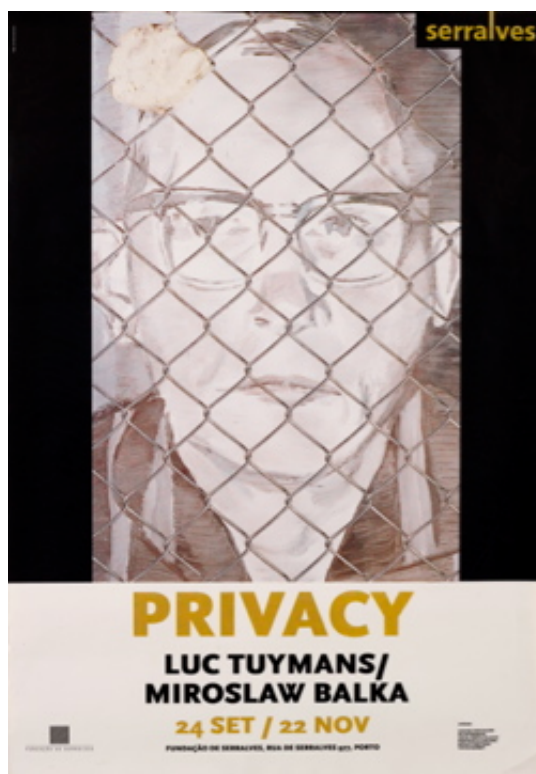


Fig. 29. Designação do Cartaz: Luc Tuymans/Mirosław Balka  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Luc Tuymans<sup>234</sup> nasceu em 1958, em Mortsel (Bélgica); vive e trabalha em Antuérpia.<sup>235</sup> O artista Mirosław Balka nasceu em 1958, em Varsóvia e frequentou a Escola de Belas Artes nessa cidade. Trabalha em Otwock, na Polónia.<sup>236</sup>

*Privacy* foi a designação atribuída à exposição, tendo sido organizada e produzida pela Fundação de Serralves, e cujo resultado, foi um diálogo estabelecido entre os dois artistas Luc Tuymans e Mirosław Balka.

---

<sup>234</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 29.

<sup>235</sup> en.wikipedia.org/wiki/Luc\_Tuymans | RAMOS, Maria, *Privacy, Luc Tuymans/Mirosław Balka*, Fundação de Serralves, Porto, 1998, p. 216.

<sup>236</sup> en.wikipedia.org/wiki/Mirosław\_Balka | RAMOS, Maria, *Idem*, p. 230.

A pintura de Luc Tuymans anota, com invulgar densidade psicológica, lugares, figuras e memórias que se associam por vezes ao intimismo de espaços autobiográficos.

As esculturas de Miroslaw Balka evidenciam igualmente uma íntima consciência do passado, constituída por memórias da sua vida, família e cultura.

“O diálogo entre dois artistas permite descobrir e valorizar aspectos por vezes menos visíveis nas suas obras, para além da cumplicidade e das “afinidades electivas” que lhe são implícitas. *Privacy* salienta, por um lado, a privacidade e o intimismo que sempre caracterizaram as obras destes dois artistas; por outro lado, põe em questão a memória e a natureza doméstica do espaço da casa em que se apresenta, numa relação intensa mas nem sempre pacífica. (...)

Nas pinturas e esculturas de Tuymans e de Balka desenvolve-se uma dúvida metódica acerca da razão, aliando a sua dissolução de sentidos à exposição da amnésia cultural do mundo contemporâneo. A razão vê-se devolvida a um modo mais primitivo de conhecimento, entre a realidade e a sua representação, a ausência e a perda.”<sup>237</sup>

A apresentação pela primeira vez em Portugal das obras destes dois artistas, permitiu aliar o conhecimento de um pintor que constitui uma das maiores revelações dos últimos anos, ao conhecimento da obra de um dos escultores mais originais reconhecidos na última década.

O cartaz em análise mostra uma composição de obras de Luc Tuymans de 1992, *Der Diagnostische Blick II*, produção que integra a coleção de Kaiser Wilhelm Museum, em Krefeld.<sup>238</sup>

O cartaz projetado serviu para a divulgação da exposição, organizada na Fundação de Serralves, em 1998.

---

<sup>237</sup> “Esta exposição, ao reunir estas duas obras, reúne igualmente alguns dos momentos mais significativos do cruzamento entre criação artística e a memória cultural e social perceptível nas obras destes dois artistas.”  
Texto de Vicente Todolí (Diretor do Museu de Serralves), no catálogo da exposição: RAMOS, Maria, *Privacy, Luc Tuymans/Miroslaw Balka*, Fundação de Serralves, Porto, 1998, p. 29.

<sup>238</sup> [www.kunstmuseenkrefeld.de/e/](http://www.kunstmuseenkrefeld.de/e/)

### 3.2.30. Mario Merz

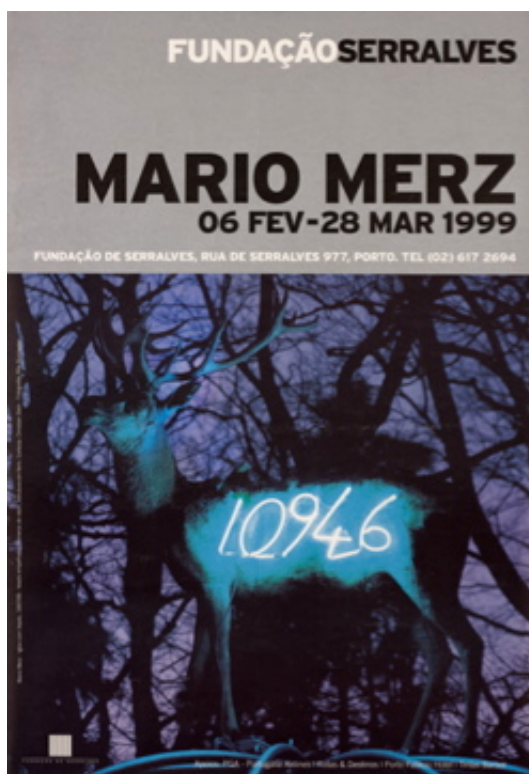


Fig. 30. Designação do Cartaz: Mario Merz  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Mario Merz<sup>239</sup> nasceu a 1 de Janeiro de 1925, em Milão, e faleceu a 9 de Novembro de 2003, em Itália. Foi um artista italiano que ficou associado ao movimento de Arte Povera,<sup>240</sup> na segunda metade do século XX.<sup>241</sup>

As estruturas em forma de *igloos* são a forma mais fácil de identificar a obra de Mario Merz. O *igloo* delimita um território, criando a separação entre espaço

---

<sup>239</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 30.

<sup>240</sup> O termo Arte Povera, aplicado, pela primeira vez, por Germa Celant, é originário do contexto artístico italiano de finais dos anos sessenta. Integra artistas como Gilberto Zorio, Giovanni Anselmo, Jannis Kounellis, Michelangelo Pistoletto e Mario Merz. A arte povera corresponde a uma atitude anti-comercial e constitui uma forma de afirmação perante a industrialização e perfeccionismo tradicional da arte moderna. O adjetivo "povera" alude à sua capacidade de "tecnologicamente pobre num mundo tecnologicamente rico". O uso de materiais simples e elementos ligados à natureza, como a pedra, o carvão, a terra, a eletricidade, os elementos vegetais, os têxteis, o vidro, são preferidos pela capacidade de mutação, marcando a passagem do tempo.

<sup>241</sup> [en.wikipedia.org/wiki/Mario\\_Merz](http://en.wikipedia.org/wiki/Mario_Merz) | [www.infopedia.pt/\\$mario-merz](http://www.infopedia.pt/$mario-merz)

interior e espaço exterior, tal como as cabanas e cúpulas de estruturas primitivas. Os seus limites estabelecem a fronteira entre o cheio e o vazio e a sua forma materializa a ideia de um espaço absoluto e autónomo, que não é modelado, pois trata-se de um hemisfério que é colocado no chão. Embora ligado a interpretações cósmicas e simbólicas, o *igloo* é entendido como lugar de salvação e pólo de energia.

Para Mario Merz, o *igloo* trata-se de uma forma orgânica ideal, simultaneamente um mundo e uma pequena casa.

Mario Merz apresentou na Fundação de Serralves uma exposição especificamente concebida para este espaço: *A Casa Fibonacci*.<sup>242</sup> Nesta casa, o artista utilizou uma sucessão numérica de Fibonacci, na qual séries de números crescem de uma forma quase orgânica (trata-se de uma série simples de números, cuja sucessão deriva da adição dos dois números anteriores, partindo do zero).

Segundo Merz: “*Um conjunto de números é uma casa*”. Os materiais que o artista utilizou: néon como fonte, concentração e expansão de luz e energia, conjugado com materiais orgânicos e minerais, os ramos de árvores, o ferro e os desperdícios de vidro.

No cartaz em análise, podemos visualizar uma instalação designada por, *Igloo com Veado*, uma obra de 1997/99.

Este cartaz foi projetado para divulgar a primeira apresentação sistemática ao público português, da produção artística de um dos mais significativos criadores da Arte do século XX. Mario Merz, esteve em representação na Fundação de Serralves, em 1999.<sup>243</sup>

---

<sup>242</sup> [www.serralves.pt/actividades/detalhes.php?id=793](http://www.serralves.pt/actividades/detalhes.php?id=793)

<sup>243</sup> “A exposição de Mario Merz na Fundação de Serralves continua a apresentar o percurso do artista, que se transforma de uma forma orgânica e num contínuo indiscernível. Com uma obra que se constrói em torno da tipologia do *Igloo* como forma prototípica de habitação, o trajeto de Merz é o de artista sem evolução, o que, aliás, não configura nenhum tipo de detração”. SARDO, Delfim, *Mario Merz em Serralves Casa x Casa*, in: *Arte Ibérica*, Nº 22, Março de 1999, p. 10.

Catálogo: MERZ, Beatrice, GENNARI, Grazia, RAMOS, Maria, *Mario Merz*, Fundação de Serralves, Porto, 1999.

### 3.2.31. Modigliani

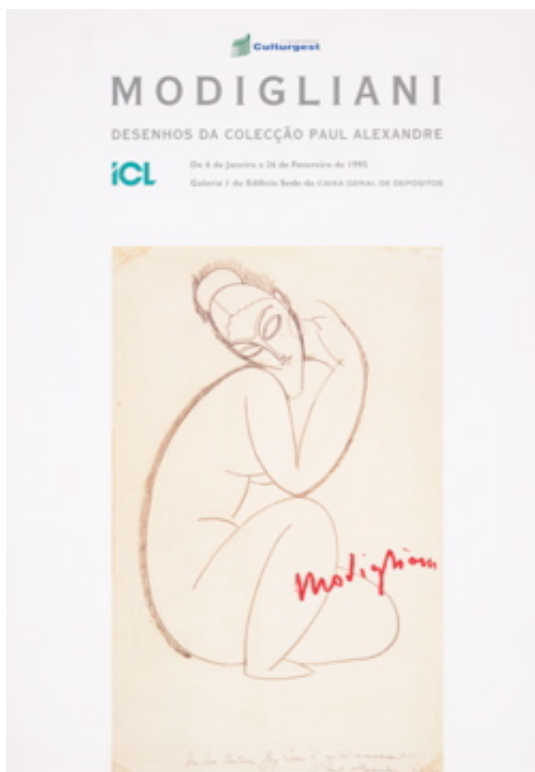


Fig. 31. Designação do Cartaz: Modigliani  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Amedeo Modigliani<sup>244</sup> nasceu em Livorno a 12 de Julho de 1884, e faleceu a 24 de Janeiro de 1920, em Paris, e oriundo de uma família de judeus. Foi um artista plástico e um escultor italiano que viveu em Paris.<sup>245</sup>

O seu trabalho não se integra em nenhum movimento artístico do século XX, pois a sua obra caracterizou-se por um estilo próprio e uma autonomia artística, no entanto, o seu contributo é profundo e inspirador para a arte moderna da primeira metade do século XX.

Modigliani sofreu influências puras da arte africana, sobretudo das máscaras, o seu trabalho mostra uma inspiração ao nível do desenho, nos alongamentos da forma

---

<sup>244</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 31.

<sup>245</sup> [pt.wikipedia.org/wiki/Amedeo\\_Modigliani](http://pt.wikipedia.org/wiki/Amedeo_Modigliani) | [en.wikipedia.org/wiki/Amedeo\\_Modigliani](http://en.wikipedia.org/wiki/Amedeo_Modigliani)

humana, rostos e corpos são alongados, uma inspiração ainda na obra do escultor romeno Constantin Brancusi, com quem conviveu em Montparnasse, Paris.<sup>246</sup>

A obra de Modigliani demonstra numa representação dos corpos, 'uma revelação da alma humana' ou um desnudamento da própria alma.

Por volta de 1916, dedicou-se à escultura, e nos anos seguintes a sua pintura desloca-se para o corpo, "modelado com uma combinação de contornos sinuosos de um traço intenso e uma pincelada pastosa que cria qualidades táctis.

O peculiar enquadramento corta a figura no meio das coxas e faz com que o seu corpo inunde toda a tela. Embora em certas ocasiões apareça na característica pose de 'Vénus púdica', a modelo mostra-se, geralmente, numa atitude de abandono ausente que só faz aumentar a sua carga erótica."<sup>247</sup>

O cartaz em análise mostra um obra de Modigliani, *Femme nue en genuflexion sur la jambe gauche*.<sup>248</sup>

A imagem utilizada no cartaz e que serviu para a divulgação da exposição, foi a mesma usada no catálogo, que serviu para esta exposição. Tratou-se de facto de uma exposição itinerante pelas cidades de Veneza, Londres, Colónia, Bruges, Tokyo e em Lisboa. Foi na Culturgest, onde esteve patente esta mostra de trabalhos, pertencente à Coleção Paul Alexandre,<sup>249</sup> e que se constitui por pinturas, desenhos e documentos relativos ao artista.<sup>250</sup>

---

<sup>246</sup> [www.ibiblio.org/wm/paint/auth/modigliani/](http://www.ibiblio.org/wm/paint/auth/modigliani/)

<sup>247</sup> Ver: RUIZ, José Maria, *Modigliani*, Globus, Espanha, 1995, Ilustração nº 32 e 33.

<sup>248</sup> "Femme nue assise sur la jambe gauche, le genou droit révélé, les corps de profil droit, la tête de face inclinée sur l'épaule droite, le coude droit sur le genou droit, la main droite au niveau du visage. Crayon gras, 43 x 26, 5 (inv. 106). Dedicacé Par Paul Alexandre 'Au cher Docteur Guy Vourc'h son très reconnaissant Dr Paul Alexandre.'" in: ALEXANDRE, Noel, *Modigliani, Documents et Dessins de la Collection Paul Alexandre*, Fonds Mercator Paribas, Paris, 1994, p. 457 e 458. [Trata-se do catálogo da exposição itinerante sobre Modigliani.]

<sup>249</sup> Em 1907 Modigliani conheceu o que foi o seu primeiro mentor em Paris, Paul Alexandre, médico que tinha criado uma espécie de falanstério de artistas num edifício ocupado da rue Delta, em Paris.

Ver: RUIZ, José Maria, *Modigliani*, Globus, Espanha, 1995, p. 7.

<sup>250</sup> A organização da exposição em Lisboa foi da responsabilidade de Maria de Fátima Ramos, o catálogo e o itinerário da exposição foi da responsabilidade de Marot S.A., em Bruxelas. No espaço expositivo da Culturgest, em Lisboa, a exposição esteve patente de 6 de Janeiro a 26 de Fevereiro de 1995. ALEXANDRE, Noel, *Idem*.

### 3.2.32. Nam June Paik



Fig. 32. Designação do Cartaz: Nam June Paik  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Nam June Paik<sup>251</sup> nasceu a 20 de Julho de 1932, em Seul, e faleceu a 29 de Janeiro de 2006, em Miami. Foi um artista sul-coreano. Ficou associado à criação do conceito Videoarte.<sup>252</sup>

O Museu Vostell,<sup>253</sup> em Malpartida, próximo de Cáceres, em Espanha, integra no seu espólio um conjunto de obras de Nam June Paik. Encontram-se ainda neste museu, numa coleção permanente, uma área dedicada ao movimento Fluxus.<sup>254</sup>

---

<sup>251</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 32.

<sup>252</sup> [www.paikstudios.com](http://www.paikstudios.com)

<sup>253</sup> A arte de Vostell vive e respira força bruta. | [www.museovostell.org](http://www.museovostell.org)

<sup>254</sup> O Fluxus resistiu a uma definição. Não era nem pintura nem escultura, nem teatro, nem literatura, nem filme ou música, embora tivesse nascido num ambiente musical vanguardista e tivesse sido impensável sem John Cage. in: WALTHER, Ingo, *Arte do Século XX*, Vol. II, Taschen, Colónia, p. 585.



Nam June Paik foi um pioneiro e o mais ousado experimentador da arte vídeo, educado na escola do grupo Fluxus. Em 1963 apresentou a sua primeira experiência vídeo em Wupperstal, juntamente com Wolf Vostell, também membro do grupo Fluxus.

A obra de Paik caracteriza-se por composições escultóricas que integram vídeos e sobretudo com a multiplicação do número de ecrãs e de imagens que mudam.

Em 1993, na Bienal de Veneza Nam June Paik revestiu uma parede de ecrãs de televisão, que transmitiam ao mesmo tempo imagens e sons variados, criando através de um ambiente totalmente escuro uma ausência de fronteira entre a realidade e a irrealidade.

“A rapidez das interações visuais e sonoras produz uma espécie de desvario sensorial, que não deixa de evocar as condições de vida da era-pós moderna. As misturas, a variedade e as associações psicadélicas da arte vídeo parecem, de fato, remeter para a coexistência de heterogeneidades – raciais, linguísticas, culturais – que se podem encontrar na sociedade contemporânea.

O ritmo da arte vídeo pode ser mais lento e mais meditativo, mas nesse caso, o autor serve-se do poder de sedução do ecrã para impor à atenção do espectador imagens violentas, dificilmente suportáveis num ambiente diferente.”<sup>255</sup>

O cartaz em análise, mostra uma obra designada por *Árvore*<sup>256</sup> de Nam June Paik.<sup>257</sup> Esta instalação escultórica foi criada a partir de vídeos, e trata-se de um comentário sobre a sociedade em que o papel já está obsoleto, ou seja, porque toda a informação será a partir de então electrónica.

Este cartaz foi projetado para a divulgação da maior exposição realizada em Portugal sobre a obra de Nam June Paik.

---

<sup>255</sup> FERRARI, Silvia, *Guia de História da Arte Contemporânea*, Editorial Presença, Lisboa, 2001, p. 137.

<sup>256</sup> *More Log-in: Less logging*, composição: 4 móveis de televisão, 1 estrutura de alumínio, fios eléctricos, 3 televisores kec9”, 13 televisores sony 13”, 2 leitores de discos, 2 discos laser. As pessoas guardam toda a informação nos respectivos computadores (mais log-in) salvando assim todos os anos milhões de árvores de serem cortadas (menos logging). | Galeria Carl Solway e Fort Lauderdale Museum of Art (Organização), *A Super Auto-Estrada Electrónica Nam June Paik nos Anos 90*, Jornal de Exposição, Culturgest, Lisboa, 1996.

<sup>257</sup> “Em 1960, Nam June Paik perguntou a John Cage, quando se encontraram no palazzo de Peggy Guggenheim, em Veneza: Porque compões? Na descrição do próprio Paik, o diálogo terá prosseguido assim: - Porque prometi a Schoenberg que o faria. – Mas porque é que ainda continuas a compor? – Porque é importante fazer coisas sem sentido.” SARDO, Delfim, *O Corpo Elétrico: Nam June Paik A Super Auto-Estrada Electrónica*, in: *Arte Ibérica*, Nº 1, Dez. 1996, p. 32 a 36. | Filmografia: *The Electronic Super Highway, Nam June Paik in the 90's*, Jud Yalkut (Director), Lightbome, inc., Cincinnati, Ohio

### 3.2.33. Neal Slavin



Fig. 33. Designação do Cartaz: Neal Slavin  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O fotógrafo americano Neal Slavin<sup>258</sup> nasceu em 1941. As suas fotografias encontram-se no Museu de Fotografia Contemporânea, em Chicago, e em diversas coleções particulares e museológicas.<sup>259</sup>

Durante o ano de 1971, foi publicado nos Estados Unidos da América um livro designado por *Portugal*. O seu autor foi Neal Slavin, na altura era um jovem fotógrafo americano que tinha vindo a Portugal em 1968, integrado numa bolsa Fulbright.

Segundo alguns críticos portugueses, na área de fotografia, salientaram este acontecimento como algo que passou despercebido no nosso país, e assim

---

<sup>258</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 33.

<sup>259</sup> [www.mocp.org/collections/permanent/slavin\\_neal.php](http://www.mocp.org/collections/permanent/slavin_neal.php) | [www.slavens.net/bios/neal\\_slavin.htm](http://www.slavens.net/bios/neal_slavin.htm)

descreveram este momento, “como sempre o livro e a sua obra passam despercebidos em Portugal.

No entanto, o fotógrafo Jorge Guerra, nos inícios dos anos 60, influenciado pelas fotografias de Cartier-Bresson e pela exposição de Vitor Palla/Costa Martins, “Lisboa, cidade triste e alegre”, na Galeria Diário de Notícias, em 1965, tinha realizado, também, um trabalho (a expôr e publicar na íntegra pela Ether em 1991) que, sem sabê-lo, fazia a ligação com a visão inovadora de Neal Slavin.

A fotografia em Portugal é feita destes segredos insuspeitos, de ligações subtis e invisíveis. Neal slavin tinha 27 anos quando veio a Portugal. As raízes de toda a sua obra podem ser detectadas nessas fotografias de 1968: nunca deixou de revelar um interesse especial pelos retratos de pose, em particular os de grupo, pelo acerto absoluto de uma composição audaciosa nos instantâneos ou iluminações ambíguas e pelo registo de pormenores tradicionais de natureza simbólica.

Não deixou ainda de ser interessante perceber a influência simultânea da “fotografia de rua” americana e da pintura e escultura do Renascimento italiano que foi o seu tema de estudo até 1968.

Desde 1970 que se dedica exclusivamente à fotografia e ao seu ensino através de “workshops”. A partir de 1972, trabalha em fotografia a cores e aprofunda o seu tratamento técnico em laboratório. Em 1973 decide trabalhar em colaboração com empresas, organizações e instituições, através de pesquisas de natureza antropológica e social.<sup>260</sup>

O cartaz em análise<sup>261</sup> foi concebido para divulgar a exposição de fotografia designada por, *Neal Slavin - Portugal 1968*. Esta mostra foi constituída por 45 fotografias. Tendo sido preparada para a Fundação de Serralves pelo autor.

A realização da exposição foi possível no âmbito do Fotoporto, uma Bienal de Fotografia, que teve lugar na cidade do Porto em 1990.

Esta mostra foi a concretização de um “desejo antigo” de António Sena, o então Comissário da exposição, e cujo objetivo era dar um “corpus” à fotografia em Portugal.<sup>262</sup>

---

<sup>260</sup> Ver a página 'Uma situação' no catálogo da exposição realizada na Fundação de Serralves: PERNES, Fernando, *Neal Slavin - Portugal 1968*, Fundação de Serralves, Porto, 1990.

<sup>261</sup> A edição do cartaz para a exposição foi uma oferta especial da empresa Marca – Artes Gráficas.

<sup>262</sup> “Ver a obra de Neal Slavin em Portugal é um acontecimento na compreensão da fotografia portuguesa contemporânea pelo olhar de um “estrangeiro” em 1968.” Ver: SENA, António, ‘Uma explicação’, in: PERNES, Fernando, *Idem*. | [www.nealslavin.com](http://www.nealslavin.com)

### 3.2.34. Picasso

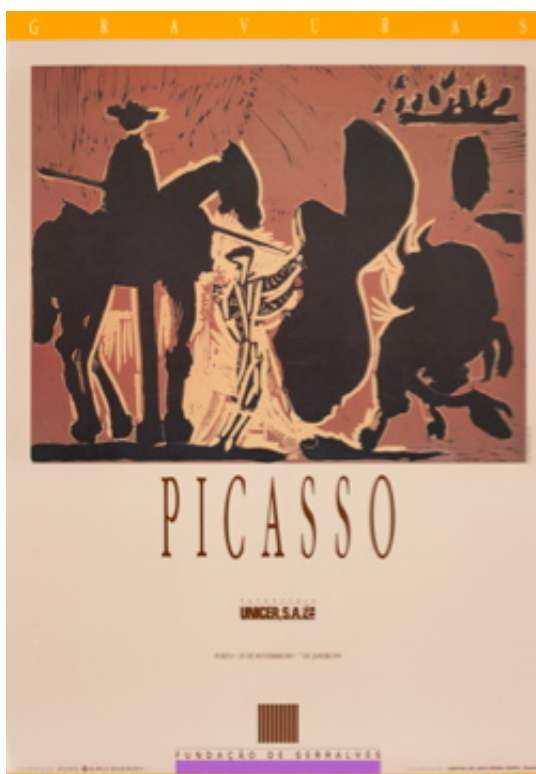


Fig. 34. Designação do Cartaz: Picasso  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

Pablo Picasso<sup>263</sup> nasceu a 25 de Outubro de 1881, em Málaga, Espanha, e faleceu a 8 de Abril de 1973 em Mougins, França. Foi um artista versátil, utilizou quase todo o tipo de materiais, criando obras em pintura, escultura, cerâmica e desenho, desenvolveu ainda a vertente da poesia.

O artista Pablo Picasso ficou conhecido sobretudo pela criação e desenvolvimento do movimento Cubismo, a primeira forma de arte radicalmente nova, tendo sido ainda um mestre na arte do século XX.<sup>264</sup>

“Os inícios da arte gráfica de Picasso situam-se por volta de 1897; ele tem então 16 anos e, de Madrid, tenta que lhe publiquem um desenho (que ele próprio caracteriza como “extravagante” na revista ‘Barcelona Comica’.”<sup>265</sup>

<sup>263</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 34.

<sup>264</sup> en.wikipedia.org/wiki/Pablo\_Picasso | WALTHER, Ingo, *Picasso*, Taschen, Colónia, 2002

Picasso para além de desenhar e pintar, experimentou ainda a técnica da água-forte para reproduzir o seu trabalho, contudo não se limitou a esta técnica e realizou através da gravura algumas das suas publicações.

“Este contributo de Picasso para a introdução do cubismo no livro e na arte gráfica (de 1909 a 1915) é de importância capital. Contemporâneo do contributo de Braque, e superior a este, é anterior ao de Villon cujas pontas-secas só serão executadas em 1913 (apesar de serem então melhor conhecidas do público em consequência da sua exibição no Salão de Outono desse mesmo ano).

A propósito das ilustrações ... ‘o regresso de Picasso (que voltara em 1919) ... marca o regresso de uma arte nova na qual as linhas puras seguem as linhas das coisas simples e vulgares da natureza. Picasso volta à gravura em 1918-1919. Toma-se necessário. Executa os convites e a capa do catálogo de uma exposição na Galeria Rosenberg na qual ele expõe duas litografias.

A gravura para os convites é de inspiração cubista, a capa é de um estilo sugestivo de Ingres. Segue-se uma série de litografias sem sombras, só com traço, próximas dos seus quadros (...). Entretanto, Picasso trabalha para si próprio (...) e por encomenda, criando séries (...).”<sup>266</sup>

O cartaz em análise mostra uma gravura de Picasso da série *Tauromaquia*, produzida entre 1948 e 1959.

O cartaz foi projetado para a divulgação da exposição organizada na Fundação de Serralves, no Porto. Tendo sido possível a sua realização com a colaboração do Centro de Arte Reina Sofia, em Madrid, conhecido como Museu Nacional de Arte Moderna de Espanha.

---

<sup>265</sup> PERNES, Fernando, *Picasso*, Fundação de Serralves, Porto, 1989, s/p.

<sup>266</sup> Através da Gravura “Goya e Picasso ... Poetas do amor e da morte, os dois lutaram pela liberdade. E exprimiram radicalmente o absurdo ou o desespero no testemunho da monstruosidade bélica, acontecida por diferentes idades históricas mas traduzida em idêntico empenhamento tão denunciante quanto clamoroso. Aconteceu ainda que ambos morreram num exílio francês...” in: PERNES, Fernando, *Idem*.

### 3.2.35. Robert Mangold

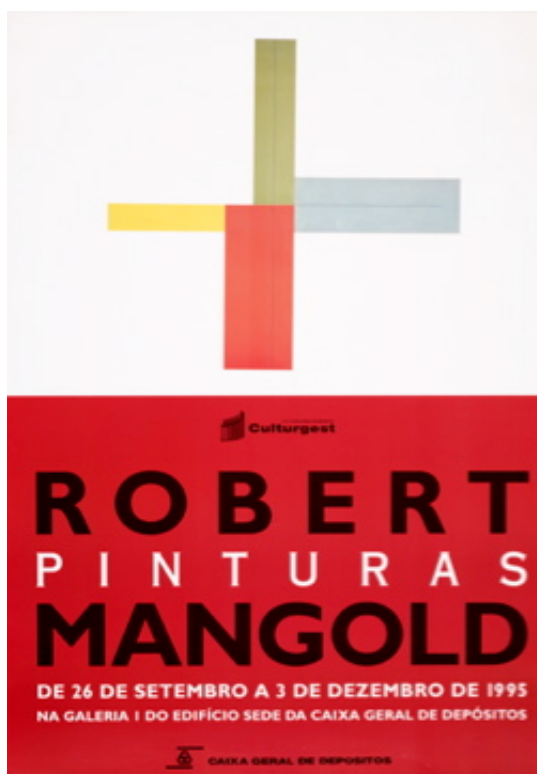


Fig. 35. Designação do Cartaz: Robert Mangold  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Robert Mangold<sup>267</sup> nasceu a 12 de Outubro de 1937, em Nova Iorque. Trata-se de um artista americano que ficou associado à pintura minimal do século XX.<sup>268</sup>

Em 1964, realizou a sua primeira exposição individual no Thibaut Gallery, onde expôs as suas pinturas *Wall* e *Area*, painéis de contraplacado revestido, regularmente pulverizado com tinta. Em 1967 expôs *Circle paintings*, segmentos de alvenaria, na Fischbach Gallery em Nova Iorque.<sup>269</sup>

Durante os anos 70, o artista concentrou-se sobretudo numa linguagem formal mais geométrica e mais estrita, produzindo pinturas em forma de X e imagens ilusionárias.

---

<sup>267</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 35.

<sup>268</sup> [en.wikipedia.org/wiki/Robert\\_Mangold](http://en.wikipedia.org/wiki/Robert_Mangold)

<sup>269</sup> [www.barbarakrakowgallery.com/robert-mangold](http://www.barbarakrakowgallery.com/robert-mangold) | [www.saatchi-gallery.co.uk/aip/robert\\_mangold.htm](http://www.saatchi-gallery.co.uk/aip/robert_mangold.htm)

*Brown Framel Gray Ellipse*, foi uma obra pintada em 1987, e que marca uma transição para os dípticos assimétricos e bicolores para um traço de pincel mais independente.

Robert Mangold pode ser considerado um dos pioneiros da pintura minimal e fundamental.<sup>270</sup> “A preferência fundamental do artista pelas qualidades materiais do quadro permite-lhe redefinir o seu papel quer em relação ao pormenor, quer em relação ao conjunto. As linhas de contorno e as formas internas, as superfícies de cor e as linhas a grafite, os tons da cor e as estruturas de superfície – todos estes elementos adquirem um valor muito mais direto e determinante, jamais atingido na pintura.

Através das combinações e do desenvolvimento das suas possibilidades, que Mangold não deixa de prosseguir, estes elementos formam agora a base de uma variedade surpreendente de novos enunciados e de uma abertura da pintura a soluções ainda por inventar.

Segundo Mangold, no que se refere à função de expansão dos elementos, é determinante que estes não apareçam em primeiro plano como fenómeno isolado, mas que se integrem coerentemente, contribuindo para o efeito da pintura como um todo. Nas suas palavras: “Penso que a questão central na minha pintura é o fato de eu sempre ter querido que esta tivesse uma unidade: nada deveria sobrepor-se a nada...

Não queria que vissem cor e não queria que vissem forma. Queria que todos os elementos – a linha de contorno, a linha interna, a cor da superfície, etc. – fossem equivalentes. Queria que eles estivessem tão totalmente interligados que se tomassem inseparáveis. Nenhuma parcela do quadro deveria ser mais importante que outra – nem mesmo a ideia.”<sup>271</sup>

No cartaz em análise, tendo sido projetado para a divulgação da exposição de Robert Mangold, organizada na Culturgest, em Lisboa, mostra-se uma pintura designada por, *Pintura + Quatro Cores (Verde, Amarelo, Vermelho, Azul)*, uma produção de 1982.

---

<sup>270</sup> WALTHER, Ingo, *Arte do Século XX*, Vol. II, Taschen, Colónia, p. 766.

<sup>271</sup> Jomal de Exposição Nº 15, *Robert Mangold, Pinturas*, Culturgest, Lisboa, 26 de Setembro de 1995, p. 5. | [www.donaldyoung.com/mangold/robert\\_mangold\\_index.html](http://www.donaldyoung.com/mangold/robert_mangold_index.html) | [www.berggruen.com/artists/robert-mangold/](http://www.berggruen.com/artists/robert-mangold/)

### 3.2.36. Sean Scully

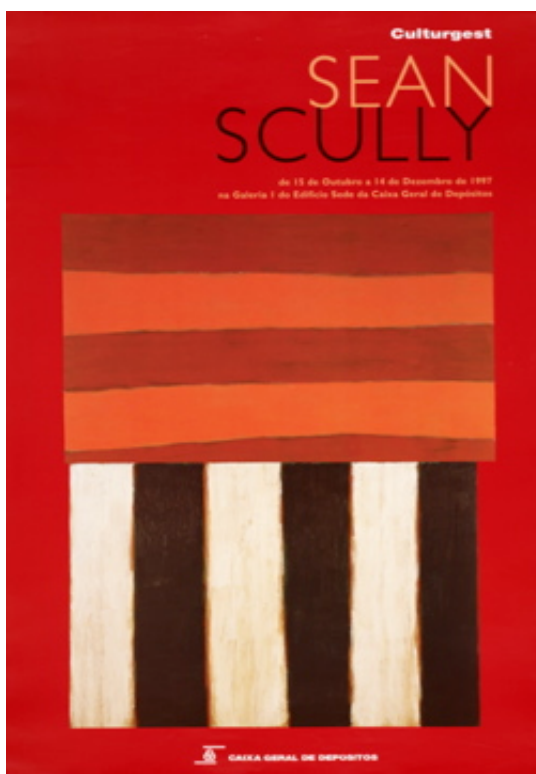


Fig. 36. Designação do Cartaz: Sean Scully  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

O artista Sean Scully<sup>272</sup> nasceu a 20 de Junho de 1945, em Dublin, na Irlanda. É um pintor e gravurista irlandês-americano.

O seu percurso teve início entre 1960 e 1962, quando começou a trabalhar como aprendiz numa tipografia, em Londres, seguindo-se posteriormente a experiência de trabalho num estúdio de design gráfico.

Durante o ano de 1969, passou parte do Verão em Marrocos e os padrões das riscas dos tapetes e das tendas marroquinas, despertaram a sua atenção, tendo sofrido influências evidentes na sua pintura a partir desta inspiração.

---

<sup>272</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 36.



Seguindo-se a descoberta da pintura do artista Mark Rothko,<sup>273</sup> a partir do qual sente uma forte inspiração na cor e na forma, descobrindo ainda através de Rothko o universo da pintura abstrata.

Em 1975, mudou-se para os Estados Unidos da América e instalou-se em Nova Iorque. Em 1983, naturaliza-se americano.

Foi professor na Academia de Belas Artes de Munique e atualmente vive e trabalha em Nova Iorque, Barcelona e Munique.<sup>274</sup>

As pinturas de Sean Scully são composições de painéis de carácter abstrato. A tinta é espessa para criar texturas. As suas pinturas são muitas vezes construções arquitetónicas de paredes adjacentes e painéis de riscas pintadas. Nos últimos anos tem aumentado a sua tendência por riscas e estas têm-se implementado como padrões de composições cuja associação o próprio artista faz com os tabuleiros de xadrez.

“As formas abstratas de Sean Scully habitam a superfície do quadro e resistem a todo o aprofundamento, como se fossem bóias. Não se distinguem do quadro como se este fosse fundo, mas fundem-se com o que de fundo possa haver ainda para assegurar a vitória de um espaço liso, tranquilamente repousando à superfície.”<sup>275</sup>

O cartaz em análise foi concebido para a divulgação da exposição de Sean Scully na Culturgest, em Lisboa, em 1997.

Este cartaz mostra uma obra do artista designada por, *Catherine*,<sup>276</sup> de 1983. Trata-se de uma série de pinturas designadas por *Catherine Paintings*, cuja primeira exposição desta temática teve lugar no Museu de Arte Moderna de Fort Worth, no Texas, em 1993.

---

<sup>273</sup> Mark Rothko nasceu em 1903 na Lituânia e em 1970 tornou-se um pintor americano natural da Lituânia. Em 1935 fundou o grupo expressionista “The Ten” com Adolf Gottlieb. Juntamente com Baiotes, Motherwell e Newman iniciou o Subject of the Artist School, que fechou em 1950. WALTHER, Ingo F., *Arte do Século XX*, Vol. II, Taschen, Colónia, p. 798. “O pintor Rothko tentou tomar o espaço visível através da cor e sem referência à realidade exterior. Rothko utilizou bandas ou blocos retangulares, esborratados nas extremidades, que davam a impressão de flutuar num espaço indeterminado. O sentido espacial de Rothko tinha origem na experiência real, nas vastidões das terras americanas, mais particularmente do Oregão, onde o artista foi confrontado com um espaço aparentemente interminável que lhe deu a impressão de que o seu próprio eu desaparecera.” WALTHER, Ingo F., *Arte do Século XX*, Vol. I, Taschen, Colónia, p. 290.

<sup>274</sup> en.wikipedia.org/wiki/sean.scully

<sup>275</sup> DOUGLAS, Caroline, *Sean Scully*, Jornal de Exposição Nº 31, Culturgest, Lisboa, 1997, p. 7.

<sup>276</sup> A obra de arte no cartaz encontra-se no capítulo *Catherine Paintings* do catálogo: Galerie Nationale du Jeu de Paume, *Sean Scully*, Éditions du Jeu de Paume, Paris, 1996, exposição em que o comissário foi Daniel Abadie.

### 3.2.37. Tom Wesselmann



Fig. 37. Designação do Cartaz: Tom Wesselmann  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

Tom Wesselmann<sup>277</sup> nasceu a 23 de Fevereiro de 1931, em Cincinnati (Ohio), e faleceu a 17 de Dezembro de 2004. Foi um pintor norte-americano. Estudou no Hiram College entre 1949 e 1951, tendo-se matriculado em seguida na Universidade de Cincinnati onde se licenciou em Psicologia.

A sua primeira exposição individual foi em 1961, na Tanager Gallery, organizada por Alex Katz.

Wesselman participou em alguns *happenings* de Claes Oldenburg e as suas obras começaram a ser cada vez mais realistas, sobretudo devido à incorporação de objectos recortados de cartazes publicitários.

---

<sup>277</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 37.

Chegaram-lhe então notícias de que outros pintores, como Roy Lichtenstein ou James Rosenquist, também utilizavam esse tipo de imagens, o que não lhe agradava muito, devido à preocupação em individualizar a sua obra.<sup>278</sup>

“Em 1963 incorpora objetos tridimensionais às colagens em obras como *Grande Nu Americano nº 48* ou a série de *Colagens sobre a Banheira*, ao mesmo tempo que, ao tomarem-se mais realistas, os seus nus adquirem uma carga erótica que caracteriza grande parte da obra do artista.

Wesselmann experimenta todo o tipo de recursos que aumentam a intensidade e singularidade da obra, incluindo fitas gravadas ou rádios e televisores em funcionamento.”

Wesselmann publicou em 1980, uma monografia acerca da sua obra, escrita por ele na terceira pessoa sob o pseudónimo de Slim Stealingworth. “Contudo, longe de se confinar às linguagens já conquistadas, a sua obra dará um importante salto qualitativo em 1983, quando termina os primeiros trabalhos em metal recortado, técnica que captará a maior parte da sua atenção a partir daí e que irá aperfeiçoando graças ao computador. Wesselmann descarrega neste suporte os seus temas habituais – nus e naturezas-mortas – e outros quase inéditos na sua obra anterior, como sejam a paisagem.”<sup>279</sup>

O cartaz em análise foi projetado para a divulgação da exposição do artista Tom Wesselmann, em Lisboa, no espaço da Culturgest, em 1996.<sup>280</sup>

Este cartaz mostra uma pintura designada por *Grande Nu Americano Nº 53*, de 1964, na qual o artista insiste que, apesar da eventual carga erótica dos seus nus, estes não pretendem ser retratos, mas imagens genéricas, por mais que sejam realizados a partir de esboços do natural.<sup>281</sup>

---

<sup>278</sup> RUIZ, José Maria, *Tom Wesselmann*, Globus, Madrid, 1996, p. 8. | [en.wikipedia.org/wiki/Tom\\_Wesselmann](http://en.wikipedia.org/wiki/Tom_Wesselmann)

<sup>279</sup> RUIZ, José Maria, *Idem*, p. 8. | [tomwesselmannestate.org](http://tomwesselmannestate.org)

<sup>280</sup> BUCHSTEINER, Thomas, *Tom Wesselmann, Obras de 1959 a 1993*, Jornal de Exposição Nº 21, Culturgest, Lisboa, 1996 | BELLONI, Emanuela, *Tom Wesselmann*, Edizioni Charta, Milano, 2003

<sup>281</sup> Daí a ausência de traços faciais nos rostos destas figuras: só sobressaem a boca – no primeiro caso retirada de um cartaz – os mamilos eretos e a marca das duas peças do biquíni como elementos emblemáticos de nudez e a disposição sensua da figura. RUIZ, José Maria, *Idem*, Ilustração Nº 9.

### 3.2.38. Valéria Costa Pinto

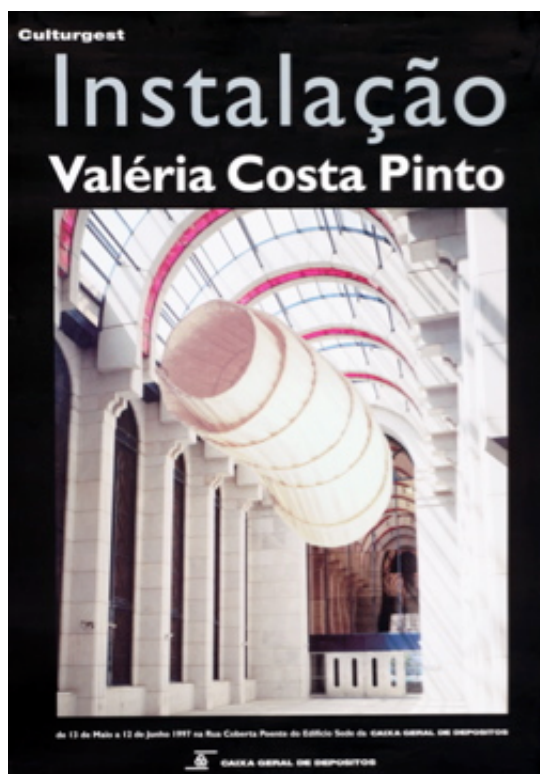


Fig. 38. Designação do Cartaz: Valéria Costa Pinto  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

A artista Valéria Costa Pinto<sup>282</sup> nasceu em 1952 no Rio de Janeiro. Em 1976 iniciou a sua formação em Desenho Industrial e Programação Visual na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Em 1984 especializou-se em História da Arte e Arquitetura no Brasil.<sup>283</sup>

Durante o ano de 1983, realizou a sua primeira exposição na Galeria Saramenha, no Rio de Janeiro e deu início ao seu percurso artístico.

Das exposições individuais no Rio e em São Paulo, destacou-se a mostra individual organizada na Galeria Debret<sup>284</sup> em Paris.

---

<sup>282</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 38.

<sup>283</sup> [www.valeriacostapinto.com.br](http://www.valeriacostapinto.com.br)

<sup>284</sup> A exposição esteve patente de 2 a 31 de Maio de 1996, e da qual foi publicado um catálogo: DUARTE, Paulo Sergio, (Texto), *Valéria Costa Pinto, Quadratura Circuli*, Galeria Debret, Paris, 1996.

Em 1995 ganhou o primeiro Prémio de Icatu de Arte. Tendo em 1996, sido organizada uma exposição dos seus trabalhos, pelo grupo de amigos de Calouste, com o apoio da Fundação Calouste Gulbenkian, esta mostra teve lugar na cidade do Rio de Janeiro.

A sua participação em exposições coletivas no Brasil é variada, e incluem-se nestas mostras as cidades, de São Paulo e do Rio de Janeiro. No entanto, em 1996, Valéria Costa Pinto incluiu-se na mostra de trabalhos coletiva organizada na Galeria da Cité International des Arts, em Paris.

O processo de “vincar o papel,<sup>285</sup> preguear o tecido, fragmentar a imagem fixa, desfazer a imagem em movimento, decompor o espaço e, com ele, o tempo. Essa tem sido a rotina de Valéria Costa Pinto há duas décadas: fragmentar suportes propondo, em substituição ao mundo pré-estabelecido, um mundo cambiante, repleto de novos significados.”<sup>286</sup> (...)

“Apesar dos materiais e de o processo serem similares ao origami japonês, a técnica de Valéria está sujeita não só a cálculos matemáticos e de computação, como ao acaso, especialmente no desdobramento da escultura sanfonada em uma estrutura flutuante, a qual parece não ser afetada pela gravidade.

A flexibilidade do papel e a semelhança com a pele são usadas para determinar diferentes planos e para atingir diversas formas possíveis.”<sup>287</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a produção dos trabalhos da artista Valéria Costa Pinto. A realização desta exposição teve lugar na Fundação Culturgest, em 1997.

No cartaz mostra-se a fotografia da escultura designada por, *Biruta*<sup>288</sup> ou *Wind Cone*, trata-se de uma peça em papel dobrado com a dimensão de três por dez metros de comprimento.<sup>289</sup>

---

<sup>285</sup> O projeto vídeo-arte “*Catafractas*”, publicado pelo Centro Cultural de São Paulo, em 1993, com direção de Valéria Costa Pinto, imagem de Miguel Rio Branco e edição de André Buarque, integrou ainda a exposição “*Instalação*” no espaço da Culturgest, em Lisboa, em 1997, e mostra o processo de trabalho da artista.

<sup>286</sup> Texto de Marcia Mello, Maio de 2007, in: [www.valeriacostapinto.com.br/textos\\_nas\\_dobras.htm](http://www.valeriacostapinto.com.br/textos_nas_dobras.htm)

<sup>287</sup> Texto de Denise Carvalho, 1999, in: [www.valeriacostapinto.com.br/Biru\\_Textos.htm](http://www.valeriacostapinto.com.br/Biru_Textos.htm)

<sup>288</sup> [www.valeriacostapinto.com.br/Biruta.htm](http://www.valeriacostapinto.com.br/Biruta.htm)

<sup>289</sup> CULTURGEST, *Instalação Valéria Costa Pinto*, Jornal da Exposição Nº 28, Culturgest, Lisboa, 1997

### 3.2.39. Vanessa Beecroft

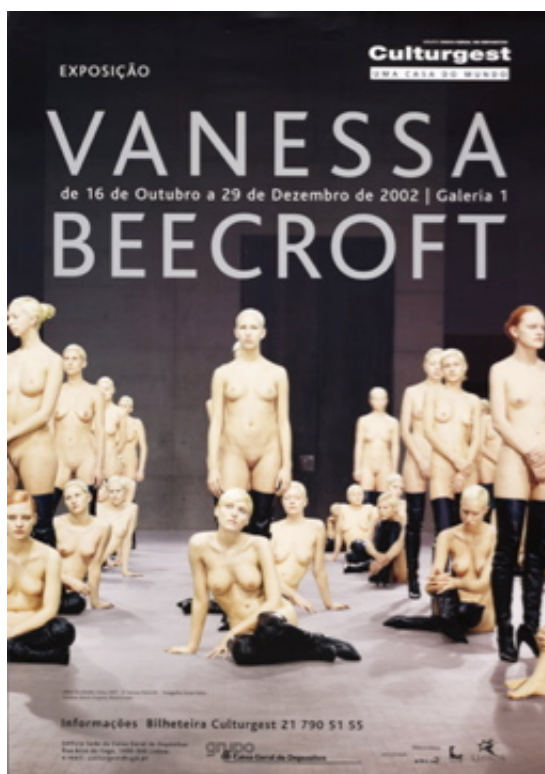


Fig. 39. Designação do Cartaz: Vanessa Beecroft  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

A artista Vanessa Beecroft<sup>290</sup> nasceu em 1969, em Génova, Itália. Formou-se em Arquitectura, Pintura e Cenografia. É uma artista plástica, *performer* e fotógrafa. Atualmente vive em Los Angeles, nos EUA. O seu trabalho está intimamente associado às performances de modelos que depois fotografa e filma.<sup>291</sup>

É considerada no período contemporâneo a artista que mais trabalha a relação do corpo e a sua representação mediática. Algumas das suas performances tornaram-se marcos históricos da última década do século XX, pela forma como abordou a imagem da mulher e os *clichés* sobre os padrões de beleza contemporânea.<sup>292</sup>

---

<sup>290</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 39.

<sup>291</sup> [www.vanessabeecroft.com](http://www.vanessabeecroft.com)

<sup>292</sup> HICKEY, Dave, VB 08-36, *Vanessa Beecroft Performances*, Hatje Cantz Publishers, New York, 2000

Criações que revêm os conceitos de dandismo e de solidão urbana tão próprios da modernidade, trabalha sobre os ícones, as marcas da moda e as fardas militares.

Os quadros vivos de Vanessa Beecroft abordam tanto a dimensão escultural dos seus modelos quanto o ambiente arquitetónico em que são representados. Estes acontecimentos são registos em fotografia e em vídeo, o que para a artista representa a “parte menos interessante”, porque a própria documentação assenta na ideia de que as pessoas poderiam ter estado presentes.

Os modelos são selecionadas pela artista e são muitas vezes maquilhadas e vestidas da mesma maneira, e assim a identidade pode desaparecer. “Elas surgem por vezes como criaturas frágeis; noutras tabu quebrado e ideal de beleza antiga, entre excitação erótica e encanto de manequins de montra despidos. Na medida em que tanto os modelos como o público quase não mostram emoção, o que se passa no imaginário dos diferentes intervenientes é por vezes incerto.”<sup>293</sup>

A instalação *VB 50* foi a primeira performance na América do Sul, em 2002, e coincidiu com a Bienal de São Paulo, na qual despiu 50 modelos, que na sua frieza radical contrastou com a imagem da mulher brasileira, a escolha dos modelos refletiu o mosaico de pessoas que todos os dias desfilam nas ruas das metrópoles mais populosas: afro-brasileiros, nativos indígenas, asiáticos, europeus e todas as misturas que constituem essa sociedade mestiça única.

Segundo Vanessa Beecroft, “estou interessada na diferença entre o que eu espero e o que realmente acontece.”

O cartaz em análise, divulgou a exposição patente na Culturgest, no ano de 2002. Este cartaz mostra um registo fotográfico da performance *VB 45*,<sup>294</sup> de 2001.

---

<sup>293</sup> *Art at the turn of the Millennium*, Taschen, Colónia, 1999, p. 66.

<sup>294</sup> Uma luta entre a forma austera e a beleza barroca, o preto e o branco, o poder puro e a sensualidade, a individualidade e a diversidade; uma tensão dramática ultrapassada na sua última apresentação, em que surgiu um ego hibridizado. CULTURGEST, *Vanessa Beecroft*, Jornal de Exposição N.º 56, Culturgest, Lisboa, 2002.

### 3.2.40. Vieira da Silva



Fig. 40. Designação do Cartaz: Vieira da Silva  
Fotografia: Filipe Braga [www.filipebraga.com]

A artista Vieira da Silva<sup>295</sup> nasceu a 13 de Junho de 1908, em Lisboa, e faleceu a 6 de Março, em Paris. Foi uma pintora portuguesa que foi naturalizada francesa no ano de 1956.<sup>296</sup>

Vieira da Silva entrou para a Academia de Belas Artes, em Lisboa com 11 anos, onde estudou desenho e pintura. Tendo sido motivada também pela escultura estudou Anatomia na Faculdade de Medicina de Lisboa.

Em 1928 foi viver para a cidade de Paris onde estudou com o artista Fernand Léger, e onde conheceu o seu marido Arpad Szenes, oriundo de família judaica da Hungria, e com quem se casou em 1930.

---

<sup>295</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 40.

<sup>296</sup> [pt.wikipedia.org/wiki/Maria\\_Helena\\_Vieira\\_da\\_Silva](https://pt.wikipedia.org/wiki/Maria_Helena_Vieira_da_Silva)



Durante a Segunda Guerra Mundial, o casal emigrou para o Brasil, onde viveram até 1947. A partir de 1948 o estado francês começa a adquirir as pinturas da artista, e em 1956 obtêm ambos a nacionalidade francesa. Em 1960 o governo francês atribui à artista Vieira da Silva a primeira condecoração, e foi a primeira mulher a receber o Grand Prix National des Arts. Em 1979 tornou-se cavaleira da Legião de Honra francesa.

Foi ainda autora de inúmeras ilustrações para livros de crianças.

A obra de Vieira da Silva caracteriza-se pela linha e pela cor, que exprime o espaço e une-se à estrutura da pintura, que pela sua ação, à qual se submete a percepção, pontos de fuga bloqueados pelas linhas e abertos pelas cores, aberturas praticadas à força de tonalidades.

Encontramos na sua obra “referência a cidades, a ruas e a espaços, mas também a luz, que na pintura de Vieira e de Arpad se nos apresenta como uma conquista final que nos aproxima dos seus universos, uma luz quente, dourada, uma atmosfera marítima de brancos e azuis em Vieira, e de brancos, cinzas, ocre, amarelos e azuis em Arpad, muito suaves fruto de uma longa alquimia, de uma decantação, de um fruir atento e deslumbrado do espaço”.<sup>297</sup>

O cartaz em análise mostra a obra *La Mer*, de 1961, que integra a coleção Jorge de Brito, em Lisboa.

A exposição foi organizada pela Fundação de Serralves e complementa-se com outro cartaz dedicado a Arpad Szenes<sup>298</sup>. Tendo em conta que esta mostra de trabalhos foi dedicada a um casal de artistas, cujo contributo na área das artes foi de uma total entrega, e de um modo resumido se encontraram “dois percursos convergentes na cumplicidade do amor à pintura”.<sup>299</sup>

---

<sup>297</sup> FERNANDES, M. J., *Vieira da Silva, Arpad Szenes, nas coleções portuguesas*, F. Serralves, Porto, 1989, p. 20.

<sup>298</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 9.

<sup>299</sup> “A exposição de Vieira da Silva – Arpad Szenes na Casa de Serralves, conta a história de um amor. O amor de um dos casais de artistas mais célebres do século XX, o seu amor pela pintura, criando imagens de universo traduzindo o essencial numa pesquisa simultaneamente plástica e poética. As obras de Vieira e Arpad, existentes nas coleções portuguesas, mostram um magnífico conjunto documentando as principais etapas do percurso de ambos, mostra que a sua pintura, que em Portugal, na sua luz, na poética das suas formas e espaços, encontrou motivos fundamentais de inspiração, achou entre nós um público atento e privilegiado. in: FERNANDES, Maria João, *Vieira da Silva, Arpad Szenes, nas coleções portuguesas*, F. Serralves, Porto, 1989, p. 20.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | CAPÍTULO III

- ABADIE, Daniel, (Com.), *Arman*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 36, Culturgest, Lisboa, 1998
- ADRIANI, Gotz, *Colagens Hannah Hoch 1889-1978*, Fundação de Serralves, Porto, 1990
- ALEXANDRE, Noel, *Modigliani, Documents et Dessins de la Collection Paul Alexandre*, Fonds Mercator Paribas, Paris, 1994
- ALMEIDA, Bernardo Pinto de, (Com.), *Cruz-Filipe 40 Anos de Pintura*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 16, Culturgest, Lisboa, 1995
- ALMEIDA, Helena, PERNES, Fernando, *Helena Almeida, Dramatis Persona Variações e Fuga sobre um Corpo*, Fundação de Serralves, Porto, 1995
- AZEVEDO, Fernando de, (Com.), *Eduardo Nery 1956-1996*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 30, Culturgest, Lisboa, 1997
- BELLONI, Emanuela, *Tom Wesselmann*, Edizioni Charta, Milano, 2003
- BUCHSTEINER, Thomas, *Tom Wesselmann, Obras de 1959 a 1993*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 21, Culturgest, Lisboa, 1996
- CABANNE, Pierre, (Texto), *Arman, Pintura e Escultura*, Galeria 111, Porto, 1997
- CARDOSO, Marta, *Jean Dubuffet*, Culturgest, Lisboa, 2000
- CARDOSO, Marta, *Jorge Martins Pintura*, Culturgest, Lisboa, 2001
- CULTURGEST, *Arte Contemporânea, Coleção Caixa Geral de Depósitos – Novas Aquisições*, Caixa Geral de Depósitos, Lisboa, 2002
- CULTURGEST, *Instalação Valéria Costa Pinto*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 28, Culturgest, Lisboa, 1997
- CULTURGEST, *Jochen Lempert Trabalho de Campo*, Fundação C. G. D., Lisboa, 2009
- CULTURGEST, *Vanessa Beecroft*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 56, Culturgest, Lisboa, 2002
- Desenhos de Julio González, na Coleção do Centro de Arte Reina Sofia*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 19, Culturgest, Lisboa, 1996
- DONATE, Mercè, *Julio González, Retrospectiva*, Museu Nacional Centro de Arte Reina Sofia, Madrid, 2008
- DOUGLAS, Caroline, *Sean Scully*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 31, Culturgest, Lisboa, 1997
- DUARTE, Paulo Sergio, (Texto), *Valéria Costa Pinto Quadratura Circuli*, Galeria Debret, Paris, 1996
- Egon Schiele Cem Obras sobre Papel*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 4, Culturgest, Lisboa, 1993
- FERNANDES, Ana, MOITA, H. Francisco, AURÉLIO, José, *Gestos e Sinais*, Magno, Leiria, 2001
- FERNANDES, João, RAMOS, Maria, *Ana Vieira*, Fundação de Serralves, Porto, 1998
- FERNANDES, Maria João, *Antoni Tàpies, Coleções Europeias*, Fundação de Serralves/Fundação Calouste Gulbenkian, Porto, 1991
- FERNANDES, Maria João, *Vieira da Silva, Arpad Szenes, nas Coleções Portuguesas*, Fundação de Serralves, Porto, 1989
- Fernando Pessoa: O Impossível – Possível Retrato*, Casa de Serralves, Porto, 1988
- FERRARI, Silvia, *Guia de História da Arte Contemporânea*, Editorial Presença, Lisboa, 2001
- FREITAS, Maria Helena, *Alberto Carneiro, Exposição Antológica*, Fundação Calouste Gulbenkian/Fundação de Serralves, Lisboa, 1991

- FUCHS, Rudi, *Cobra*, in: *Jornal de Exposição*, N° 17, Culturgest, Lisboa, 1996
- GALERIA CARL SOLWAY, (Org.), *A Super Auto-Estrada Electrónica Nam June Paik nos Anos 90*, in: *Jornal de Exposição*, Culturgest, Lisboa, 1996
- GALERIE NATIONALE DU JEU DE PAUME, *Sean Scully*, Éditions du Jeu de Paume, Paris, 1996
- GONÇALVES, Claudia, *Claes Oldenburg Coosje Van Bruggen, Pelo Passeio dos Liquidâmbares: Escultura no Parque*, Fundação de Serralves, Porto, 2002
- GONÇALVES, Rui-Mário, *Arte Portuguesa 1992*, Vista Point Verlag, Colónia, 1992
- HICKEY, Dave, VB 08-36, *Vanessa Beecroft Performances*, Hatje Cantz Publishers, New York, 2000
- JACOB, Wenzel, *Arte em Berlim no Século XX*, Fundação de Serralves, Porto, 2000
- KIRILI, Alain, *Homenaje a Julio González*, Institut Valencià d'Art Modern, Valencia, 2003
- LARSEN, Lars Bang, *Art At The Turn of The Millennium*, Taschen, Colónia, 1999
- LEE, Janie C., *Claes Oldenburg, Drawings 1959-1977, Claes Oldenburg with Coosje van Bruggen, Drawings 1922-1998, in the Whitney Museum of American Art*, Whitney Museum of American Art, New York, 2002
- MACHADO, Rosário S., *Eduardo Nery 1956-1996*, Culturgest/Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, 1997
- MERZ, Beatrice, GENNARI, Grazia, RAMOS, Maria, *Mario Merz*, Fundação de Serralves, Porto, 1999
- MUSEU TAMAYO (Org.), *A. R. Penck Obras de 1965 a 1999*, in: *Jornal de Exposição*, N° 24, Culturgest, Lisboa, 1997
- O Modelo e o Pintor, Paisagens do Atelier, Paisagens do Pintor Costa Pinheiro*, Galeria III, Lisboa, 1987
- PEREIRA, Maria José Moniz, ROSAS, Etheline, *António Areal, Primeira Retrospectiva*, Fundação de Serralves, Porto, 1990
- PÉREZ, Miguel Von Hafe, RAMOS, Maria, *Álvaro Lapa Retrospectiva*, F. Serralves, Porto, 1994
- PERNES, Fernando, *Arca de Noé/Noah's Ark*, Fundação de Serralves, Porto, 1995
- PERNES, Fernando, *Gary Hume*, in: *Jornal de Exposição*, N° 41, Culturgest, Lisboa, 2000
- PERNES, Fernando, *Graça Morais, Memória da Terra, Retrato de Mulher*, in: *Jornal de Exposição*, N° 25, Culturgest, Lisboa, 1997
- PERNES, Fernando, *Exposição Antológica de Graça Morais, Memória da Terra, Retrato de Mulher*, Museu Nacional Soares dos Reis, Porto, 1997
- PERNES, Fernando, *Neal Slavin – Portugal 1968*, Fundação de Serralves, Porto, 1990
- PERNES, Fernando, *Os Reis Costa Pinheiro 1964\*66 Retrospectiva*, F. Serralves, Porto, 1991
- PERNES, Fernando, *Picasso*, Fundação de Serralves, Porto, 1989
- PERNES, Fernando, RIBEIRO, José Sommer, *José de Guimarães 1962-1992*, Fundação Gulbenkian/Fundação Serralves, Lisboa/Porto, 1992
- POLLIG, Hermann, SUHLE, Viola, *Hannah Hoch – O Dadaísmo no Feminino*, Fundação de Serralves, Porto, 1990
- RAMOS, Maria, *Privacy, Luc Tuymans/Miroslaw Balka*, Fundação de Serralves, Porto, 1998
- RAYBURN, Isabella del Frate, *Cruz-Filipe*, Murray and Isabella Rayburn Foundation, New York, 1991
- RIBEIRO, António Pinto, RAMOS, Fátima, (Coord.), *Arte Contemporânea, Coleção da Caixa Geral de Depósitos – Novas Aquisições*, in: *Jornal de Exposição*, N° 52, Culturgest, Lisboa, 2002

Robert Mangold, *Pinturas*, in: *Jornal de Exposição*, N° 15, Culturgest, Lisboa, 1995

RUIZ, José Maria, *Dubuffet*, Globus Comunicación, Barcelona, 1996

RUIZ, José Maria, *Modigliani*, Globus, Barcelona, 1995

RUIZ, José Maria, *Tom Wesselmann*, Globus, Madrid, 1996

SABARSKY, Serge, *Egon Schiele 1890-1918, Cem Obras sobre Papel*, Culturgest, Lisboa, 1993

SANCHES, Rui, *Direcção: Escultura*, CAM José de Azeredo Perdigão, Lisboa, 1998

SANTOS, David, *Gary Hume: Pop Décor*, in: *Arte Ibérica*, N° 33, Março de 2000

SANTOS, Fernando, *A. R. Penck*, Galeria Fernando Santos, Lisboa, 2002

SARDO, Delfim, *Mario Merz em Serralves Casa x Casa*, in: *Arte Ibérica*, N° 22, Março de 1999

SARDO, Delfim, *O Corpo Eléctrico: Nam June Paik A Super Auto-Estrada Electrónica*, in: *Arte Ibérica*, N° 1, Dezembro de 1996

SERRA, Tomàs Llorens, Julio González, *Catálogo Razonado de las Pinturas, Esculturas y Dibujos, Vol. I, 1900-1918*, IVAM – Instituto Valencia D'Art Modern, Valencia, 2007

STOKVIS, Willemijn, *Cobra*, Culturgest, Lisboa, 1995

TAVARES, Cristina Azevedo, (Com.), *José Aurélio, Ouro, Prata, Marfim e Outras Especiarias*, in: *Jornal de Exposição*, N° 10, Culturgest, Lisboa, 1995

VEIGA, Margarida, *KWY - Paris 1958-1968*, Centro Cultural de Belém, Lisboa, 2001

WALTHER, Ingo, *Arte do Século XX*, Taschen, Colónia, 2002

WALTHER, Ingo, *Picasso*, Taschen, Colónia, 2002

Internet

asvs.pt

berlinischegalerie.de

casafemandopessoa.com-lisboa

chiado8.fidelidademundial.pt/pages/cruz-filipe.aspx

en.wikipedia.org/wiki/Amedeo\_Modigliani

en.wikipedia.org/wiki/Arman

en.wikipedia.org/wiki/Gary\_Hume

en.wikipedia.org/wiki/Jochen\_Lempert

en.wikipedia.org/wiki/Julio\_Gonzalez\_sculptor

en.wikipedia.org/wiki/Mario\_Merz

en.wikipedia.org/wiki/Miroslaw\_Balka

en.wikipedia.org/wiki/Luc\_Tuymans

en.wikipedia.org/wiki/Picasso

en.wikipedia.org/wiki/Robert\_Mangold

en.wikipedia.org/wiki/Sean.scully

en.wikipedia.org/wiki/Tom\_Wesselmann

oldenburgvanbruggen.com

[portugalfoto.tripod.com/helenaalmeida.htm](http://portugalfoto.tripod.com/helenaalmeida.htm)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Álvaro\\_Lapa](http://pt.wikipedia.org/wiki/Álvaro_Lapa)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Antoni\\_Tàpies](http://pt.wikipedia.org/wiki/Antoni_Tàpies)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Amedeo\\_Modigliani](http://pt.wikipedia.org/wiki/Amedeo_Modigliani)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Arpad\\_Szenes](http://pt.wikipedia.org/wiki/Arpad_Szenes)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Cobra](http://pt.wikipedia.org/wiki/Cobra)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Egon\\_Schiele](http://pt.wikipedia.org/wiki/Egon_Schiele)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Graca\\_Morais](http://pt.wikipedia.org/wiki/Graca_Morais)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Hannah\\_Hoch](http://pt.wikipedia.org/wiki/Hannah_Hoch)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Helena\\_Almeida](http://pt.wikipedia.org/wiki/Helena_Almeida)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Jean\\_Dubuffet](http://pt.wikipedia.org/wiki/Jean_Dubuffet)  
[pt.wikipedia.org/wiki/josec3a9\\_aurelio](http://pt.wikipedia.org/wiki/josec3a9_aurelio)  
[pt.wikipedia.org/wiki/jose\\_de\\_guimaraes](http://pt.wikipedia.org/wiki/jose_de_guimaraes)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Maria\\_Helena\\_Vieira\\_da\\_Silva](http://pt.wikipedia.org/wiki/Maria_Helena_Vieira_da_Silva)  
[tomwesselmannestate.org](http://tomwesselmannestate.org)  
[www.arman.com](http://www.arman.com)  
[www.arman-studio.com](http://www.arman-studio.com)  
[www.armazemdasartes.pt](http://www.armazemdasartes.pt)  
[www.artafrica.info](http://www.artafrica.info)  
[www.artecapital.net](http://www.artecapital.net)  
[www.artistasunidos.pt/ana\\_vieira.htm](http://www.artistasunidos.pt/ana_vieira.htm)  
[www.artnet.com](http://www.artnet.com)  
[www.artnetweb.com/oldenburg/bio.ttml](http://www.artnetweb.com/oldenburg/bio.ttml)  
[www.arvorecoop.pt](http://www.arvorecoop.pt)  
[www.barbarakrakowgallery.com/robert-mangold](http://www.barbarakrakowgallery.com/robert-mangold)  
[www.berggruen.com/artists/robert-mangold](http://www.berggruen.com/artists/robert-mangold)  
[www.cam.gulbenkian.pt/index.php?article=71190&visual=2](http://www.cam.gulbenkian.pt/index.php?article=71190&visual=2)  
[www.capc-bordeaux.fr](http://www.capc-bordeaux.fr)  
[www.carvalho-bernaui.com/graphicdesign/jochen-lempert-recent-field](http://www.carvalho-bernaui.com/graphicdesign/jochen-lempert-recent-field)  
[www.centroartegracamorais.cm-braganca.pt](http://www.centroartegracamorais.cm-braganca.pt)  
[www.citi.pt/cultura/artes\\_plasticas/pintura/guimaraes/index.html](http://www.citi.pt/cultura/artes_plasticas/pintura/guimaraes/index.html)  
[www.culturgest.pt](http://www.culturgest.pt)  
[www.cutandpaste.info](http://www.cutandpaste.info)  
[www.dubuffet.com](http://www.dubuffet.com)  
[www.dubuffetfoundation.com](http://www.dubuffetfoundation.com)  
[www.eduardonery.pt](http://www.eduardonery.pt)

[www.exitmedia.net](http://www.exitmedia.net)  
[www.guggenheim.org/new-york/collections](http://www.guggenheim.org/new-york/collections)  
[www.ibiblio.org/wm/paint/auth/schiele](http://www.ibiblio.org/wm/paint/auth/schiele)  
[www.infopedia.pt/\\$antonio-areal](http://www.infopedia.pt/$antonio-areal)  
[www.infopedia.pt/\\$arpad-szenes](http://www.infopedia.pt/$arpad-szenes)  
[www.infopedia.pt/\\$costa-pinheiro](http://www.infopedia.pt/$costa-pinheiro)  
[www.infopedia.pt/\\$cruz-filipe](http://www.infopedia.pt/$cruz-filipe)  
[www.infopedia.pt/\\$eduardo-nerly](http://www.infopedia.pt/$eduardo-nerly)  
[www.infopedia.pt/\\$jose-de-guimaraes](http://www.infopedia.pt/$jose-de-guimaraes)  
[www.infopedia.pt/\\$mario-merz](http://www.infopedia.pt/$mario-merz)  
[www.infopedia.pt/\\$shikhani](http://www.infopedia.pt/$shikhani)  
[www.jeudepaume.org](http://www.jeudepaume.org)  
[www.kunstmuseenkrefeld.de](http://www.kunstmuseenkrefeld.de)  
[www.matthewmarks.com/artists/gary-hume](http://www.matthewmarks.com/artists/gary-hume)  
[www.mocp.org](http://www.mocp.org)  
[www.moma.org/collection](http://www.moma.org/collection)  
[www.mulheres-ps20.ipp.pt/Graca\\_Morais.htm](http://www.mulheres-ps20.ipp.pt/Graca_Morais.htm)  
[www.museovostell.org](http://www.museovostell.org)  
[www.museums-of-paris.com/musee\\_fr](http://www.museums-of-paris.com/musee_fr)  
[www.naturlink.sapo.pt](http://www.naturlink.sapo.pt)  
[www.nealslavin.com](http://www.nealslavin.com)  
[www.paikstudios.com](http://www.paikstudios.com)  
[www.saatchi-gallery.co.uk/aip/gary\\_hume.htm](http://www.saatchi-gallery.co.uk/aip/gary_hume.htm)  
[www.serralves.pt/actividades/detalhes.php?id=1931](http://www.serralves.pt/actividades/detalhes.php?id=1931)  
[www.slavens.net/bios/neal\\_slavin.htm](http://www.slavens.net/bios/neal_slavin.htm)  
[www.stedelijk.nl](http://www.stedelijk.nl)  
[www.vanessabeecroft.com](http://www.vanessabeecroft.com)  
[www.valeriacostapinto.com.br](http://www.valeriacostapinto.com.br)  
[www.vpcreamart.com/jorgemartins.swf](http://www.vpcreamart.com/jorgemartins.swf)  
[www.yellowbellywebdesign.com](http://www.yellowbellywebdesign.com)  
[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

#### Filme

ASCENSÃO, Joana, *Pintura Habitada*, Raiva, Lisboa, 2006 (Um filme sobre Helena Almeida)

RAMOS, Olga, ROSENDO, Catarina, *Difícilmente o que habita perto da origem abandona o lugar*, Laranja Azul, Lisboa, 2008 (Um filme sobre Alberto Carneiro)

## CAPÍTULO IV

### OS DESIGNERS DOS CARTAZES EM ANÁLISE

#### 4.1. Introdução

No capítulo anterior apresentaram-se os artistas em destaque nos cartazes em análise. Em seguida, e neste âmbito, organizamos um capítulo dedicado aos designers que de algum modo se envolveram no âmbito destes projetos gráficos.

#### 4.2. Ausência de autor

Após a seleção dos cartazes para objetos de estudo, bem como a pesquisa das biografias dos artistas, prosseguimos então para uma análise do designer. Após um levantamento dos nomes dos artistas em destaque, procedemos a um levantamento do autor do cartaz, e a partir deste elemento de referência, procurámos identificar directamente no objecto, em análise, o nome do designer.

Contudo, deparámo-nos com uma problemática, ou seja a falta de identificação do designer em praticamente todos os objetos seleccionados. Com a excepção dos seguintes ateliers de design, e cuja identificação foi impressa no próprio cartaz. Entre estes encontram-se: Design de Diefenbach (no cartaz de Ana Vieira), F 45 I Atelier (no cartaz Arte em Berlim no Século XX), Manuel Mendes e Incomun (no cartaz de Claes Oldenburg), João Pedro Vasconcelos (no cartaz *Privacy*, de Luc Tuymans) e Hopefulmonster (no cartaz de Mario Merz).

Assim, e em resumo, podemos verificar que os ateliers de design que identificaram a sua autoria são oriundos de outros países da Europa, o que significa que em Portugal não existia uma prática de identificação do designer neste tipo de projeto.

#### 4.3. A grelha de análise

Após a verificação de ausência de fichas de inventário para os cartazes, nas duas instituições eleitas, surgiu a necessidade de criar uma ficha para cada cartaz, e que a partir deste elemento pudéssemos reunir toda a informação recolhida durante o processo de pesquisa. Assim, e na continuidade deste processo, foram desenhados

dois layouts para uma suposta ficha de análise. Nesta sequência, verificou-se que se tratava da criação de uma ferramenta de trabalho fundamental neste processo de investigação, assim designámos por grelha de análise, aquela que foi neste âmbito uma referência na sistematização de um conjunto de dados recolhidos.

Com base na consulta ao manual UNIMARC<sup>300</sup> publicado pela Biblioteca Nacional de Lisboa (regras portuguesas de catalogação) foi possível definir campos de integração na grelha de modo a que fosse estabelecida uma sistematização de itens que permitissem uma recolha de dados eficiente.

De modo a esclarecer o designer do projeto do cartaz, ou seja, com a respectiva assinatura no objeto de estudo, bem como, as indicações do designer da exposição, do designer do catálogo, ou do designer do jornal de exposição (quando este existe), destacámos no contexto da grelha de análise, um campo designado por 'design', para inscrever nele os dados recolhidos para esta etapa do projecto gráfico.

Após uma seleção, para a grelha de análise, de todos os itens que dizem respeito ao presente trabalho de investigação, foram então preenchidos por cada cartaz os respectivos campos de pesquisa e assim foram completas as 40 grelhas de análise.

No que diz respeito aos itens que se encontram na grelha de análise, seleccionámos os seguintes, no primeiro momento: a designação da grelha e respectiva numeração atribuída ao cartaz em estudo, seguindo-se o tipo de objeto, o arquivo no qual se encontra e o local do arquivo. Num segundo momento: a designação atribuída ao cartaz, a data, inscrições, dimensões, cliente, design, impressão/gráfica, suporte, técnica de impressão, tipografia, logotipos, o catálogo da exposição, o site do artista, a obra de arte e finalmente um registo fotográfico do cartaz.

Resumimos neste contexto, um dado observado durante o processo de pesquisa e de recolha de informação, os cartazes em análise não têm na sua maior percentagem, qualquer inscrição no que diz respeito à origem da sua concepção, ou seja, nem existe o nome do designer, nem do atelier ou da empresa que os tenha criado, o que acontece em alguns casos é a existência de um registo, no próprio cartaz, de uma indicação da gráfica no qual foram impressos.

Concluimos, com outro dado observado, no que diz respeito ao facto das capas dos catálogos realizados para as respectivas exposições serem na sua grande maioria efetivamente iguais aos cartazes. E ainda, quando não existe no cartaz qualquer indicação do designer, podemos no entanto, através da consulta ao catálogo, encontrar alguns desses dados, em referência na ficha técnica.

Em seguida podemos visualizar uma das grelhas de análise, que foram desenhadas para os 40 cartazes em estudo.

---

<sup>300</sup> UNIMARC, Formato bibliográfico, publicação da Biblioteca Nacional de Lisboa para a regras portuguesas de catalogação, em 2008. A consulta ao manual foi realizada na sala de leitura dos serviços de iconografia da BN.



# Grelha de Análise<sup>1</sup>

Cartaz | Arquivo de Material Gráfico e Documental da Fundação Culturgest | Lisboa

Designação: A. R. Penck  
Data: 1997 | 8 de Janeiro a 9 de Março  
Inscrições: Obras de 1965 a 1994 | Galeria 1 | Edifício Sede da Caixa  
Geral de Depósitos  
Dimensões: 68 x 48 cm  
Cliente: Culturgest  
Design: Atelier Henrique Cayatte | [www.cayatte.pt](http://www.cayatte.pt)  
Impressão | Gráfica: Critério - Produção Gráfica, Lda  
Suporte: Papel  
Técnica de Impressão: Off-Set  
Tipografia: Gill Sans  
Logotipos: Culturgest | CGD | Fidelidade Seguros  
Catálogo da Exposição:  
Site do Artista: [www.michaelwerner.com/artist\\_10\\_main\\_1.htm](http://www.michaelwerner.com/artist_10_main_1.htm)  
Obra de Arte: *Ende in Osten (Fim do Oriente)*, (Tela), 130 x 175 cm, 1979  
(Col. Michael Werner Gallery, Nova Iorque)

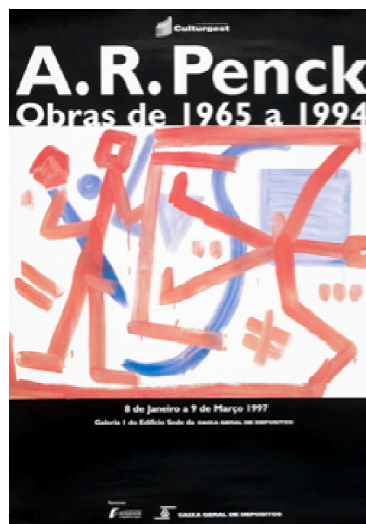


Fig. 41. Designação: Grelha de Análise  
Fotografia do Cartaz: Filipe Braga [[www.filipebraga.com](http://www.filipebraga.com)]

#### 4.4. Problemática

Após um levantamento dos campos integrados na grelha de análise, verificámos que na existência de um catálogo para a respectiva exposição, o layout da capa do catálogo é igual ao layout do cartaz.

Colocámos então a seguinte questão: mas estes dois objetos não têm missões diferentes? Todavia, nos casos em que os layouts são iguais, criaram-se entre os dois elementos, uma rápida associação de imagem, entre o catálogo e o cartaz da exposição, o que de certo modo influencia uma leitura mais eficiente entre ambos.

No entanto, em termos de concepção de objetos de comunicação visual, questionámos neste âmbito se a intervenção do designer no cartaz, bem como a produção gráfica e impressão, serviram de algum modo como uma 'cópia' ou utilização directa do mesmo layout, mas com adaptação para outro formato. Assim, temos os cartazes cuja capa do catálogo é igual ao cartaz, e encontramos os cartazes cujo layout é diferente entre os dois objetos publicados. Neste contexto e para efeitos de divulgação das respectivas exposições também verificamos a diferença em termos de resultados finais, para o catálogo e para o cartaz, no que diz respeito à função de um cartaz de divulgação.

Ainda e no âmbito deste capítulo foram realizadas algumas entrevistas a profissionais na área do design cujo contributo se demonstrou esclarecedor para algumas das inquietações surgidas no desenvolvimento da presente investigação.



Fig. 42. Designação: Capas dos Catálogos das Exposições  
Fotografia: Ana Paula Gaspar [Autora]

#### 4.5. Levantamento da grelha de análise | Síntese

Após uma síntese dos designers, produção e respectiva existência de um catálogo para as referidas exposições, procedemos a uma análise sistematizada para cada cartaz, e neste âmbito salientamos em seguida para o campo do design, os principais intervenientes no projecto.

Assim, e para uma análise rápida aos cartazes, organizamos este ponto de abordagem por ordem alfabética, (designação do cartaz/artista) tal como se verificou no âmbito do capítulo anterior.

No que diz respeito a uma síntese dos campos de resposta na grelha de análise, para todos os cartazes, tomaram-se relevantes neste contexto os seguintes itens: design, impressão e catálogo.

Para uma continuidade deste processo acerca dos respectivos designers ou colaboradores no design dos cartazes, bem como dos catálogos ou de outros elementos produzidos para efeitos de divulgação das exposições, apresentam-se seguidamente os pontos em foco para os 40 cartazes em análise.

Deste modo, foram ainda realizadas neste âmbito entrevistas a alguns dos designers intervenientes nestes projectos. No seguimento destes contactos, foram ainda entrevistados o curador Miguel Wandschneider, o responsável actual pelas exposições no espaço da Culturgest, o artista plástica português Eduardo Nery, e ainda Jorge dos Reis, especialista na área da Tipografia (uma análise destas entrevistas seguir-se-á no ponto seguinte deste capítulo).

Grelha de Análise<sup>301</sup> n° 1 | **A. R. Penck**

Design: Atelier Henrique Cayatte<sup>302</sup> | Jornal da Exposição

Impressão: Critério – Produção Gráfica, Lda. | Jornal da Exposição

Não existe um catálogo da exposição.

---

<sup>301</sup> Para uma consulta eficiente ver: Anexo 2 | Grelhas de Análise

<sup>302</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista N° 2 | [www.cayatte.pt/](http://www.cayatte.pt/)

### Grelha de Análise nº 2 | **Alberto Carneiro**

Design: Direção Gráfica do Gabinete de Design do CAM<sup>303</sup> | Exposição e Catálogo

Impressão e composição: Litografia Tejo (Lisboa) | Catálogo

Existe um catálogo da exposição e a capa é diferente do cartaz.

### Grelha de Análise nº 3 | **Álvaro Lapa**

Design Gráfico: Francisco M. Providência<sup>304</sup> | Exposição e Catálogo

Execução: Arcanjo Ribeiro Sucra & Filhos Lda, Porto | Catálogo

Existe um catálogo da exposição e a capa é igual ao cartaz.

### Grelha de Análise nº 4 | **Ana Vieira**

Design: Pã Design<sup>305</sup> | Execução Gráfica: Inova, Artes Gráficas | Catálogo

Design & Art Direction by Diefenbach Elkins Davies Baron, London<sup>306</sup> | Cartaz

Existe um catálogo da exposição e a capa é diferente do cartaz.

### Análise nº 5 | **Antoni Tàpies**

Design: João Machado<sup>307</sup> | Arranjo Gráfico do Catálogo e Cartaz

---

<sup>303</sup> [www.cam.gulbenkian.pt](http://www.cam.gulbenkian.pt)

<sup>304</sup> [www.fprovidencia.com/site.html](http://www.fprovidencia.com/site.html)

Após envio de contacto para uma possível entrevista ao designer Francisco Providência não foi obtida qualquer resposta à solicitação de um encontro, deste modo não foi possível abordar este tipo de cartaz e a sua interligação à instituição em causa, a Serralves, assim não foi possível apresentar neste estudo o seu parecer acerca deste tipo de objeto e da sua missão na divulgação da arte, bem como a respectiva importância do design no projeto que concebeu.

<sup>305</sup> A fusão entre o atelier Nunes e o atelier Pã Design resultou numa nova empresa Atelier Nunes e Pã, no Porto | [www.ateliemunesepta.pt](http://www.ateliemunesepta.pt)

<sup>306</sup> [www.linkedin.com/in/helenkeyes](http://www.linkedin.com/in/helenkeyes)

Execução: ROCHA/Artes Gráficas, Lda

Existe um catálogo da exposição e a capa é igual ao cartaz.

Análise nº 6 | **António Areal**

Design: João Machado<sup>308</sup> | Execução: ROCHA/Artes Gráficas Lda. | Catálogo

Existe um catálogo da exposição e a capa é igual ao cartaz.

Grelha de Análise nº 7 | **Arca de Noé**

Existe um catálogo da exposição e a capa é diferente do cartaz.

Grelha de Análise nº 8 | **Arman**

Design: Atelier Henrique Cayatte<sup>309</sup> | Jornal da Exposição

Impressão: Critério – Produção Gráfica, Lda | Jornal de Exposição

Não existe um catálogo da exposição.

Grelha de Análise nº 9 | **Arpad Szenes**

Design: João Machado<sup>310</sup> | Execução Gráfica: ROCHA/Artes Gráficas Lda. | Catálogo

Existe um catálogo da exposição e a capa é diferente do cartaz.

---

<sup>307</sup> A entrevista ao designer João Machado foi realizada no seu Atelier, no Porto, dia 7 de Maio de 2001.

Ver: Anexo 3 | Entrevista Nº 1 | [www.joaomachado.com](http://www.joaomachado.com)

<sup>308</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista Nº 1 | [www.joaomachado.com](http://www.joaomachado.com)

<sup>309</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista Nº 2 | [www.cayatte.pt](http://www.cayatte.pt)

<sup>310</sup> No que diz respeito aos cartazes, João Machado não considera os cartazes que lhe são atribuídos para algumas exposições, nomeadamente: Antoni Tàpies, António Areal, Picasso, Vieira da Silva e Arpad Szenes, propriamente seus, ou seja não os valoriza enquanto objetos da sua autoria, pois considera que este tipo de cartaz que divulga um artista, são o resultado de um trabalho de outros artistas. No caso destes catálogos para os referidos artistas João Machado já aceita que se trata de uma publicação da autoria Atelier de Design João Machado. Ver: Anexo 3 | Entrevista Nº 1 - Porto, dia 7 de Maio de 2011.

### Grelha de Análise nº 10 | **Arte Contemporânea**

Design: Arne Kaiser<sup>311</sup> (Design Gráfico) | Jornal de Exposição

Existe um catálogo da exposição e a capa é diferente do cartaz.

### Grelha de Análise nº 11 | **Arte em Berlim no Século XX**

Design: F 451 – Atelier LE, Leinfeld | Exposição e Catálogo

Impressão: DRUCK – ET Verlagshaus Wienand, Colónia | Catálogo

Existe um catálogo da exposição e a capa é igual ao cartaz.

### Grelha de Análise nº 12 | **Claes Oldenburg**

Design: Manuel Mendes e Incomun - Marca a9 | Cartaz

Execução: Marca – Artes Gráficas, AG\_Porto\_3.2002 | Cartaz

Design: Makiko Ushiba | Printing: Cantz, Ostfildern, Germany | Catálogo

Existe um catálogo da exposição e a capa é igual ao cartaz.

### Grelha de Análise nº 13 | **Cobra**

Design: Atelier Henrique Cayatte<sup>312</sup> | Catálogo e Jornal da Exposição

Design: Jan Hein Sassen<sup>313</sup> (Design do Espaço) | Exposição

Existe um catálogo da exposição e a capa é igual ao cartaz.

---

<sup>311</sup> [www.amekaiser.com/](http://www.amekaiser.com/)

<sup>312</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista Nº 2 | [www.cayatte.pt](http://www.cayatte.pt)

<sup>313</sup> [www.stedelijk.nl/nieuws/nieuwsberichten/overzicht/in-memoriam-jan-hein-sassen](http://www.stedelijk.nl/nieuws/nieuwsberichten/overzicht/in-memoriam-jan-hein-sassen)

Grelha de Análise nº 14 | **Costa Pinheiro**

Design: Fernando Libório (Projeto Gráfico) | Catálogo

Existe um catálogo da exposição e a capa é igual ao cartaz.

Grelha de Análise nº 15 | **Cruz-Filipe**

Design: Atelier Henrique Cayatte<sup>314</sup> | Jornal de Exposição

Gráfica: Critério – Produção Gráfica, Lda | Jornal de Exposição

Não existe um catálogo da exposição.

Grelha de Análise nº 16 | **Eduardo Nery**

Design: Henrique Cayatte com colaboração de Patrícia Proença<sup>315</sup> | Catálogo

Impressão e Acabamento: Critério – Produção Gráfica, Lda. | Catálogo e Jornal de Exposição

Existe um catálogo da exposição e a capa é diferente do cartaz.

Grelha de Análise nº 17 | **Egon Schile**

Design: Atelier Henrique Cayatte<sup>316</sup> | Catálogo e Jornal de Exposição

Impressão e Acabamento: Critério Produção Gráfica | Jornal de Exposição

Design da Exposição: Serge Sabarsky<sup>317</sup>

Existe um catálogo da exposição e a capa é igual ao cartaz.

---

<sup>314</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista Nº 2 | [www.cayatte.pt](http://www.cayatte.pt)

<sup>315</sup> Atelier Henrique Cayatte: [www.cayatte.pt](http://www.cayatte.pt)

<sup>316</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista Nº 2 | [www.cayatte.pt](http://www.cayatte.pt)

<sup>317</sup> [www.nytimes.com/1996/02/26/arts/serge-sabarsky-83-art-dealer-and-expert-on-expressionism.html](http://www.nytimes.com/1996/02/26/arts/serge-sabarsky-83-art-dealer-and-expert-on-expressionism.html)

## Grelha de Análise nº 18 | **Estética Contemporânea**

Não existe um catálogo da exposição.

## Grelha de Análise nº 19 | **Gary Hume**

Design: Atelier Henrique Cayatte<sup>318</sup> | Jornal de Exposição

Impressão: Critério – Produção Gráfica, Lda | Jornal de Exposição

Não existe um catálogo da exposição.

## Grelha de Análise nº 20 | **Graça Morais**

Design: José Brandão<sup>319</sup> e Teresa Olazabal Cabral [Atelier B2] | Catálogo

Design: Atelier Henrique Cayatte<sup>320</sup> | Jornal de Exposição

Critério – Produção Gráfica Lda | Jornal de Exposição

Existe um catálogo da exposição e a capa é diferente do cartaz.

## Grelha de Análise nº 21 | **Hannah Hoch**

Design: Hans Peter Hoch<sup>321</sup> | Catálogo

Impressão: Dr. Cantz'sche Druckerei Stuttgart-Bad Cannstatt | Catálogo

---

<sup>318</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista Nº 2 | [www.cayatte.pt](http://www.cayatte.pt)

<sup>319</sup> Foi enviado um contacto para o Designer José Brandão (n. 1944) com o objetivo de realizar uma entrevista acerca deste projeto, no entanto, não foi obtida qualquer resposta. É o principal responsável pelo B2 Atelier de Design, em Lisboa: [www.b2design.pt](http://www.b2design.pt).

Ver o texto: "O Papel-Moeda em Portugal". Uma obra exemplar; da autoria do Designer José Brandão, foi escrito para o catálogo da exposição de Sebastião Rodrigues Designer, e na qual integrou a Comissão Organizadora, no ano de 1995. in: CABRAL, Manuel da Costa, SILVA, Maria do Carmo Marques (Coord.), *Sebastião Rodrigues Designer*, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, 1995, pp. 57 a 63.

<sup>320</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista Nº 2 | [www.cayatte.pt](http://www.cayatte.pt)

<sup>321</sup> Prof. Hans-Peter Hoch, Grafik Designer | [www.agd.de/index.php?id=88&L=1&fb=29&m=00071](http://www.agd.de/index.php?id=88&L=1&fb=29&m=00071)



Arranjo Gráfico: Hans-Peter Frolich | Catálogo

Existe um catálogo da exposição e a capa é igual ao cartaz.

Grelha de Análise nº 22 | **Helena Almeida**

Design: Andrew Howard<sup>322</sup> | Cartaz

Impressão: Greca Gráfica Maiadouro | Cartaz

Existe um catálogo da exposição e a capa é igual ao cartaz.

Grelha de Análise nº 23 | **Jean Dubuffet**

Design: Frédéric Jaeger e António Sequeira Lopes | Exposição

Design: Atelier Henrique Cayatte<sup>323</sup> colaboração de Cristina Viotti | Catálogo

Pré-Impressão: Critério – Produção Gráfica Lda. | Impressão: Norprint Artes Gráficas, S.A.

Existe um catálogo da exposição e a capa é diferente do cartaz.

Grelha de Análise nº 24 | **Jochen Lempert**

Design: Gráficos do Futuro<sup>324</sup> | Jornal de Exposição

Impressão: Maiadouro | Jornal de Exposição

Existe um catálogo da exposição e a capa é diferente do cartaz.

---

<sup>322</sup> Após envio de contacto para uma possível entrevista ao designer Andrew Howard não foi obtida qualquer resposta à solicitação de uma entrevista. Deste modo não foi possível abordar este projeto a interligação do design com a arte, bem como a instituição da Fundação de Serralves. | [www.studioandrewhoward.com](http://www.studioandrewhoward.com)

<sup>323</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista Nº 2 | [www.cayatte.pt](http://www.cayatte.pt)

<sup>324</sup> Gráficos do Futuro é uma empresa de Design de Comunicação, situada no Porto, e é constituída pela dupla Edgar Andrade e João. Trata-se atualmente da equipa residente para o cliente da Culturgest, que desde 2003 tem vindo a colaborar com a produção gráfica para as exposições patentes na Culturgest, em Lisboa.  
Ver: Anexo 3 | Entrevista Nº 5

### Grelha de Análise nº 25 | **Jorge Martins**

Design: Jorge Martins & António Sequeira Lopes | Exposição

Design: Atelier Henrique Cayatte com colaboração de Cristina Viotti<sup>325</sup> | Catálogo

Existe um catálogo da exposição e a capa é diferente do cartaz.

### Grelha de Análise nº 26 | **José Aurélio**

Design: Atelier Henrique Cayatte | Jornal de Exposição

Design: José Aurélio<sup>326</sup> | Design do Espaço da Exposição

Gráfica: Critério – Produção Gráfica Lda | Jornal de Exposição

Não existe catálogo da exposição

### Grelha de Análise nº 27 | **José de Guimarães**

Design: Fernando Libório com colaboração de Paulo Emiliano | Catálogo

Existe um catálogo da exposição e a capa é diferente do cartaz.

### Grelha de Análise nº 28 | **Julio González**

Design: Atelier Henrique Cayatte<sup>327</sup> | Jornal de Exposição

Gráfica: Critério – Produção Gráfica Lda | Jornal de Exposição

Não existe catálogo da exposição.

---

<sup>325</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista Nº 3

<sup>326</sup> [pt.wikipedia.org/wiki/José\\_Aurélio](http://pt.wikipedia.org/wiki/José_Aurélio) | [www.armazemdasartes.pt/index.php?id=40&p=1](http://www.armazemdasartes.pt/index.php?id=40&p=1)

<sup>327</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista Nº 2 | [www.cayatte.pt](http://www.cayatte.pt)

Grelha de Análise nº 29 | **Luc Tuymans/Mirosław Balka**

Design: João Pedro Vasconcelos | Cartaz

Design: Manuel Mendes e Incomun | Catálogo

Existe um catálogo da exposição e a capa é diferente do cartaz.

Grelha de Análise nº 30 | **Mario Merz**

Design: Hopefulmonster Editore | Catálogo

Impressão: Stampa – Tipografia Torinese, Grugliasco (To) | Catálogo

Fotografia: Rita Burmester<sup>328</sup> | Cartaz

Existe um catálogo da exposição e a capa é diferente do cartaz.

Grelha de Análise nº 31 | **Modigliani**

Existe um catálogo da exposição e a capa é igual ao cartaz.

Grelha de Análise nº 32 | **Nam June Paik**

Design: Atelier Henrique Cayatte<sup>329</sup> | Jornal de Exposição

Impressão: Critério – Produção Gráfica Lda | Jornal de Exposição

Não existe um catálogo.

Grelha de Análise nº 33 | **Neal Slavin**

---

<sup>328</sup> [www.ritaburmester.com/index.html](http://www.ritaburmester.com/index.html)

<sup>329</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista N.º 2 | [www.cayatte.pt](http://www.cayatte.pt)

Design: António Sena – Ether<sup>330</sup> (Arranjo Gráfico) | Catálogo e Cartaz

Existe um catálogo da exposição e a capa é igual ao cartaz.

#### Grelha de Análise nº 34 | **Picasso**

Design: João Machado<sup>331</sup> | Catálogo

Execução: Rocha Artes Gráficas | Catálogo

Existe um catálogo da exposição e a capa é igual ao cartaz.

#### Grelha de Análise nº 35 | **Robert Mangold**

Design: Atelier Henrique Cayatte<sup>332</sup> | Jornal de Exposição

Design do Espaço: Urs Rasmüller | Exposição

Impressão e Acabamento: Critério – Produção Gráfica, Lda. | Jornal de Exposição

Não existe um catálogo.

#### Grelha de Análise nº 36 | **Sean Scully**

Design: Henrique Cayatte<sup>333</sup> com a colaboração Patrícia Proença | Jornal de Exposição

Impressão: Critério – Produção Gráfica, Lda. | Jornal de Exposição

Não existe um catálogo.

#### Grelha de Análise nº 37 | **Tom Wesselmann**

---

<sup>330</sup> alexandrepomar:typepad.com/alexandre\_pomar/ether

<sup>331</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista N.º 1 | www.joaomachado.com

<sup>332</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista N.º 2 | www.cayatte.pt

<sup>333</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista N.º 2 | www.cayatte.pt

Design: Atelier Henrique Cayatte<sup>334</sup> | Jornal da Exposição

Impressão: Critério – Produção Gráfica, Lda. | Jornal de Exposição

Não existe um catálogo.

#### Grelha de Análise nº 38 | **Valéria Costa Pinto**

Design: Atelier Henrique Cayatte<sup>335</sup> | Jornal da Exposição

Impressão: Critério – Produção Gráfica, Lda. | Jornal da Exposição

Não existe um catálogo.

#### Grelha de Análise nº 39 | **Vanessa Beecroft**

Design: António Sequeira Lopes | Exposição

Fotografia: Dusan Reljin<sup>336</sup>

Não existe um catálogo.

#### Grelha de Análise nº 40 | **Vieira da Silva**

Design: João Machado<sup>337</sup> | Catálogo

Execução Gráfica: ROCHA/Artes Gráficas Lda. | Catálogo

Existe um catálogo da exposição e a capa é diferente do cartaz.

---

<sup>334</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista N° 2 | [www.cayatte.pt](http://www.cayatte.pt)

<sup>335</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista N° 2 | [www.cayatte.pt](http://www.cayatte.pt)

<sup>336</sup> Dusan Reljin é uma Fotógrafa de moda. Ver: [fashiongonerogue.com/photographer/dusan-reljin/](http://fashiongonerogue.com/photographer/dusan-reljin/) | [calikartel.com/dusan-reljin/](http://calikartel.com/dusan-reljin/)

<sup>337</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista N° 1, Porto, dia 7 de Maio de 2011 | [www.joaomachado.com](http://www.joaomachado.com)

## 4.6. Entrevistas em análise

Após uma síntese de elementos recolhidos para a grelha de análise, podemos confirmar alguns dos respectivos criadores dos cartazes. Tendo sido realizado um levantamento, através das grelhas, dos principais intervenientes nos projectos de concepção gráfica e de produção, procedemos à eleição de prioridades para a marcação de entrevistas, cuja relevância se destacou neste processo de investigação.

### 4.6.1. Entrevista a João Machado<sup>338</sup>

O designer João Machado tem formação superior em Escultura pela Escola Superior de Belas Artes do Porto, e tem atualmente 68 anos. Vive e trabalha no seu atelier/casa<sup>339</sup>, na cidade do Porto. É designer desde 1970, a data de início, no que diz respeito ao seu trabalho na área do cartaz, e cujo desenvolvimento se deve a uma sequência no seu processo de trabalho. Segundo João Machado, a formação em escultura proporcionou-lhe uma estrutura base na área do desenho e no desenvolvimento de uma capacidade de observação.

No que respeita ao seu percurso profissional, iniciou-se como professor no ensino secundário, no qual criou um gabinete designado por “tele-escola” onde se desenvolviam trabalhos de ilustração. Tendo em seguida sido admitido por um concurso para docente nas Belas Artes do Porto, no entanto, ao fim de cinco anos nesta actividade como docente, demitiu-se e ficou sem trabalho. Segundo João Machado é necessário fechar um ciclo para dar lugar a outro, e nesse momento da sua vida ao decidir libertar-se do meio académico, abre um espaço, com um estirador, e começa a arranjar o seu trabalho. Foi neste momento que deu início ao seu processo de trabalho, o que nessa época se tratava de uma inovação.

Assim, um novo pensamento e as novas condições económicas do país permitiram-lhe abrir um caminho inovador na área das artes gráficas em Portugal. A partir desse momento deu novas indicações no modo de produzir um trabalho, no âmbito gráfico, e dirigiu-se às tipografias, onde aprendeu os diferentes métodos de impressão e técnicas de execução, sempre com o objetivo de atingir os resultados pretendidos para os seus projetos de design gráfico.

No que diz respeito ao design gráfico e especificamente à criação de cartazes, João Machado considera que o maior designer é o japonês Shigeo Fukuda,<sup>340</sup> pois para

---

<sup>338</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista N° 1

<sup>339</sup> Atelier João Machado, Porto | [www.joaomachado.com](http://www.joaomachado.com)

<sup>340</sup> O artista gráfico e designer de cartazes Shigeo Fukuda (4/Fev/1932, Tokyo – 11/Fev/2009). [en.wikipedia.org/wiki/Shigeo\\_Fukuda](http://en.wikipedia.org/wiki/Shigeo_Fukuda) | [www.designhistory.com/1960/shigeo-fukuda/](http://www.designhistory.com/1960/shigeo-fukuda/)

ele é sem dúvida o seu preferido, e é talvez a quem homenageia de um modo singular, pois aprecia o seu trabalho e percurso.

Durante o ano de 1982 foi publicado um livro com os cartazes do designer João Machado, e em 2000 foi publicada a 1ª edição da obra "João Machado e a Criação Visual" pela editora Campo das Letras, com textos de Bernardo Pinto de Almeida,<sup>341</sup> e ainda recentemente foi lançado um livro da sua autoria, "João Machado Selos", com uma publicação em 2010.

Em relação ao assunto que nos diz respeito, e que aborda a colaboração com a instituição do Porto, a Fundação de Serralves, João Machado salientou-nos que a relação que manteve com Fernando Pernes (entretanto falecido recentemente), e cuja personalidade foi ímpar no campo das artes e da sua divulgação, bem como na criação do Centro de Arte Contemporânea no Porto, mais tarde então designado por Fundação de Serralves. No seguimento deste processo, João Machado colaborou com esta instituição até ao momento em que ocorreu um desentendimento, o que o levou a tomar uma decisão, de se afastar dos projetos até ali desenvolvidos. Foi contudo, nesse âmbito que criou uma série de catálogos para exposições na Fundação de Serralves.

No que diz respeito aos cartazes em análise, e neste contexto João Machado não considerou os cartazes, que lhe foram atribuídos para algumas das exposições patentes, nomeadamente a de Antoni Tàpies, António Areal, Picasso, Vieira da Silva e Arpad Szenes, propriamente seus. O designer não valorizou, enquanto objetos da sua autoria, os cartazes que lhe foram atribuídos, pois considerou que este tipo de cartaz que divulga um artista, resultou do trabalho de outros artistas. No entanto, para os catálogos das referidas exposições, João Machado já aceitou que se tratou de uma concepção gráfica da autoria do Atelier de Design João Machado.

No âmbito do objeto/cartaz, este designer salientou que os cartazes que ele criou até ao momento, e que considera neste processo da sua autoria, e que foram sendo premiados, pelo tipo de abordagem, demonstram uma linguagem plástica com características próprias e deste modo estabelecem uma associação de imagem, que o designer projecta através deste tipo de objeto gráfico.<sup>342</sup>

---

<sup>341</sup> "A obra de designer gráfico do escultor João Machado leva já mais de vinte anos presa de um rigor de exemplo e de uma coerência de estilo que não são vulgares entre nós. Hoje diz-se, de um cartaz ou de um livro saídos da sua orientação, que é "um João Machado", tal como se refere um quadro ou uma escultura de um artista cuja imagem já se singularizou. Ou seja, Machado ascendeu, graças ao seu trabalho e à marca inconfundível do seu estilo, progressivamente conquistado, ao estatuto difícil de autor. Com tudo o que isso comporta de reconhecimento que já não se processa apenas a nível nacional como tem ganho progressiva inserção internacional." in: CASA da CERCA (Coord.), *João Machado e a Criação Visual*, Câmara Municipal de Almada, Almada, 2001; obra publicada por ocasião da exposição organizada e patente na Casa da Cerca, Centro de Arte Contemporânea em Almada, entre Março e Abril de 2001, nesta publicação integram-se textos de Bernardo Pinto de Almeida.

<sup>342</sup> Oferta da publicação, *Cartazes*, com edição de João Machado, no âmbito da visita ao seu Atelier, no dia 7 de Maio de 2011, com dedicatória e assinado pelo designer. Salientamos desta publicação, para além da obra gráfica, uma dedicatória do designer japonês Shigeo Fukuda "I think that João Machado is one of the distinct

Segundo João Machado um cartaz implica uma leitura visual, e é necessário que este tipo de leitura se encontre implícito ou não implícito, conforme o tipo de mensagem que o cartaz promove. Recorrendo da sua experiência na representação de temáticas tão variadas, como, a água, o racismo, a leitura, o cinema, entre outros, foi adquirindo uma aprendizagem prática, através da qual este designer considera que se trata da sua “paixão” ou até mesmo “obsessão”. Para ele um designer “vê a vida como um pensamento e um registo”.

Concluindo a entrevista, questionámos neste âmbito, a área de investigação em design. Segundo João Machado o design é prático, ou seja, o desenho, a forma, a cor, a composição visual, a experimentação, as viagens, as leituras, bem como os conhecimentos científicos acerca de determinados assuntos são essenciais, mas no meu caso, “isto é o que eu sei fazer”, e se um investigador quiser escrever uma série de páginas acerca de um trabalho criado por mim pode escrever, no entanto, este é o resultado do meu trabalho e do meu processo de criação. Deste modo é no dia-a-dia que se constrói um resultado em termos visuais, obviamente com formas de inspiração, linhas de orientação pessoal, contudo, é este o meu esforço em mostrar de um modo claro a importância da comunicação visual na mensagem a veicular.

#### 4.6.2. Entrevista a Henrique Cayatte<sup>343</sup>

O designer Henrique Cayatte nasceu em Lisboa em 1957. O seu trabalho desenvolve-se entre a criação artística e o design.<sup>344</sup> Vive e trabalha em Campo de Ourique, o seu atelier é perto de casa e assim sente-se integrado, sobretudo num espaço calmo e agradável praticamente no centro da cidade de Lisboa.

A partir da exposição que esteve patente em Bruxelas (25 de Maio a 9 de Junho de 2002), na qual se mostraram os projetos desenvolvidos na área de design nos últimos 22 anos, pelo designer Henrique Cayatte, foi possível organizar uma publicação para esta ocasião, *Design 22 Anos*.<sup>345</sup>

---

graphic designers who has a good sense on an international scale, in terms of intellectual plastic art unique color”, assinada por Fukuda, Tokyo, a 30 de Abril de 1995. | [www.designishistory.com/design/posters/](http://www.designishistory.com/design/posters/)

<sup>343</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista N° 2

<sup>344</sup> Henrique Cayatte, in: *Colours of the future portuguese illustration for children and young people*, Ed. Emilio Tavora Vilar, p. 41. | <http://tipografos.net/portugal/cayatte.html>

<sup>345</sup> “Expor. 22 anos de design é um desafio. O que mostrar e como mostrar? Optámos por fazer uma selecção de projetos, em áreas distintos mas complementares, onde é detectável uma ‘marca’, uma forma de pensar, de olhar e de fazer design. Sempre em equipa. Como este catálogo e esta exposição mostram, fazemos ilustração, edição, logotipos e imagem institucional, informação, espaço público, sinalética e comunicação multimédia, exposições e stands. O design é universal e os seus processos também. Como universal é o estudo dos programas de trabalho, a procura da maior legibilidade e de uma comunicação clara e inequívoca. No entanto, universais são também os obstáculos. Ciclos de produção curtos, orçamentos muitas vezes limitados, deficiente percepção do que é design por parte de receptores que manifestam uma iliteracia crescente e uma diversidade



Ainda no contexto da publicação *Design 22 Anos*, e na qual se encontravam os exemplares para os projetos de design gráfico, no que diz respeito às exposições organizadas para o espaço da Culturgest. Assim, podemos salientar o trabalho de design gráfico que foi desenvolvido neste âmbito, para os artistas, Jorge Martins, Eduardo Nery, e para a exposição 'Imagens para os Anos 90', ambas patentes no espaço expositivo da Fundação Culturgest, em Lisboa.

A partir desta referência chegamos ao seu atelier para um esclarecimento acerca deste tipo de projetos, bem como os ditos 'Jornal de Exposição', publicações que foram realizadas durante as mostras na Culturgest. Neste enquadramento, Henrique Cayatte recorda a designer Cristina Viotti que durante dez anos foi a coordenadora destes projetos no seu atelier, desde cerca de 1993 a 2003.

Dos cartazes em análise, cuja concepção foi atribuída ao designer Henrique Cayatte, este revelou-nos através de um breve comentário que "não considero relevante o trabalho do cartaz". Nessa área, o designer João Machado<sup>346</sup> é talvez, para além de Sebastião Rodrigues<sup>347</sup>, o melhor criador de cartazes, sobretudo pela técnica utilizada, o recorte, o spray e o trabalho manual na concepção de todo o cartaz, bem como pelo processo de entrega a esse tipo de trabalho. Se vimos as produções gráficas neste âmbito e as imagens concebidas por João Machado aí sim,

---

que nos deve fazer reflectir sobre o quê, como e para quem se comunica. Por tudo isto esta disciplina marcou de forma tão decisiva o século XX, é tão exigente, apaixonante e absorvente. Embora no espaço comum europeu, as saudáveis diferenças culturais, em que a menor delas será a língua, levar-nos-á a tentar perceber como é que, em Bruxelas, será entendido o nosso trabalho. Só por isso valeria o desafio que nos foi feito pela escola de design 75 e que aceitámos com gosto. E com prazer:" in: CAYATTE, Atelier Henrique, *Design 22 Anos*, Lisboa/Bruxelas, 2002, p. 2. | O Atelier Henrique Cayatte prepara-se ainda para o lançamento de uma publicação de comemoração dos 25 anos de atividade da empresa na área de design.

<sup>346</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista Nº 1

<sup>347</sup> O designer Sebastião Rodrigues nasceu em 1929 e faleceu em 1997, em Lisboa. Henrique Cayatte escreveu para o catálogo publicado para a exposição patente na Fundação Calouste Gulbenkian de 20 de Julho a 24 de Setembro de 1995, uma iniciativa do serviço de Belas Artes da Gulbenkian para mostrar a obra e o percurso de um designer único o Sebastião Rodrigues. Nesta publicação salientamos algumas das palavras do Henrique acerca desta ilustre figura: "Ninguém como ele soube perceber que o resultado final de um Desenho teria de sofrer mutações geracionais (leia-se fases de produção técnica e industrial) até poder ser 'lido' por milhares de pessoas. (...) Sebastião sabe que o computador não só não lhe traria nada de novo, como se construía a partir do trabalho realizado por homens como ele. (...) Para Sebastião tudo é Desenho. É pois natural a viagem entre a ilustração e a letra. Dos padrões aos ícones – logotipos de uma época – é em torno de um desenho "âncora" que se estruturam, plenas de humor, inteligência e ingenuidade, séries que vão habitar capas e cartazes, embalagens e lay-outs de revistas, stands e exposições. Consciente dos perigos da cristalização, produz estudos sem fim, caminhos para novas descobertas. Desenhos a tinta-da-china que prolongam afinal as manchas dos quadros arrumados em frente aos dois estiradores da sua sala. Exercícios de grande contenção formal, a minúcia e o rigor do traço alternam com intervenções de pendor mais expressivo, ambos num diálogo experimental, e de grande beleza. Composições lidas em positivo ou em negativo eram associadas a desenhos 'abertos', a texturas criadas ou refotografadas. (...) Búzios que se transformam em hastes e um pormenor de malha tricotada faz o corpo! (...) A cor toma conta das manchas definidas a traço como na linha clara, ou então anula a necessidade das linhas de demarcação. Muitos desenhos são construídos recorrendo a tramas, textos, padrões, (como em Morris), repetições de elementos que muitas vezes necessitam de ser descontextualizados para cumprir a sua função. (...) Depois de ver estes trabalhos como não lembrar uma frase que Sebastião um dia me lançou no meio de um trabalho e me deixou atónito, quando eu, ainda estudante, no seu atelier o ajudava, e o submergia de perguntas sobre a profissão. – Sabe, Henrique, a verdade é que eu não sei desenhar."

in: CABRAL, Manuel da Costa, SILVA, Maria do Carmo Marques (Coord.), *Sebastião Rodrigues Designer*, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, 1995, pp. 52 a 56. | [tipografos.net/portugal/sebastiao-rodriques.html](http://tipografos.net/portugal/sebastiao-rodriques.html)

encontramos uma linguagem gráfica associada ao cartaz e cuja linha de orientação sabemos atribuir ao seu criador. No entanto, não podemos deixar de falar do designer Sebastião Rodrigues, um antecedente maior na área de design em Portugal. Tal como não podemos deixar de abordar o contributo do designer Carlos Rocha<sup>348</sup> para a área da marca e do logotipo desenvolvidos no nosso país. É neste contexto relevante recordar o catálogo da 1ª Exposição do design português.

Os projetos para as exposições da Culturgest tiveram início em 1993, e a partir desta fase eram concebidos uma série de objetos. Neste processo o atelier dava o apoio às exposições, e criou uma rede de ligações gráficas entre os vários produtos necessários, entre os quais: uma tela para a fachada do edifício que anunciava a exposição patente, (designada por telão), o respectivo catálogo do artista (quando este existia), o jornal da exposição (era uma síntese de conteúdos acerca da mostra e era grátis com a compra do bilhete da exposição), bem como o cartaz para a exposição. Para Henrique Cayatte ainda no que diz respeito ao processo de trabalho para este tipo de projetos de exposições de artistas, e tanto para o jornal da exposição, como para o cartaz, só era possível a concepção de determinados efeitos ou recortes de pormenores da obra de arte, quando o artista também participava do processo, ou seja era estabelecido um diálogo entre ambos os profissionais, respeitando o trabalho de ambos, como foi o caso exemplar do catálogo da exposição de Jorge Martins para a exposição patente na Culturgest entre 9 de Maio a 26 de Agosto de 2001.<sup>349</sup>

Deste modo foram muitos os trabalhos desenvolvidos pelo Atelier Henrique Cayatte para a Culturgest durante praticamente dez anos, após finda esta etapa, nunca mais foram concebidos quaisquer trabalhos de design para esta área das exposições.

#### 4.6.3. Entrevista a Cristina Viotti<sup>350</sup>

A designer Cristina Viotti, foi colaboradora do designer Henrique Cayatte, durante cerca de vinte anos, ou seja, praticamente desde o início da fundação do Atelier Henrique Cayatte, em 1991, no bairro de Campo de Ourique, em Lisboa.

A entrevista visou tratar essencialmente a conta do cliente Culturgest, ou seja, um projeto que a Cristina Viotti coordenou durante cerca de dez anos, desde 1993 até

---

<sup>348</sup> Carlos Rocha (1907-1982) pioneiro do design em Portugal, e sócio fundador N° 15 da APD - Associação Portuguesa de Designers. | [apdesigners.org.pt/?page\\_id=111](http://apdesigners.org.pt/?page_id=111) | Ver: "Design de Identidades Corporativas do Designer Carlos Rocha", Dissertação de Mestrado em Design de Comunicação, por André Martins Daniel, Faculdade de Arquitectura, Lisboa, Janeiro de 2011 | [www.repository.utl.pt/handle/10400.5/3309](http://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/3309).

<sup>349</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 25 (Cartaz de Jorge Martins).

<sup>350</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista N° 3

cerca de 2003, apesar de um interregno com o nascimento do seu primeiro filho no ano de 1995, momento após o qual passou a pasta do cliente ao atelier.

No que diz respeito às exposições organizadas na Culturgest, estas variavam muito, e eram necessários novos objetos gráficos para dar resposta às linhas de orientação gráfica definidas pelo Atelier. Deste modo havia um conjunto de elementos pré-definidos aos quais se adaptavam os diferentes artistas ou exposições patentes. Assim criaram-se linhas estratégicas de implementação de todos os produtos a desenvolver como fossem: o telão (a tela gigante para a fachada), o cartaz, o catálogo (quando era pedido) e o jornal da exposição. Por vezes quiseram criar a imagem do bilhete para a exposição de acordo com a linguagem gráfica selecionada, no entanto, não foi possível devido a custos inerentes a todo um processo de divulgação da imagem da exposição e da instituição. Ou seja os meios económicos eram quase sempre contidos e limitados. Contudo, houve sempre a preocupação de manter uma linha gráfica adequada aos princípios básicos da necessidade solicitada e ainda uma interligação à programação existente nos espaços da Culturgest, e isto incluía tudo, ou seja os espetáculos de dança, teatro, música ou outros eventos que ali ocorriam.

Os cartazes que foram desenvolvidos para a divulgação das exposições obedeciam a determinadas regras, ou seja havia a obrigatoriedade de colocar os logotipos dos patrocínios quando os havia, para além de surgir sempre o logotipo da Culturgest, este era habitualmente colocado na parte superior do cartaz, e na parte inferior do cartaz era o logotipo do Grupo da CGD. Deste modo o espaço reservado para estas duas solicitações constringia de certo modo a duas áreas no cartaz, o topo e a parte de baixo.<sup>351</sup> Assim, havia por vezes ainda outras condicionantes, como os slides que eram recebidos para digitalizar e tratar pelo meio fotográfico das obras de arte em exposição, de entre os vários artistas que por ali passaram.

Segundo a designer Cristina Viotti na altura, ou seja entre cerca de 1992 e 2003, o comissário das exposições, na Culturgest, era o António Pinto Ribeiro<sup>352</sup>. Nesta época era o comissário quem decidia por vezes algumas das imagens a utilizar, bem como era ainda o responsável pelos contactos com os artistas, e através do qual também se efetuavam os respectivos envios das fotografias a utilizar, tanto para o jornal da exposição como para o cartaz da mesma.

A linha gráfica entre os produtos de comunicação visual que eram estabelecidos era cumprida, ou seja o layout não se afastava muito dos princípios definidos.

---

<sup>351</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 25

<sup>352</sup> [www.antoniopintoribeiro.com](http://www.antoniopintoribeiro.com)

António Pinto Ribeiro foi diretor artístico da Culturgest desde a sua criação, em 1992, até Abril de 2004. Atualmente coordena o Programa Gulbenkian Próximo Futuro, até ao final de 2011. Tem como base de formação académica a área da Filosofia, as Ciências da Comunicação e os Estudos Culturais. É nestas áreas que tem desenvolvido trabalho de investigação e de produção teórica em revistas de especialidade. É autor, entre outras publicações, das seguintes: *Ser Feliz é Imoral? Ensaio sobre cultura, cidades e distribuição*, e *Por Exemplo a Cadeira, Ensaio sobre as artes do corpo*, ambas pela Editora Cotovia.

A hierarquia que foi estabelecida, e que definia um pouco as regras, criava-se então uma linguagem gráfica uniforme entre todos os objetos.

Deste modo a obra de arte predominava no cartaz e os elementos gráficos funcionavam um pouco a partir dela, ou seja as cores aplicadas, o fundo, e os tipos de letra. A proporção que a imagem ocupava na capa do jornal da exposição, e esse elemento era de fato prioritário para o projeto das exposições, e era a partir deste que se produzia posteriormente o cartaz de divulgação da exposição, normalmente utilizando a mesma imagem que tinha sido decidida para a capa do jornal da exposição.

No que diz respeito aos tipos de letra com maior utilização para os cartazes concebidos pelo Atelier Henrique Cayatte neste período entre 1993 e 2003, destacam-se o tipo de letra Bliss<sup>353</sup>, Gill Sans<sup>354</sup> e Cooperplate<sup>355</sup>. São sem dúvida os três tipos mais utilizados na maioria destes cartazes e nesta época, por vezes eles eram misturados de acordo com o impacto desejado.

#### 4.6.4. Entrevista a Miguel Wandschneider<sup>356</sup>

Miguel Wandschneider é o responsável pelas exposições e o comissário que seleciona os artistas para a galeria da Fundação Culturgest.

No que diz respeito à autonomia dos designers, é a sua liberdade criativa. A questão que o Miguel nos colocou: será que o resultado destes cartazes seria diferente? (após a visualização de todos os cartazes em estudo). A capa dos catálogos das referidas exposições é na sua maioria igual aos cartazes, será que foram cumpridos os objetivos para a divulgação destes artistas?

---

<sup>353</sup> Tipo: Bliss, trata-se de um tipo de letra que derivou do tipo Gill Sans. A partir da ideia publicada em 1906 por Edward Johnston acerca da escrita e da caligrafia, bem como das inspirações na capital romana integrada numa forma de quadrado, o tipo Bliss surge desta associação de ideias. O seu surgimento mostra-se num tipo de letra sem serifa e com uma legibilidade simples.

in: [tipografos.net/tipos/gill-sans.html](http://tipografos.net/tipos/gill-sans.html) | [typography.net/fontfamilies/view/27](http://typography.net/fontfamilies/view/27)

<sup>354</sup> Tipo: Gill Sans, Eric Gill (1882 – 1940). Nascido em Brighton, Inglaterra, Eric Gill era um homem de muitos talentos: escultor, artista gráfico, filósofo e tipógrafo. Foi aluno de Edward Johnston na Central School of the Arts and Crafts em Londres. (...) Desenhado para a *Monotype Corporation*, o tipo Gill Sans respeita os princípios estabelecidos por Edward Johnston no desenho da sinalética do metro de Londres, de 1917. É, no entanto, um tipo de proporções mais clássicas, classificado como não-serifado humanista, de grande legibilidade. in: FERRAND, Maria, BICKER, João Manuel, *A Forma das Letras, Um Manual de Anatomia Tipográfica*, Almedina, Coimbra, 2000, p. 26. | GILL, Eric, *Ensaio sobre Tipografia*, Almedina, Coimbra, 2003.

<sup>355</sup> Tipo: Copperplate Gothic, de Frederic Goudy, 1901. É considerado um tipo de letra decorativo com um ligeiro remate nas terminais da letra, foi muito usado em rótulos e etiquetas. in: BLACKWELL, Lewis, *La Tipografia del Siglo XX*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1992, p. 246.

<sup>356</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista N° 5

Após uma primeira abordagem em que se colocaram questões pertinentes e dúvidas claras em relação aos objetos e ao seu período de realização prosseguimos para um diálogo abrangente em torno do cartaz e do design em Portugal.

Para o Miguel um cartaz tem uma função clara: chamar a atenção para a exposição ou seja vender um produto. Este objeto deve abrir pistas para o que o público vai ver e se não cumprir esta missão, as pessoas não associam, portanto, a imagem do cartaz serve como convite.

Um designer tem uma função de construir uma imagem gráfica, no entanto, apenas e só um designer excepcional o consegue, visto saber resolver as perdas de legibilidade e a criação de uma proposta gráfica marcante. Em Portugal não existe um designer capaz de resolver de forma brilhante esta questão e sobretudo o cartaz de divulgação de arte contemporânea.

Do ponto de vista do Miguel, este conjunto de cartazes (em estudo) mostra uma leitura de certo modo 'enfadonha', ou seja, artistas tão diferentes são submetidos à mesma linguagem gráfica, há um certo paralelismo com a imagem da música Suíça ou seja com uma única imagem do músico.

A linguagem é a âncora do cartaz.

Em Portugal o projeto do cartaz transporta-se para um projeto de autor ou seja para um objeto de autor, e isto é uma desculpa por parte do designer, porque ele está na posse dos conteúdos, contudo é o curador que está por dentro da relação entre a imagem e o texto. No que diz respeito aos autores predominantes neste conjunto de cartazes, o designer João Machado e o Henrique Cayatte quando salientam o fato de não se identificarem com esses objetos significa uma perda de autoria ou seja essa perda é também uma perda no controle de um processo criativo. Neste contexto estes designers foram os responsáveis pela imagem gráfica.

O processo de negociação actual entre o designer e a instituição, não permite uma autonomia do designer, ou seja o projeto do cartaz está definido. Hoje existe uma afeição pelos cartazes que está a estudar e eles servem para esta investigação.

O editor de um cartaz demonstra um perfil do designer ou seja vemos no trabalho de alguns designers uma vertente extravagante no campo da criação visual e essa criação passa pela escrita e por escolhas dos conteúdos da imagem, vejam-se os casos: Roma Publications<sup>357</sup>, Stuart Bailey<sup>358</sup> e Will Holder<sup>359</sup>, o papel do designer é polivalente na sua função.

---

<sup>357</sup> "ROMA Publications é um projecto editorial independente, fundado em 1998 pelo artista Mark Manders (Volkel, Holanda, 1968) e pelo designer gráfico Roger Willems (Tilburg, Holanda, 1969). Com a sua base em Amsterdão, ROMA Publications tem vindo a expandir-se de modo informal e dinâmico como uma plataforma para produzir publicações autónomas em estreita colaboração com um número crescente de artistas, designers, curadores, escritores e poetas. Ao longo dos anos, Mark Manders e Roger Willems construíram um território próprio que conjuga a arte, o design e a curadoria. Entre os mais de 80 títulos já publicados, com tiragens que variam entre 2 e 150.000 exemplares, contam-se livros de artista, catálogos, posters, uma revista, um website,

O Miguel Wandschneider está na Culturgest desde 2004 e deu início ao projeto da programação desde 2006. Atualmente esta instituição mostra uma imagem que é definida por critérios claros para uma identificação com a própria missão da instituição, deste modo é livre de critérios comerciais ou seja não se compromete uma publicação com o programa para a Culturgest, deste modo não há uma imagem na capa da programação e não há o logo da instituição. Foi o Miguel quem definiu estes critérios e foram ainda definidas regras para as divulgações das exposições, o cartaz, o programa e o site, em que estes não têm qualquer autoria. Desde 2009 que o cartaz de divulgação obedece a determinadas regras impostas à equipa de designers (Gráficos do Futuro<sup>360</sup>) que trabalham com o Miguel, deste modo a imagem e o texto, mais a definição do conceito, bem como o título da exposição são decididos pelo próprio Miguel, de fato é uma função ingrata a dos designers Edgar e João, visto que os layouts foram estabelecidos para os cartazes e servem de orientação para cada caso expositivo.

Deste modo os dois exemplos de cartazes e que têm uma orientação do ponto vista horizontal ou vertical, assim encontramos duas regras claras para o desenho do layout, para ambas as situações. Caso verificado na vertical: o texto entra dentro da imagem, deste modo a imagem, no caso de ser uma fotografia é vertical. Caso verificado na horizontal: o texto entra em baixo, ou seja deixa a imagem livre.

---

um CD de música ou um DVD com obras em vídeo. As regras da sua distribuição variam consoante a natureza específica de cada projecto.» A exposição organizada na Culturgest teve a Curadoria de Mark Manders, Roger Willems e Miguel Wandschneider, e ocorreu de 20 de Maio a 27 de Agosto de 2006, em Lisboa.

in: [www.culturgest.pt/arquivo/2006/roma.html](http://www.culturgest.pt/arquivo/2006/roma.html) | [www.romapublications.org/](http://www.romapublications.org/)

<sup>358</sup> Stuart Bailey é um designer gráfico e co-editor da revista Dot Dot Dot com David Reinfurt (juntamente com Peter Bilak). Viveu e trabalhou em Amesterdão e atualmente está sediado em Nova Iorque. Bailey nasceu em York, Reino Unido, em 1973 e estudou tipografia e comunicação gráfica da Universidade de Reading. Foi um dos primeiros participantes a estudar na Typografie Werkplaats (workshop tipográfico) em Arnhem, um programa de pós-graduação orientado pelo designer Karel Martens. in: [en.wikipedia.org/wiki/Stuart\\_Bailey](http://en.wikipedia.org/wiki/Stuart_Bailey) | «Nos últimos anos, muitas das estruturas produtivas, éticas e políticas do design foram sendo postas em causa, mas a crença na originalidade da relação entre designer e cliente continua a ser uma das últimas fronteiras sagradas do design gráfico. Foi sendo atacada pelo trabalho de designers que se assumiam como autores, reclamando um maior protagonismo, um controle maior sobre os conteúdos, etc. Mas o trabalho de Stuart Bailey, talvez por ser tão sistematicamente construído a partir de apropriações e de reutilizações do mesmo material corriqueiro, não se encaixa bem na mesma categoria que designers como Bruce Mau, Stefan Sagmeister ou David Carson. É difícil afirmar que Bailey é um "autor", mas este termo, quando usado por designers, é muito vago – uma designação genérica para todos os designers que conseguiram pôr em causa as estruturas tradicionais do design e ficaram mais ou menos famosos por isso. Se assim for, Stuart Bailey pode perfeitamente ser um autor.» in: [ressabiator.wordpress.com/2008/03/06/stuart-bailey-reutilizacao-e-autoria/](http://ressabiator.wordpress.com/2008/03/06/stuart-bailey-reutilizacao-e-autoria/)

<sup>359</sup> Will Holder (n. Hatfield, 1969) é um designer, artista, escritor e editor com sede em Londres (Reino Unido).

O seu trabalho investiga a diferença entre a linguagem e o objeto e os processos de transformação em jogo no ato de publicação. Os resultados do seu trabalho surgem em livros, publicações diversas, execução pública, curadoria e escrita. Tem auto-publicações e co-publicou vários livros: a síndrome de Tourette (uma série de publicações sobre a escrita e as artes, com Stuart Bailey), um tempo longo entre Suns (com Os otólitos grupo Kodwo Eshun # Grupo A otólitos), ensaios escritos por várias revistas (Dot Dot Dot (revista), Metropolis M) e é editor de FR David, uma revista bi-anual em questão com a posição da escrita nas artes; publicado por Appel de Art Center (NL), desde 2007. in: [en.wikipedia.org/wiki/Will\\_Holder\\_\(designer\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Will_Holder_(designer))

<sup>360</sup> A equipa Gráficos do Futuro, constituída pelos designers Edgar Cardoso e João Andrade, está sediada no Porto, e é a equipa residente da Culturgest, ou seja prestam apoio aos projetos gráficos desenvolvidos para a instituição desde cerca de 2003-2004.

Não se pode cortar uma imagem pois trata-se de uma obra de arte e perde o significado que o artista lhe conferiu.

O Miguel é exigente e considera que teve de definir estes critérios para a Culturgest, porque, não entende esta possibilidade na capacidade dos designers portugueses. Colocamos neste âmbito uma questão ao Miguel, de quem são os melhores designers portugueses?

O design em Portugal melhorou imenso nos últimos anos com as gerações mais jovens e a formação aumentou de um modo significativo, por exemplo em Matosinhos<sup>361</sup>, quem está a coordenar o design é o Andrew Howard<sup>362</sup>, o que demonstra uma vontade de melhorar o ensino nesta área. No entanto, ainda há poucas referências, como sejam o caso da portuguesa Susana Carvalho<sup>363</sup> que vive na Holanda e desenhou o catálogo de Jochen Lempert, ou do alemão Kai Bernau<sup>364</sup> que desenhou o catálogo do Atlas Group, ambas as exposições patentes no espaço da Culturgest.

#### 4.6.5. Entrevista a Jorge dos Reis<sup>365</sup>

Jorge dos Reis nasceu em 1971, em Unhais da Serra,<sup>366</sup> vive e trabalha em Lisboa. Estudou no Royal College, em Londres e um doutoramento em design.

Jorge dos Reis após observar todos os cartazes em estudo destacou desde logo um princípio evidente para ele, a existência de uma relação entre imagem e tipografia. E colocou desde logo uma questão: como é que os designers relacionam a imagem com o tipo de letra?

Jorge dos Reis trabalha precisamente no campo da arte e do design, uma relação descrita como *Language Artists* ou seja, artistas que utilizam a escrita no campo da arte contemporânea, como sejam o exemplo do trabalho de Lawrence Weiner,<sup>367</sup>

---

<sup>361</sup> Em Matosinhos, a Escola Superior de Arte e Design | [www.esad.pt](http://www.esad.pt)

<sup>362</sup> [www.studioandrewhoward.com/](http://www.studioandrewhoward.com/) | Entrevista ao designer Andrew Howard: "O que mudou em termos da Cultura do Design em Portugal entre 2003 e 2008? A internet é aqui, provavelmente, a maior influência. Os alunos passam muito tempo visitando sites de design e blogues. Eles parecem achar que esta é uma forma mais fácil de chegar à informação do que consultar livros – o que é um facto. O Design Observer, por exemplo, cresceu grandemente em influência e tomou-se numa referência central. Em Portugal, blogues de design como o Reactor-Reactor e o do Mário Moura contribuíram igualmente para um maior interesse sobre o design, não apenas como uma opção profissional mas realçado como uma prática criativa que possui uma história e temas teóricos que se prestam a ser debatidos." in: [www.artecapital.net/entrevistas.php?entrevista=5](http://www.artecapital.net/entrevistas.php?entrevista=5)

<sup>363</sup> Designer: [www.susana-carvalho.com](http://www.susana-carvalho.com)

<sup>364</sup> Design e Tipografia: [www.kaibernau.com](http://www.kaibernau.com)

<sup>365</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista Nº 6

<sup>366</sup> Jorge dos Reis, *Tipografia*. | Ver: <http://anacirculo.blogspot.com>

<sup>367</sup> O artista Lawrence Weiner nasceu em 1942 nos EUA, o seu trabalho inscreve-se em obras de carácter tipográfico, os seus textos interagem numa relação conceptual com o espaço, através dos quais inscreve as suas palavras. | [en.wikipedia.org/wiki/Lawrence\\_Weiner](http://en.wikipedia.org/wiki/Lawrence_Weiner)

Barbara Kruger,<sup>368</sup> Jenny Holzer.<sup>369</sup> Neste campo de trabalho existe um artista português, o Jorge Penalva<sup>370</sup> (para o qual Jorge dos Reis escreve acerca da sua obra).

Segundo Jorge dos Reis, a Serralves demonstra uma abertura, ou seja, tem “rédea solta,” pois tem lá um João Fernandes, que é um Miguel Wandschneider da Culturgest, no entanto, a Culturgest demonstra-se “fechada”, ou seja, está embutida numa mega-estrutura, e encontra-se como que “embutida num bloco, um pouco aprisionada” é como um animal aninhado no seu casulo.

No que diz respeito a uma análise estética destes cartazes vemos uma diferença entre a abordagem da composição visual, ou seja a relação entre a imagem e a entrada do texto, mostra-nos duas preocupações: assim sendo temos uma Serralves com maior respeito pelo artista e pela obra, e uma Culturgest em que o texto interfere com a imagem. Nestes dois casos, a relação direta com o cartaz (texto e imagem) não se articulam. É necessária uma análise da tipografia com um carácter muito fino, uma leitura de caixa alta, caixa baixo, espessura larga e fina.

A seleção dos cartazes e a sua fundamentação ou seja Jorge dos Reis colocou-nos esta questão, de como foram eleitos estes 40 objetos de estudo? De facto a sua seleção já integra um processo em si de seleção, visto toda uma problemática no arquivo, o seu espólio na área dos cartazes, bem como um registo fotográfico de qualidade, todo o processo foi sendo envolvido pelos mecanismos em si mesmo difíceis pela aglomeração de cartazes e a sua falta de inventariação.

Deste modo foi possível isolar todos os cartazes existentes e que se integram no campo de abordagem a divulgação do artista e da arte contemporânea, a partir deste critério foram isolados praticamente todos os cartazes que se encontram neste estudo, visto na sua totalidade não se tendo verificado uma grande quantidade, mas a que se nos apresenta (em resposta a Jorge dos Reis).

Ainda em relação à questão do Porto e de Lisboa, verificou-se sobretudo pela instituição e de modo a diversificar a amostra de resultados, não pelo simples facto de ser norte ou sul do país. Trata-se de um estudo abrangente cuja ênfase se estruturou a partir da divulgação da arte contemporânea.

---

<sup>368</sup> A artista Barbara Kruger nasceu em 1945 nos EUA e trabalha com fotografia a preto e branco, sobre as quais escreve frases em tipo de letra Helvetica e Futura preenchidas a cor vermelho, deste modo salienta mensagens para um público em massa, gritos de ordem política ou religiosa provocando os olhares dos observadores. | [www.barbarakruger.com](http://www.barbarakruger.com)

<sup>369</sup> A artista Jenny Holzer nasceu em 1950 nos EUA, e começou a trabalhar com textos inseridos no espaço público e a partir destes deu início a uma obra de representações visuais sobretudo através dos posters ou cartazes de rua, luminosos e com um dinamismo visual ao nível da escrita de modo a interagir com os públicos. in: [es.wikipedia.org/wiki/Jenny\\_Holzer](https://es.wikipedia.org/wiki/Jenny_Holzer)

<sup>370</sup> “O trabalho artístico de João Penalva sempre se revelou atento aos cruzamentos entre texto e imagem, visão e linguagem. As narrativas desse modo subtilmente sugeridas, envolvendo uma estreita ligação entre o cuidado formalista e uma muito particular dimensão conceptual, têm promovido uma das obras mais singulares do panorama artístico português contemporâneo.”

SANTOS, David, *João Penalva*, in: [www.artecapital.net/criticas.php?critica=29](http://www.artecapital.net/criticas.php?critica=29)



Após uma sistematização dos objetos em análise, e integrando neste contexto o desenho de um *Mind Map* podemos salientar três aspectos fundamentais para o presente estudo:

M – Mediação ou instância da mediação (os designers)

C/I – Produção ou instância de produção (neste caso é a instituição)

P – Público ou instância de recepção (neste caso os grupos de foco)

Neste estudo há ainda a ligação ao curator ou seja quem foi que promoveu a instituição ao artista, quem foi que estabeleceu a relação entre a instituição e o designer. A relação entre o cartaz, a instituição e o curator da exposição. A análise de mediação entre o trabalho do designer com o público está na recolha de dados já realizada pela investigadora.

A ausência de autor no cartaz (do nome do designer) verificou-se pela facto dos designers terem um certo pudor em lidar com o artista ou seja a obra de arte necessita de uma simplicidade e de dignidade. A fragmentação da obra de arte amplia e faz crescer o cartaz, no entanto, retira à obra a sua leitura.

Na década de 80 houve a tentação de esticar as letras, porque o uso do computador era recente e permitia essas utilizações por parte de ferramentas ainda pouco exploradas, assim vemos no cartaz de Picasso<sup>371</sup> esse exemplo, o tipo de letra Garamond foi esticado na vertical.

A composição é seca ou seja é muito direta, o importante são os dois territórios presentes: a tipografia e a imagem. Em primeiro é necessário uma análise dos dois territórios, e em segundo a relação entre os dois. Na generalidade não se tocam mas há elementos como sejam: central, vertical ou horizontal. Para uma abordagem de tipos de cartazes com a mesma tipologia e com tipologias diferentes, como sejam, o cartaz de Mario Merz<sup>372</sup> e Ana Vieira,<sup>373</sup> em que não há relação entre imagem e a tipografia, ou para o cartaz de Arman,<sup>374</sup> em que o texto está dentro da imagem, e no cartaz de Jean Dubuffet,<sup>375</sup> em que podemos indicar uma tipologia, na qual se entra na imagem com a tipografia e estes dois territórios fundem-se. Entre o campo da imagem e da tipografia existem aqui dois tipos: o texto interfere com a imagem e o texto não interfere com a imagem. Ou seja, o designer faz a paginação com a obra de arte.

Jorge dos Reis concluiu para este conjunto de 40 cartazes, que a tipografia mais a imagem resultam num tipo de composição visual, que atribui uma tipologia a cada

---

<sup>371</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 34

<sup>372</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 30

<sup>373</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 4

<sup>374</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 8

<sup>375</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 23

grupo com semelhante resultado. Encontram-se nestes 40 cartazes cerca de meia dúzia de tipologias, em que cada imagem adquire um enquadramento no cartaz.

#### 4.5.6. Entrevista a Eduardo Nery<sup>376</sup>

Eduardo Nery nasceu em 1938, na Figueira da Foz. Vive e trabalha em Lisboa.

A conversa partiu de um início, que seria o objeto de estudo em causa, o cartaz<sup>377</sup> da sua exposição, realizada de 8 de Outubro a 21 de Dezembro de 1997, na galeria da Culturgest, em Lisboa. Contudo, ao entrarmos no seu atelier deparamo-nos com uma coleção de arte africana, o que nos desviou desde logo para uma abordagem de África e das origens daquelas peças em madeira e que preenchem praticamente a maioria do espaço do seu atelier.

Eduardo Nery é um apaixonado pela arte africana e pela arte em geral, publicou recentemente um livro acerca da sua coleção e pretende editá-lo em inglês, designou-se por *Arte Africana, Aproximação Estética de um Artista*, editado pela Imprensa Nacional, Casa da Moeda, em 2010, e segundo o artista trata-se de um longo ensaio sobre a estética na arte africana. Eduardo Nery salienta que ainda não conseguiu um museu de arte africana em Portugal, no entanto, ainda não desistiu. Paris e Bruxelas são os grandes centros de estudos de arte africana.

Segundo o artista plástico, é fundamental “Não desligar a estética do pensamento contemporâneo”.

Colocámos então a questão, no que diz respeito à relação entre o artista e o designer, e a sua resposta foi bastante directa, acerca deste assunto: “Nunca ninguém me perguntou coisa nenhuma acerca do cartaz”.

Tendo o respectivo cartaz na sua frente, Eduardo Nery recorda esta exposição que esteve patente na Culturgest em 1997, e da qual tem ainda poucos exemplares do Jornal da Exposição (que era realizado para os efeitos), no entanto, o cartaz não tem nenhum. Contudo, confirma que a imagem para o cartaz foi decidida, as cores, a obra, tudo, nunca ninguém lhe perguntou nada, nunca interferiu em nada, e ninguém lhe pediu a opinião, ou seja a sua relação, “enquanto artista, com o designer foi zero”! Descreve-nos neste contexto que a relação com os designers é complicada, pelo entendimento no que diz respeito às imagens.

Segundo o artista, os designers fazem o que eles querem com as nossas imagens, deitam-nas, cortam-nas. Por exemplo aconteceu-lhe numa publicação pelo Jornal de

---

<sup>376</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista N° 7

<sup>377</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 16 | Ver entrada: *Eduardo Nery, Arte Atelier 1956 – 1996*, no Blogue: <http://anacirculo.blogspot.com>

Letras acerca da sua obra plástica, em que uma obra era retangular e ficou quadrada; outro exemplo mais antigo, em 1973, mas que não esquece, pois foi a primeira pega problemática que teve com o diretor da revista e ainda crítico de arte, neste caso adulteraram a cor da sua obra na capa de uma revista, ou seja mudaram a cor da peça.

Os designers não têm grande respeito pela obra dos artistas e a tendência é o designer invadir a obra do artista. Exceção à revista *Umbigo*, criativa e exemplar neste processo.

A instituição ou galeria tem o cartaz como missão, logo Eduardo Nery nunca se preocupou com esta questão ou em eventualmente fazê-lo, ele preocupou-se sempre com o catálogo da exposição, porque a partir do momento em que a obra vai para a instituição a preocupação enquanto artista esbate-se. Acontece ainda que o cartaz não cumpre por vezes uma relação com a exposição, ou seja o designer não criou uma relação entre a obra plástica e o design do objeto gráfico.

O corte da imagem surge a partir da pintura, tem início no século XVII, em que a paisagem era tema de pintura, neste caso era realizado um enquadramento da paisagem ou seja um corte da imagem visível pelo artista, deste modo era definido o tema e o corte resolvia o seu enquadramento.

No caso do cartaz em análise concebido para a sua exposição em 1997, o artista Eduardo Nery considera-o bom, do ponto vista da cor e do enquadramento, pois respeita a obra de arte nele exposta.

A exposição *Arte atelier 1956 – 1996*, que está representada no cartaz pela obra de arte *Espaço Absurdo II*, de 1970, retrata uma mostra de trabalhos do artista de um período de 40 anos, o que é que isto significa? Que se trata de um número de obras significativo para expor numa galeria como a Culturgest, a seleção de trabalhos incluiu: desenho, pintura, colagem e fotografia, ou seja 40 anos de pintura num espaço muito reduzido. Esta problemática do espaço para esta exposição, ou seja um espaço que foi dividido com outro artista para o mesmo período expositivo. Estes problemas de gestão de espaços devem-se aos comissários. Naturalmente que a maior dimensão expositiva foi para Sean Scully,<sup>378</sup> artista em simultâneo.

No cartaz da Culturgest está uma obra com dourado, Eduardo Nery usa o dourado desde 1970 na sua pintura, e este tem um significado de ouro, com uma associação ao espiritual, ao simbólico e ao universal: o sol é masculino e a lua é feminina. O ouro pode retirar força às cores ou pode exaltá-las. A conjugação entre formas geométricas com orientações visuais diferentes adquire leituras diferentes. Tal como na conjugação de cores, podemos exaltar ou anular uma cor. A *Optical Art* é uma arte cinética em que a cor adquire mobilidade visual. A obra *Espaço Absurdo II*, de Eduardo Nery é representativa de um período niilista ou seja de auto-destruição,

---

<sup>378</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 36

trata-se de uma pintura metafísica. O dourado está lá a cumprir essa missão, é refletor sempre, tem um espaço quase opaco, e transmite o infinito.

A vibração da cor é muito importante, a cor é luminosa, é cromática. Por exemplo na utilização do dourado: a cor laranja em cima do dourado é uma cor morta. O azul e o dourado é um contraste máximo, ou seja “Ouro sobre azul”, é forte. O amarelo sobre o dourado tende a ser absorvido.

O contributo de Eduardo Nery foi no estudo da cor, sobretudo na pintura e na utilização das três cores primárias: amarelo, azul e vermelho. Foi um aluno na estruturação da cor, e para o artista é essencial uma disciplina mental para uma utilização da luz e da cor, o que se pode observar nos seus *dégradés*, como sejam exemplo os painéis de azulejo aplicados na Av. Infante Santo<sup>379</sup>, em Lisboa. Neste exemplo do seu estudo da cor, também se mostra que um artista plástico também pode estruturar o espaço urbano, utilizando a optical arte e a arte cinética. Eduardo Nery salienta que ‘não sou um cientista da cor: por isso uso o preto e o branco’. O preto é tudo e o branco é ausência. Ensinou no IADE e no ARCO acerca destas matérias.

Para Eduardo Nery existem muitas publicações acerca da cor<sup>380</sup>, no entanto, a obra de Johannes Itten, *Art de La Couleur*<sup>381</sup> continua a ser para o artista ‘a bíblia da cor’ e a sua leitura e renovação de leitura continua a orientar por vezes num trabalho contínuo de estudo e de experimentação neste campo. Contudo sugeriu ainda outra publicação, *History of Color in Painting*, por Faber Birren<sup>382</sup>, um estudioso sobre a cor.

#### 4.7. Conclusões

Podemos sintetizar, algumas das ideias principais que surgiram, após as conversas tidas com os anteriores profissionais. Assim, tomou-se evidente que tanto para o designer João Machado, como para o designer Henrique Cayatte, estes não se identificam com os cartazes concebidos para as duas instituições. E, foi neste seguimento, que abordámos a coordenadora dos projetos para a Culturgest, Cristina Viotti, através da qual podemos entender o processo de transferência de dados entre o designer e a instituição, bem como a relevância de um *curator*.

---

<sup>379</sup> O artista encontrou na Av. Infante Santo uma obra de sua autoria vandalizada e cuja produção foi realizada na fábrica de cerâmica das Caldas, trata-se de uma peça de 1959 e o próprio artista já escreveu à CML acerca deste incidente público, visto que pode ter sido roubada, e o restante deverá ser restaurado.

<sup>380</sup> [en.wikipedia.org/wiki/Color\\_wheel](https://en.wikipedia.org/wiki/Color_wheel) | [en.wikipedia.org/wiki/Munsell\\_color\\_system](https://en.wikipedia.org/wiki/Munsell_color_system)

<sup>381</sup> A publicação em francês encontra-se na sua mesa de trabalho, no seu atelier em Campo de Ourique: Johannes Itten, *Art de La Couleur*, Édition Abrégée, Dessain et Tolra.

<sup>382</sup> Ver: Faber Birren, *History of Color in Painting*, Ed. Van Nostrand Reinhold Company, New York. | Ver artigo: [philosophedia.org/index.php/Faber\\_Birren](http://philosophedia.org/index.php/Faber_Birren)

Após a conversa com a designer Cristina Viotti, podemos avançar para uma entrevista com o Miguel Wandschneider, actual curador da Culturgest. Tendo sido possível a realização deste encontro no próprio espaço da Culturgest, foi-nos possível obter a maioria das respostas que procurámos, sobretudo, no que diz respeito à transferência de informação, bem como processos de trabalho, ligações entre o designer, o curador, o artista e a instituição, todos estes dados no âmbito do projeto do cartaz de divulgação da arte contemporânea.

No contexto tipográfico seleccionámos o Jorge dos Reis como o nosso principal interveniente, e a partir deste encontro, fundamental contributo para o desenvolvimento do capítulo seguinte, podemos sintetizar a ideia chave do seu discurso, ou seja, a relação existente entre a imagem e o texto, em todos os cartazes, estabelecendo deste modo um conjunto de critérios que nos orientaram para uma abordagem de tipologias.

Após estes profissionais, entendemos que a presença de um artista plástico seria significativo pelo seu processo de criação, mas e sobretudo pela transferência da imagem, ou seja da obra de arte para o cartaz, e através deste processo, qual a ligação entre o artista e o designer. Contudo, no caso concreto, concluímos que esta relação não se verifica.

Resumidamente, a existência de regras na organização da composição visual no cartaz, por parte das instituições que divulgam a arte, influenciam de um modo determinante a imagem que é projetada para o público consumidor deste tipo de objeto de comunicação.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | CAPÍTULO IV

BIRREN, Faber, *History of Color in Painting with new principles of color expression*, Ed. Van Nostrand Reinhold Company, New York, 1965

BLACKWELL, Lewis, *La Tipografia del Siglo XX*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1992

CABRAL, Manuel da Costa, SILVA, Maria do Carmo Marques (Coord.), *Sebastião Rodrigues Designer*, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, 1995

CASA DA CERCA, (Coord.), João Machado e a Criação Visual, Câmara Municipal de Almada, Almada, 2001

CAYATTE, Atelier Henrique, *Design 22 Anos*, Lisboa/Bruxelas, 2002

*Colours of the Future Portuguese Illustration for Children and Young People*, Ed. Emilio Tavora Vilar, Lisboa, s.d.

FERRAND, Maria, BICKER, João Manuel, *A Forma das Letras, um Manual de Anatomia Tipográfica*, Almedina, Coimbra, 2000

GILL, Eric, *Ensaio sobre Tipografia*, Almedina, Coimbra, 2003

ITTEN, Johannes, *Art de La Couleur*, Edition Abrégée, Dessain et Tolra, Paris, 1967

*Manual UNIMARC: Formato Bibliográfico*, Biblioteca Nacional de Lisboa, Lisboa, 2008

## Internet

[alexandrepomar.typepad.com/alexandre\\_pomar/ether](http://alexandrepomar.typepad.com/alexandre_pomar/ether)  
[anacirculo.blogspot.com](http://anacirculo.blogspot.com)  
[antoniopintoribeiro.com](http://antoniopintoribeiro.com)  
[apdesigners.org.pt](http://apdesigners.org.pt)  
[calikartel.com/dusan-reljin](http://calikartel.com/dusan-reljin)  
[en.wikipedia.org/wiki/Jenny\\_Holzer](http://en.wikipedia.org/wiki/Jenny_Holzer)  
[en.wikipedia.org/wiki/Lawrence\\_Weiner](http://en.wikipedia.org/wiki/Lawrence_Weiner)  
[en.wikipedia.org/wiki/Munsell\\_color\\_system](http://en.wikipedia.org/wiki/Munsell_color_system)  
[en.wikipedia.org/wiki/Shigeo\\_Fukuda](http://en.wikipedia.org/wiki/Shigeo_Fukuda)  
[en.wikipedia.org/wiki/Will\\_Holder\\_\(designer\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Will_Holder_(designer))  
[fashiongonerogue.com/photographer/dusan-reljin](http://fashiongonerogue.com/photographer/dusan-reljin)  
[pt.wikipedia.org/wiki/José\\_Aurégio](http://pt.wikipedia.org/wiki/José_Aurégio)  
[ressabiator.wordpress.com/2008/03/06/stuart-bailey](http://ressabiator.wordpress.com/2008/03/06/stuart-bailey)  
[tipografos.net/portugal/sebastiao-rodriques.html](http://tipografos.net/portugal/sebastiao-rodriques.html)  
[tipografos.net/tipos/gill-sans.html](http://tipografos.net/tipos/gill-sans.html)  
[www.agd.de](http://www.agd.de)  
[www.armazendasartes.pt](http://www.armazendasartes.pt)  
[www.amekaiser.com](http://www.amekaiser.com)  
[www.artecapital.net](http://www.artecapital.net)  
[www.ateliemunesepta.com](http://www.ateliemunesepta.com)  
[www.barbarakruger.com](http://www.barbarakruger.com)  
[www.b2design.pt](http://www.b2design.pt)  
[www.cam.gulbenkian.pt](http://www.cam.gulbenkian.pt)  
[www.cayatte.pt](http://www.cayatte.pt)  
[www.culturgest.pt](http://www.culturgest.pt)  
[www.designishistory.com/design/posters](http://www.designishistory.com/design/posters)  
[www.designishistory.com/1960/shigeo-fukuda](http://www.designishistory.com/1960/shigeo-fukuda)  
[www.esad.pt](http://www.esad.pt)  
[www.fprovidencia.com/site.html](http://www.fprovidencia.com/site.html)  
[www.joaomachado.com](http://www.joaomachado.com)  
[www.kaibemau.com](http://www.kaibemau.com)  
[www.linkedin.com/in/helenkeyes](http://www.linkedin.com/in/helenkeyes)  
[www.nytimes.com/1996/02/26/arts/serge-sabarsky](http://www.nytimes.com/1996/02/26/arts/serge-sabarsky)  
[www.repository.utl.pt](http://www.repository.utl.pt)  
[www.ritaburmester.com](http://www.ritaburmester.com)  
[www.romapublications.org](http://www.romapublications.org)  
[www.stedelijk.nl/nieuws/nieuwsberichten/overzicht/in-memoriam-jan-hein-sassen](http://www.stedelijk.nl/nieuws/nieuwsberichten/overzicht/in-memoriam-jan-hein-sassen)  
[www.studioandrewhoward.com](http://www.studioandrewhoward.com)  
[www.susana-carvalho.com](http://www.susana-carvalho.com)

## CAPÍTULO V

### ANÁLISE DOS CARTAZES

#### 5.1. Enquadramento metodológico no âmbito da análise da imagem

“A vista chega antes das palavras. A criança olha e vê antes de falar.

Isto é também verdadeiro noutro sentido. A vista é aquilo que estabelece o nosso lugar no mundo que nos rodeia; explicamos o mundo com palavras, mas as palavras nunca podem anular o fato de estarmos rodeados por ele. Ainda se não estabeleceu a relação entre o que vemos e o que sabemos. Todas as tardes vemos o Sol pôr-se. Sabemos que é a Terra que gira à sua volta. O conhecimento, a explicação, nunca se adequa, sem dúvida, completamente à visão.”<sup>383</sup>

É neste âmbito que introduzimos o capítulo da primeira análise aos cartazes eleitos, assim julgamos pertinente apresentar alguns dos métodos de leitura e de análise de imagens ao longo dos tempos na história humana.

No âmbito desta investigação encontram-se quarenta cartazes, através dos quais iremos proceder a uma análise de cada um em particular. Deste modo e porque se tratam de cartazes<sup>384</sup> que divulgam a arte contemporânea em Portugal, iremos apresentar alguns autores, bem como as suas metodologias, que serviram para analisar obras de arte e os seus contextos de produção e de significação.

Todavia, chegados ao século XX novos campos de abordagem, no que diz respeito à análise de imagens, chegam e tratam esta área através de novos conceitos, como sejam: a morfologia, a tipologia, a iconografia, a semiologia, bem como a análise do conceito de imagem.

Segundo John Berger, “os visitantes dos museus de arte ficam muitas vezes impressionados com o volume de obras expostas e com o que pensam ser, com algum sentimento de culpa, a sua incapacidade para se concentrarem em mais que algumas obras. De fato, essa reação é perfeitamente razoável. A história de arte falhou por completo em resolver o problema da relação entre as obras notáveis e a produção normal da tradição europeia. A noção de ‘génio’ não é em si mesma uma solução satisfatória. Por consequência, a confusão nas paredes das galerias vai

---

<sup>383</sup> BERGER; John, *Modos de Ver*, Edições 70, Lisboa, 1999, p. 11.

<sup>384</sup> “A recente voga de utilização de cartazes grandes ou pequenos enquanto obras de arte ou elementos decorativos no interior de um apartamento – os posters – ilustra claramente o novo papel puramente estético do cartaz que não é mais feito nem para a propaganda, nem para a publicidade, mas existe em si e representa um objeto de arte ‘multiplicado.’” in: MOLES, Abraham, *O Cartaz*, Editora Perspectiva, 1987, p. 234.

permanecendo. Obras de terceira categoria rodeiam uma obra notável, sem qualquer ressalva ou explicação do que fundamentalmente as distingue.”<sup>385</sup>

Neste campo da exposição da obra de arte e na sua utilização para efeitos de divulgação, Berger salienta-nos a questão da imagem artística na promoção de produtos de consumo e por este meio atribuir-lhes características de poder através do tipo de imagem projetada. Nesta área encontramos um significado associado a uma imagem e que se transformam ainda em arquétipos<sup>386</sup> valorizando o cartaz de divulgação, cujo valor enquanto objeto de comunicação é significativamente inferior ao de uma obra de arte ou do próprio objeto a ser promovido.

Neste caso a obra de arte serve ainda para “reforçar ou a dar autoridade à sua própria mensagem”. Neste campo da divulgação Berger salienta ainda que “qualquer obra de arte ‘citada’ pela publicidade serve duas finalidades: a arte é um sinal de riqueza, pertence à boa vida, faz parte do mobiliário de que se supõe estar rodeada a vida das pessoas ricas e belas.”<sup>387</sup>

Prosseguimos então para uma análise da importância do registo visual para o ser humano e do seu significado, sobretudo no campo da obra artística.

Segundo o autor Flávio Gonçalves “diante de qualquer trabalho de pintura ou de escultura o observador busca, por um lado, compreender o tema nele figurado e, por outro lado, analisar as formas utilizadas ou conseguidas pelo artista. São dois problemas distintos, por vezes confundidos na síntese perceptiva, mas que se discriminam facilmente logo que a observação se torna mais atenta e estreita. Daí que o estudo das obras de arte se possa desdobrar também em dois capítulos diferentes: a iconografia<sup>388</sup>, que nos documentos plásticos procura interpretar os assuntos representados, descobrir as origens destes e suas sucessivas modificações, captar-lhes o conteúdo ideológico; e a História da Arte, debruçada sobre as características formais, a composição, o desenho, a cor, a luz, as escolas e processos dos artistas, a técnica. A História da Arte preocupa-se mais com a parte externa e material da pintura e da escultura, com o estilo, o *objectum*, o corpo; a Iconografia visa penetrar no substrato espiritual das obras artísticas, alcançar a sua lição temática, o *subjectum*, o miolo.”

No âmbito de uma análise iconográfica o autor Flávio Gonçalves salienta que a função deste tipo de estudo, por parte de um “*iconógrafo* ou *inconólogo* vai mais

---

<sup>385</sup> BERGER; John, *Idem*, p. 92.

<sup>386</sup> “Os arquétipos emocionais do inconsciente coletivo – Os arquétipos emocionais são padrões comuns a toda cultura humana. Podem ser percebidos como estados de espírito ou formas de percepção do mundo. Os arquétipos são elementos simbólicos que resgatam estados de espírito comuns a todos nós, possibilitando um trabalho de criação com objetivos definidos. É uma associação de emoções que se agrupam por afinidade.” in: MARTINS, José Souza, *A Natureza Emocional da Marca*, Editora Campus, Rio de Janeiro, 2007, p. 31.

<sup>387</sup> BERGER; John, *Idem*, p. 139.

<sup>388</sup> A palavra Iconografia significa etimologicamente “descrição de imagens” (do grego *eikón*, a imagem e *graphia*, a escrita ou descrição). Criada nos fins do século XVII e registada pela primeira vez no “Dictionnaire” de Furetière, em 1701. in: GONÇALVES, Flávio, *História da Arte, Iconografia e Crítica*, Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 1990, p. 21.



longe: após descrever as figuras e cenas apresentadas, identifica-as, justifica as fórmulas adotadas e tenta entendê-las adentro da cultura e da civilização da época a que pertencem.”<sup>389</sup>

O apoio da iconografia<sup>390</sup> ao estudo das imagens salienta três campos principais: 1) a iconografia de um indivíduo ou de um grupo de indivíduos; 2) iconografia de uma época, de um fato histórico; 3) iconografia de uma doutrina ou de uma religião. “Ao iconógrafo interessam-lhe todas as imagens do tema escolhido: pinturas, desenhos, gravuras, esculturas, esmaltes, azulejos, peças de ourivesaria, moedas, medalhas, etc. E já ninguém duvida da importância de tais investigações, largamente úteis mesmo fora dos domínios da arte.”<sup>391</sup>

Na continuidade desta abordagem iconográfica a obra do autor Erwin Panofsky empreende-nos pelo caminho da linguagem e da comunicação na humanidade. Através das suas palavras orientamo-nos pelo universo da criação e envolvemo-nos num processo de entendimento do significado e produção de obras que o ser humano deixou ao longo da sua civilização.<sup>392</sup>

“O homem é efetivamente o único animal a deixar registos atrás de si, porque é o único animal cujos produtos ‘evocam ao espírito’ uma ideia distinta da sua existência material. Outros animais utilizam sinais e constroem estruturas, mas utilizam signos sem ‘perceber a relação e significação’ e constroem estruturas sem perceber a relação de construção.

Perceber a relação de significação é separar a ideia do conceito a ser exprimido, dos meios de expressão. E perceber a relação de construção é separar a ideia da função a ser cumprida, dos meios de cumpri-la. (...) Os signos e estruturas humanas são registos porque e na medida em que exprimem ideias que, embora realizadas pelos processos de simbolizar e construir, são separadas desses processos. Estes registos têm assim a qualidade de emergirem da corrente do tempo, e é precisamente nesta qualidade que são estudados pelo humanista. Ele é fundamentalmente um historiador.”<sup>393</sup>

---

<sup>389</sup> Seria mais correcto para o efeito, o emprego do termo Iconologia (do grego *eikôn* + *logia*); este vocábulo, porém, apesar do seu sentido de ‘ciência das imagens’ desde sempre se empregou a propósito do estudo das imagens alegóricas e seus atributos (um dos capítulos da Iconografia). in: GONÇALVES, Flávio, *Idem*, p. 21.

<sup>390</sup> “Devido à aliança da Iconografia com a História da Arte, compreende-se facilmente que ambas as ciências prestem para além das suas específicas funções, recíprocos serviços uma à outra.” in: GONÇALVES, Flávio, *Idem*, p. 24. “Tanto a História da Arte como a Iconografia são ciências descritivas. Limitam-se a observar e a interpretar o documento artístico tal e qual ele se mostra, e a aceitá-lo. Todavia, até perto dos fins do século XIX, enquanto o seu método se não estruturou numa base científica, a Iconografia encarou-se como uma colecção de regras destinadas aos artistas, uma espécie de código (...).” in: GONÇALVES, Flávio, *Idem*, p. 28.

<sup>391</sup> GONÇALVES, Flávio, *Idem*, p. 22.

<sup>392</sup> “... Enquanto a ciência procura transformar a variedade caótica dos fenómenos naturais naquilo a que se pode chamar um cosmos da natureza, os estudos humanísticos buscam transformar a variedade caótica dos registos humanos naquilo que se pode chamar um cosmos cultural.” in: PANOFSKY, Erwin, *O Significado nas Artes Visuais*, Editorial Presença, Lisboa, 1989, p. 17.

<sup>393</sup> PANOFSKY, Erwin, *Idem*, p. 17.

Segundo Erwin Panofsky a “Iconografia é o ramo da história da arte que se ocupa do significado das obras de arte em oposição à sua forma. Tentemos então definir a distinção entre assunto ou significado por um lado, e forma, por outro.”<sup>394</sup>

No que diz respeito ao estudo do significado numa leitura iconográfica, Panofsky salienta três momentos para uma abordagem distinta na ordem de leitura:

- 1) Significado primário ou natural, é apreendido pela identificação das formas puras; isto é certas configurações de linha e de cor. O mundo das formas puras, é reconhecido assim como portador de significados primários ou naturais, pode ser designado como o mundo dos motivos artísticos. Estes motivos tratam uma descrição pré-iconográfica da obra de arte.
- 2) Significado secundário ou convencional, conectamos motivos artísticos e combinações de motivos artísticos (composições) com temas ou conceitos. A identificação destas imagens, histórias e alegorias é o domínio daquilo que é normalmente referido como ‘iconografia’ ou análise iconográfica.
- 3) Significado intrínseco ou conteúdo, é apreendido pela averiguação daqueles princípios subjacentes que revelam a atitude básica de um período, ou outras. Tanto pelos ‘métodos de composição’ quanto pela ‘significação iconográfica’, a descoberta e interpretação desses valores ‘simbólicos’ (que muitas vezes são desconhecidos do próprio artista e podem mesmo diferir acentuadamente daquilo que ele conscientemente tinha a intenção de expor) é o objeto daquilo a que podemos chamar ‘iconologia’<sup>395</sup> enquanto oposta à ‘iconografia’<sup>396</sup>, ou seja uma interpretação iconológica<sup>397</sup>.

No seguimento de uma leitura de significado encontra-se o valor do objeto artístico, esta associação é-nos apresentada pelo autor Jean Baudrillard:

“Tanto quanto superfície pintada, o quadro é um objeto assinado. A rubrica do criador vem como que revesti-lo de uma singularidade ainda maior. Que assinala esta assinatura? O ato de pintar, o sujeito que pinta. Mas assinala este sujeito em pleno objeto, e o próprio ato de pintar é nomeado por meio de um signo. (...)”

---

<sup>394</sup> PANOFSKY, Erwin, *O Significado nas Artes Visuais*, p. 31. | PANOFSKY, Erwin, *Estudos de Iconologia*, Editorial Estampa, Lisboa, 1995, p. 19.

<sup>395</sup> A iconologia é, deste modo, um método de interpretação que deriva mais da síntese do que da análise. A interpretação iconológica, finalmente, requer algo mais do que uma familiaridade com temas ou conceitos específicos, conforme transmitidos por fontes literárias.

in: PANOFSKY, Erwin, *O Significado nas Artes Visuais*, p. 34 e 37.

<sup>396</sup> A iconografia implica um método ou procedimento puramente descritivo, frequentemente mesmo estatístico. A iconografia é então, uma descrição e classificação de imagens.

<sup>397</sup> “Em conclusão: quando nos queremos exprimir de maneira muito precisa (...) temos de distinguir três estratos de assunto ou significado, dos quais o inferior é associado normalmente à forma, e o segundo constitui o domínio específico da iconografia enquanto oposta à iconologia. Em qualquer um dos estratos em que nos movimentamos, as nossas identificações e interpretações dependem do apetrechamento subjectivo de que dispomos, e exactamente por essa razão terão de ser complementadas e corrigidas por uma visão compreensiva dos processos históricos cuja soma global pode ser designada como tradição.” in: PANOFSKY, Erwin, *O Significado nas Artes Visuais*, p. 37. | Ver tábua sinóptica: in: PANOFSKY, Erwin, *Idem*, p. 38.

E a tela só se torna única – não já como obra mas como objeto – revestida daquele gatafunho. Transforma-se então num modelo, ao qual um signo visível traz um valor diferencial extraordinário. Mas não é um valor de sentido – o sentido do quadro não está aqui em causa – é um valor de diferença, trazido pela ambiguidade de um signo, que dá a ver a obra, mas leva a reconhecê-la e a avaliá-la num sistema de signos e que, embora diferenciando-a como modelo, a integra já por outro lado numa série, que é a das obras do pintor.

Assim, a obra pintada torna-se, através da assinatura, um objeto cultural: ela já não é somente lida, mas percebida no seu valor diferencial – uma mesma emoção ‘estética’ confundindo muitas vezes a leitura crítica e a percepção sinalética.”<sup>398</sup>

Jean Baudrillard salienta-nos neste texto a significação e o valor da obra de arte num contexto de produção económica e de significado enquanto signo visual, ou seja a sua reprodução e cópia que alteram o valor do objeto.

“Daí o valor mítico que toma este certificado de origem: a assinatura. É ela que se torna a verdadeira ‘legenda’ das nossas obras. Na ausência da fábula, das figuras do mundo e de Deus, é ela que diz o que a obra significa: o gesto do artista que nela se materializa. Como aliás nos outros signos do quadro. Porque, se a assinatura pode preencher esta função de sentido legível, é porque enquanto signo, na sua singularidade alusiva, ela é, no fundo, homogénea da ordem combinatória de signos que é a do quadro: em certas obras de arte modernas, ela mistura-se graficamente com o contexto da tela, torna-se elemento rítmico, e podemos até conceber que um quadro se realize, se anule na sua assinatura, não seja mais que uma assinatura – mas isto é um limite, porque – signo entre signos – a assinatura guarda sempre, no entanto, valor de legenda. Se cada signo do quadro retrata o sujeito em ato, só ela no-lo designa explicitamente, nos restitui essa parcela de sentido, essa referência e, portanto, essa segurança que na verdade ilegível do mundo já não restitui na pintura moderna. Sobre ela joga o consenso social e, para além dele, evidentemente, todas as combinações subtis da oferta e da procura. Mas vemos que este mito não é puro e simples efeito da orquestração comercial. É através da conjunção nela do signo e do nome – do signo diferente dos outros signos do quadro mas homogéneo a eles, do nome diferente dos outros nomes da pintura mas cúmplice no mesmo jogo – é sobre esta conjunção ambígua, neste signo inflectido, das séries subjetivas (a autenticidade) e das séries objetivas (o código, o consenso social, o valor comercial) que o sistema do consumo pode funcionar”.<sup>399</sup>

No caso dos objetos em análise encontramos de fato um conjunto de nomes de artistas que se destacam verdadeiramente no layout do cartaz, ou seja a dita assinatura a que Baudrillard se referia, não tanto e simplesmente à assinatura na respectiva obra de arte, mas também na sua continuidade para o objeto de divulgação da exposição. Será esta ‘assinatura’ que em conjunto com a obra de arte

---

<sup>398</sup> BAUDRILLARD, Jean, *Para uma Crítica da Economia Política do Signo*, Edições 70, Lisboa, 1981, p. 111.

<sup>399</sup> BAUDRILLARD, Jean, *Idem*, p. 114.

confere significado e valor artístico a esta tipologia de cartaz ou seja a sua reprodução bidimensional e de valor económico mais acessível.

Para o autor Richard Hollis “o pôster, como design gráfico, pertence à categoria da apresentação e da promoção, na qual imagem e palavra precisam ser económicas e estar vinculadas a um significado único e fácil de ser lembrado. Nas ruas das crescentes cidades do final do século XIX, os pôsteres eram um meio de expressão da vida económica, social e cultural, competindo entre si para atrair compradores para os produtos e públicos para os entretenimentos.”<sup>400</sup>

A partir de um conceito de cartaz e através da sua associação a um significado cultural e social, julgamos pertinente abordar ainda as questões de significação e de contexto semiológico para o estudo deste tipo de imagem.

Segundo o autor Roland Barthes abordamos o conceito de semiologia<sup>401</sup> associado à significação dos objetos analisados. Trata-se então do Princípio da Pertinência, ou seja do que a uma “investigação semiológica diz respeito por significação dos objetos analisados: interrogam-se os objetos unicamente sob o aspecto do sentido que possuem, sem fazer intervir, pelo menos prematuramente, isto é antes de o sistema estar o mais reconstituído possível, os outros determinantes (psicológicos, sociológicos, físicos) desses objetos; (...) isto é, situar o seu lugar e a sua função no sistema do sentido.”<sup>402</sup>

Roland Barthes aborda o conceito de semiologia numa associação ao conceito de significação. Neste âmbito encontramos a definição, que segundo este autor, significação é um processo, e neste se integram três novos conceitos: o significante e o significado, e cujo resultante é um signo visual. Todos estes inter relacionam-se dependendo do ambiente e do que rodeia o objeto em análise.

Deste modo o significado desenrola-se em dois campos: a matéria e a substância, ou seja no primeiro encontra-se o conceito (signo: gráfico, icónico, verbal, gestual) e no segundo o conteúdo. Assim para o significante encontram-se três operações semiológicas: 1) dividir a mensagem ‘sem fim’, 2) agrupar unidades em classes paradigmáticas, 3) classificar as relações sintagmáticas<sup>403</sup> que ligam essas unidades.<sup>404</sup>

---

<sup>400</sup> HOLLIS, Richard, *Design Gráfico, Uma História Concisa*, Martins Fontes, São Paulo, 2001, p. 5.

<sup>401</sup> Semiologia: etimologicamente a palavra provém do grego semeion – que significa ‘sinal’ e de logos – que significa ‘discurso’ e se encontra largamente utilizado em palavras tais como sociologia, teologia, biologia, zoologia, etc. e, por extensão a palavra logos designa a ciência. A semiologia está assim definida como sendo a ciência dos sinais. É pelo menos desse modo que a define Ferdinand de Saussure: ‘podemos assim conceber uma ciência que estuda a vida dos sinais no seio da vida social’; isso levar-nos-á a debruçarmo-nos sobre o impacto histórico que esta frase pôde ter no desenvolvimento das ‘ciências humanas’ no limiar do século XX.

Mas de que sinais se trata? Trata-se dos sinais que constituem as mensagens necessárias à comunicação humana, quaisquer que sejam os elementos constituintes dessas mensagens auditivas, visuais, audiovisuais, olfactivas, gestuais, etc. in: TOUSSAINT, Bernard, *Introdução à Semiologia*, Publicações Europa-América, Lisboa, 1994, p. 17.

<sup>402</sup> BARTHES, Roland, *O Grau Zero da Escrita seguido de Elementos de Semiologia*, Edições 70, Lisboa, 1981, p. 151.

<sup>403</sup> Linguagem: 1º plano – sintagmas (o sintagma é uma combinação de signos, que tem por suporte a extensão); 2º plano – associações (as unidades que têm entre si qualquer coisa de comum associam-se na memória e formam assim grupos em que existem relações diversas, educação pode associar-se pelo sentido a

Na continuidade deste enquadramento metodológico e no que diz respeito à análise de objetos, o mesmo autor Roland Barthes apresenta-nos no capítulo 'semântica do objeto' os seguintes aspectos, que nos importam refletir, "o objeto serve para o homem agir sobre o mundo, modificar o mundo, estar no mundo de uma forma ativa; o objeto é uma espécie de mediador entre a ação e o homem ... objetos – signos ..."<sup>405</sup>

Esta relação entre os signos e o homem determina os significados e o sentido dos objetos na nossa sociedade, "pois os significados dos objetos dependem muito, não do emissor da mensagem, mas do receptor, quer dizer, do leitor do objeto. Com efeito, o objeto é polissémico, isto é oferece-se a várias leituras de sentido."

As várias leituras de sentido perante a análise de um objeto ou seja "há quase sempre várias leituras que são possíveis, e isso não difere apenas de um leitor para outro, mas também, por vezes, no mesmo leitor. Por outras palavras, cada homem tem em si, por assim dizer, vários léxicos, várias reservas de leitura, segundo um número de saberes culturais, de que dispõe. Todos os graus de saber, de cultura e de situação, são possíveis perante um objeto ou uma coleção de objetos."<sup>406</sup>

É neste âmbito que nos importa abordar este autor, bem como a sua definição para o processo de leitura do objeto, assim conclui-se que "Se se propusesse o teste de Rorschach<sup>407</sup> a milhares de indivíduos, chegar-se-ia a uma tipologia muito estrita de respostas: quanto mais pensamos descer na reação individual, mais encontramos sentidos de certo modo simples e codificados: seja qual for o nível em que nos coloquemos, nesta operação de leitura do objeto, verificamos que o sentido atravessa de lado a lado o homem e o objeto."<sup>408</sup>

Através destes conceitos de visualização do objeto em análise podemos comparar as palavras de Roland Barthes com o levantamento de dados que foi realizado, para a análise dos cartazes, pelos grupos de foco, ou seja um conjunto variado de leituras sobre os mesmos objetos (assunto tratado nos capítulos seguintes).

Encontramos na função de divulgação, o cartaz de arte contemporânea, em que "a função faz nascer o signo, mas esse signo é reconvertido no espetáculo de uma

---

ensino, aprendizagem (...) a atividade analítica que se aplica às associações é a classificação. in: BARTHES, Roland, *O Grau Zero da Escrita seguido de Elementos de Semiologia*, Edições 70, Lisboa, 1981, p. 125.

<sup>404</sup> BARTHES, Roland, *Idem*, 1981, p. 151.

<sup>405</sup> BARTHES, Roland, *A Aventura Semiológica*, Edições 70, Lisboa, 1985, p. 179.

<sup>406</sup> BARTHES, Roland, *Idem*, 1985, p. 179.

<sup>407</sup> O teste de Rorschach é uma técnica de avaliação psicológica pictórica, comumente denominada de teste projetivo, ou mais recentemente de método de auto-expressão. Foi desenvolvido pelo psiquiatra suíço Hermann Rorschach. O teste consiste em dar respostas sobre com o que se parecem as dez pranchas com manchas de tinta simétricas. A partir das respostas, procura-se obter um quadro amplo da dinâmica psicológica do indivíduo. O teste de Rorschach é utilizado em vários países. | [pt.wikipedia.org/wiki/Teste\\_de\\_Rorschach](http://pt.wikipedia.org/wiki/Teste_de_Rorschach)

<sup>408</sup> BARTHES, Roland, *Idem*, 1985, p. 179.

função ... é precisamente essa conversão da cultura em pseudo-natureza que pode definir a ideologia da nossa sociedade.”<sup>409</sup>

Ainda e segundo o autor Martine Joly, na sua publicação *Introdução à Análise da Imagem*, em cujo resultado de síntese, acerca do conceito de imagem, e da sua importância no período contemporâneo, se nos apresenta sob um conjunto de conceitos que temos vindo a apresentar de um modo sistematizado. Deste modo o conceito de imagem torna-se vasto na sua amplitude de aplicações contemporâneas ou seja trata-se de um novo modo de usar uma palavra para definir âmbitos por vezes bastante alargados, como por exemplo na ‘imagem de um político, de um médico, de um transporte, entre outros’.<sup>410</sup>

No entanto, desde a Antiguidade que se aborda o conceito de imagem, tanto que Platão e Aristóteles se debateram na sua definição. “Imitadora, para um ela engana, para outro ela educa. Desvia da verdade ou, pelo contrário, conduz ao conhecimento. Para o primeiro, seduz as partes mais fracas da nossa alma, para o segundo, é eficaz pelo próprio prazer que nos proporciona. A única imagem graciosa aos olhos de Platão é a imagem ‘natural’ (reflexo ou sombra), a única que se pode tornar num instrumento filosófico.”<sup>411</sup>

Ainda no âmbito do autor Martine Joly são-nos apresentados os seguintes conceitos para imagem: ‘representações mentais, o sonho’ e ‘a imagem mental’ que é criada quando alguém nos descreve um lugar ou quando lemos. No que diz respeito ao sonho “outros sentidos são também solicitados, tais como o tacto ou o olfacto”.<sup>412</sup>

Entre várias aplicações para a palavra imagem, incluindo a ‘imagem verbal, uma metáfora’, ou ‘construir a imagem de alguém’ ou ainda a ‘imagem de si’ ou a ‘imagem de marca’, constituem alusões a operações mentais, individuais ou coletivas, que neste caso insistem mais no aspecto construtivo que no aspecto visual ou seja estas incluem-se nas áreas de estudo da psicologia, psicanálise, matemática, teatro, pintura, etc.<sup>413</sup> As ditas ‘novas’ imagens são também designadas como ‘imagens virtuais’ ou seja simulam mundos imaginários e ilusórios, contudo, não terá sido sempre assim, mesmo antes da atribuição de uma significação, ou seja quando se ouvia uma história e se desenhava à maneira do seu criador.

---

<sup>409</sup> BARTHES, Roland, *Idem*, 1985, p. 180.

<sup>410</sup> Considerar que a imagem contemporânea é a imagem mediática e que a imagem mediática por excelência é a televisão ou o vídeo, é esquecer que, ainda hoje e nos próprios media, a fotografia, a pintura, o desenho, a gravura, a litografia, etc. – toda a espécie de meios de expressão visual e que consideramos como ‘imagens’ – coexistem. in: JOLY, Martine, *Introdução à Análise da Imagem*, Edições 70, Lisboa, 2004, p. 15. |

“Uma das mais antigas definições de imagem, dada por Platão, esclarece-nos: ‘chamo imagens em primeiro lugar às sombras, em seguida aos reflexos que vemos nas águas ou à superfície dos corpos opacos, polidos e brilhantes e todas as representações deste género.” Trata-se de uma citação transcrita da obra de Platão, *A República*. in: JOLY, Martine, *Idem*, p. 13.

<sup>411</sup> JOLY, Martine, *Introdução à Análise da Imagem*, Edições 70, Lisboa, 2004, p. 18.

<sup>412</sup> JOLY, Martine, *Idem*, p. 20.

<sup>413</sup> JOLY, Martine, *Idem*, p. 20.

“A imagem e a teoria semiótica” é o título de um dos capítulos da obra de Martine Joly, também aqui encontramos uma abordagem semiótica na análise da imagem. Contudo, esta abordagem diz respeito à significação ou seja compreende efeitos de interpretações. “Efetivamente, um signo é um ‘signo’ apenas quando ‘exprime ideias’ e provoca no espírito daquele ou daqueles que o recebem uma atitude interpretativa. Deste ponto de vista tudo pode ser um signo. A tarefa de um cientista semiótico consistirá antes em tentar ver se existem categorias de signos diferentes e se estes diferentes tipos de signos<sup>414</sup> possuem uma especificidade e leis de organização próprias ou processos de significação particulares.”<sup>415</sup>

Na teoria semiótica de Charles Peirce e cuja definição de um signo ‘é algo que significa outra coisa para alguém, devido a uma qualquer relação ou a qualquer título’. Esta teoria relaciona três pólos: a face perceptível do signo, o *significante*, aquilo que representa, o *objeto* ou referente, e aquilo que significa, o *significado*.<sup>416</sup> Peirce classificou três conceitos: ícone, indício e símbolo. Todavia, “considera que o ícone corresponde à classe dos signos, cujo significante possui uma relação analógica com aquilo que ele representa. (...) A categoria da imagem reúne então os ícones que mantêm uma relação de analogia qualitativa entre significante e o referente. Um desenho, uma foto, uma pintura, retomam as qualidades formais do seu referente: formas, cores e proporções que permitem o seu reconhecimento.”

Surgiu então a semiologia da imagem, em meados do século XX, esta semiologia dedicou-se sobretudo ao estudo das mensagens visuais e a palavra imagem tornou-se sinónimo de ‘representação visual’.

Contudo, seguiram-se novas problemáticas no que diz respeito à análise das imagens, e assim imagem é considerado algo heterógeneo, ou seja reúne diferentes categorias de signos: ‘imagens’ no sentido teórico do termo (signos icónicos, analógicos), mas também signos plásticos: cores, formas, composição interna ou textura (e a maior parte do tempo também signos linguísticos) da linguagem verbal.<sup>417</sup>

---

<sup>414</sup> O conceito de signo é pois muito antigo e designa já algo que é percebido – cores, calor, formas, sons – e que atribuímos uma significação. E ainda para estudar os diferentes tipos de signos que interpretamos, integrando-os numa tipologia e encontrando as leis de funcionamento das diferentes categorias de signos, essa ideia é recente e remonta ao princípio do nosso século. Os seus grandes percursores foram o linguista suiço Ferdinand de Saussure (1857 – 1913), na Europa e o cientista Charles Sanders Peirce (1839 – 1914), nos Estados Unidos. in: JOLY, Martine, *Idem*, p. 29.

<sup>415</sup> JOLY, Martine, *Idem*, p. 28.

<sup>416</sup> JOLY, Martine, *Idem*, p. 32 e 33.

<sup>417</sup> JOLY, Martine, *Idem*, p. 38. | “Sem dúvida que existem, para toda a humanidade, esquemas mentais e representativos universais, arquétipos, ligados à experiência comum a todos os homens. (...) A tarefa do analista é precisamente a decifração das significações que a aparente ‘naturalidade’ das mensagens visuais implica.” in: JOLY, Martine, *Idem*, p. 43.

## 5.2. Contexto de análise da imagem | Sistematização

Após a seleção dos quarenta objetos de estudo e tendo, no capítulo terceiro, sido apresentados os artistas em foco, bem como os seus respectivos designers, no capítulo quarto, encontramos neste ponto uma abordagem teórica ao cartaz de modo a que sejam observados os elementos da sua composição visual.

Através da presente investigação organizamos nesta divisão aspectos relevantes para um entendimento deste objeto de comunicação. Para uma análise sistematizada deste objeto, elegemos um conjunto de elementos cuja função determina a eficácia deste tipo de mensagem. Assim, a partir da referência bibliográfica *Introdução à Análise da Imagem*, do autor Martine Joly, fundamentou-se a presente análise.

Deste modo e tendo como contributo o autor Roland Barthes focamos a nossa abordagem em três momentos de orientação visual para uma análise da mensagem: em primeiro uma análise da mensagem plástica, em segundo uma análise da mensagem icónica e por último uma análise da mensagem linguística.<sup>418</sup>

Tendo por base uma estrutura desenhada para sistematizar os conteúdos relativos aos dois capítulos anteriores bem como o presente, pretendemos orientar o leitor atento para as respectivas grelhas de análise por cartaz, organizadas por ordem alfabética de modo a permitir um encadeamento dos dados recolhidos e apresentados neste estudo.

No que diz respeito ao presente capítulo encontramos uma sistematização para um levantamento de dados cuja função será preparar o próximo capítulo de modo a fundamentar todo o processo de investigação relativo ao impacto deste tipo de objeto no observador e na sua capacidade de reagir a este tipo de mensagem.

A análise do cartaz implicou uma seleção visual e de tratamento de dados relativos aos conteúdos que orientam esta missão, tais como a sua composição, a linguagem gráfica, o formato, a tipografia e os elementos que constituem a variedade de escolhas para todo o conjunto de cartazes, como a cor, a forma, o equilíbrio, o ritmo visual e as proporções no âmbito do objeto.

Trata-se claramente de um grupo de cartazes cuja plasticidade se destaca pela área que a obra de arte ocupa na proporção do fundo do cartaz, deste modo e tendo em conta este tipo de mensagem plástica, a análise concluirá que se tratam de objetos que se caracterizam pela sua eficácia visual. Após uma análise individual por cartaz é possível sistematizar o conjunto em estudo através de tipologias de análise estética e gráfica.

---

<sup>418</sup> JOLY, Martine, *Idem*, p. 50.



### 5.3. Método de Martine Joly

Após um enquadramento de autores e métodos de análise, reunimos um conjunto de instrumentos teóricos que nos permitem analisar o objeto em estudo.<sup>419</sup>

Contudo é Martine Joly que coloca uma questão determinante neste campo “como é que o sentido chega até às imagens?” e a partir desta questão fez uma abordagem sobretudo através da imagem publicitária, na qual os mecanismos de comunicação se reúnem de modo a produzir um sentido para uma leitura pública.

Todavia a nossa questão evoluiu em relação à anterior pelo modo de abordagem à imagem do cartaz neste campo da obra de arte, assim através da inquirição: “quais os mecanismos de design que despertam as emoções no cartaz de divulgação de arte contemporânea?” acrescentamos um leque de áreas<sup>420</sup> de estudo para desenvolver nos próximos capítulos.

#### 5.3.1. Descrição do objeto em análise

Damos então início à descrição da imagem (cartaz) e transcrevemos a nossa percepção visual para uma linguagem verbal. “Este processo de verbalizar a mensagem visual revela uma seleção perceptiva e de reconhecimento do percebido e que nos leva à interpretação do objeto.”<sup>421</sup> No campo da descrição encontramos: a dimensão do objeto, a imagem (ocupa uma percentagem da dimensão do cartaz), o fundo, os logotipos e a informação que contém: visual e escrita.

#### 5.3.2. Mensagem plástica

Encontram-se na mensagem plástica os seguintes signos plásticos: cores, formas, composição e textura (grande parte da significação da mensagem visual é

---

<sup>419</sup> PUJAGUT, Jaume, GARCIA, Sergi, *A Graphic Design Project From Start to Finish*, Index Book, Barcelona, 2010

<sup>420</sup> As primeiras pesquisas comportamentais, inspiradas no behaviourismo, não encontraram uma resposta global no esquema estímulo/resposta e, “para se libertarem desta primeira visão mecanicista, tiveram que desembocar nos modelos de hierarquia da aprendizagem baseada nas três etapas seguintes: cognitiva, afectiva e comportamental; seguidamente foi a pesquisa das motivações (...) fazendo apelo não apenas à psicologia, mas também à psicanálise, à sociologia ou à antropologia. in: JOLY, Martine, *Idem*, p. 72.

<sup>421</sup> JOLY, Martine, *Idem*, p. 74.

determinada pelas escolhas plásticas e não apenas pelos signos icônicos analógicos), assim como o suporte plástico e as suas proporções.

Moldura e enquadramento, têm significados diferentes, o primeiro diz respeito aos limites da imagem com os limites do suporte, e o segundo é o limite da representação visual ou as dimensões da imagem. Neste contexto encontramos dois tipos de enquadramento: vertical (maior proximidade) e horizontal (maior afastamento). No que diz respeito à localização da representação visual esta tem dois significados: centrífugo (que se afasta ou tende a afastar-se do centro do suporte) e centrípeto (que tende a aproximar-se do centro do suporte).

Para a análise da composição e da paginação, salientam-se os elementos organizados em hierarquia, orientação visual<sup>422</sup> na leitura da imagem. A construção é essencial, o olho segue sempre as orientações que lhe foram preparadas na obra.

A interpretação das formas é sobretudo antropológica e cultural. A sua interpretação no campo das artes plásticas é essencial e levam-nos a uma observação cuidada na sua seleção e interpretação das linhas: curvas, redondas – feminino e suavidade – formas pontiagudas, retas – virilidade e dinamismo, etc. Fundo e sobreposição de traços, linhas escuras ou finas. Os caracteres tipográficos também funcionam como formas colocadas no fundo ou sobre a composição do cartaz, e estas também têm uma leitura fina, grossa, pesada ou leve.

A cor e a iluminação: a sua interpretação é antropológica. A sua percepção é cultural e a sua interpretação tem um efeito psicofisiológico sobre o espectador, a sua experiência traduz-se num estado primeiro em matéria de fundadora de luz e de cor.

A textura como um “signo plástico” é uma abordagem relativamente nova e que esteve muito tempo ausente da teoria e da história da arte, assim como da semiótica. Todavia não esteve ausente das preocupações dos pintores e dos fotógrafos. Numa imagem a textura está de certo modo ligada à terceira dimensão, ou seja confere à imagem um caráter táctil. A percepção visual é reforçada pelo aspecto sensual do tacto, e ao qual é solicitado uma percepção táctil, ao solicitar a partir de sensações visuais, outros tipos de sensações (tácteis, auditivas, olfativas), uma mensagem visual pode ativar o fenómeno das correspondências sinestésicas.

---

<sup>422</sup> “Orientação visual: A composição é estudada para conferir uma leitura na página impressa: a *construção focalizada* – linhas de força (traço, cores, iluminação, formas) convergem para um ponto do anúncio que tem o papel de montra e que se torna no lugar do produto a promover – o olhar é atraído para um ponto estratégico onde se encontra o produto a promover. A *construção axial*, que coloca o produto exatamente no eixo do olhar, em geral no centro do anúncio. A *construção em profundidade*, em que o produto está integrado numa cena com um cenário em perspectiva, ocupando a cena da frente em primeiro plano. A *construção sequencial*, consiste em percorrer o olhar pelo anúncio de maneira a que no final do percurso, ele caia sobre o produto, normalmente na parte inferior direita, ou seja um modelo de construção em Z. Uma construção sequencial dinâmica, antes de mais: orientação oblíqua ascendente na direção da direita, é uma orientação que, na nossa cultura, se encontra frequentemente associada às ideias de dinamismo, energia, progresso, esperança...” in: JOLY, Martine, *Idem*, p. 101.

### 5.3.3. Mensagem icónica

A mensagem icónica diz respeito às conotações que rodeiam os signos icónicos.

Os motivos e os seus significados encontram-se num primeiro nível e num segundo nível de visualização, bem como todo um processo de associação desencadeado pela representação visual.

As representações figurativas colocam em cena personagens e uma parte da interpretação da mensagem é então determinada pela cenografia, que retoma posturas também elas culturalmente codificadas.

Na análise da mensagem icónica, encontramos a conotação e a interpretação dos motivos, e é em si de diversas ordens, usos socioculturais dos objetos, lugares, posturas, auto-referências, e tudo depende do saber do espectador, que também pode levar-nos para significações diferentes.

### 5.3.4. Mensagem linguística

A mensagem linguística trata a interpretação de uma 'imagem' no seu conjunto, polissémica, isto é, poderia produzir numerosas significações diferentes que a mensagem linguística deverá destrinçar.

A imagem das palavras<sup>423</sup> é a diferença de conteúdo, e é com efeito, em primeiro lugar, assinalada pelo grafismo, pela cor e pela disposição na página. A hierarquia recíproca é-nos indicada pelo tamanho e pela espessura das letras: altas e negras para a marca, maiúsculas finas para a legenda, pequenas maiúsculas finas para as moradas. O percurso do olhar, partindo de um ponto é levado a regressar a ele.

A escolha gráfica possui a sua importância enquanto escolha plástica. As palavras têm sem dúvida uma significação compreensível, mas esta significação é colorida, pintada ou orientada antes mesmo de ser percebida pelo aspecto plástico do grafismo (a orientação, a forma, a cor, a textura), do mesmo modo que as opções plásticas contribuem para a significação da imagem visual. A escolha da cor provoca diferentes tipos de associações interpretativas. A escolha do tipo de letra remete para um tipo de associação: moderno, clássico...<sup>424</sup>

---

<sup>423</sup> Ver: [www.designishistory.com/design/typography](http://www.designishistory.com/design/typography)

<sup>424</sup> As três tipologias de mensagens encontram-se na publicação de Martine Joly, *Introdução à Análise da Imagem*, da página 92 à 117.

## 5.4. Análise dos Cartazes Seleccionados

Após um enquadramento no que diz respeito à análise da imagem, bem como nos seus métodos de abordagem, prosseguimos para uma primeira análise aos cartazes. Assim, e no âmbito da selecção dos 40 objetos de estudo, procedemos a uma organização por ordem alfabética, mantendo ainda para este ponto de referência a mesma ordem que temos vindo a aplicar, ou seja a designação do artista/cartaz.

No contexto deste capítulo, damos então início a uma primeira sistematização para cada cartaz, de modo a aplicar o método que elegemos para uma análise da mensagem plástica, icónica e linguística. Seguem-se para todos os cartazes seleccionados, a mesma metodologia de abordagem, de modo a criar uma coerência no desenvolvimento desta primeira análise.

### 5.4.1. Análise do Cartaz | A. R. Penck<sup>425</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 1997.<sup>426</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais: 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é a reprodução de uma obra de arte do artista A. R. Penck, designada por *Fim do Oriente*, de 1979. Esta pintura ocupa 48 centímetros de largura por 35,5 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o preto e neste sobressaem a cor branco as respectivas inscrições relativas à instituição que divulga a exposição. Encontram-se os logotipos da Culturgest, do Grupo da Caixa Geral de Depósitos e da empresa de Seguros Fidelidade.



A composição visual do cartaz separa dois campos distintos, um dedicado à obra de arte e outro ao texto.

A paleta cromática predominante no cartaz é o preto, o branco, o vermelho e o azul. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura, no

---

<sup>425</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz A. R. Penck

<sup>426</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 1

entanto, o seu enquadramento é horizontal e projeta-se de um modo centrífugo. As formas predominantes na imagem são expressivas, tendo em conta as linhas a pincel grosso que se exprimem sob a forma de desenho sobre um fundo branco.

A orientação visual predominante é horizontal, no entanto, sugere-se um movimento do olhar através do percurso pela linha a vermelho, no desenho da obra de arte.

A obra de arte predomina numa leitura icónica ao cartaz, ou seja *Fim do Oriente* como foi designada, estabelece uma associação conotativa com um desenho neo-expressivo do autor. O artista criou um sistema de comunicação próprio através de signos plásticos, que se separam na obra em dois universos cromáticos, o azul em segundo plano e o vermelho em primeiro plano. Através destes signos observam-se 'comportamentos sociais, trocas, lutas, tarefas e formas de sexualidade'.<sup>427</sup>

No que diz respeito à imagem das palavras predomina a cor branco sobre o fundo preto do cartaz. Destaque para o nome do artista, seguindo-se o período das obras em exposição, estes salientam-se em maior dimensão no corpo de letra usado, uma tipografia sem serifa e designada por Gill Sans. Numa dimensão significativamente inferior podem ler-se as datas para visita e o respectivo local da exposição.

#### 5.4.2. Análise do Cartaz | Alberto Carneiro<sup>428</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Fundação de Serralves, em 1991.<sup>429</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais: 68,5 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é uma reprodução de uma obra de arte do artista Alberto Carneiro, designada *Uma Floresta para os Teus Sonhos*, de 1970. A fotografia da escultura integra todo o fundo do cartaz ou seja é o suporte visual de praticamente todo o objeto gráfico, apenas um texto aberto a cor vermelho foi sobreposto na parte inferior do cartaz e sobre o registo fotográfico.



---

<sup>427</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de A. R. Penck

<sup>428</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz de Alberto Carneiro

<sup>429</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 2

A composição visual do cartaz distingue-se pelo da campo da imagem, neste caso dedicado à obra de arte, e com sobreposição de texto em rodapé.

A paleta cromática predominante no cartaz é o castanho, o preto e o branco. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura, no entanto, o seu enquadramento é vertical. As formas predominantes na imagem são orgânicas e mostram uma instalação de troncos de árvore. A orientação visual predominante é vertical, e sugere um movimento do olhar pelo percurso das linhas verticais em que os troncos se posicionam.

A leitura icónica para este cartaz sugere-nos uma aproximação ao conceito da obra nele inscrita *Uma Floresta para os Teus Sonhos*, como foi designada, mostra uma associação ao tipo de produção escultórica do autor na área do cosmos, do corpo e da terra. Oferece-nos então um significado conotativo com um corpo ausente. Segundo o artista, 'a comunicação criadora autentica-se no âmbito do inconsciente, através das memórias mais profundas do ser e que são, afinal, o fulcro das atividades quotidianas. (...) A natureza recriada à nossa imagem e semelhança: nós dentro dela e ela polarizadora dos nossos sentimentos estéticos'.<sup>430</sup>

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras predomina a cor do vermelho sobre a obra de arte, que domina o cartaz. Uma única frase posiciona-se na parte inferior do suporte, praticamente junto ao corte, como se o objetivo, fosse passar despercebida, ou seja é legível pela cor selecionada, o vermelho. Podem ler-se neste breve texto: o nome do artista, da instituição e a data. O corpo de letra é igual. O tipo de letra usado, é uma tipografia sem serifa e designado por Helvetica.

#### 5.4.3. Análise do Cartaz | Álvaro Lapa<sup>431</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Fundação de Serralves, em 1994.<sup>432</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais, com 64 centímetros de altura por 46 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é a reprodução de uma obra de arte do artista Álvaro Lapa, designada por *Mapa – Crâneo*, de 1998. Esta pintura ocupa quase a totalidade do fundo do cartaz, com 64 centímetros de altura por 44 centímetros de largura. As



<sup>430</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Alberto Carneiro

<sup>431</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz de Álvaro Lapa

<sup>432</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 3

inscrições que podem ler-se dizem respeito às instituições que divulgam a exposição. Encontram-se os logotipos da Fundação de Serralves e da Fundação Gulbenkian, bem como o nome do artista e a designação temática da exposição.

A composição visual no cartaz separa dois campos distintos, um dedicado à obra de arte e outro ao texto, no entanto, este último é uma área significativamente inferior à área ocupada pela imagem, uma coluna com apenas 2 centímetros de largura.

A paleta cromática predominante no cartaz é o preto, o azul e o verde. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura, no entanto, o seu enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrípeto. As formas predominantes na imagem são expressivas. A orientação visual predominante é vertical, no entanto, sugere-se um movimento do olhar pelo percurso da linha a branco que se inscreve na obra de arte.

A obra do artista predomina na leitura icónica ao cartaz, e a obra *Mapa – Crâneo* como foi designada, estabelece uma associação com um registo visual de um cérebro, e está conotado com o pensamento visual. Deste modo 'o artista cria ligações entre a pintura e a literatura em que o resultado conduz a uma situação emocional específica e intensifica o plano das emoções. A indistinção entre o sono e a morte, ou entre o dia e a noite, traça afinal o lugar interior (naturalmente escuro) onde decorre o processo criativo e sua ação sobre a vida.'<sup>433</sup>

No que diz respeito à imagem das palavras predomina a cor branco sobre o fundo preto de uma pequena coluna na parte direita do cartaz. Em destaque encontra-se o nome do artista, e o título da exposição, seguindo-se as designações das duas instituições que promovem a mostra de trabalhos do artista. O tipo de letra usado é uma tipografia sem serifa, designado por Gill Sans. Numa dimensão de corpo de letra significativamente inferior podem ler-se as datas para visita e o respectivo local da exposição, neste caso posicionam-se sobre a parte inferior da pintura.

#### 5.4.4. Análise do Cartaz | Ana Vieira<sup>434</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Fundação de Serralves, em 1991.<sup>435</sup>

A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões



<sup>433</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Álvaro Lapa.

<sup>434</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Ana Vieira

<sup>435</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 4

reais: 98 centímetros de altura por 68 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é a cor de fundo do cartaz, o amarelo. Seguidamente a reprodução da obra de arte de Ana Vieira designada por *Diário de Cinco Dias*, de 1991. Esta pintura ocupa 68 centímetros de largura por 41 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o amarelo e neste sobressaem a cor preto o nome da artista, bem como as respectivas inscrições relativas à instituição que divulga a exposição, a Fundação Serralves, e a respectiva data.

A composição visual do cartaz separa dois campos distintos, um dedicado à obra de arte e outro ao texto.

A paleta cromática predominante no cartaz é o amarelo, o preto e o azul. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura, no entanto, o seu enquadramento é horizontal e projeta-se de um modo centrífugo.

As formas predominantes na imagem têm carácter expressivo, e a textura que sugere o movimento da 'chuva' reforça esta expressividade. Ao nível da percepção da forma, descreve-se uma tipologia de uma fachada de um edifício, em que visualizamos portas e janelas pouco definidas, despertando o olhar para uma estrutura arquitetónica. A orientação visual predominante é de carácter horizontal.

A obra da artista predomina na leitura icónica do cartaz, ou seja *Diário de Cinco Dias* como foi designada, e estabelece uma associação com um desenho expressivo da autora, e neste sentido, trata-se de uma 'casa nómada, atravessada pelo cruzamento de continuidades e descontinuidades que baralham o que se poderia entender pelo seu "dentro" e pelo seu "fora", que ora distinguem ora indistinguem os domínios do privado e do público, da intimidade e da revelação'.<sup>436</sup>

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras predomina a cor do preto sobre o fundo amarelo do cartaz. O maior destaque encontra-se no nome do artista aberto a preto, seguindo-se a data da exposição aberto a branco. Salientam-se num corpo de letra em menor dimensão e aberto a branco, o local, a morada e os contactos telefónicos da instituição.

As cores da tipografia usadas na designação da Fundação Serralves, criam um jogo cromático e interligam-se com as outras inscrições de modo a criar um equilíbrio visual global entre o uso do preto e do branco. O tipo de letra usado não tem serifa e é designado por Gill Sans.

---

<sup>436</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Ana Vieira



#### 5.4.5. Análise do Cartaz | Antoni Tàpies<sup>437</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Fundação de Serralves em 1991/92.<sup>438</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais, com 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é a reprodução de uma obra de arte do artista Antoni Tàpies, designada por *Sofá com Oval ou Móvel Rosa*, de 1972. Esta pintura ocupa 41 centímetros de largura por 47 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o castanho e neste sobressaem a cor branco as respectivas inscrições relativas às instituições que promovem a exposição, no caso encontram-se os logotipos da Fundação de Serralves e da Fundação Gulbenkian; incluem-se ainda neste campo, o nome do artista, as datas e o título da exposição.



A composição visual no cartaz organiza-se nos elementos do texto e da imagem, contudo, os dois campos são distintos e não se sobrepõem.

A paleta cromática predominante no cartaz é o castanho, o preto e um tom ocre a tender para um rosa claro. A obra de arte integra-se no suporte como tendo uma moldura. O enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrípeto. As formas predominantes na imagem são expressivas, todavia destaca-se uma oval na horizontal, e dois quadrados sobrepostos em tons diferentes na paleta cromática da obra de arte. A verticalidade predomina na orientação visual e é sugerida pela linha de força determinada pelo quadrado de tonalidade ocre.

A obra de arte predomina na leitura icónica do cartaz ou seja *Sofá com Oval ou Móvel Rosa*, como foi designado. As associações conotativas nas obras de Tàpies limitam-se a indicar através do título e das cores as formas ali representadas. Deste modo e simplificando como que um desenho expressivo oferecido pelo autor, a associação entre a oval, a castanho, e o sofá é óbvia, e o quadrado ocre/rosa claro é o dito móvel rosa. As formas representadas pelo artista mostram uma relação entre objeto-pintura, e através destas uma clara expressividade nas suas texturas.<sup>439</sup>

Na imagem das palavras predomina a cor branco sobre o fundo castanho do cartaz. Destaca-se o nome do artista num corpo de letra com maior dimensão em relação às restantes inscrições. Seguindo-se o título da exposição em menor dimensão no

<sup>437</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Antoni Tàpies

<sup>438</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 5

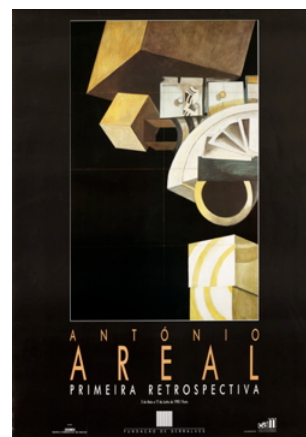
<sup>439</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Antoni Tàpies

tipo de letra usado, uma tipografia sem serifa. Num corpo de letra significativamente inferior podem ler-se as datas para visita e os respectivos locais da exposição.

#### 5.4.6. Análise do Cartaz | António Areal<sup>440</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Fundação de Serralves, em 1990.<sup>441</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais com 98 centímetros de altura por 68 centímetros de largura.

A representação visual predominante no cartaz é desenvolvida a partir da reprodução de uma obra de arte do artista António Areal, designada por *See the Conquering Hero Comes*, de 1965. Esta pintura ocupa 42 centímetros de largura por 68 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o preto. As inscrições dizem respeito ao nome do artista, ao título da exposição, e às duas instituições que promovem a exposição, encontram-se os logotipos da Fundação de Serralves e do Centro de Arte Moderna da Fundação Gulbenkian.



A composição visual do cartaz separa dois campos distintos, um dedicado à obra de arte e outro ao texto, no entanto, integra-os através da cor eleita para o fundo.

A paleta cromática predominante no cartaz é o preto, o branco, o amarelo e o rosa claro. A obra de arte integra-se com uma moldura e a linha de contorno fina que delimita os limites da pintura contribui para a sua exaltação. O enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrípeto. As formas predominantes na imagem são geométricas e incluem sobretudo os quadrados (cubos). A orientação visual no layout do cartaz é predominantemente vertical, contudo, os traços delineados pela obra de arte sugerem uma orientação visual em perspectiva devido ao movimento implícito dos cubos e círculos representados.

A leitura icónica para este cartaz é dominada pela obra designada *See the Conquering Hero Comes*. Esta produção artística integra-se numa associação à década de 60, em que o autor se dedicou a uma conceptualização das obras produzidas. As conotações de uma pintura neo-figurativa, em que resultado visa uma produção de objetos, neste caso de carácter geométrico. Esta conceptualização

---

<sup>440</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz António Areal

<sup>441</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 6

retira a figuração objetiva e integra o abstrato no seu processo criativo, o que permite retirar um número de significados para cada observador.<sup>442</sup>

As palavras inscritas no cartaz com maior destaque, predominam na cor rosa claro e atribuem o nome do artista ao cartaz. Segue-se o título da exposição aberto a branco e num corpo de letra com dimensão inferior ao do nome do artista. A tipografia sem serifa é designada por Futura. Numa dimensão significativamente inferior podem ler-se as datas para visita e o respectivo local da exposição.

#### 5.4.7. Análise do Cartaz | Arca de Noé<sup>443</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Fundação de Serralves, em 1995.<sup>444</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais, com 68 centímetros de altura por 44 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é a reprodução de uma obra de arte do artista Jannis Kounellis, e não tem designação, apenas *Sem Título*, de 1985. Esta pintura ocupa 47 centímetros de altura por 44 centímetros de largura. A cor de fundo do cartaz é o branco e sobressaem na cor preto as respectivas inscrições: o logotipo da Fundação de Serralves, a instituição que divulga a exposição.



A composição visual no cartaz separa dois campos distintos, um dedicado à obra de arte e outro à organização do texto.

A paleta cromática predominante no cartaz é o castanho, o preto e o branco. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura, no entanto, o seu enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrífugo. As formas predominantes na imagem são geométricas e acentuadas pelos dois quadrados e pelo retângulo que entra à esquerda na obra. A orientação visual predominante é em leitura 'Z' ou seja, sugere-se um movimento do olhar pelo percurso dos pontos a preto e pelas linhas a castanho cuja terminação erradia um breve apontamento de luz azul.

A obra do artista predomina na leitura icónica do cartaz, contudo é sem título. No entanto, *Arca de Noé* como foi designada a exposição, define o conceito do cartaz e

<sup>442</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de António Areal

<sup>443</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz Arca de Noé

<sup>444</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 7

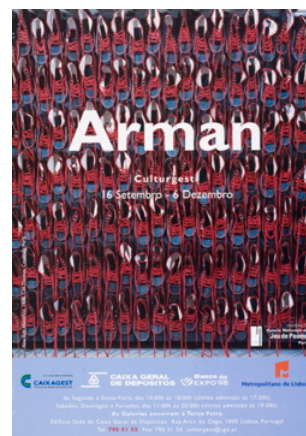
estabelece uma associação conotativa com um baú ou com uma arca antiga, um tipo de metal com ferrugem, e restos de sacos de juta, materiais considerados do campo, grossos e envelhecidos, gastos pelo tempo. Através da sua textura ou plasticidade icónica, estes transmitem-se signos de uma materialidade exposta na obra de arte eleita. Esta peça após a reprodução no cartaz usufruiu de uma tridimensionalidade que define o próprio conceito atribuído ao cartaz. A imagem remete-nos para uma lenda ancestral e para um passado bíblico, de um homem que conseguiu salvar a vida na Terra, preservando as espécies biológicas de um cataclismo universal.<sup>445</sup>

Na imagem das palavras predomina a cor preto sobre o fundo branco do cartaz. Destaque para o título da exposição. A tipografia sem serifa é designada por Helvetica. Num corpo de letra com dimensão significativamente inferior, podem ler-se as datas para visita, o local da exposição, e um conjunto de nomes de artistas que integram esta mostra de trabalhos.

#### 5.4.8. Análise do Cartaz | Arman<sup>446</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 1998.<sup>447</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais, com 42 centímetros de altura por 30 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é uma reprodução fotográfica de uma instalação do artista Arman, designada por *New York Maratona*, de 1978. Este registo pictórico ocupa 33 centímetros de altura por 30 centímetros de largura. A cor de fundo do cartaz é azul claro e neste sobressaem a cor branco as respectivas inscrições. Encontram-se os logotipos da Culturgest, do Grupo da Caixa Geral de Depósitos, do Metropolitano de Lisboa, e do Banco da Expo'98.



A composição visual do cartaz separa os dois campos da imagem e do texto, contudo sobrepõe na imagem o nome do artista. A paleta cromática predominante no cartaz é o preto, o branco, o vermelho e o azul. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura, no entanto, o seu enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrífugo. As formas predominantes na imagem são figurativas e mostram um número imenso de sapatos tipo ténis sobre uma plataforma de madeira.

<sup>445</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia Arca de Noé

<sup>446</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Arman

<sup>447</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 8

A orientação visual predominante leva-nos para um centro óptico, no entanto, sugere-se posteriormente um movimento do olhar pelo ritmo das linhas verticais sugeridas pela posição alinhada dos ténis e ainda um ritmo cromático horizontal sugerido pela cor vermelho dos atacadores dos ténis.

A instalação do artista predomina na leitura icónica ou seja *New York Marathon*, como foi designada, e estabelece uma associação conotativa com o conceito de acumulação ou seja numa maratona são imensos os participantes e são imensos os ténis em destaque, e após esse acontecimento, esses objetos acumulam-se em repouso numa prateleira. A obra mostra uma reflexão acerca dos conceitos de ordenado, composto e racional; o artista designa-se como 'mostrador de objetos'.<sup>448</sup>

No que diz respeito à imagem das palavras predomina a cor branco sobre o fundo da imagem no cartaz. Destaque para o nome do artista, seguindo-se o período das obras em exposição. O tipo de letra usado é uma tipografia sem serifa e designado por Gill Sans. Num corpo de letra com dimensão significativamente inferior podem ler-se as datas para visita, respectivo local da exposição, horários e contactos.

#### 5.4.9. Análise do Cartaz | Arpad Szenes<sup>449</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Fundação de Serralves, em 1989.<sup>450</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais, com 98 centímetros de altura por 68 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é a reprodução de uma obra de arte do artista Arpad Szenes, designada *L'Eau*, de 1970. Esta pintura ocupa 71 centímetros de altura por 54 centímetros de largura. A cor de fundo do cartaz é o cinzento e neste inscrevem-se a cor branco as seguintes informações: nome do casal de artistas (Arpad e Vieira da Silva), local e data da exposição.



A composição visual no cartaz enquadra-se em dois campos distintos, um dedicado à obra de arte e outro ao texto.

A paleta cromática predominante no cartaz é o cinzento, o branco e o azul. A obra de arte foi integrada no suporte com uma moldura. O enquadramento da imagem

---

<sup>448</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Arman

<sup>449</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Arpad Szenes

<sup>450</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 9

é vertical e projeta-se de um modo centrípeto. As formas predominantes na imagem são expressivas, e as manchas a pincel grosso e fino que se exprimem sob a forma de ondas em estado líquido, sugerem o movimento das águas. A orientação visual predominante é vertical, todavia, sugere-se ainda um movimento do olhar pelo percurso das manchas de tinta que arrastam o olhar para um movimento implícito nas linhas que se definem na suavidade de um fundo claro.

A leitura icónica no cartaz é influenciada pela obra *L'Eau* como foi designada pelo artista. Estabelece-se uma associação conotativa com a água através do título da obra e no desenho expressivo do autor, este criou um ambiente suave através de uma luminosidade cromática em tons de branco e azul. Sugere-se a contemplação e um “sentir a vida a fluir, silente e profundamente, segundo a cadência de quem ama e respira. Pintura da natureza, na cristalização de ritmos orgânicos se torna, essa arte, humana: íntima e aberta a amplidão dum espaço onde cada gesto ou acorde tonal é sinal do fugaz eternizado. Onde se fixam o fluxo das marés ou a espuma das águas, vibrações atmosféricas, sedimentações marítimas ou arenosas.”<sup>451</sup>

No que diz respeito à imagem das palavras predomina a cor branco sobre o fundo cinzento. O destaque pela dimensão do corpo de letra é para o nome dos dois artistas, (neste cartaz surge em primeiro o nome de Arpad), seguindo-se o título da exposição. Salientam-se em menor dimensão no corpo de letra usado, tipografia com serifa e designado por Garamond, o local e a data da exposição.

#### 5.4.10. Análise do Cartaz | Arte Contemporânea<sup>452</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, no ano de 2002.<sup>453</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, efetuou-se o levantamento das dimensões reais do cartaz, com 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A representação visual predominante é uma reprodução de uma obra de arte do artista Shikhani, *Sem Título*, de 2001. Esta pintura ocupa 30 centímetros de largura por 44 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o branco e inscrevem-se nas cores, azul claro e preto, as



<sup>451</sup> FERNANDES, Maria João, *Vieira da Silva, Arpad Szenes*, Fundação de Serralves, Porto, 1989, p. 219. Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Arpad Szenes

<sup>452</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Arte Contemporânea

<sup>453</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 10

respectivas inscrições relativas à instituição que divulga a exposição. Encontra-se o logotipo da Culturgest, e de outras instituições que patrocinam a mostra coletiva de trabalhos, o Grupo da Caixa Geral de Depósitos e a Câmara Municipal de Lisboa.

A composição visual no cartaz integra dois campos, um com a imagem, a obra de arte, e outro envolvente, com o texto. A paleta cromática predominante no cartaz é o preto, o branco, o vermelho e o azul. A obra de arte foi integrada no suporte com uma moldura. O enquadramento é vertical, mas projeta-se de um modo centrípeto. As formas predominantes na imagem são expressivas, tendo em conta as linhas a pincel grosso que se exprimem sob a forma de um desenho figurativo de um rosto, preenchendo todo o fundo da pintura. A orientação visual predominante é focalizada ou seja ao centro do rosto, a partir do qual se sugerem linhas de orientação com irradiação para fora do centro óptico da imagem. No entanto, sugere-se um movimento do olhar pelo ritmo acentuado das linhas a preto intercaladas com as linhas a vermelho criando um dinamismo visual que tanto nos afasta como nos aproxima do centro axial da obra.

A obra de Shikhani predomina na leitura icónica, apesar de ter uma designação *Sem Título*, estabelece uma associação conotativa com um desenho expressivo do autor, oriundo de Maputo, província de Moçambique, criou um signo visual cuja plasticidade iconográfica nos remete para um sistema de comunicação próprio com raízes culturais africanas. Através de signos plásticos que se identificam com os rostos que caracterizam os negros de África, olhos grandes e lábios carnudos, bem como nas cores projetadas a partir do rosto, e que fazem lembrar as máscaras usadas nos rituais das tribos e nas comunidades deste continente.<sup>454</sup>

A imagem projetada pelas palavras é pouco legível, no entanto criou-se um jogo cromático entre a cor azul claro e o preto (para um corpo de letra inferior). A maior dimensão escrita é para o título da exposição. A tipografia usada é sem serifa, e ficou designada por Bliss.

#### 5.4.1.1. Análise do Cartaz | Arte em Berlim no Século XX<sup>455</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Fundação de Serralves, no ano 2000.<sup>456</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, efetuou-se o levantamento das dimensões reais, com 98 centímetros de altura por 68 centímetros de largura.

---

<sup>454</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição

<sup>455</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Arte em Berlim

<sup>456</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 11



A representação visual que predomina no cartaz é a reprodução de uma obra de arte do artista Otto Moller, designada por *StraBenlarm (Barulho de Rua)*, de 1920. Esta pintura ocupa 59 centímetros de largura por 49 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o preto e neste sobressaem a cor vermelho o título da exposição. As inscrições da data e da instituição que divulga a exposição, encontram-se a cor branco e vermelho, como o logotipo do Museu Serralves.

A composição visual do cartaz integra duas áreas distintas a imagem, dedicada à obra de arte, e o texto distribuído pela moldura que envolve a obra.

A paleta cromática predominante no cartaz é o preto, o branco e o vermelho. A obra de arte foi integrada no suporte com uma moldura. O enquadramento é horizontal e projeta-se de um modo centrípeto.

As formas predominantes na imagem são expressivas, e mostram uma reunião de várias correntes como o expressionismo, o cubismo, o futurismo e o construtivismo, através de uma composição de formas geométricas, alfabetos, e uma visão em perspectiva. A orientação visual predominante é contudo horizontal.

A obra do artista predomina numa leitura icónica ou seja *Barulho de Rua*, como foi designado, estabelece uma associação conotativa com uma pintura expressiva. Foi criado um cenário de rua, no qual se confrontam através de uma representação de diversos signos visuais, um conjunto de elementos geometrizados que mostram uma projeção de volumes, letras, palavras, árvores e sinais, num conjunto de elementos que definem uma paisagem urbana.<sup>457</sup>

No que diz respeito à imagem das palavras predominam a cor vermelho sobre o fundo preto do cartaz. Em destaque encontra-se o título da exposição, num corpo de letra superior às restantes inscrições abertas a branco.

A designação do Museu Serralves cria um jogo cromático com as cores vermelho e branco sobre um fundo preto. A tipografia usada é sem serifa e é designado por Flama. Numa dimensão significativamente inferior podem ler-se as datas para visita abertas em cor branco.

---

<sup>457</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Arte em Berlim no Século XX



#### 5.4.12. Análise do Cartaz | Claes Oldenburg<sup>458</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Fundação de Serralves, em 2001.<sup>459</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, efetuou-se o levantamento das dimensões reais, com 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A representação visual predominante é uma reprodução de uma escultura de grandes dimensões do artista Claes Oldenburg, designada por *Plantador*, de 2001. Este registo fotográfico da escultura ocupa 48 centímetros de largura por 68 centímetros de altura. O fundo do cartaz é a fotografia que contém a obra de arte, e neste sobressaem a cor branco as inscrições do casal de autores, o título da obra e a instituição que divulga a exposição. Encontra-se o logotipo do Museu Serralves.



A composição visual no cartaz integra o texto sobre a imagem. A paleta cromática predominante no cartaz é o vermelho, o verde e o branco. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura. O enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrífugo. As formas predominantes na imagem são figurativas e representam uma pá de jardineiro do seu quotidiano. A orientação visual predominante é vertical e axial, ou seja a peça escultórica direciona o olhar para o centro da imagem, e a partir de um eixo traçado sobre a verticalidade faz-nos percorrer o olhar nos dois sentidos, para o alto e para baixo. A forma da peça escultórica representada, salienta-se sobretudo pelas suas linhas ondulantes e pela base pintada na cor vermelho, e a pega em tom de cor de madeira, castanho claro, toda a obra é realçada pela envolvência paisagística, com o verde das árvores.

A obra escultórica do artista predomina na leitura icónica, ou seja o *Plantador*, como foi designado, estabelece uma associação conotativa com uma escultura hiper-realista. O artista produziu uma nova escala para um pequeno objeto do quotidiano de um jardineiro, criando um sistema de comunicação próprio e introduzindo um aumento exagerado da escala de uma simples pá para um conceito de hiper-realismo, cujo impacto escultórico num contexto de jardim se torna provocador de uma ação perante a plantação e o de penetrar no solo fecundo.<sup>460</sup>

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras, predomina a cor branco sobre o fundo fotográfico do cartaz. O corpo de letra é semelhante entre os diferentes elementos inscritos. O nome do artista posiciona-se à esquerda, e

---

<sup>458</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Claes Oldenburg

<sup>459</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 12

<sup>460</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Claes Oldenburg

seguidamente a designação da escultura (num corpo de letra inferior). No jogo cromático do logotipo do Museu Serralves foram usadas as duas cores predominantes, o branco e o vermelho. A tipografia usada é sem serifa e ficou designada por Gill Sans.

#### 5.4.13. Análise do Cartaz | Cobra<sup>461</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 1996.<sup>462</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais: 64 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é uma reprodução de uma obra de arte do artista Karel Appel, designada por *Crianças a Fazerem Perguntas*, de 1949. Esta pintura preenche o suporte com 52 centímetros de largura por 64 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o preto e neste sobressaem a cor de laranja a designação do grupo artístico. As restantes inscrições relativas à instituição que divulga a exposição, a Culturgest, assim como a designação da coleção e as datas encontram-se a branco.



A composição visual no cartaz separa dois campos distintos, um dedicado à obra de arte e outro ao texto (numa coluna à esquerda).

A paleta cromática predominante no cartaz é o preto, o branco, o amarelo, o vermelho, o azul e o verde. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura. O enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrífugo. As formas predominantes na imagem são expressivas, tendo em conta as linhas a pincel grosso que se exprimem sob a forma de um desenho figurativo e sobre um fundo vermelho. A orientação visual predominante é vertical, no entanto, sugere-se um movimento do olhar pelo percurso da linha a preto do desenho.

A obra do artista predomina na leitura icónica do cartaz, ou seja a designação para a obra de *Crianças a Fazerem Perguntas*, estabelece uma associação conotativa com um desenho expressivo. O artista criou uma abordagem que desfigurou os corpos

---

<sup>461</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Cobra

<sup>462</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 13

das crianças e estas perdem a identificação com esse conceito, resultando um tipo de expressão criativa associada à 'loucura elevada à categoria de arte'.<sup>463</sup>

No que diz respeito à imagem das palavras predomina a cor laranja sobre o fundo preto do cartaz. Destaque para o nome do grupo de artista num corpo de letra significativamente superior às inscrições seguintes, o período das obras em exposição, o local para visita. A tipografia usada integra dois tipos de letra sem serifa, o tipo designado por Gill Sans e o tipo Bliss, ambos utilizados em conjunto na composição escrita.

#### 5.4.14. Análise do Cartaz | Costa Pinheiro<sup>464</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Fundação de Serralves no ano de 1991.<sup>465</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais: 98 centímetros de altura por 67 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é a reprodução de uma obra de arte do artista Costa Pinheiro, integrado numa série de produções dedicadas aos reis de Portugal, *Os Reis 1964\*66*. Esta pintura ocupa 98 centímetros de altura por 67 centímetros de largura.

A cor de fundo do cartaz é o branco e neste sobressaem as inscrições da Fundação de Serralves, a data e o título, com as cores associadas à obra de arte do artista, ou seja o vermelho, o preto e o azul.

O cartaz integra na sua composição visual os dois campos específicos a imagem e o texto. A paleta cromática predominante no cartaz é o preto, o branco, o vermelho, o azul e o verde. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura. O seu enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrífugo. As formas predominantes na imagem são expressivas, tendo em conta as linhas desenhadas a pincel fino e grosso, e exprimem uma forma figurativa de uma suposta rainha, o desenho surge sobre um fundo branco. A orientação visual predominante é horizontal. O olhar segue um percurso sugerido pelas linhas curvas, o que significa um movimento implícito através das cores a vermelho, azul e verde.

A obra do artista que predomina na leitura icónica trata uma figura feminina que terá reinado em Portugal, *Os Reis*, como foi designada a exposição, estabelece uma



<sup>463</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Cobra

<sup>464</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Costa Pinheiro

<sup>465</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 14

associação conotativa com um desenho expressivo do autor. Este artista criou uma série de personagens, a partir de um sistema de comunicação que surge de um jogo de cartas, e deste modo os signos plásticos que resultaram mostram símbolos desse jogo e integram-se nas figuras históricas, integrando atributos específicos para cada tipo de rei. O significado para a paleta cromática utilizada também está associada à conotação da bandeira portuguesa.<sup>466</sup>

A imagem projetada pelas palavras manuscritas no cartaz influenciam uma relação estética com a própria obra de arte e estas surgem numa expressão caligráfica que lembra uma forma de escrita infantil. As cores das letras influenciam uma leitura hierarquizada ou seja em primeiro o título 'Os Reis' seguindo-se o nome do artista, a data, a azul, e por último o restante do título da exposição, a vermelho. O preto para destacar o local da exposição. em exposição.

#### 5.4.15. Análise do Cartaz | Cruz-Filipe<sup>467</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 1997.<sup>468</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais: 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A representação visual predominante no cartaz é uma reprodução da obra de arte do artista Cruz-Filipe, designada por *La Forme de la Mer*, de 1987. Esta pintura ocupa 36 centímetros de largura por 68 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o preto e neste sobressaem a cor vermelho o nome do artista. As inscrições relativas à designação da exposição, à instituição que divulga a exposição, e neste caso encontram-se os logotipos da Culturgest, do Grupo Caixa Geral de Depósitos e Fidelidade Seguros. A data e os patrocínios inscrevem-se a cor branco.



A composição visual do cartaz separa em dois campos distintos a imagem (obra de arte) do texto posicionado numa coluna à esquerda da imagem.

A paleta cromática predominante no cartaz é o preto, o branco e o vermelho. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura. O enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrípeto. As formas predominantes são figurativas e salientam-se nestas o registo de uma mão humana e uma mesa posta. A orientação visual predominante é vertical. O ambiente

<sup>466</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Costa Pinheiro

<sup>467</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Cruz-Filipe

<sup>468</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 15

plástico da imagem sugere uma composição de recorte de fotografias e que são recompostas num novo contexto pictográfico criando um efeito de contraste entre um fundo preto e um fundo branco.

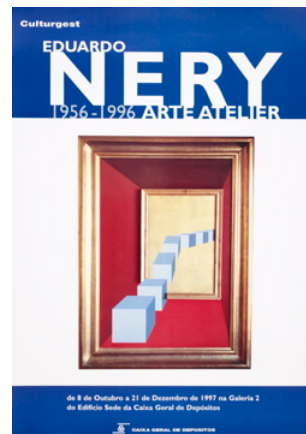
A obra do artista predomina na leitura icónica do cartaz ou seja *La Forme de la Mer*, como foi designada a obra, estabelece uma associação conotativa com uma composição de signos plásticos retalhados ou seja são constituídos por arranjos de figuras recortadas que sobressaem num primeiro plano e sugerem em simultâneo uma profundidade espacial. O autor define-se como um criador de 'escrita de imagens' e gosta de misturar a técnica da pintura com a fotografia.<sup>469</sup>

A imagem projetada pelas palavras funde-se com a imagem e no entanto, estas não se misturam, definem-se em campos distintos, e na tipografia predomina a cor vermelho (para o nome do artista) e o branco (para a designação da exposição), sobre o fundo preto do cartaz. Salientam-se em menor dimensão, no corpo de letra usado, a data e o local da exposição. A tipografia utilizada é sem serifa e designa-se por Gill Sans.

#### 5.4.16. Análise do Cartaz | Eduardo Nery<sup>470</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 1997.<sup>471</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi efetuado um levantamento das dimensões reais, com 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é uma reprodução da obra de arte do artista Eduardo Nery, designada por *Espaço Absurdo II*, de 1970. Esta pintura ocupa 28 centímetros de largura por 36 centímetros de altura sobre um fundo branco. A cor de fundo do cartaz é o azul e neste sobressaem a cor branco o nome do artista e as respectivas inscrições relativas à instituição que divulga a exposição, a Culturgest, assim como o logotipo do Grupo da Caixa Geral de Depósitos.



A composição visual no cartaz separa dois campos distintos, um dedicado à obra de arte e outro ao texto. A paleta cromática predominante no cartaz é o branco, o vermelho e o azul. A obra de arte foi integrada no suporte sobre um fundo branco que constitui a respectiva moldura para a imagem. O enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrípeto. As formas predominantes na imagem são

<sup>469</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Cruz-Filipe

<sup>470</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz Eduardo Nery

<sup>471</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 16.

figuras geométricas e constituem-se por cubos em perspectiva inseridos em retângulos. A orientação visual predominante é em perspectiva e posiciona a obra de arte ao centro do cartaz. O movimento do olhar segue o percurso dos cubos pintados a azul.

A obra do artista predomina na leitura icónica ou seja a peça *Espaço Absurdo II*, como foi designada, estabelece uma conotação com uma pintura abstrata. Nesta projeção de um espaço limitado e definido, sugere-se contudo um percurso para uma leitura em que o combate de molduras e quadros criam um conceito espacial e simbólico. A utilização do dourado tem uma conotação a um simbolismo associado ao universo e às suas dimensões simbólicas, a utilização do ouro e do azul nos cubos, atinge um contraste forte e uma profundidade associada à criação de itinerários no observador.<sup>472</sup>

Relativamente à imagem projetada pelas palavras esta integra-se com a imagem da obra de arte, ou seja a paleta cromática torna-se harmoniosa e predominam as cores do branco sobre o fundo azul do cartaz. Destaca-se o nome do artista, seguindo-se o período das obras em exposição num corpo de letra superior. A tipografia usada é sem serifa e designa-se por Gill Sans.

#### 5.4.17. Análise do Cartaz | Egon Schiele<sup>473</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 1993.<sup>474</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, efetuou-se o levantamento das dimensões reais, com 70 centímetros de altura por 49,5 centímetros de largura.

A representação visual predominante no cartaz é a reprodução de uma obra de arte do artista Egon Schiele, designada por *Retrato de Rapaz*, de 1910. Esta pintura ocupa 49,5 centímetros de largura por 70 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é a cor de fundo da pintura, inscrevem-se sobre este fundo o nome do artista, o título da exposição e a instituição que divulga a exposição, a Culturgest, encontra-se ainda o logotipo da Caixigest.



A composição visual do cartaz integra o texto na imagem. A paleta cromática predominante é um tom ocre, o preto, o vermelho e o azul. A obra de arte foi

---

<sup>472</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Eduardo Nery  
Ver: Anexo 3 | Entrevista N° 7 (com o artista plástico Eduardo Nery)

<sup>473</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Egon Schiele

<sup>474</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 17

integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura. O enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrífugo. As formas predominantes na imagem são expressivas, e as linhas do pincel definem uma forma figurativa masculina sobre um fundo ocre. A orientação visual predominante é vertical. Sugere-se contudo um movimento do olhar pelo percurso da linha de contorno da figura do rapaz a preto.

A obra do artista predomina na leitura icónica do cartaz, ou seja *Retrato de Rapaz*, como foi designado, estabelece uma associação conotativa com um desenho expressionista. O artista criou um universo de formas associadas à problemática da sexualidade e da forma humana. A representação mostra através de uma expressão característica, o retrato de um jovem rapaz. O autor explorou através de uma plasticidade própria, a forma humana e os seus sentimentos mais profundos.<sup>475</sup>

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras, predomina a cor vermelho para a identificação do nome do artista, seguindo-se a designação da exposição a cor preto. A tipografia utilizada não tem serifa, é designada por Gill Sans. A data e o local da exposição surgem num corpo de letra inferior e preenchido a preto.

#### 5.4.18. Análise do Cartaz | Estética Contemporânea<sup>476</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar um encontro organizado na Casa de Serralves, em 1989.<sup>477</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais, com 67,5 centímetros de altura por 38,5 centímetros de largura.

A representação visual predominante no cartaz é a reprodução de uma obra de arte do artista Amadeo de Souza Cardoso, designada por *Máquina de Escrever*, de 1917. Esta pintura ocupa 36 centímetros de largura por 44,5 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é um tom de branco escurecido (tipo beje) e neste sobressaem a cor castanho claro, as respectivas inscrições relativas à instituição que divulga o encontro. Encontra-se o logotipo da Casa de Serralves, e uma lista de nomes que participam no encontro, bem como o título do mesmo.



A composição visual no cartaz separa dois campos distintos, um dedicado à obra de arte e outro ao texto.

---

<sup>475</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Egon Schiele

<sup>476</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Estética Contemporânea

<sup>477</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 18

A paleta cromática predominante no cartaz é o bege, o castanho e o vermelho. A obra de arte foi integrada no suporte com uma moldura. O enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrípeto. As formas predominantes na imagem são geométricas, e criam uma composição de elementos vários, números, letras, círculos cromáticos e figuras geométricas. A orientação visual predominante no cartaz é vertical e acentuada ainda pela dimensão do suporte.

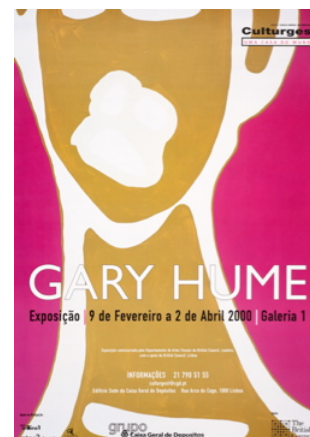
A obra do artista predomina na leitura icónica ou seja *Máquina de Escrever*, como foi designada, estabelece uma associação conotativa com o conceito do cartaz, ou seja um encontro de filosofia e arte, na qual se debateram assuntos escritos à máquina nessa época. A pintura de Amadeo, um artista considerado futurista, foi selecionada pelo título atribuído, e pela simbologia associada a um autor emergente em Portugal na área das artes, da crítica de arte e pela influência europeia da primeira metade do século XX, na produção artística portuguesa.<sup>478</sup>

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras predomina a cor castanho em tom claro sobre um fundo bege ou num tom de branco escurecido. Destaca-se o título do encontro, num corpo de letra maior, seguindo-se uma listagem de nomes com participação no encontro. A tipografia usada tem serifa e é designada por Garamond.

#### 5.4.19. Análise do Cartaz | Gary Hume<sup>479</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, no ano 2000.<sup>480</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, efetuou-se o levantamento das dimensões reais, com 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é uma reprodução de uma obra de arte do artista Gary Hume, designada por *Angel Fuchsia World*, de 1999. Esta pintura ocupa 48 centímetros de largura por 68 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é a imagem da obra de arte nesta predominam as cores rosa e ocre. Sobressaem a cor branco as respectivas inscrições relativas à instituição que divulga a exposição, encontramos neste os logotipos da Culturgest, do Grupo da Caixa Geral de Depósitos e da British Council de Lisboa, bem como informações que dizem respeito ao local da exposição e horários.



<sup>478</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Estética Contemporânea.

<sup>479</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Gary Hume

<sup>480</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 19



A composição visual do cartaz constitui-se de dois campos integrados, ou seja o texto sobrepõe-se na imagem.

A paleta cromática predominante no cartaz é o branco, o rosa e o preto. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura. O seu enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrífugo. As formas predominantes na imagem são expressivas, tendo em conta as linhas abertas a branco e que definem um rosto simplificado sobre um fundo rosa. A orientação visual predominante é vertical, no entanto, sugere-se um movimento do olhar pelo percurso da linha a branco no desenho do rosto.

A obra do artista predomina na leitura icónica ou seja *Angel Fuchsia*, como foi designado, estabelece uma associação conotativa com uma pintura quase abstrata. Contudo a sua técnica de pintura surge a partir de uma fotografia projetada, ou seja desenha sobre as fotografias e depois pinta-as. Os rostos, os vegetais ou animais têm um tratamento idêntico. A cor de esmalte é aplicada de modo a realçar o brilho das formas, linhas e manchas de cor aplicadas. A sedução é trabalhada ao ritmo da elegância visual, sobretudo no modo como a plasticidade das formas e das cores se complementa numa expressão de abstração e de figuração.<sup>481</sup>

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras predomina a cor branco sobre o fundo da obra de arte. Destaque para o nome do artista, a branco, seguindo-se o período das obras em exposição, a preto. A tipografia usada não tem serifa e designa-se por Bliss. Numa dimensão significativamente inferior podem ler-se as datas para visita e as respectivas informações do local da exposição.

#### 5.4.20. Análise do Cartaz | Graça Morais<sup>482</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 1997.<sup>483</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais: 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é a reprodução de uma obra de arte do artista Graça Morais, e foi designada por *Retrato*, de uma série de seis. Esta pintura ocupa 48 centímetros de largura por 44 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o vermelho, e neste sobressai a cor branco o nome da



<sup>481</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Gary Hume

<sup>482</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz Graça Morais

<sup>483</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 20

artista. As inscrições no cartaz dizem respeito à instituição que divulga a exposição, a Culturgest, e o Grupo da Caixa Geral de Depósitos, a data e local para visita.

A composição visual no cartaz separa dois campos distintos, um dedicado à obra de arte e o outro para o texto.

A paleta cromática predominante no cartaz é o vermelho, o preto e o branco. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura. O enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrípeto. As formas predominantes na imagem são expressivas e definem-se na forma de um rosto feminino. A orientação visual predominante é vertical, no entanto, sugere-se um movimento do olhar pelo percurso das linhas do rosto.

A obra da artista predomina numa leitura icónica ao cartaz, ou seja *Retrato*, como foi designado, estabelece uma associação conotativa com um desenho expressivo da autora cuja significação retrata a solidão num rosto. A obra no cartaz é um “retrato de mulher cujo rosto não apresenta sinais de sofrimento, mas sim de alheamento, de ausência, o destino de quem envelhece, de quem é excluído pela sociedade depois das peripécias da vida, a contas com a proximidade da morte.”<sup>484</sup>

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras predomina a cor branco para o nome da artista, sobre o fundo vermelho do cartaz. Numa dimensão significativamente inferior podem ler-se as datas para visita e o respectivo local da exposição. O tipo de letra usado é a tipografia sem serifa e designa-se por Gill Sans.

#### 5.4.21. Análise do Cartaz | Hannah Hoch<sup>485</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Fundação de Serralves, em 1990.<sup>486</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais: 59,5 centímetros de altura por 42 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é a reprodução de uma obra de arte da artista Hannah Hoch, e foi designada por *Arranjada para Sair*, de 1936. Esta pintura ocupa 28 centímetros de largura por 53 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o



<sup>484</sup> PERNES, Fernando, *Exposição Antológica de Graça Morais, Memória da Terra, Retrato de Mulher*, Museu Soares dos Reis, Porto, 1997, p. *Retratos*. Ver: Cap. III | A arte contemporânea em exposição | Biografia Graça Morais

<sup>485</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do Cartaz Hannah Hoch

<sup>486</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 21

branco. As inscrições no cartaz dizem respeito à designação da exposição, ao nome da artista, à data e ao local. Encontra-se ainda o logotipo da instituição que divulga a exposição, a Fundação de Serralves.

A composição visual no cartaz separa dois campos distintos, um dedicado à obra de arte e o outro para o texto.

A paleta cromática predominante no cartaz é o rosa, o cinzento, o preto e o branco. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura. O enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrífugo. As formas predominantes na imagem são expressivas e definem-se na forma de um corpo feminino. A orientação visual predominante é vertical, no entanto, sugere-se um movimento do olhar pelo percurso das linhas exageradas no rosto da personagem.

A obra da artista predomina na leitura icónica do cartaz, ou seja *Arranjada para Sair*, como foi designada, estabelece uma associação à composição e colagem. A representação iconográfica de recorte e montagem adquire um significado cubista com uma associação ao expressionismo alemão. A obra de experimentalismo de Hannah Hoch ficou tantas vezes associada ao movimento Dada, apesar dela não concordar com essa associação. A pesquisa plástica passava por fotografias, fotomontagens e recortes de jornais e revistas. Os resultados eram criações, cujo significado associava a mulher à sexualidade e à sua independência, uma temática erótica e inspirada ainda por questões de um surrealismo expressivo.<sup>487</sup>

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras predomina a cor cinzento e num corpo de letra superior a temática expositiva, e o nome da artista a preto, sobre o fundo branco do cartaz. Numa dimensão significativamente inferior podem ler-se as datas para visita e o respectivo local da exposição. Os tipos de letra usados conjugam a tipografia sem serifa e designam-se por Helvetica e Univers.

#### 5.4.22. Análise do Cartaz | Helena Almeida<sup>488</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 1997.<sup>489</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais: 68 centímetros de altura por 44 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é uma reprodução fotográfica de uma performance da artista



<sup>487</sup> Ver: Cap. III | A arte contemporânea em exposição | Biografia Hannah Hoch

<sup>488</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz de Helena Almeida

<sup>489</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 22

Helena Almeida, e ficou designada por *Sem Título*, de 1995. Esta pintura ocupa 33 centímetros de largura por 68 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o branco. As informações inscritas no cartaz dizem respeito à instituição que divulga a exposição, a Serralves, bem como a data e o local para visita.

A composição visual no cartaz separa dois campos distintos, um dedicado à obra de arte e o outro para o texto (numa coluna à esquerda).

A paleta cromática predominante no cartaz é o vermelho, o preto e o branco. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura. O enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrífugo. As formas predominantes na imagem são figurativas e definem-se na forma de uma mão que cola a um corpo feminino. A orientação visual predominante é vertical e acentua-se nas linhas curvas da verticalidade do corpo humano.

A obra da artista predomina numa leitura icónica do cartaz, apesar do registo fotográfico não ter título, existe uma conotação entre o corpo da artista e os mecanismos de representação que associam ao 'quadro/teatro' uma expressão que caracteriza um trabalho do sinal feminino. Os mecanismos de aparecimento e de desaparecimento provocados pela autora, definem-se numa significação retratada através de uma cena ou de uma narrativa visual acentuada pelo silêncio da linguagem dos surdos ou seja projeções que Helena Almeida deseja que contenham o som do corpo.<sup>490</sup>

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras, predomina a cor vermelho para o nome da artista, sobre o fundo branco do cartaz. Numa dimensão significativamente inferior podem ler-se as datas para visita e o respectivo local da exposição. O tipo de letra usado não tem serifa e designa-se por Helvética.

#### 5.4.23. Análise do Cartaz | Jean Dubuffet<sup>491</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 2000.<sup>492</sup>

A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais: 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.



<sup>490</sup> Ver: Cap. III | A arte contemporânea em exposição | Biografia Helena Almeida

<sup>491</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz Jean Dubuffet

<sup>492</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 23

A representação visual que predomina no cartaz é uma reprodução da obra de arte do artista Jean Dubuffet, foi designada por *Affluence*, de 1961. Esta pintura ocupa 48 centímetros de largura por 60 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é um tom de cor de rosa muito claro. As informações inscritas no cartaz dizem respeito à instituição que divulga a exposição, a Culturgest, bem como os patrocínios da exposição, e encontram-se os seus logotipos: Renault, Grupo Caixa Geral de Depósitos, Câmara Municipal de Lisboa, entre outros; ainda a data e o respectivo horário para visita.

A composição visual no cartaz separa dois campos distintos, um dedicado à obra de arte e o outro para o texto (contudo sobrepõe o nome do artista na imagem).

A paleta cromática predominante no cartaz é o rosa claro, o castanho e o branco. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura. O enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrífugo.

As formas predominantes na imagem são expressivas e figurativas e definem-se na forma de rostos. A orientação visual predominante é vertical e acentua-se na organização dos rostos, no entanto, a expressão das bocas e dos narizes desenhados nos rostos sugerem um olhar horizontal seguido de uma verticalidade pela sobreposição no desenho das cabeças.

A obra de arte predomina na leitura icónica do cartaz, deste modo *Affluence*, a designação da imagem, cria uma associação ao conceito de representação primitivo ou infantil. O autor utiliza materiais que conferem às suas produções uma riqueza plástica de texturas, estabelecendo uma conotação com a produção plástica de doentes mentais, dos quais se aproximou e observou o resultado das suas criações.<sup>493</sup> O significado, que o artista pretende, é um afastamento de preocupações intelectuais, ele pretende explorar a expressividade e o acto da criação em si.<sup>494</sup>

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras, é pouco legível e predomina o nome do artista aberto a branco. Numa dimensão significativamente inferior podem ler-se as datas para visita e o respectivo local da exposição. A tipografia usada tem serifa e pouca leitura na opção de sobreposição na imagem.

---

<sup>493</sup> [www.dubuffet.com](http://www.dubuffet.com)

<sup>494</sup> Ver. Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Jean Dubuffet

#### 5.4.24. Análise do Cartaz | Jochen Lempert<sup>495</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 2009.<sup>496</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais: 66 centímetros de altura por 46 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é uma reprodução fotográfica de do artista Jochen Lempert, e ficou designada por *Sem Título*. Esta pintura ocupa 46 centímetros de largura por 33 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o branco. As informações inscritas no cartaz dizem respeito à instituição que divulga a exposição, a Culturgest, bem como a data e o local para visita.



A composição visual no cartaz integra os dois campos da imagem e do texto, todavia permite a leitura da imagem separada do texto.

A paleta cromática predominante no cartaz é o preto e o branco. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura. O enquadramento é horizontal e projeta-se de um modo centrípeto. As formas predominantes na imagem são figurativas, e definem-se pelas aves e por um meio de transporte em miniatura, a forma de um comboio. A orientação visual predominante é horizontal.

A fotografia do artista predomina na leitura icónica ao cartaz, e apesar do registo fotográfico não ter título, existe uma conotação no resultado obtido, os pombos pousam sobre um mini-comboio (uma escultura urbana), ou seja é um habitat deste tipo de aves na cidade. O artista escolhe como assunto a vida animal e através desta temática investiga as diferentes formas e de contexto em que estes vivem. Nesta fotografia o artista captou os pombos num momento de descontração, contudo estas aves são um símbolo nas cidades europeias e ainda um sinal de sobrevivência, num novo modo de viver urbano, e neste contexto captar o seu modo de estar é em si um registo de observação e de reflexão.<sup>497</sup>

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras, predomina a cor preto, ou seja o nome do artista e o título da exposição, sobre o fundo branco do cartaz. Numa dimensão de corpo de letra, significativamente inferior, podem ler-se as datas para visita e o respectivo local da exposição. O tipo de letra usado não tem serifa.

---

<sup>495</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz Jochen Lempert

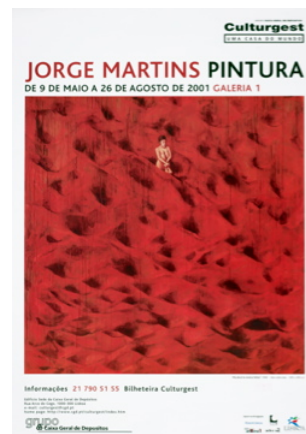
<sup>496</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 24

<sup>497</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Jochen Lempert

#### 5.4.25. Análise do Cartaz | Jorge Martins<sup>498</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 2001.<sup>499</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais: 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é a reprodução de uma pintura do artista Jorge Martins, e ficou designada por *Ma Dové la Nostra Follia?* de 1998. Esta pintura ocupa 44 centímetros de largura por 44 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o branco. As informações inscritas no cartaz dizem respeito à instituição que divulga a exposição, a Culturgest, bem como a data, o local para visita e os logotipos dos patrocínios: Grupo CGD e Câmara Municipal de Lisboa.



A composição visual no cartaz separa dois campos distintos, um dedicado à obra de arte e o outro para o texto.

A paleta cromática predominante no cartaz é o vermelho, o preto e o branco. A obra de arte foi integrada com uma moldura, o fundo branco do cartaz. O enquadramento é axial ou seja encontra-se centrado e projeta-se de um modo centrípeto. As formas predominantes na imagem são figurativas e definem-se na forma de um corpo feminino. A orientação visual predominante é vertical e acentua-se pela posição, no topo da imagem, do corpo humano.

A obra do artista predomina na leitura icónica ao cartaz, *Ma Dové la Nostra Follia?* como foi designada, ficou associada ao signo visual da 'mulher sentada no solo de um imenso deserto de terra vermelha, crivada de buracos e pequenas colinas.' O artista 'fala' do belo como algo que ainda tem sido e atribui uma conotação à representação do signo visual, enquanto imagem, que 'tudo resume e tudo conflui para prolongar a pintura e a sua história, como se a pintura – que já não é janela do mundo, nem descontinuidade da parede – não pudesse parar.'<sup>500</sup>

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras, predomina a cor vermelho para o nome do artista, sobre o fundo branco do cartaz, e a cor preto a designação da exposição, ambos no mesmo corpo de letra. Numa dimensão significativamente inferior podem ler-se as datas para visita e o respectivo local da exposição. O tipo de letra usado não tem serifa e designa-se por Bliss.

---

<sup>498</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz de Jorge Martins

<sup>499</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 25

<sup>500</sup> CARDOSO, Marta, *Jorge Martins Pintura*, Culturgest, Lisboa, 2001

Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Jorge Martins

#### 5.4.26. Análise do Cartaz | José Aurélio<sup>501</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 1995.<sup>502</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais, com 49 centímetros de altura por 31,5 centímetros de largura.

A imagem que predomina no cartaz é uma reprodução de uma peça do artista José Aurélio. Esta reprodução ocupa 31,5 centímetros de largura por 49 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o branco. As informações inscritas dizem respeito à instituição que divulga a exposição, a Culturgest, bem como a data, o local para visita, o logotipo da Culturgest. Em destaque a designação da exposição.



A composição visual do cartaz integra os dois campos, a imagem e o texto.

A paleta cromática predominante no cartaz é o amarelo, o preto e o branco. A produção artística foi integrada com uma moldura, o fundo branco do cartaz. O enquadramento é axial, ou seja a peça em foco posiciona-se no centro, e projeta-se de um modo centrífugo. As formas predominantes na imagem são geométricas, em que domina um losango exterior e um encadeamento de retângulos e quadrados. A orientação visual predominante é vertical e acentua-se pela posição do losango.

A produção do artista predomina na leitura icónica ao cartaz. Associada a um signo visual de carácter geométrico, estabelece um significado conotativo com uma construção escultórica de baixo relevo, em que é enredada em pequenos nós que se unem em ritmo de cadência de modo a delinear uma forma geométrica, um losango. O jogo cromático em que os nós se desenrolam criam uma harmonia com as cores do amarelo e do castanho, tal como uma peça em ourivesaria, em que o pormenor se une para dar um significado global, em equilíbrio e simétrico.<sup>503</sup>

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras, predomina a cor preto, com um corpo de letra superior encontra-se o nome do artista, sobre o fundo branco do cartaz. O título da exposição e a data em corpo de letra inferior, e também a cor preto. Numa dimensão significativamente inferior podem ler-se o respectivo local da exposição e a instituição que promove a mostra de trabalhos do artista. O tipo de letra usado não tem serifa e designa-se por Gill sans.

---

<sup>501</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz José Aurélio

<sup>502</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 26

<sup>503</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de José Aurélio



#### 5.4.27. Análise do Cartaz | José de Guimarães<sup>504</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Serralves, em 1992.<sup>505</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais, com 98 centímetros de altura por 64 centímetros de largura.

A imagem que predomina no cartaz é a reprodução fotográfica da obra de arte do artista José de Guimarães, *Portugueses Ecce Homo*, de 1989-90. Esta reprodução ocupa 44 centímetros de largura por 68 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o branco. As informações inscritas dizem respeito às instituições que divulgam a exposição, a Serralves e o Centro de Arte Moderna, da Gulbenkian. O nome do artista e o período cronológico da mostra encontra-se em destaque e a cor preto.



A composição visual do cartaz integra os dois campos, a imagem e o texto, estes não se misturam e a obra de arte domina o suporte visual do cartaz.

A paleta cromática predominante no cartaz é o vermelho, o verde, o preto e o branco. A produção artística foi integrada com uma moldura, o fundo branco do cartaz. O enquadramento é vertical, e projeta-se de um modo centrífugo. As formas predominantes na imagem são abstratas e de caráter geométrico, encontram-se duas formas predominantes uma a cor vermelho e a outra a cor verde. A orientação visual predominante é vertical.

A obra do artista predomina numa leitura icónica ao cartaz, *Portugueses Ecce Homo*, como foi designada, estabelece uma associação conotativa com as cores da bandeira portuguesa e com as suas conquistas, enquanto aventureiros, numa África negra. O artista criou uma 'arte de sinais', nos quais se incluem, fragmentos, cores, formas e 'sinais tipográficos pretos e áreas de cores lisas, geralmente contornadas a preto'. O estudo da etnografia africana permitiu-lhe o entendimento de arquétipos culturais, que contribuíram para o desenvolvimento de conceitos diversos, bem como a criação de um alfabeto ideográfico composto por dezenas de caracteres gráficos. A composição que se encontra neste cartaz mostra uma articulação destes significados através das cores de Portugal e dos portugueses, as formas associadas ao heroísmo encontram-se na linha que remata a parte superior da obra, com uma tipologia de coroa, símbolo de estatuto e soberania.<sup>506</sup>

---

<sup>504</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz José de Guimarães

<sup>505</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 27

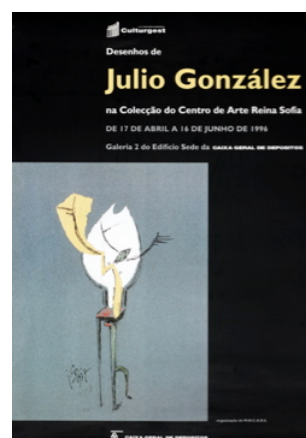
<sup>506</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia José de Guimarães

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras, predomina a cor preto, e num corpo de letra superior encontram-se o nome do artista e a baliza cronológica para a exposição, sobre um fundo branco do cartaz. O tipo de letra usado não tem serifa e designa-se por Helvetica.

#### 5.4.28. Análise do Cartaz | Julio González<sup>507</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 1996.<sup>508</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais, com 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A imagem que predomina no cartaz é uma reprodução da obra de arte do artista Julio González, *Personaje de Pie, Amarillo y Blanco* (*Personnage debout, jaune et blanc*), de 1937. Esta reprodução ocupa 30 centímetros de largura por 41 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o preto. As informações inscritas dizem respeito às instituições que divulgam a exposição, a Culturgest e o Grupo Caixa Geral de Depósitos. O nome do artista, o título da mostra, a data e o local da exposição encontra-se a cor branco.



A composição visual do cartaz integra os dois campos, a imagem e o texto (estes não se misturam).

A paleta cromática predominante no cartaz é o amarelo, o preto e o branco. A produção artística foi integrada ao corte do suporte, portanto não tem moldura. O enquadramento é vertical, e projeta-se de um modo centrífugo. As formas predominantes na imagem são figurativas com carácter abstrato, o desenho sugere a forma de um peixe-ave. A orientação visual predominante é vertical.

O desenho de Julio González predomina numa leitura icónica ao cartaz, *Personaje de Pie, Amarillo y Blanco*, como foi designada, estabelece uma conotação com o trabalho do autor, deste modo o seu traço simplificador da forma mostra uma representação analítica da representação e a partir deste desenho podemos associar ao significado de uma estrutura base para uma peça de escultura. As etapas criativas deste artista incluem o desenho como estruturante para a produção tridimensional seguinte, tanto para as esculturas, como a medalhística ou as jóias.<sup>509</sup>

<sup>507</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz Julio González

<sup>508</sup> Ver: Grelha de Análise N.º 28

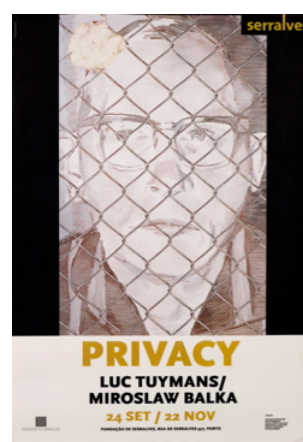
<sup>509</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Julio González

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras, predomina a cor amarelo, e o corpo de letra superior encontra-se no nome do artista. A designação da exposição e o centro colaborador com a instituição que promove o artista, bem como a data, o local e os logotipos abrem a branco sobre o fundo preto do cartaz. O tipo de letra usado não tem serifa e designa-se por Gill Sans.

#### 5.4.29. Análise do Cartaz | Luc Tuymans / Miroslaw Balka<sup>510</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Serralves, em 1998.<sup>511</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, efetuou-se o levantamento das dimensões reais, com 115 centímetros de altura por 80 centímetros de largura.

A representação visual predominante no cartaz é a reprodução de uma obra de arte do artista Luc Tuymans, designada por *Der Diagnostische Blick II*, de 1992. Esta pintura ocupa 55 centímetros de largura por 86 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o branco. Inscrevem-se neste o nome do artista, o título da exposição, a data, e a instituição que divulga a exposição a Fundação de Serralves.



A composição visual do cartaz integra o texto e a imagem, no entanto, ambos se distinguem pelo campo que ocupam (imagem na área superior do suporte e o texto na área inferior).

A paleta cromática predominante é um tom amarelo, o preto e o branco. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte na parte superior e nas duas partes laterais da imagem foi integrada numa moldura aberta a preto. O enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrípeto. As formas predominantes na imagem são figurativas, e definem-se num rosto masculino com sobreposição de uma rede tipo 'galinheiro'. A orientação visual predominante é vertical, sugere-se contudo, um movimento do olhar pelo percurso das linhas tipo de 'galinheiro', criando um efeito aleatório na leitura da imagem.

A obra do artista predomina na leitura icónica do cartaz, ou seja, *Der Diagnostische Blick II*, como foi designado, estabelece uma associação conotativa com o 'espaço íntimo e a natureza doméstica do espaço da casa, nem sempre pacífica'. A privacidade e o intimismo que sempre caracterizaram as obras dos dois artistas em destaque, tanto na cumplicidade temática como no tipo de abordagem produzida, na área da escultura e da pintura. O significado das figuras, associações às memórias,

<sup>510</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Luc Tuymans/Miroslaw Balka

<sup>511</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 29

os lugares e o intimismo de espaços autobiográficos, definem o trabalho de ambos e expressam na imagem esse resultado de ausência e de perda, aliando a dissolução dos sentidos à exposição da amnésia cultural do mundo contemporâneo.<sup>512</sup>

A imagem projetada pelas palavras, é dominada pela cor amarelo do título da exposição, seguindo-se a identificação dos nomes dos artistas a cor preto. A tipografia utilizada não tem serifa, é designada por Helvetica. A data destaca-se a amarelo, e o local da exposição surge num corpo de letra inferior, a preto.

#### 5.4.30. Análise do Cartaz | Mario Merz<sup>513</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Fundação de Serralves, em 1999.<sup>514</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais, com 98 centímetros de altura por 68 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é uma reprodução fotográfica de uma instalação do artista Mario Merz, designada *Igloo com Veado*, de 1997/99. Esta pintura ocupa 64 centímetros de altura por 68 centímetros de largura. A cor de fundo do cartaz é o cinzento e neste inscrevem-se a cor preto as seguintes informações: o nome do artista e a data da exposição. As inscrições do local e os contatos da instituição abrem a branco.



A composição visual no cartaz separa-se em duas áreas distintas, uma para a imagem e outra para o texto (área superior do cartaz). A paleta cromática predominante no cartaz é o cinzento, o preto e o azul. A obra de arte foi integrada ao corte no suporte, ou seja não tem moldura. O enquadramento da imagem é horizontal e projeta-se de um modo centrífugo. As formas predominantes na imagem são figurativas, salientando-se a forma animal de um veado, com inscrições numéricas, e sobre um fundo paisagístico com árvores. A orientação visual predominante é horizontal, todavia, sugere-se ainda um movimento do olhar pelos ramos das árvores criando um cenário em perspectiva.

A leitura icónica no cartaz é influenciada pela obra *Igloo com Veado*, como ficou designada pelo artista. Estabelece-se uma associação conotativa com a casa, esta peça que o artista construiu para o jardim de Serralves, define um duplo Igloo, ou seja um 'espaço duplo de habitação, célula dupla de habitabilidade coroada pela

<sup>512</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografias de Luc Tuymans/Mirosław Balka

<sup>513</sup> Ver: anexo I | Fotografia do cartaz Mario Merz

<sup>514</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 30

figura de um veado embalsamado que olha para o jardim'. Com uma obra que se 'constrói em torno do Igloo como forma prototípica de habitação, o artista criou através da repetição da forma, um percurso de exploração sob o signo da mudança de consciência. Esta obra caracteriza-se pela simbologia da união entre a ordem do mundo e a progressão orgânica, como se fosse uma 'métrica da entropia' ou seja a um ponto de partida de um estado de desordem para um estado de equilíbrio.<sup>515</sup>

Na imagem projetada pelas palavras predomina a cor preto sobre o fundo cinzento. O destaque pela dimensão do corpo de letra é para o nome do artista, seguindo-se a data da exposição, em preto. Salienta-se em menor dimensão o logotipo da instituição, cujo jogo cromático foi estabelecido com o preto e o branco. A tipografia usada não tem serifa e é designada por Gill Sans.

#### 5.4.31. Análise do Cartaz | Modigliani<sup>516</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 1995.<sup>517</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais, com 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A imagem que predomina no cartaz é um desenho do artista Amadeo Modigliani, *Femme nue en Génuflexion sur la Jambe Gauche*. Esta reprodução ocupa 30 centímetros de largura por 47 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o branco. As informações inscritas dizem respeito à coleção de desenhos em exposição, à instituição que divulga a exposição, a Culturgest, bem como a data e o local para visita.



A composição visual do cartaz integra os dois campos, a imagem e o texto, no entanto, estes não se sobrepõem.

A paleta cromática predominante no cartaz é o cinzento e o branco. A produção artística foi integrada com uma moldura, o fundo branco do cartaz. O enquadramento é vertical, a peça em foco posiciona-se no centro, e projeta-se de um modo centrípeta. A forma predominante na imagem é figurativa, trata-se de um desenho de um corpo feminino com rosto alongado. A orientação visual predominante é vertical e acentua-se pela posição do corpo humano.

<sup>515</sup> SARDO, Delfim, *Mario Merz em Serralves, Casa x Casa*, in: *Arte Ibérica* N° 22, Março de 1999, p. 10. Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Mario Merz

<sup>516</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Modigliani

<sup>517</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 31

O desenho de *Femme nue en Génuflexion sur la Jambe Gauche*, do artista Modigliani, predomina na leitura iconográfica do cartaz. Associado a um signo visual de caráter figurativo, estabelece um significado conotativo à representação erótica feminina, que o autor expressa através de um tipo de desenho alongado e inspirado na arte africana, sobretudo nas máscaras. O corpo é 'modelado com uma combinação de contornos sinuosos de um traço intenso e uma pincelada pastosa que cria qualidades tácteis.' A modelo mostra-se numa atitude de ausência, e a pose de uma 'Vénus púdica' caracteriza o traço delineado pelo autor de modo a aumentar o significado erótico associado à representação do corpo feminino.<sup>518</sup>

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras, predomina a cor cinzento, com um corpo de letra superior encontra-se o nome do artista, sobre o fundo branco do cartaz. Numa dimensão significativamente inferior podem ler-se o respectivo local da exposição e a instituição que promove a mostra de trabalhos do artista. O tipo de letra usado tem serifa e designa-se por Cooperplate.

#### 5.4.32. Análise do Cartaz | Nam June Paik<sup>519</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 1996.<sup>520</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais, com 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é um registo fotográfico da instalação *More Log-in: Less Logging*, de 1993, do artista Nam June Paik. Esta reprodução ocupa 52 centímetros de largura por 56 centímetros de altura. A cor de fundo da imagem é o branco. As informações inscrevem-se a branco sobre fundo preto; e dizem respeito à instituição que divulga a exposição, a Culturgest e o Grupo da caixa Geral de Depósitos, bem como o título, a data e o local para visita à exposição.

A composição visual do cartaz integra dois campos distintos, uma para a imagem, e outro para o texto.

A paleta cromática predominante no cartaz é o preto, o branco e o azul. A imagem da produção artística é integrada numa moldura. O enquadramento é vertical e a leitura da imagem é axial ou seja a peça em foco posiciona-se ao centro, e projeta-



<sup>518</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Modigliani

<sup>519</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz Nam June Paik

<sup>520</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 32

se de um modo centrípeto. A forma predominante na imagem é abstrata e figurativa, trata-se de uma composição de televisores que representam uma árvore. A orientação visual predominante é vertical e acentua-se pela posição da instalação.

A composição escultórica *More Log-in: Less Logging*, do artista Nam June Paik, predomina na leitura iconográfica do cartaz. A composição integra vídeos, televisores, fios elétricos e leitores de discos, visa significar a salvaguarda de informação electrónica que era guardada em papel (mais log-in), e deste modo o autor estabeleceu uma conotação com o significado de uma árvore; ou seja a preservação de milhões de árvores para produção de papel (menos logging), e a sua substituição por máquinas. Deste modo o artista criou uma ausência de fronteira entre a realidade e a irreabilidade através de efeitos sonoros e visuais que evocam as condições de vida da era pós-moderna.<sup>521</sup>

A imagem projetada pelas palavras inter relaciona-se com o centro da imagem, ou seja cria um contraste dinâmico através das letras a branco sobre fundo preto. Num corpo de letra superior encontra-se o nome do artista e o período cronológico das obras em exposição. Numa dimensão significativamente inferior podem ler-se o respectivo local da exposição e a instituição que promove a mostra de trabalhos do artista. O tipo de letra usado não tem serifa e designa-se por Gill Sans.

#### 5.4.33. Análise do Cartaz | Neal Slavin<sup>522</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Fundação de Serralves no ano de 1990.<sup>523</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais, com 67,5 centímetros de altura por 44,5 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é a reprodução de uma fotografia do artista Neal Slavin, integrada numa reportagem fotográfica realizada em Portugal, em 1968. A fotografia ocupa o fundo do suporte com 67,5 centímetros de altura por 44,5 centímetros de largura. Nas inscrições incluem-se o nome do artista e da Fundação de Serralves, a designação Portugal, e o festival em que a foto participou.



O cartaz integra na composição visual os dois campos: a imagem (fundo) e o texto (sobreposição). A paleta cromática predominante no cartaz é o preto e o cinzento.

<sup>521</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Nam June Paik

<sup>522</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz Neal Slavin

<sup>523</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 33

A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura. O seu enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrípeto. As formas predominantes na imagem são figurativas e integram-se num cenário fotográfico, no qual se definem um rosto que se encontra no segundo plano da imagem e espreita para um primeiro plano da imagem, e neste definem-se dois baixo relevo e um círculo/orifício que sugere que se trate de uma porta. A orientação visual predominante é vertical, o olhar segue um percurso sugerido pelo alinhamento dos elementos que constituem o cenário da fotografia a preto e branco.

A fotografia domina a leitura icónica do cartaz e trata um cenário em tons de cinzento e preto, remetendo para um universo antigo e um clássico na representação das formas fotográficas, cujo significado induz ao sabor do tempo e da reflexão acerca da imagem captada. A designação para a imagem foi de *Portugal 1968*, ou seja mostra um olhar exterior do país durante este período. O autor captou neste contexto uma série de imagens, o significado associado a um ambiente tradicional ou de natureza simbólica, tal como a forma da cruz na porta e no baixo relevo do cristo, que está acima do orifício, demonstram a natureza religiosa e um ambiente de rua e a passagem para a casa ou edifício.<sup>524</sup>

A imagem projetada pelas palavras é pouco legível ou seja o cartaz é dominado pela fotografia. O corpo de letra para o nome do artista e para a designação da exposição é igual e inscreve-se a cor preto. Num corpo de letra inferior e praticamente ilegível, com cor preto, inscrevem-se o local e a participação da fotografia num festival deste âmbito. O tipo de letra utilizado é designado por Times e as letras têm terminação com serifa.

#### 5.4.34. Análise do Cartaz | Picasso<sup>525</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Serralves, em 1989.<sup>526</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais: 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é uma reprodução de uma gravura do artista Picasso, designada por *Tauromaquia*, de 1948/59. Esta pintura ocupa 44 centímetros de largura por 34 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é um rosa claro. As respectivas inscrições são relativas ao título, à data e à instituição que



<sup>524</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Neal Slavin

<sup>525</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Picasso

<sup>526</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 34



divulga a exposição, a Fundação de Serralves.

A composição visual do cartaz integra os dois campos distintos, a imagem e o texto, a obra de arte domina o suporte.

A paleta cromática predominante no cartaz é o castanho, o preto e o amarelo. A obra de arte foi integrada numa moldura, o fundo do cartaz. O enquadramento é horizontal e projeta-se de um modo centrípeto. As formas predominantes na imagem são figurativas, definem-se duas personagens humanas, um cavaleiro e um toureiro com uma capa, e duas figuras de animais, um cavalo e um touro, num ambiente de tourada sugerido pelo movimento da capa e do touro. A orientação visual predominante é horizontal, o movimento do olhar percorre a cena representada no mesmo sentido horizontal da imagem.

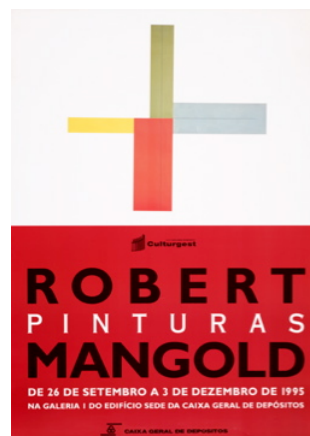
A gravura domina a leitura icónica do cartaz, ou seja a cena de *Tauromaquia*, como foi representada. Esta obra reflete uma associação conotativa com a representação figurativa de uma realidade do país de origem do artista, Espanha, no qual as touradas, cujo ritual e desempenho dos seus participantes domina a força do animal, são uma tradição cultural significativa neste contexto social. As linhas puras do desenho associam-se a um significado de simplicidade e naturalidade no tipo de representações do quotidiano. A influência da gravura e da litografia no trabalho do artista, inspirou as artes gráficas e a publicação de livros e de convites para as suas exposições.<sup>527</sup>

A palavra Picasso, ou seja o nome do artista destaca-se pela dimensão do corpo de letra e pela cor aplicada, o castanho, estabelecendo uma associação cromática com as cores da gravura. A palavra Gravura, abre a cor branco sobre fundo cor de laranja, num barra posicionada na parte superior do cartaz. Em corpo de letra inferior a instituição e a data da exposição. A tipografia em uso tem serifa e designa-se por Garamond.

#### 5.4.35. Análise do Cartaz | Robert Mangold<sup>528</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 1995.<sup>529</sup>

A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões



<sup>527</sup> Ver: Cap. III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Picasso

<sup>528</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Robert Mangold

<sup>529</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 35

reais: 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é uma reprodução da obra de arte, designada por *Four Colors + Painting*, de 1982, do artista Robert Mangold. Esta pintura ocupa 48 centímetros de largura por 35 centímetros de altura. As inscrições no cartaz dizem respeito ao nome do artista, à designação da exposição e à instituição que a divulga. Encontram-se os logotipos da Culturgest, do Grupo da Caixa Geral de Depósitos.

A composição visual do cartaz separa dois campos distintos, um dedicado à obra de arte e outro ao texto.

A paleta cromática predominante no cartaz é o preto, o branco, o vermelho e o verde. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura. O enquadramento é horizontal e projeta-se de um modo centrífugo.

As formas predominantes na imagem são geométricas, e constituem-se por quatro retângulos. A orientação visual predominante é horizontal, no entanto, sugere-se um movimento do olhar pela disposição dos retângulos em quatro cores, amarelo, verde, vermelho e azul.

A obra de arte predomina na leitura icónica do cartaz, ou seja *Four Colors + Painting*,<sup>530</sup> como foi designada, cria uma associação a uma pintura minimal, e na qual se incluem uma simplificação do movimento cromático através das cores e das formas. Contudo o autor “não queria que vissem cor e não queria que vissem forma, queria que todos os elementos – a linha de contorno, a linha interna, a cor da superfície, etc – fossem equivalentes. Queria que eles estivessem tão totalmente interligados que se tornassem inseparáveis. Nenhuma parcela do quadro deveria ser mais importante que outra – nem mesmo a ideia.”<sup>531</sup>

No que diz respeito à imagem das palavras predomina a cor preto o nome do artista sobre um fundo vermelho do suporte. Destaque em branco, para a palavra Pinturas, seguindo-se o período das obras em exposição e o local, em corpo de letra inferior ao nome do artista. O tipo de letra usado não tem serifa e designa-se por Gill Sans.

---

<sup>530</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 35

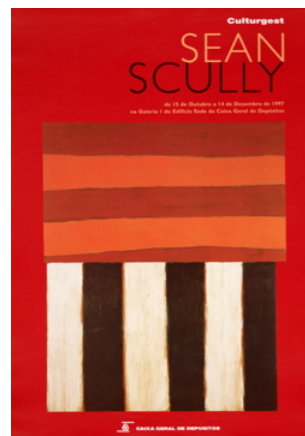
<sup>531</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Robert Mangold

#### 5.4.36. Análise do Cartaz | Sean Scully<sup>532</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 1997.<sup>533</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais: 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é uma reprodução da obra de arte, designada por *Catherine*, de 1983, do artista Sean Scully. Esta pintura ocupa 36,5 centímetros de largura por 45 centímetros de altura. As inscrições no cartaz dizem respeito ao nome do artista, data e local da instituição que divulga a exposição.

Encontram-se os logotipos da Culturgest, do Grupo da Caixa Geral de Depósitos.



A composição visual do cartaz integra os dois campos no layout, um dedicado à imagem (obra de arte) e outro ao texto.

A paleta cromática predominante no cartaz é o vermelho, o preto e o branco. A obra de arte foi integrada no suporte com uma moldura. O enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrípeto. As formas predominantes na imagem são geométricas, e constituem-se por linhas/manchas de cor grossas, que se definem numa composição de retângulos, nas cores vermelho, laranja e o preto e branco. A orientação visual predominante é horizontal apesar da verticalidade sugerida pelas linhas a preto e branco.

A obra de arte predomina na leitura icónica do cartaz, a pintura *Catherine*, como foi designada, cria uma associação a uma pintura abstrata. As composições de Sean Scully estabelecem uma associação a padrões, o próprio autor compara estas composições a tabuleiros de xadrez. Contudo, a forte inspiração veio de Marrocos, local onde o artista observou padrões de riscas em tapetes e tendas marroquinas. 'As formas abstratas de Sean Scully habitam a superfície do quadro e resistem a todo o aprofundamento, como se fossem bóias. Não se distinguem do quadro como se este fosse fundo, mas fundem-se com o que de fundo possa haver ainda para assegurar a vitória de um espaço liso, tranquilamente repousando à superfície.'<sup>534</sup>

Na imagem projetada pelas palavras predominam duas cores, o preto e o laranja, esta composição cromática integra o nome do artista sobre um fundo vermelho do cartaz. Num corpo de letra inferior, ao nome do artista, a data e o local da

<sup>532</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz Sean Scully

<sup>533</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 36

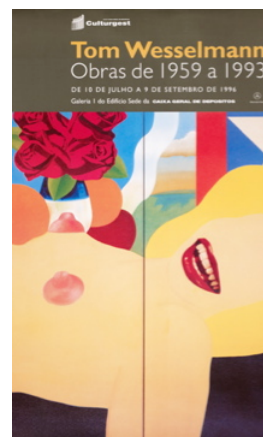
<sup>534</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Sean Scully

exposição abrem a cor de laranja. Os tipos de letra usados na composição do texto não têm serifa, e designam-se por Gill Sans e Bliss.

#### 5.4.37. Análise do Cartaz | Tom Wesselmann<sup>535</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest no ano de 1996.<sup>536</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais, com 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é a reprodução de uma pintura designada *Grande Nu Americano N° 53*, de 1964, do artista Tom Wesselmann. A fotografia tem as seguintes dimensões: 52 centímetros de altura por 48 centímetros de largura. Nas inscrições incluem-se o nome do artista e o período cronológico dos trabalhos em exposição, seguindo-se a data e o local. Encontra-se ainda o logotipo da Culturgest.



A composição visual no cartaz separa os dois campos, a imagem do texto.

A paleta cromática predominante no cartaz é o amarelo, o vermelho e o cinzento. A obra de arte foi integrada ao corte do suporte ou seja não tem moldura. O seu enquadramento é vertical e projeta-se de um modo centrífugo. As formas predominantes na imagem são figurativas e integram-se no cenário com um corpo feminino, num primeiro plano, e num segundo plano, as rosas e a paisagem. A orientação visual predominante é horizontal e o olhar segue o movimento da personagem feminina que se encontra deitada.

*Grande Nu Americano N° 53*, como foi designada a pintura que domina a leitura icónica do cartaz remete para uma conotação associada a uma carga erótica. Esta obra é representativa de uma produção artística de carácter realista, num primeiro plano o corpo feminino e num segundo plano as rosas, e um pormenor de paisagem. O artista incorpora ainda a colagem e a tinta sobre a tela, de modo a criar uma associação realista à temática eleita, incluem-se aqui o nu, a natureza-morta e a paisagem, elementos que caracterizam a produção artística de Tom Wesselmann.<sup>537</sup>

A imagem projetada pelas palavras cria um contraste com a obra de arte, e deste modo destaca a cor laranja o nome do artista, seguindo-se no mesmo corpo de

<sup>535</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz Tom Wesselmann

<sup>536</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 37

<sup>537</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Tom Wesselmann

letra, mas a branco o período cronológico da exposição. Numa dimensão de letra, significativamente inferior, podem-se ler-se as datas e o local da exposição. O tipo de letra utilizado não tem serifa e é designado por Gill Sans.

#### 5.4.38. Análise do Cartaz | Valéria Costa Pinto<sup>538</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 1997.<sup>539</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais, com 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A imagem que predomina no cartaz é uma reprodução fotográfica da instalação/ escultura, uma criação da artista Valéria Costa Pinto, designada por *Biruta* ou *Wind Cone*. Esta reprodução ocupa 40 centímetros de largura por 45 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o preto. Os logotipos das instituições que promovem a exposição abrem a branco, a Culturgest e o Grupo Caixa Geral de Depósitos. Em destaque o título da obra seguindo-se o nome da artista.



A composição visual do cartaz complementa-se com os dois campos, a imagem e o texto, no entanto, estes ocupam espaços distintos. A paleta cromática predominante no cartaz é o preto e o branco. A produção artística foi integrada no suporte com uma moldura. O enquadramento é vertical, e projeta-se de um modo centrípeto. As formas predominantes na imagem são geométricas, com caráter abstrato. A orientação visual predominante é em perspectiva ou seja o olhar prolonga-se através do cenário arquitetónico e a instalação acompanha este prolongamento visual.

A instalação predomina na leitura icónica do cartaz, *Biruta* ou *Wind Cone*, como foi designada, estabelece a conotação com o trabalho da autora na área da construção em papel, em grande escala. "O processo de 'vincar o papel', preguear o tecido, fragmentar a imagem fixa, desfazer a imagem em movimento, decompor o espaço e, com ele, o tempo. Essa tem sido a rotina de Valéria Costa Pinto há duas décadas: fragmentar suportes propondo, em substituição ao mundo pré-estabelecido, um mundo cambiante, repleto de novos significados. Apesar dos materiais e do processo serem similares ao origami japonês, a técnica de Valéria está sujeita não só a cálculos matemáticos e de computação, como ao acaso, especialmente no desdobramento da escultura sanfonada em uma estrutura flutuante, a qual parece

---

<sup>538</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia do cartaz Valéria Costa Pinto

<sup>539</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 38

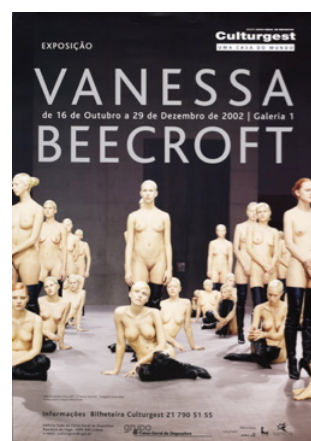
não ser afetada pela gravidade. A flexibilidade do papel e a semelhança com a pele são usadas para determinar diferentes planos e atingir diversas formas possíveis.<sup>540</sup>

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras, predomina a cor cinzento, para a palavra Instalação, e a branco o nome da artista. A data, o local e os logotipos abrem a branco sobre o fundo preto do cartaz, num corpo de letra significativamente inferior. A tipografia não tem serifa e designa-se por Gill Sans.

#### 5.4.39. Análise do Cartaz | Vanessa Beecroft<sup>541</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Culturgest, em 2002.<sup>542</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais, com 68 centímetros de altura por 48 centímetros de largura.

A representação visual que predomina no cartaz é uma reprodução fotográfica de uma performance da artista Vanessa Beecroft, VB 45, de 2001. Esta reprodução ocupa 48 centímetros de largura por 68 centímetros de altura. As informações inscritas dizem respeito ao nome da artista, à data e local da exposição. Encontram-se ainda os logotipos das instituições que divulgam a exposição, a Culturgest e o Grupo Caixa Geral de Depósitos.



A composição visual do cartaz integra os dois campos, a imagem e o texto, no entanto, o texto entra dentro da imagem.

A paleta cromática predominante no cartaz é o preto e o branco. A reprodução fotográfica foi integrada ao corte do suporte, portanto, não tem moldura. O enquadramento é vertical, e projeta-se de um modo centrífugo. As formas predominantes na imagem são figurativas e em destaque estão diversos corpos femininos. A orientação visual é vertical e em perspectiva, o movimento do olhar sugere um prolongamento vertical através da postura dos corpos e em perspectiva pelo cenário em que se encontram as personagens.

A imagem que predomina na leitura icónica ao cartaz é o registo fotográfico da performance VB 45, de Vanessa Beecroft. A artista trabalha a relação do corpo e a sua representação mediática. A obra da artista define-se através de conceitos como a solidão urbana, os ícones sociais, as marcas da moda, as fardas militares e a

---

<sup>540</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Valéria Costa Pinto

<sup>541</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz Vanessa Beecroft

<sup>542</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 39

imagem da mulher. O seu trabalho está intimamente associado às performances de modelos que depois fotografa e filma. Os 'quadros vivos' de Vanessa abordam tanto a dimensão cultural os seus modelos como o ambiente arquitetónico em que são representados. "Elas surgem por vezes como criaturas frágeis; noutras tabu quebrado e ideal de beleza antiga, entre excitação erótica e encanto de manequins de montra despidos." Os modelos não mostram emoção e tudo o que se passa é incerto e é no imaginário de cada um. Para a artista 'o interesse está na diferença entre o espera e o que realmente acontece.'<sup>543</sup>

Na imagem projetada pelas palavras domina o nome da artista, com a cor cinzento, e num corpo de letra superior. A data, o local e o logotipo abrem a branco sobre o fundo escuro. A tipografia usada não tem serifa e designa-se por Bliss.

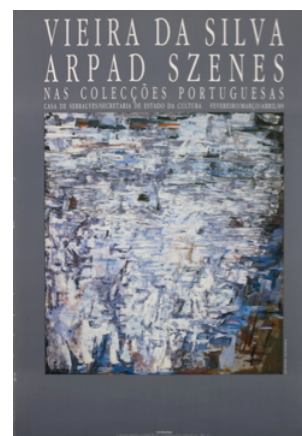
#### 5.4.40. Análise do Cartaz | Vieira da Silva<sup>544</sup>

O cartaz em análise foi concebido para divulgar a exposição organizada na Fundação de Serralves, em 1989.<sup>545</sup> A partir do objeto impresso em suporte de papel, foi possível efetuar um levantamento das suas dimensões reais, com 98 centímetros de altura por 68 centímetros de largura.

A representação visual predominante no cartaz é uma reprodução da obra de arte da artista Vieira da Silva, de 1961. Esta reprodução ocupa 55 centímetros de largura por 60 centímetros de altura. A cor de fundo do cartaz é o cinzento. No que diz respeito às informações inscritas, encontram-se o nome dos dois artistas em exposição (um casal), Vieira da Silva e Arpad Szenes, seguindo-se a designação da exposição, a data, o local e os contactos da instituição que divulga os trabalhos.

A composição visual do cartaz integra os dois campos, a imagem e o texto (estes não se misturam).

A paleta cromática predominante no cartaz é o cinzento e o branco. A produção artística foi integrada no suporte com uma moldura. O enquadramento é vertical, e projeta-se de um modo centrípeto. As formas predominantes na imagem têm um carácter expressivo e abstrato. A orientação visual é horizontal, pela sugestão das manchas traçadas em tons de azul e cinzento.



---

<sup>543</sup> Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Vanessa Beecroft

<sup>544</sup> Ver: Anexo I | Fotografia do cartaz de Vieira da Silva

<sup>545</sup> Ver: Anexo 2 | Grelha de Análise N° 40

A obra de arte predomina na leitura icónica do cartaz, *La Mer*, como foi designado, estabelece uma conotação com o mar e o oceano, pela expressividade das manchas cromáticas em tons de cinzento, branco e azul. Todas as combinações de linhas juntam-se para dar liberdade à arte abstrata. A linha torna-se evidente na obra de Vieira da Silva, contudo, a cor exprime um espaço e une-se à sua estrutura. A flexibilidade e a mobilidade da mancha e da linha alargam-se para um comportamento material, a pasta de tinta vai-se delineando em pinceladas espessas e ritmos irregulares. “A superfície associa-se a maior parte das vezes à luz – uma luz subjacente à composição; linha, queda-se em tons escuros que sulcam a superfície. O seu quadro por mais linear que pareça é sempre construído pela cor.”<sup>546</sup>

No que diz respeito à imagem projetada pelas palavras, predominam os nomes do casal de artistas. aberto a branco sobre fundo cinzento. A designação da exposição, a data, o local, e os contactos abrem a branco, num corpo de letra inferior. O tipo de letra usado tem serifa e designa-se por Garamond.

## 5.5. Tipologias nos cartazes | Síntese da análise

Após uma breve apresentação de conceitos associados à análise de imagem, seguiu-se uma abordagem ao método seguido (análise plástica, icónica e linguística), através do qual se deu início a uma primeira análise, individual, aos cartazes em estudo.

Dando continuidade a uma metodologia de observação direta, aos objetos eleitos, pudemos estabelecer algumas associações entre os quarenta exemplares. Deste modo após uma leitura gráfica, destacaram-se entre estes, alguns dos aspectos relevantes que nos deram indicações para um variado número de tipologias.<sup>547</sup> Assim procedemos aos critérios de organização dos diversos tipos, entre estes, demos prioridade aos seguintes conteúdos: tipo de enquadramento, moldura, orientação visual, composição entre imagem e o texto, aspetos tipográficos e paleta cromática.

Foram então constituídos em pequenos núcleos os cartazes cujos critérios haviam sido definidos. Deste modo foram identificadas diversas características tipológicas, as quais se organizaram por ordem alfabética. Foram assim atribuídas dezoito tipologias e classificadas com uma síntese de carácter estético e gráfico.<sup>548</sup>

---

<sup>546</sup> FERNANDES, Maria João, *Vieira da Silva, Arpad Szenes*, Fundação Serralves, Porto, 1989, p. 157.

Ver: Capítulo III | A arte contemporânea em exposição | Biografia de Vieira da Silva

<sup>547</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista N° 6 (com Jorge dos Reis)

<sup>548</sup> Ver: Anexo 5 | Tipologias



## 5.5.1. Tipologias

### Tipologia A

As características que reuniram a primeira tipologia dizem respeito aos seguintes critérios: um enquadramento vertical, na composição visual da imagem e do texto, estes não se sobrepõem, a imagem encontra-se à direita e o texto à esquerda, (alinhado na vertical) e a imagem não tem moldura (está ao corte no suporte).



### Tipologia B

Na segunda tipologia foram reunidas as seguintes características: enquadramento horizontal, a imagem encontra-se ao centro do suporte, na composição visual a imagem separa-se claramente do texto (alinhado na horizontal), a imagem não tem moldura (está ao corte do suporte).



## Tipologia C

As principais características deste núcleo são: enquadramento vertical, com alinhamento da imagem à esquerda e ao corte, ou seja sem moldura, e com integração do texto na horizontal e na vertical, criando uma composição mista, no exemplar de Hannah Höch.



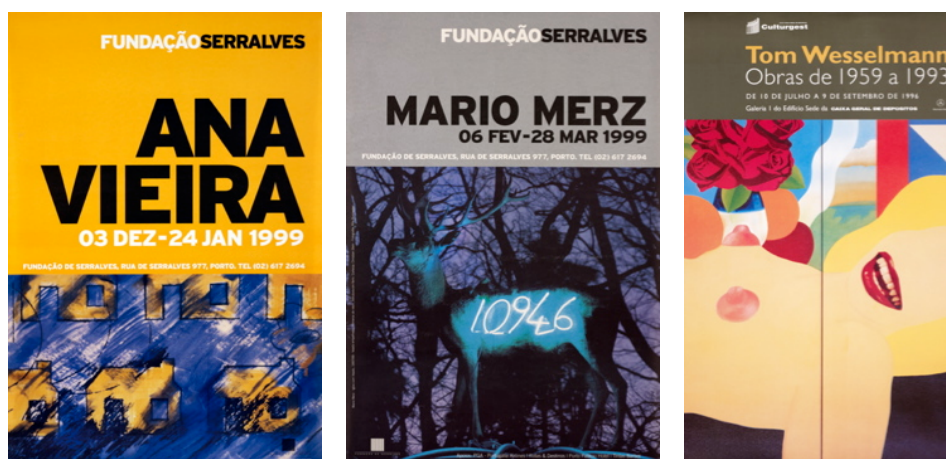
## Tipologia D

O exemplar desta tipologia determina-se pela sua composição visual única, (no âmbito desta análise), ou seja, a imagem está alinhada à esquerda e ao corte, e uma coluna fina com alinhamento à direita, na qual se inscreve o nome do artista, em corpo de letra reduzido.



## Tipologia E

No âmbito desta tipologia definiram-se as seguintes características: enquadramento horizontal da imagem, na composição visual separam-se claramente os dois campos, o da imagem (posiciona-se na parte de baixo do layout) e o do texto (posiciona-se na parte superior do layout). O alinhamento do texto é à direita e tem uma orientação visual na horizontal.



## Tipologia F

Com critérios semelhantes aos anteriores, na tipologia E, no entanto, invertidos, ou seja, na composição visual, encontram-se no campo da imagem, na parte superior do layout, e no campo do texto, posiciona-se na parte inferior do layout. Ambos os campos são distintos e ocupam espaços definidos pela simplicidade da grelha. O alinhamento do texto é ao centro e tem uma orientação de leitura na horizontal.



## Tipologia G

Encontram-se nesta tipologia dois exemplares agrupados pelo tipo de enquadramento da imagem, ou seja, ocupa o fundo do cartaz, e tem uma orientação visual na vertical. Ao nível da composição visual, interligam-se os dois territórios: a imagem e o texto. Neste âmbito, o nome dos artistas destacam-se sobre a representação visual da obra de arte. Foi estabelecida uma interligação entre a imagem e o texto, tanto ao nível cromático como na orientação tipográfica.



## Tipologia H

As características que definem esta tipologia dizem respeito aos seguintes elementos visuais: ao nível da composição do texto, este entra dentro da imagem, confundindo-se praticamente com esta (no exemplar de Jean Dubuffet). O território da imagem posiciona-se na parte superior do layout e o texto na parte inferior do mesmo. Há uma separação evidente entre os dois campos visuais, todavia, o nome do artista sobrepõe-se na obra de arte criando pouca legibilidade.



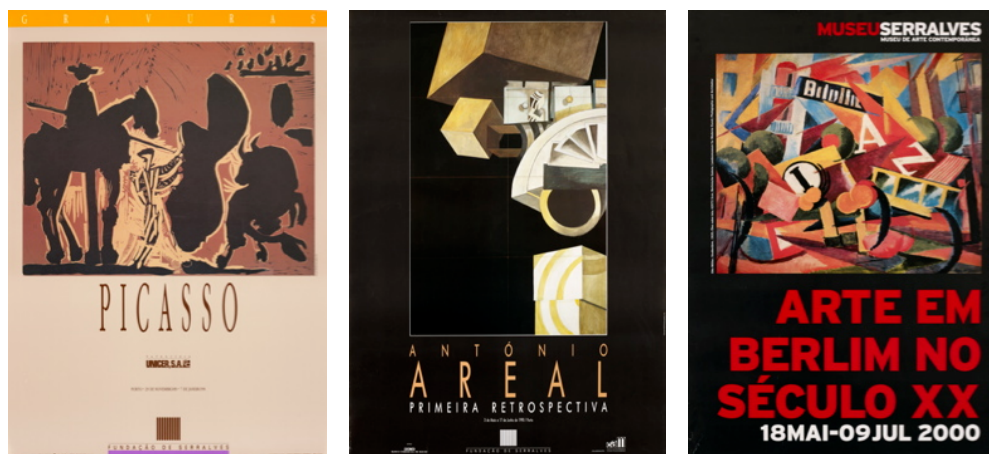
## Tipologia I

Neste núcleo destacam-se as seguintes características ao nível da composição visual: a imagem ocupa todo o layout do cartaz, sendo a obra de arte a representação visual predominante. O texto entra na imagem com um corpo de letra significativamente inferior e dando destaque sobretudo ao campo da imagem. O enquadramento é vertical.



## Tipologia J

Os critérios de constituição deste núcleo dizem respeito às seguintes características tipológicas: enquadramento vertical, a imagem posiciona-se na parte superior do layout e destaca-se pela moldura criada pelo fundo do cartaz. O texto que diz respeito à designação da exposição cria um jogo cromático com as cores da imagem e tem uma orientação visual na horizontal.



## Tipologia L

Os principais elementos da composição visual que caracterizam esta tipologia são: o fundo monocromático do cartaz (predomina o branco), e o posicionamento da imagem ao centro do layout, e em torno da qual são orientados os elementos textuais. O enquadramento e a orientação visual é vertical.



## Tipologia M

Nesta tipologia reuniram-se os seguintes critérios: enquadramento visual na vertical, composição da imagem com moldura, fundo monocromático, texto com leitura na horizontal, destaque para o nome do artista num corpo de letra superior. Orientação visual na vertical. A imagem é predominante na leitura do cartaz.



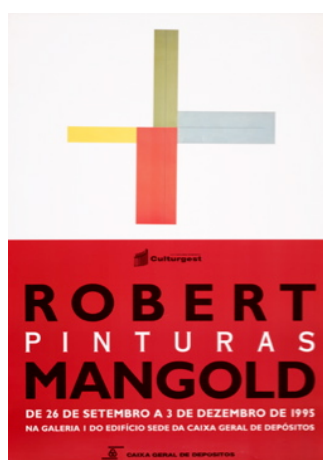
## Tipologia N

Os dois exemplares caracterizam-se pelo tipo de composição simplificada, neste conceito incluem-se a cor e a imagem, ou seja, o fundo do layout funde-se com a imagem, com destaque para a cor branco. A tipografia foi inserida na imagem, a baixo desta (no exemplo Jochen Lempert<sup>549</sup>) e acima desta (no exemplo de José Aurélio), contudo, não estabeleceram uma ligação, no entanto, integraram-se por meio da cor e da temática selecionada.



## Tipologia O

Demos destaque ao exemplar de Robert Mangold pelo fato de este cartaz criar um efeito gráfico diferenciado, pela cor de fundo utilizada no campo do texto, o vermelho, entendemos que neste caso em particular, o texto entra no território da imagem, contudo, não se integram pois ocupam espaços específicos (a imagem e o texto), trata-se de um efeito visual único, em que a tipografia predomina.



---

<sup>549</sup> Ver: Entrevista Nº 5 (a Miguel Wandschneider)

## Tipologia P

Podem-se caracterizar os dois exemplares que constituem este núcleo, pelos seguintes aspectos: a imagem predomina no layout do cartaz, tratam-se de reproduções com carácter expressivo, ou seja o desenho invade o layout e domina a leitura visual através de uma expressividade única no grupo dos quarenta exemplares. O enquadramento é vertical. O texto entra na imagem e adquire aspectos expressivos, tanto ao nível da expressão da caligrafia (no exemplar de Costa Pinheiro) como ao nível do jogo cromático (no caso de Egon Schiele).



## Tipologia Q

O exemplar de José de Guimarães reúne características únicas pelo tipo de composição simplificada, ou seja inclui no território da imagem uma obra de arte sobre fundo monocromático e com moldura, trata-se de um enquadramento vertical. Tem um campo de texto pouco legível e sem tratamento tipográfico.





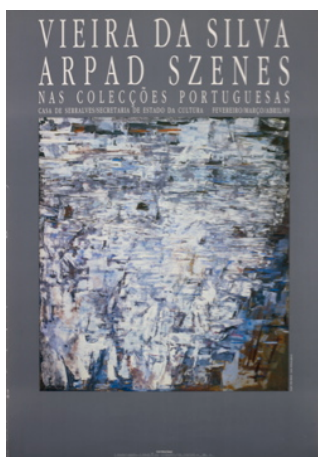
## Tipologia R

Definiu-se como um caso único, o exemplar do cartaz de Nam June Paik, sobretudo pela sua característica única da imagem se encontrar emoldurada pelo texto. O enquadramento é vertical. A imagem ocupa a área central do layout, e o texto tem uma leitura mista, ou seja percorre a moldura na vertical e na horizontal.



## Tipologia S

Casos semelhantes, tratam-se de dois exemplares com características bastante idênticas. A imagem ocupa a área central no layout, o texto posiciona-se na parte superior do layout e tem uma leitura na horizontal, e com destaque para os nomes dos artistas num corpo de letra superior. Na paleta cromática criou-se um jogo de associações monocromáticas para a tipografia e para o fundo dos cartazes. A composição visual é simplificada pela organização dos dois campos, imagem e texto, e com uma distinção clara para cada área ocupada.



## 5.6. Análise estética e gráfica das duas instituições | Síntese

Concluimos, deste modo que ambas as instituições resolveram o grafismo do cartaz segundo regras semelhantes, o que contribuiu para uma caracterização do período cronológico em análise, 1989 a 2009. Assim, os layouts definidos para os objetos abordados integram-se claramente numa articulação entre os dois territórios que dominam os cartazes, ou seja, a imagem e o texto. Contudo, estes dois territórios praticamente não se relacionam, e cada campo é definido pelo seu próprio espaço na grelha de paginação. O campo da imagem é claramente separado do campo do texto na maioria dos layouts.

Assim, concluimos que estes objetos foram projetados a partir da obra de arte, ou seja, desde a paginação, à seleção cromática, a uma orientação visual, ao enquadramento da imagem e ainda na articulação dos conteúdos linguísticos, cuja articulação foi organizada a partir da representação visual selecionada. Ainda e no que diz respeito à paleta cromática, os cartazes utilizaram na sua maioria fundos monocromáticos, e a partir dos quais se associaram composições com cores da respectiva imagem, predominando uma composição visual, global, que se caracteriza pela sua simplicidade.

No que diz respeito às questões de tipografia, podemos concluir, que durante este período cronológico, os criadores dos cartazes em estudo, optaram na sua maioria pela utilização de tipos sem serifa. A tipografia Gill Sans, Bliss e Helvetica predominou na sua aplicação gráfica. Tendo em consideração que se tratam de tipos ditos modernos e de uma simplicidade gráfica, foram utilizados pela sua característica prática e pela sua leitura directa. Em relação aos casos em que a utilização de tipos com serifa ocorreu, predomina a tipografia Garamond e Times, tipos considerados clássicos numa leitura visual.

Relativamente à hierarquia da informação, tornou-se evidente, pelo corpo de letra significativamente superior em relação às restantes inscrições, que o nome do artista (tal como uma assinatura em grande escala) se destacou em praticamente todos os cartazes, com exceção de Costa Pinheiro, Álvaro Iapa, Alberto Carneiro e Neal Slavin. Seguindo-se as restantes inscrições, como a designação da exposição, a data, o local e/ou os contactos, num corpo de letra significativamente inferior.

Em relação à integração dos logotipos, estes encontram-se sempre presentes, e dizem respeito à instituição que divulga a exposição, nestes casos a Culturgest e a Fundação de Serralve. Estes encontram-se na maioria na parte inferior do layout, ou na parte superior do mesmo, conforme a composição visual do cartaz, e cumprindo as regras da instituição, tal como tivemos oportunidade de confirmar na entrevista ao curador da Culturgest, Miguel Wandschneider.<sup>550</sup>

---

<sup>550</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista N.º 5

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | CAPÍTULO V

- BARTHES, Roland, *O Grau Zero da Escrita Seguido de Elementos de Semiologia*, Edições 70, Lisboa, 1981
- BAUDRILLARD, Jean, *Para uma Crítica da Economia Política do Signo*, Edições 70, Lisboa, 1981
- BERGER, John, *Modos de Ver*, Edições 70, Lisboa, 1999
- CARDOSO, Marta, *Jorge Martins Pintura*, Culturgest, Lisboa, 2001
- FERNANDES, Maria João, *Vieira da Silva, Arpad Szenes*, Fundação de Serralves, Porto, 1989
- GONÇALVES, Flávio, *História da Arte, Iconografia e Crítica*, Imprensa Nacional – Casa da Moeda, Lisboa, 1990
- HOLLIS, Richard, *Design Gráfico, uma História Concisa*, Martins Fontes, São Paulo, 2001
- JOLY, Martine, *Introdução à Análise da Imagem*, Edições 70, Lisboa, 2004
- MARTINS, José Souza, *A Natureza Emocional da Marca*, Editora Campus, Rio de Janeiro, 2007
- MOLES, Abraham, *O Cartaz*, Editora Perspectiva, São Paulo, 1987
- PANOFSKY, Erwin, *Estudos de Iconologia*, Editorial Estampa, Lisboa, 1995
- PANOFSKY, Erwin, *O Significado nas Artes Visuais*, Editorial Presença, Lisboa, 1989
- PERNES, Fernando, *Exposição Antológica de Graça Morais, Memória da Terra, Retrato de Mulher*, Museu Soares dos Reis, Porto, 1997
- PUJAGUT, Jaume, GARCIA, Sergi, *A Graphic Design Project Form Start to Finish*, Index Book, Barcelona, 2010
- SARDO, Delfim, *Mario Merz em Serralves, Casa x Casa*, in: *Arte Ibérica*, N° 22, Março de 1999
- TOUSSAINT, Bernard, *Introdução à Semiologia*, Publicações Europa-América, Lisboa, 1981
- [pt.wikipedia.org/wiki/Teste\\_de\\_Rorschach](http://pt.wikipedia.org/wiki/Teste_de_Rorschach)
- [www.designishistory.com/design/typography](http://www.designishistory.com/design/typography)
- [www.dubuffet.com](http://www.dubuffet.com)



## CAPÍTULO VI

### MECANISMOS DE DESIGN E DESIGN EMOCIONAL<sup>551</sup> NO CARTAZ

#### 6.1. O cartaz de divulgação da arte enquanto objecto de estudo<sup>552</sup>

Após a selecção de quarenta cartazes cuja missão é a divulgação da arte,<sup>553</sup> e que integraram um espólio existente em duas colecções e arquivos de material gráfico e documental de duas instituições, a Fundação de Serralves, no Porto, e a Fundação da Culturgest, em Lisboa, prosseguimos para a seguinte hipótese: “Existem mecanismos de design emocional no cartaz de divulgação da arte contemporânea em Portugal.”

Foi neste âmbito que demos início ao processo de selecção, e este foi sendo desenvolvido tendo em conta a missão da instituição, a divulgação da arte contemporânea, bem como a existência de um arquivo de material gráfico, cujo acesso foi possível, de modo a efectuar um levantamento e inventariação do espólio aí existente. Todavia, durante a respectiva selecção dos cartazes verificou-se a inexistência de um inventário e foi a partir desta necessidade que foram desenvolvidas novas etapas no processo da investigação, e um dos exemplos foi a criação de uma grelha de análise, como vimos no capítulo anterior.

Assim, o facto de ambas as instituições integrarem nos seus arquivos um espólio de cartazes no âmbito da temática referenciada, não continham em si uma inventariação deste tipo de material gráfico. Deste modo, procedemos à selecção dos cartazes no próprio local do arquivo, tendo em conta os critérios definidos: divulgação da arte contemporânea em Portugal e o período cronológico entre 1989 e 2009. No seguimento deste processo foram seleccionados 19 cartazes na Culturgest e 21 na Serralves.<sup>554</sup>

---

<sup>551</sup> Design & Emotion Society (DES), existe desde 1999, e é composta por um grupo de designers: Matthijs van Dijk e René Konings do atelier de design KVD, em Amesterdão, e Jeroen van Erp do Fabrique, em Delf, e os investigadores: Paul Hekkert, Pieter Desmet e Talea Bohlander, da Universidade de Delft. Estes acreditam que a experiência emocional pode e deve ser um ponto de partida para o design. in: [www.designandemotion.org](http://www.designandemotion.org)

<sup>552</sup> “A história do cartaz em Portugal está por fazer. (...) Temos muitos cartazes; é possível reconstituir muitas vezes o processo de produção; faltam-nos quase sempre as reacções dos receptores, pelo menos até à década de Quarenta do nosso século.”

in: ROCHA, Rui, *300 Anos do Cartaz em Portugal*, Biblioteca Nacional de Lisboa, Lisboa, 1975, p. 16.

<sup>553</sup> “A arte, tanto como a literatura, é um objecto que dá a impressão de se prestar muito particularmente à diversidade das abordagens e, pela mesma ocasião, se não à interdisciplinaridade, pelo menos à pluridisciplinaridade. Multidimensional não há dúvida de que o é, e muito especialmente, se a considerarmos como totalidade singular e autónoma. Aqui intervém indubitavelmente a dialéctica do múltiplo e do uno.”

in: DUFRENNE, Mikel, *A Estética e as Ciências da Arte*, Livraria Bertrand, Lisboa, 1982, p. 332. (1ª ed. 1976)

<sup>554</sup> Ver: Anexo 4 | Cronologia: Serralves e Culturgest.

Tendo em conta que os objectos de estudo oriundos da Fundação de Serralves, se encontram salvaguardados em espólio no arquivo da biblioteca de Serralves e foram considerados material gráfico com um estatuto de reservados, o que significa que não são autorizados a sair do arquivo, (com excepção numa eventual participação em exposições, no âmbito do cartaz), foi então realizado no próprio local do arquivo, o respectivo levantamento fotográfico<sup>555</sup> aos 40 cartazes em análise, e os restantes cartazes da Culturgest deslocaram-se até ao Porto para serem neste contexto fotografados.

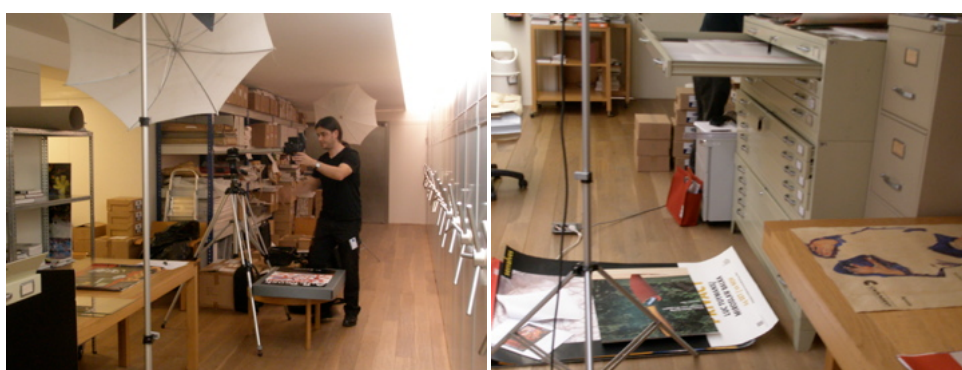


Fig. 43. Designação: Sessão de fotografias aos 40 cartazes no arquivo documental de Serralves  
Fotografia: Ana Paula Gaspar (Autora)

## 6.2. Quais os mecanismos de design que despertam as emoções no cartaz de divulgação de arte contemporânea?

A partir desta questão de investigação, e que serviu de orientação para uma pesquisa mais aprofundada na temática eleita, podemos sistematizar determinados autores, em cujo contributo se destacam no tipo de abordagem pretendida, a área das emoções e da reacção emocional ao objeto.

Deste modo e a partir do estudo da emoção, área emergente das ciências cognitivas no contexto contemporâneo, destacamos o mecanismo da emoção, enquanto resultado de uma lógica. Assim uma emoção é o resultado de um mecanismo de ordens, e/ou de comportamentos, que resultam das primeiras acções experimentadas. O que significa que o nosso cérebro grava modelos que se repetem, ou seja, um estímulo provoca uma resposta e o cérebro constrói um

---

<sup>555</sup> O levantamento fotográfico dos 40 cartazes, foi realizado durante os dias 7 e 8 de Abril de 2011, pelo fotógrafo profissional Filipe Braga. O registo com qualidade gráfica, foi efectuado no arquivo documental na biblioteca de Serralves, no Porto. Os cartazes da Culturgest deslocaram-se até ao local. | [www.filipebraga.com](http://www.filipebraga.com)

modelo. Deste modo a lógica do entendimento da acção e reacção permite a construção de modelos de estímulo-resposta. Assim, as pessoas são como 'máquinas' no sentido em que reagem por hábitos, por informação codificada, gestos controlados, imitação, dados que são gravados no cérebro e repetidos, os ditos modelos.<sup>556</sup>

A partir de mecanismos de reacção emocional do ser humano a estímulos que desencadeiam respostas, existem os estímulos do cartaz de divulgação de arte contemporânea, que integram em si mecanismos de design (como sejam a cor, a forma, a luz, a tipografia ou a orientação visual), e que provocam nos sentidos do receptor uma possível resposta (neste caso a proposta de visita a uma exposição).

Através da publicação de Donald Norman, *Emotional Design*<sup>557</sup>, podemos ter conhecimento de três momentos no processo de percepção e reacção emocional a um objecto. Deste modo, encontramos num 1º momento, uma resposta visceral, ou seja o cérebro envia uma resposta instantânea e integra uma relação com aspectos de cognição e de pré-consciência. Num 2º momento, uma resposta comportamental, ou seja uma reacção de prazer e experiência com o objeto, obtenção do desejo adequado. Num 3º momento, uma resposta com base num estudo reflexivo ou seja a consciência sobre a reacção emocional ao objecto, *self-image* e cognição, as emoções adquirem neste ponto um nível de interpretação pessoal e de satisfação. A partir deste nível é possível trabalhar a memória, a imagem, a cultura e o impacto do objecto no individual e no colectivo.

Segundo António Damásio<sup>558</sup>, um neurologista que através das suas publicações acerca da rede neurológica e do processo das emoções, nos apresenta um campo de investigação, cujos resultados se revelam profundamente estimulantes na área da ciência cognitiva. Através deste autor pudemos aproximar-nos do processo de percepção e dos mecanismos que permitem ao indivíduo ter uma reacção emocional.

Deste modo trata-se de um contributo na área da percepção, aprendizagem, memória e do funcionamento do cérebro<sup>559</sup>. O autor permite ainda estudar a área das emoções e investigar as razões de determinadas respostas emocionais e os respectivos comportamentos.<sup>560</sup>

---

<sup>556</sup> Os robots são máquinas que pensam, máquinas que aprendem, e foram criados a partir dos modelos do ser humano, ou seja através da manipulação de dados podemos influenciar respostas e usar um robot. BREAZEAL, Cynthia, *Socio-Emotional Design of Personal Robots*, in: 7th International Conference on Design and Emotion, Institute of Design, Chicago, 2010, p. 22.

<sup>557</sup> NORMAN, Donald, *Emotional Design, Why We Love (or Hate) Everyday Things*, Basic Books, New York, 2004

<sup>558</sup> Do autor António Damásio: *O Erro de Descartes, O Sentimento de Si e O Livro da Consciência*.

<sup>559</sup> O cérebro evoluiu de dentro para fora, aumentou a complexidade e conteúdo das informações por milhões de anos, a sua estrutura reflete todos os estágios pelos quais passou o encéfalo. | [www.psiquiatriageral.com.br](http://www.psiquiatriageral.com.br)

<sup>560</sup> BREAZEAL, Cynthia, *Emotion and sociable humanoid robots*, 2002 | in: [www.elsevier.com](http://www.elsevier.com)

Ainda neste âmbito, o autor Semir Zeki<sup>561</sup> apresenta na sua publicação, *Splendors and Miseries of the Brain*<sup>562</sup> os resultados num campo de investigação na área da neuroestética. Através deste autor salienta-se a importância da arte como um contributo na função evolutiva do cérebro e como existe um conhecimento visual que determina um campo de emoções na área da criação visual. “Você pode comunicar pela visão coisas que não pode descrever pela linguagem”.<sup>563</sup>

Segundo Semir Zeki ‘a arte é um subproduto da função evolutiva do cérebro’, para este neurobiólogo, o prazer que sentimos diante do belo está ligado à aquisição de conhecimento, ou seja não existe só um conhecimento que se expressa pela linguagem mas também há um conhecimento visual.<sup>564</sup>

As pesquisas na área da neurociência sobretudo no último quarto de século exploram o sistema visual do cérebro, e um dos seus investigadores, Semir Zeki diz-nos que “a visão é um acto criativo”, e que diante de uma imagem, o cérebro procura os traços necessários e destila a essência do que vê, por causa de sua memória limitada. Ele descobriu ainda que o cérebro analisa separadamente, em regiões diferentes, atributos da imagem como forma, movimento, cor, textura. O córtex visual é dividido em cerca de duas dúzias de áreas especializadas. O olho tem dez funções e embora as imagens viagem da frente do olho para a retina, elas na verdade se formam-se no cérebro. O cérebro visual e o cérebro auditivo levaram milhões de anos a desenvolverem-se e o cérebro verbal tem alguns milhares de anos, no máximo.

A partir da questão de investigação pudemos salientar dois aspectos, que neste âmbito, resultaram na hipótese e numa ferramenta de trabalho, ‘quais os mecanismos de design gerais’ e ‘quais os mecanismos de design específicos’.

No seguimento destas questões, foram sistematizadas duas áreas de abordagem. Por mecanismos gerais, entendemos as organizações visuais e a composição visual, e por mecanismos específicos, as infinitas combinações da paleta cromática, das formas, texturas, dimensões, tipografia e a construção de significados, ou conceitos, bem como as reacções emocionais ao objecto projectado.

Segundo Rudolf Arnheim<sup>565</sup>, e cujo contributo fundamentou este ponto de abordagem, ou seja os mecanismos que dizem respeito ao design, este abordou a percepção visual através dos elementos utilizados nas composições visuais, as cores, as formas, as estruturas, a direcção do olhar, bem como a luz e o movimento.

---

<sup>561</sup> Semir Zeki - Director do laboratório de neurobiologia da University College London, Semir Zeki é o nome principal de um campo em expansão: a neuroestética. Zeki quer entender o que acontece no cérebro quando nos deparamos com algo que julgamos feio, ou belo. Ele defende que a arte apela aos mecanismos de aquisição de conhecimento do cérebro, e é um subproduto da evolução.

<sup>562</sup> ZEKI, Semir, *Splendors and Miseries of the Brain*, Wiley-Blackwell, United Kingdom, 2009

<sup>563</sup> DUFFLES, Maria, *Neuroestética busca princípio biológico do belo*, in: Globo, 30 de Dezembro de 2006, p. 4.

<sup>564</sup> DUFFLES, Maria, *Idem*, p. 4.

<sup>565</sup> ARNHEIM, Rudolf, *Arte e Percepção Visual*, Livraria Pioneira Editora, São Paulo, 1994



### 6.2.1. Existem mecanismos específicos de design emocional no cartaz de divulgação da arte contemporânea

A partir do título atribuído à presente investigação “A provocação dos sentidos no cartaz de divulgação da arte contemporânea” colocamos então a seguinte hipótese: “Existem mecanismos específicos de design emocional no cartaz de divulgação da arte contemporânea”. A partir dos conceitos: sentidos e emoções, prosseguimos no processo de análise aos cartazes.

Após a visualização de um cartaz, será que podemos descrever uma reacção emocional a este objeto. Contudo, poderemos questionar a visão enquanto área específica de conhecimento, e como esta poderá não ter um impacto, ao nível dos outros sentidos, de modo a criar uma reacção emocional física. No que diz respeito a esta área, o conhecimento do cérebro oferece-nos respostas cada vez mais eficazes, salientando-se actualmente que a rede neuronal que compreende o conhecimento do ambiente que nos rodeia estabelece conexões entre todos os sentidos de modo a tornar mais eficiente uma leitura e interpretação do espaço.

Deste modo a visão<sup>566</sup> permite guiar a informação até aos outros sentidos de modo a enriquecer o armazenamento destes dados, ou seja memórias que são transformadas em emoções, sonhos, reacções, sensações, motivações, linguagens, respostas ou comportamentos desenvolvidos no ser humano.

Segundo António Damásio “nós pensamos com o nosso corpo” e as “emoções são literalmente ‘corporalizadas’”. O nosso cérebro é um detector de emoções e “até mesmo as pessoas ‘normais’ quando vêem imagens carregadas de grande emoção, têm as secreções sudoríparas aumentadas. No caso das pessoas sujeitas a lesões cerebrais, não há nenhuma resposta epidérmica.”<sup>567</sup>

Deste modo o autor Edward T. Hall salienta no seu processo de investigação a importância dos receptores à distância, os olhos, os ouvidos, o nariz, e dos receptores imediatos, a pele e os músculos. Segundo este autor “a experiência táctil e visual do espaço estão tão intimamente associadas que é impossível separá-las”<sup>568</sup>

“Tudo o que o homem faz e é está ligado à experiência do espaço. Dados sensoriais, de ordem visual, auditiva, quinestésica, olfactiva e térmica. Culturas diferentes vivem também em mundos sensoriais diferentes.”<sup>569</sup>

Segundo Birdwhistell, antropólogo e um dos pioneiros no estudo da comunicação não verbal, considerou que apenas uma parte do significado social de qualquer

---

<sup>566</sup> O que os olhos fazem é alimentar o cérebro com informação codificada, correntes de impulsos eléctricos. R. Gregory, *A Psicologia da Visão (O olho e o Cérebro)*, Editorial Inova, Porto, 1968

<sup>567</sup> DAMÁSIO, António, *O cérebro à procura da alma*, in: *Neuropsicologia*, Édition Spéciale Science & Vie, 1996 | [www.psiquiatriageral.com.br/cerebro/texto1.htm](http://www.psiquiatriageral.com.br/cerebro/texto1.htm)

<sup>568</sup> HALL, Edward T., *A Dimensão Oculata*, Relógio d'Água, Lisboa, 1986, p. 74.

<sup>569</sup> HALL, Edward T., *Idem*, p. 203.

interacção correspondia ao campo da comunicação verbal. A sua observação baseou-se no facto do ser humano utilizar os diversos sentidos para perceber o mundo, ocasionalmente 'lançando mão' das palavras para ser compreendido.

Neste âmbito, o campo da comunicação não verbal oferece-nos variadas manifestações que se envolvem de comportamentos não expressos por palavras: os gestos, as expressões faciais, as orientações do corpo, as posturas, a aparência física e a relação entre os indivíduos, a voz e até mesmo a organização dos objetos no espaço.

As obras de arte demonstram a presença destas manifestações, e foram sendo representadas ao longo de milénios.<sup>570</sup>

### 6.3. A Criação do *Toolkit*

De modo a testar a hipótese colocada na presente investigação, e a partir de um conjunto de elementos que considerámos como mecanismos de design específico, tratámos de desenhar uma ferramenta de trabalho cuja função permitiu um auxílio no processo de investigação. A partir de uma sistematização de elementos, fundamentamos a ferramenta e atribuímos a designação de toolkit.

Tendo o cartaz como objeto de estudo, foi desenhada uma ferramenta de trabalho adequada ao levantamento de dados necessário. A missão deste instrumento de pesquisa visou sobretudo a verificação da hipótese explanada: "Existem mecanismos específicos que determinam o design emocional no cartaz de divulgação de arte contemporânea."

O estudo em foco visa obter resultados ao nível do impacto visual que um cartaz que divulga a arte, pode provocar no receptor, e a partir deste é sugerido um levantamento de potenciais reacções emocionais aos referidos objectos em análise.

De modo a obter um levantamento de dados no que diz respeito aos quarenta cartazes, o objectivo na criação de um toolkit visa a possibilidade do potencial observador responder aos campos solicitados (a partir da observação directa), durante a projecção de todos os objectos em estudo.

De modo a explanar nesta ferramenta a recolha de dados a efetuar, foram criados neste contexto dez campos de resposta, foram ainda designados por mapas de

---

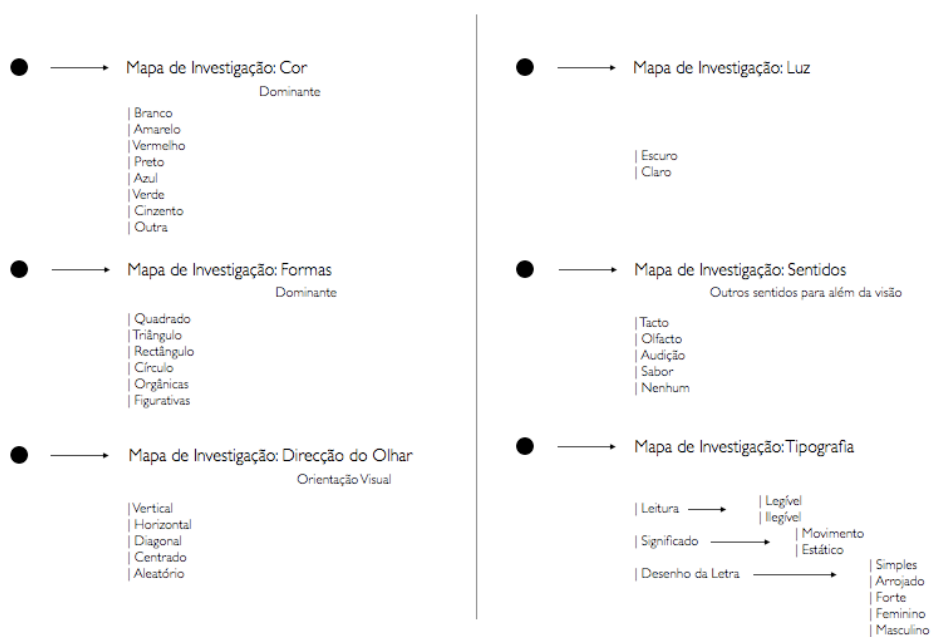
<sup>570</sup> Knapp (1972), Campos de estudo da comunicação não verbal: cinésica (movimento do corpo), proxémica (uso e organização do espaço), paralinguagem (modificações sonoras na voz), táctica (linguagem do toque) e características físicas (forma e aparência do corpo). in: [linguagemcorporal.net.br/blog](http://linguagemcorporal.net.br/blog)

investigação<sup>571</sup>, salientando a relevante importância que estes mapas obtiveram neste âmbito de investigação.

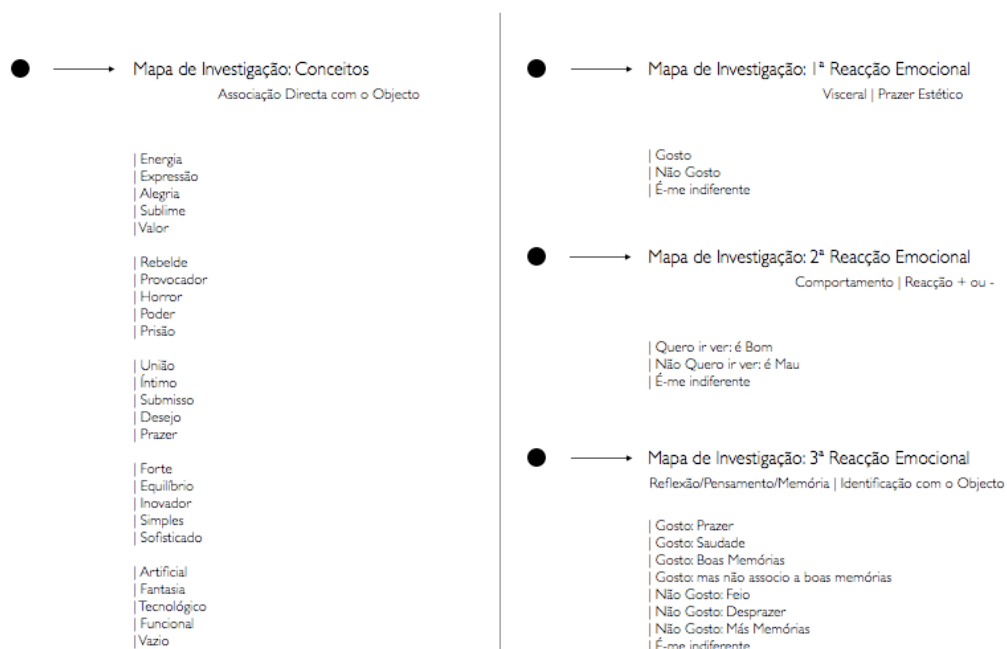
Encontram-se deste modo organizados em duas áreas de estudo: os mecanismos de design (cor, forma, direcção do olhar, luz, sentidos, tipografia e conceitos) e os mecanismos de design emocional (três níveis de reacção emocional). A partir deste contexto foram criadas as condições para uma aplicação do toolkit por cada cartaz em análise.

O toolkit foi desenhado na horizontal (composto por duas páginas) de modo a facilitar ao observador uma maior visibilidade da ferramenta, bem como um campo de abertura maior de modo a contribuir para uma resposta com maior eficácia durante a projeção dos cartazes.

Toolkit por Cartaz | Designação: A. R. Penck



<sup>571</sup> Os mapas de investigação têm como objectivo reunir dados para atingir resultados que respondam à questão de investigação.



### 6.3.1. Mapas de Investigação

Os mapas de investigação têm como objectivo reunir dados para atingir resultados que respondam à questão de investigação. Os mapas visam a recolha de dados cujo objectivo é investigar as reacções emocionais que um objecto de comunicação pode provocar num observador e num grupo de observadores.

### 6.3.2. Mecanismos de design: cor, forma, orientação visual, luz, sentidos, tipografia e conceitos

O toolkit está organizado em dez campos de resposta, neste campo dos mecanismos de design, encontram-se sete mapas de investigação. A sua localização no toolkit fundamenta-se pelo impacto na projecção dos cartazes e na sugestão de resposta imediata aos campos solicitados. Deste modo tem início pelo impacto da paleta cromática, seguindo-se o impacto ao nível das formas, o impacto na direcção do olhar, o impacto ao nível da luminosidade, impacto ao nível dos sentidos,

impacto ao nível da tipografia e por último o impacto ao nível da reacção ao objecto, ou seja na definição de um conceito atribuído ao cartaz.

Neste enquadramento fundamentam-se os campos de resposta através de autores, cujo contributo teórico nos apresentam sob a forma de ideias, e às quais atribuímos importância na criação dos mapas de investigação.

### 6.3.2.1. Impacto da paleta cromática | Mapa de investigação: Cor

A autora Eva Heller, na sua publicação *A Psicologia das Cores*, apresenta o resultado de um estudo, no qual se “mostram que as cores e os sentimentos não se combinam de forma acidental, que as suas associações não são questões de gosto, mas sim experiências universais profundamente enraizadas desde a infância na nossa linguagem e no nosso pensamento.” Segundo esta autora “uma combinação cromática é composta por aquelas cores mais frequentes associadas a um determinado efeito.”<sup>572</sup>

Kandinsky autor da obra *Do Espiritual na Arte*, salienta que “a cor provoca uma vibração psíquica, e o seu efeito físico superficial não é mais, em suma, que a via para alcançar a alma.” E, segundo Kandinsky “estando a alma estreitamente ligada ao corpo, qualquer emoção pode provocar, por associação, uma outra correspondente.”<sup>573</sup> Através da visualização da cor associam-se os outros “efeitos psicológicos da cor, não apenas sobre a vista, mas também sobre os outros sentidos.”

O autor Rudolf Arnheim, na publicação *Arte e Percepção Visual*, dedica um capítulo ao estudo da cor, e no qual salienta um campo da reacção à cor. Segundo este autor “não temos informação sobre o que a intensa energia luminosa provoca no sistema nervoso ou por que o comprimento de onda das vibrações deve ter importância.” Apesar do cepticismo deste autor acerca do efeito físico das cores no sistema da circulação sanguínea, este está de acordo “com as observações psicológicas sobre os efeitos destas cores.”<sup>574</sup>

No mapa de investigação da cor salientamos as seis<sup>575</sup> cores que incluem as opções de escolha durante a projecção dos cartazes, e incluiu-se ainda o cinzento<sup>576</sup> e a

---

<sup>572</sup> HELLER, Eva, *A Psicologia das Cores, como actuam as cores sobre os sentimentos e a razão*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2007, p. 17 e 18.

<sup>573</sup> KANDINSKY, *Do Espiritual na Arte*, Publicações Dom Quixote, Lisboa, 1999, p. 58.

<sup>574</sup> ARNHEIM, Rudolf, *Arte e Percepção Visual*, Livraria Pioneira Editora, São Paulo, 1994, p. 358.

<sup>575</sup> “As seis cores puras que constituem a base da capacidade dos humanos em caracterizar cores são o Branco, Preto, Amarelo, Azul e Verde. O sistema NCS baseia-se no método de como uma determinada cor se pode aproximar destas seis cores elementares.” O sistema NCS – Natural Color System: é um sistema de coordenadas de origem sueca. Anders Hard e Lars Sivik começaram a trabalhar neste problema em 1964 e apenas conseguiram apresentar os seus resultados no final da década de 60.

opção 'outra', para uma eventual visualização de outra cor predominante por parte do observador.

### 6.3.2.2. Impacto ao nível das formas | Mapa de investigação: Formas

Segundo Johannes Itten “a forma mais inteligível e definível é a geométrica, cujos elementos básicos são o círculo, o quadrado e o triângulo. (...) A forma é também cor. Sem cor não há forma, sem forma não há cor. Forma e cor são uma única e mesma coisa.”<sup>577</sup> As aulas de Itten incluíam ao nível do estudo da forma ainda as impressões sensoriais a partir destas, assim “sentimento e pensamento, intuição e intelecto, expressão e construção são, portanto, os dois pólos entre os quais oscilam não apenas a obra artística de Itten, como também sua prática enquanto pedagogo da arte.”<sup>578</sup>

O autor Rudolf Arnheim, na publicação *Arte e Percepção Visual*, dedica um capítulo ao estudo da forma, e no qual define “a expressão comunicada por qualquer forma visual é apenas tão clara quanto os aspectos perceptivos que a transmitem. Uma linha decididamente curva expressa seu lance ou sua suavidade com a correspondente clareza. Mas uma linha cuja estrutura global seja confusa aos olhos não pode transmitir nenhum significado.”<sup>579</sup>

Para Kandinsky “a forma, no sentido mais restrito da palavra, é a delimitação de uma superfície por outra. E esta a definição do seu carácter exterior. (...) A esta categoria de seres, totalmente abstractos, que possuem vida própria recebendo e exercendo influências, pertencem o quadrado, o círculo, o losângulo, o trapézio e as inumeráveis formas de uma complexidade crescente, sem denominação matemática. Todas elas pertencem ao reino do abstracto, sendo cidadãs de iguais direitos.”<sup>580</sup>

Segundo o autor Jacques Aumont “a noção de forma é antiga, e torna-se complexa pela sua utilização em muitos contextos diferentes. (...) Trata-se então da percepção da forma enquanto unidade, enquanto configuração que implica a existência de um todo que estrutura as suas partes de forma racional. Por exemplo, reconhecermos numa imagem a forma de um ser humano, não só se pudermos

---

DURÃO, Maria João (Coord.), *Fundamentos da Visão e da Percepção*, in: *A Cor na Arquitectura* (Mestrado da Cor), Faculdade de Arquitectura, Lisboa, 2003, p. 73.

<sup>576</sup> “As cores cinzentas puras têm falta de tonalidade e são apenas representadas com notação de gradação seguida por -N que significa neutra.” in: DURÃO, Maria João (Coord.), *Idem*, p. 74.

<sup>577</sup> WICK, Rainer, *Pedagogia da Bauhaus*, Martins Fontes, São Paulo, 1989, p. 131.

<sup>578</sup> “Em sua *teoria das formas* ocupa grande espaço a investigação das três formas básicas – quadrado, triângulo e círculo.” in: WICK, Rainer, *Idem*, p. 149.

<sup>579</sup> ARNHEIM, Rudolf, *Idem*, p. 148.

<sup>580</sup> “A forma geométrica é para a pintura, ao mesmo tempo, um meio de composição.” in: WICK, Rainer, *Idem*, p. 66.

identificar um rosto, um pescoço, um tronco, braços, etc. (além disso, cada uma destas unidades tem ela própria uma forma característica), mas se certas relações espaciais entre esses elementos foram respeitadas. (...) Uma forma pode, por exemplo mudar de tamanho, de lugar, modificar alguns elementos que a constituem (pontos em vez de uma linha contínua...), sem se alterar realmente como forma. Foi essa abordagem que, mais claramente do que qualquer outra, a *Gestalttheorie* formalizou, definindo a forma como esquema de relações invariantes entre certos elementos.”<sup>581</sup>

No mapa de investigação das formas salientam-se seis tipologias de formas, e nestas incluem-se as formas de carácter geométrico (quadrado, triângulo, rectângulo e o círculo) e as de carácter orgânico e figurativo, tendo em conta o tipo de representações existentes nas obras de arte que integram as imagens nos cartazes.

### 6.3.2.3. Impacto ao nível da orientação visual | Mapa de investigação: Direcção do olhar

Segundo Jacques Aumont “falamos de *busca* para designar o processo que consiste em encadear várias fixações sucessivas numa mesma cena visual, a fim de a explorar em pormenor. Esse processo está intimamente ligado à atenção e à informação; o ponto onde se deterá a próxima fixação será determinado simultaneamente pelo objecto da busca, a natureza da fixação em curso e a variação do campo visual.”<sup>582</sup> Ou seja existe um movimento por parte dos olhos durante a exploração ocular. “Tentou-se prever os trajectos de exploração de uma imagem pelo olho mas, na ausência de qualquer instrução explícita, esses trajectos são um emaranhado inextricável de linhas quebradas.”<sup>583</sup>

Segundo Kandinsky “a linha geométrica é um ser invisível. É o rasto do ponto em movimento, portanto, é o seu produto. Nasceu do movimento, e isto pelo aniquilamento da imobilidade suprema do ponto. Aqui dá-se um salto do estático para o dinâmico.” Ou seja o autor define a linha como um elemento orientador de um movimento implícito. Neste caso serve-nos de orientação visual na busca de uma leitura exterior e “a diversidade de linhas depende do número destas forças e das suas combinações”.<sup>584</sup> Segundo este autor existem apenas três tipos de linhas rectas: a linha horizontal, a linha vertical e a linha diagonal. Considerando a forma

---

<sup>581</sup> “A *Gestalttheorie* propôs a ideia que a separação figura/fundo é uma propriedade organizadora (espontânea) do sistema visual: qualquer forma seria percebida nas suas imediações, no seu ‘contexto’, e a relação figura/fundo seria a estrutura abstracta dessa relação de contextualização.”

in: AUMONT, Jacques, *A Imagem*, Edições Texto e Grafia, Lisboa, 2009, p. 50.

<sup>582</sup> “A busca visual” in: AUMONT, Jacques, *Idem*, p. 43.

<sup>583</sup> AUMONT, Jacques, *Idem*, p. 44.

<sup>584</sup> KANDINSKY, Wassily, *Ponto, Linha, Plano*, Edições 70, Lisboa, 1996, p. 61.

gráfica destas linhas, estas definem-se por linhas rectas: horizontal, vertical, diagonal e linha recta livre.<sup>585</sup>

O autor Milton Ribeiro descreve ainda o carácter expressivo das linhas, segundo este autor “a linha é representada pelo encontro de duas superfícies, e quando estas superfícies são planas a linha é chamada recta. (...) Expressividade das linhas: a vertical atrai para o alto, a horizontal provoca a impressão de repouso e a linha curva nos dá a sensação de movimento. A linha recta – vertical ou horizontal – produz uma impressão de tranquilidade, de solidez, de serenidade. A linha curva produz uma impressão de instabilidade, de doçura, de graciosidade, de alegria.”<sup>586</sup>

O autor Rudolf Arnheim, dedica um capítulo ao estudo do movimento, no qual salienta os aspectos relacionados com a direcção do olhar na percepção visual. Estes aspectos dizem respeito a movimentos específicos “tais como direcção e velocidade são também percebidos de acordo com as condições que prevalecem no campo visual.”<sup>587</sup> A relação da direcção percebida com o contexto no qual o movimento do olhar é dirigido ‘desenha linhas’ subjacentes na leitura e interpretação da forma e também do movimento implícito do olhar dentro do campo visual a explorar.<sup>588</sup>

O mapa de investigação no que diz respeito à direcção do olhar salienta cinco possíveis orientações na visualização do cartaz, uma leitura definida por uma linha vertical, horizontal e diagonal. Temos ainda com uma tensão dirigida para o centro através de uma direcção do olhar centrado, e uma orientação visual com um eventual olhar aleatório, ou seja pela indefinição de significado atribuído à direcção tomada pelo observador quando visualizou o cartaz.

#### 6.3.2.4. Impacto ao nível da luminosidade | Mapa de investigação: Luz<sup>589</sup>

Segundo Jacques Aumont “o que tomamos por maior ou menor luminosidade de um objecto corresponde na realidade à nossa interpretação, ela própria alterada por factores psicológicos, da quantidade real de luz que esse objecto emite, se for uma fonte luminosa ou reflectida por ela, em todos os outros casos. Fundamentalmente, o olho reage aos fluxos luminosos; um fluxo muito fraco (...)”

---

<sup>585</sup> KANDINSKY, Wassily, *Idem*, p. 68.

<sup>586</sup> RIBEIRO, Milton, *Planejamento Visual Gráfico*, Linha Gráfica Editora, Brasília, 1987, p.

<sup>587</sup> ARNHEIM, Rudolf, *Idem*, p. 374.

<sup>588</sup> ARNHEIM, Rudolf, *Idem*, p. 414.

<sup>589</sup> “A luz é formada por maços de partículas de energia – os quanta – combinando as características de corpúsculos e ondas. (...) Conhecendo a velocidade da luz e a sua frequência, é fácil calcular o seu comprimento de onda, mas na realidade, é difícil medir a frequência directamente. (...) A natureza quântica da luz teve consequências importantes no que diz respeito à visão e levou a experiências brilhantes que relacionam a física da luz com a sua detecção pelo olho e o cérebro.”

in: GREGORY, R. L., *Idem*, p. 18, 20, 22.



pode bastar para que o olho registre uma sensação de luz. À medida que o fluxo aumenta, o número de células retinianas atingidas torna-se maior, produzem-se mais reacções de decomposição da rodopsina, e o sinal nervoso intensifica-se.”<sup>590</sup>

Tal como a impressão de luminosidade provém das reacções do sistema visual à luminância dos objectos, também a impressão de cor resulta das suas reacções ao comprimento de onda das luzes emitidas ou reflectidas por esses objectos, ao contrário da nossa impressão espontânea, a cor, assim como a luz, não está nos objectos mas na nossa percepção. “A luz que nos vem dos objectos é reflectida por eles; a maior parte das superfícies absorve certos comprimentos de onda, e só reflecte os restantes.”<sup>591</sup>

O autor Rudolf Arnheim, dedica um capítulo ao estudo da luz. Segundo este a experiência da “luz que ilumina o céu é enviada pelo Sol de uma distância acima de cento e setenta e dois milhões, duzentos e trinta e seis mil km através do universo escuro, para uma terra escura.”<sup>592</sup> A nossa percepção é no entanto, um céu luminoso. A luz cria espaço e os efeitos de luminosidade são influenciados pela distribuição dessa luz num contexto e ambiente espacial total.

O mapa de investigação no que diz respeito à luminosidade permite um registo da luz projectada pelo cartaz e o seu registo pelo observador. Deste modo permite um levantamento de dados no que respeita à visualização espacial de um todo, ou do global na leitura lumínica do objecto de comunicação, bem como da entrada de luz no cérebro do observador de modo a captar a informação projectada.

#### 6.3.2.5. Impacto ao nível dos sentidos | Mapa de investigação: Sentidos

Pretende-se neste mapa de investigação um registo dos outros cinco sentidos para além da visão, cuja projecção e visualização está implícito no registo do toolkit.

A partir do sentimento do belo, Charles Darwin aborda os sentidos como área de deleite e de entusiasmo pela vida. Através das suas palavras: “Eu creio tão difícil de explicar o prazer que nos causam certas cores e certos sons harmoniosos, como a agradabilidade que nos produzem certos sabores e certos perfumes; o hábito, porém, desempenha nisso um papel considerável, visto que certas sensações que, no começo, nos desagradam, acabam por nos agradarem.” E ainda, no que diz respeito à visão: “(...) tratando-se da vista, o que os olhos preferem é a simetria ou as imagens, que se reproduzem regularmente.”<sup>593</sup>

---

<sup>590</sup> in: AUMONT, Jacques, *Idem*, p. 15.

<sup>591</sup> in: AUMONT, Jacques, *Idem*, p. 17.

<sup>592</sup> ARNHEIM, Rudolf, *Idem*, p. 293.

<sup>593</sup> DARWIN, Charles, *A Origem do Homem*, Editores Magalhães & Moniz, Porto, s.d., p. 66 e 67.

O autor Bernard Toussaint no âmbito da Semiologia, apresenta-nos os signos não linguísticos ou seja sistemas de comunicação de expressão não linguística que existem na sociedade. Entre estes encontram-se os signos olfactivos, “esses sinais transmitiriam a informação recebida aos centros nervosos cerebrais do olfato.” Os sinais tácteis, um tipo de comunicação inter-pessoal, de texturas e de associações classificadas cultural ou ideologicamente cujo significado implica o tacto. Os sinais gustativos, “a ‘líbido oral’ definida por Freud como as sensações do prazer bucal, é muito importante nas redes de comunicação humana.” E ainda os sinais auditivos, em que “a audição é o segundo sentido utilizado na hierarquia sensorial humana, a seguir à vista.”<sup>594</sup>

Segundo Edward T. Hall “a evolução do homem foi marcada pelo desenvolvimento dos ‘receptores à distância’: a vista e o ouvido. Foi assim que se lhe tornou possível criar as artes que fazem apelo a estes dois sentidos, excluindo virtualmente todos os outros. A poesia, a pintura, a música, a escultura, a arquitectura e a dança são artes que dependem essencialmente, da vista e do ouvido.”<sup>595</sup> No entanto, o espaço táctil e visual estão intimamente associados, segundo este autor “o sentido da vista, o último a aparecer no homem, é também de longe o mais complexo.”

Apesar dos receptores à distância desempenharem um papel tão importante na vida quotidiana seguem-se ainda as actividades da rede neural que se encontram ligadas à percepção humana dos espaços e “no que se refere ao seu estado emocional, o homem encontra-se equipado com um duplo sistema emissor e receptor que funciona por modificações térmicas da pele em diferentes regiões do corpo.”<sup>596</sup>

A problemática dos estímulos, segundo Edward T. Hall, “os nossos espaços urbanos são pouco estimulantes para os olhos, oferecem pouca variedade visual e não se prestam praticamente à elaboração de um reportório cinestésico na base de uma experiência do espaço. (...) Deste modo, certos aspectos da personalidade ligados à actividade visual, cinestésica, táctil, térmica, podem ver o seu desenvolvimento inibido ou, pelo contrário, estimulado pelo meio ambiente.”<sup>597</sup>

No que diz respeito aos cinco sentidos, cuja aplicação ao design se privilegiou sobretudo o sentido da vista, enquanto, o tacto, o ouvido e o olfacto foram parcial ou mesmo marginalizados pela cultura do design.

“A verdade é que houve muito poucas investigações sobre até que ponto essa ligação existe e até onde determina a forma e aspecto de um determinado objecto (...) Todavia, hoje o verdadeiro problema que se põe a quem queira identificar um

---

<sup>594</sup> TOUSSAINT, Bernard, *Introdução à Semiologia*, Publicações Europa-América, Lisboa, 1994, pp. 33 a 47.

<sup>595</sup> HALL, Edward T., *A Dimensão Oculta*, Relógio d'Água, Lisboa, 1986, p. 54.

<sup>596</sup> “A transpiração das palmas das mãos e os ‘suores frios’ do medo ou ainda o incêndio da paixão. James Gibson estabeleceu igualmente uma ligação entre a visão e o tacto.” in: HALL, Edward T., *Idem*, p. 69, 71, 74.

<sup>597</sup> “Tudo o que o homem faz está ligado à experiência do espaço... dados sensoriais, de ordem visual, auditiva, quinesésica, olfactiva e térmica... culturas diferentes vivem também em mundos sensoriais diferentes.” HALL, Edward T., *Idem*, p. 77 e 203.

design dos cinco sentidos é outro: qual dos sentidos é responsável por uma efectiva determinação dos objectos que passam por um processo de design?” Neste campo do design os sentidos foram sendo aplicados directamente no design dos objectos, contudo, a sua relação com a percepção visual foi associada a um fluxo de imagens dos mesmos. A partir deste contexto, a memória dos objectos e a sua significação ao nível do cérebro influencia todo um mecanismo de associações ao nível do olfacto, do ouvido, do tacto, do sabor e da visão.<sup>598</sup>

O mapa de investigação para registo dos sentidos salienta o tacto, o olfacto, a audição e o sabor. No que diz respeito à visão este sentido está implícito. No entanto, o observador pode não registar nenhum sentido, ou seja que não se tenha verificado nenhuma actividade sensorial no momento da projecção do cartaz.

#### 6.3.2.6. Impacto ao nível do tipo de letra | Mapa de investigação: Tipografia

Segundo Robert Bringhurst “a tipografia é o ofício que dá forma visível e durável – e portanto existência independente – à linguagem humana. Seu cerne é a caligrafia – a dança da mão viva e falante sobre um palco minúsculo – e suas raízes se encravam num solo repleto de vida, embora seus galhos sejam carregados de novas máquinas ano após ano.”<sup>599</sup>

Um dos princípios da tipografia é a legibilidade, mas também confere significado à mensagem através das palavras e do seu modo de escrita. O propósito original da tipografia era copiar, imitar a escrita do escriba, ou seja uma habilidade caligráfica. No entanto, a tipografia recebeu influências e técnicas de modo a responder a novas condições com soluções inovadoras que não iritem o leitor.

Assim “a tipografia está para a literatura como a performance musical está para a composição: é um acto essencial de interpretação, cheio de infinitas oportunidades para a iluminação ou para a estupidez. (...) Como a música, a tipografia pode ser usada para manipular comportamentos e emoções. (...) A escrita pode ser usada tanto para cartaz de amor como para declarações de ódio, e as próprias cartas de amor podem ser usadas tanto para manipular e extorquir como para deliciar o corpo e a alma. (...) Mesmo assim, várias gerações de homens e mulheres recorreram à escrita e ao meio impresso para abrigar e compartilhar suas esperanças, percepções, sonhos e medos mais profundos.”<sup>600</sup>

No que diz respeito ao período cronológico do século XX, as letras sem serifa evoluíram muito em subtileza, estas possuem uma história tão longa como as letras

---

<sup>598</sup> COLONETTI, Aldo, *Os Cinco Sentidos*, in: Anuário de Design'98, Centro Português de Design, Lisboa, 1997, pp. 190 a 204.

<sup>599</sup> BRINGHURST, Robert, *Elementos do Estilo Tipográfico*, Cosac Naify, São Paulo, 2005, p. 17.

<sup>600</sup> BRINGHURST, Robert, *Idem*, p. 26.

serifadas. Os primeiros tipos sem serifa foram gravados no século XVIII. Durante o século XIX a maioria dos tipos sem serifa eram escuros e grosseiros. Contudo, no século XX os tipos sem serifa evoluíram em três aspectos, inspiraram-se nos tipos das inscrições gregas arcaicas, com um traço delgado e abertura grande, bem como na linha e círculo das figuras geométricas, e por último o estudo da caligrafia renascentista e da forma humanística.<sup>601</sup>

Segundo Maria Ferrand “a importância do estudo da forma das letras e das suas componentes parece indiscutível para os profissionais que com elas trabalham: designers, grafistas, calígrafos, impressores, paginadores.” Trata-se da anatomia das letras e da história dos mestres tipógrafos que durante anos redesenharam com distinção e carácter cada letra e de deste modo conferindo legibilidade e delicadeza nesta arte de inscrição.<sup>602</sup>

Segundo o autor Vitor da Silva “existem tipos de letra com tal força mítica que a sua actualidade nunca é posta em causa.” E “cada letra é um elemento rítmico, como um gesto isolado numa coreografia.

A letra comunica um ritmo à palavra, à frase, à linha como um todo e, finalmente, à página.”<sup>603</sup>

O mapa de investigação ao nível da tipografia salienta três campos de resposta. No que diz respeito à leitura das palavras inscritas no cartaz, são legíveis ou ilegíveis; no campo do significado, designámos dois aspectos implícitos na leitura, têm movimento ou carácter estático as palavras no cartaz; e por último ao nível do desenho da letra, cinco campos de resposta são oferecidos ao observador para registo do tipo de desenho que associam à tipografia: simples, arrojado, forte, feminino ou masculino, neste campo podemos associar ao tipo caligráfico no desenho das letras observadas.

#### 6.3.2.7. Impacto ao nível da reacção ao objecto | Mapa de investigação: Conceitos

Em relação ao conceito que define todo o cartaz, este mapa de investigação foca-se numa imagem global associada a este objecto. Através de uma sugestão de significados podemos estabelecer um conjunto de conotações, portanto, foram neste âmbito definidos um conjunto de arquétipos emocionais, que correspondem ao inconsciente colectivo, e que servem de padrões comuns à cultura humana.

---

<sup>601</sup> BRINGHURST, Robert, *Idem*, p. 279. | O tipo Gill Sans foi desenhado por Eric Gill e editada pelo Monotype em 1927. É uma fonte sem serifa distintamente britânica mas altamente legível, composta de formas humanistas latentes e de formas geométricas explícitas. in: BRINGHURST, Robert, *Idem*, p. 281. | Ver: GILL, Eric, *Ensaio sobre a Tipografia*, Almedina, Coimbra, 2003 (A 1ª edição de Eric Gill data de 1931).

<sup>602</sup> FERRAND, Maria, *A Forma das Letras*, Almedina, Coimbra, 2000

<sup>603</sup> SILVA, Vitor, *20 Alfabetos Tipográficos de Vinte Designers do Século XX*, Editor Vitor Silva, Lisboa, 2002, p. 35.

Segundo o autor José Souza Martins “podem ser percebidos como estados de espírito ou formas de percepção do mundo. Os arquétipos são elementos simbólicos que resgatam estados de espírito comuns a todos nós, possibilitando um trabalho de criação com objectivos definidos. Uma forma pragmática de serem reconhecidos é através de associações de emoções que se agrupam por afinidade.

Para entrar em contacto com os arquétipos, é necessário uma postura intuitiva e sensível: só assim eles formarão um padrão em nossa consciência.”<sup>604</sup>

A partir de uma série de associações de emoções foi possível agrupar um conjunto de 360 tipos de emoções que caracterizam o ser humano. Deste modo José Martins após a realização de um estudo no âmbito dos arquétipos emocionais no inconsciente colectivo, demonstrou que existem diversas relações que sempre se reproduziram. Segundo este autor “durante o processo, também descobri que há afinidades e conflitos entre as emoções, e foi possível classificá-las em grupos (...) Em geral, as emoções convivem em conflito no mundo real, a não ser em imagens produzidas intencionalmente para captar ângulos ou estados de espírito específicos. Algumas emoções se fortalecem quando se agrupam com outras. Algumas associações enfraquecem o conjunto.”<sup>605</sup>

No que diz respeito ao mapa de investigação ao nível do impacto e reacção ao objecto e traduzindo-o por conceitos aos quais considerou uma associação, o observador registou um ou vários conceitos da lista apresentada de arquétipos. Entre os quais: energia, expressão, alegria, sublime, valor, rebelde, provocador, horror, poder, prisão, união, íntimo, submisso, desejo, prazer, forte, equilíbrio, inovador, simples, sofisticado, artificial, fantasia, tecnológico, funcional, vazio.

Ainda segundo José Martins “o alinhamento emocional entre comunicação, design e atributos do produto proporciona consistência, fortalecendo o negócio e formando uma barreira de entrada contra os competidores.”<sup>606</sup>

### 6.3.3. Mecanismos de design emocional: três níveis de reacção emocional

No toolkit encontram-se três campos de resposta para os três níveis de reacção emocional com base nos estudos de Donald Norman. Os mapas de investigação estão distribuídos pelos três níveis de reacção ao cartaz. Deste modo o observador regista o 1º nível de reacção emocional, o 2º nível de reacção e o 3ª reacção emocional ao objecto de comunicação.

---

<sup>604</sup> MARTINS, José Souza, *A Natureza Emocional da Marca*, Editora Campus, Rio de Janeiro, 2007, p. 31.

<sup>605</sup> MARTINS, José Souza, *Idem*, p. 31.

<sup>606</sup> MARTINS, José Souza, *Idem*, p. 186.

A emoção enquanto factor de decisão, a escolha da opção, gosto ou não gosto, que determina uma reacção emocional ao objecto. A organização das formas, das cores, e das letras influencia a decisão, contudo é no momento instantâneo da reacção visceral que um primeiro impacto tem efeito.

Relativamente ao conceito *Emotional Design*, é o título do livro de Donald Norman, como já vimos, e no entanto, e após percorrermos áreas como a estética, os sentidos ou as emoções, é fundamental ainda perceber o modo como o ser humano percebe o mundo e o modo como a nossa investigação aborda a percepção visual num contexto do design emocional com aplicação ao objecto do cartaz de divulgação da arte contemporânea.

O objecto e a área do prazer em conceber objectos, usar objectos e guardar esses objectos como memórias ou evocações emotivas acerca destes, é um ponto de abordagem nesta proposta de investigação.<sup>607</sup> O design emocional aproxima-nos das áreas das emoções e das relações afectivas que estabelecemos com os objectos tomando-se estes numa identidade própria do indivíduo. Donald Norman fala-nos de sedução, e de níveis de percepção e de processamento, sejam estes os viscerais, de comportamento e os reflexivos. Assim existem, segundo este autor, três níveis de processamento para analisar os objectos, iremos seguidamente apresentá-los de um modo mais específico.

Donald Norman salienta ainda que “no mundo do design, nós associamos emoções a beleza!<sup>608</sup> Criamos coisas atractivas que as pessoas não têm no seu dia-a-dia, nós gostamos de coisas bonitas, porque elas nos fazem sentir bem.

As emoções reflectem experiências pessoais, associações e memórias.” Ou seja os objectos evocam memórias, emoções antigas, as associações que fazem através dos objectos, a história da interacção, homem-objecto, significados e objectos. A consciência, a identificação com o objecto-memória, o si, o próprio e a sua identidade. A “energia psíquica” e sua relação, sentimentos e significados. Os objectos especiais transformam-se e tornam-se memórias e associações especiais, que ajudam a evocar sentimentos especiais.

De algum modo os três níveis apresentados por Donald Norman sintetizam este processo de memorização e reacção emocional em relação ao objecto.

1º Nível: Visceral<sup>609</sup> Design – reacção visceral, gosto, não gosto, pré-consciência, aparência inicial do produto, mexer, sentir.

---

<sup>607</sup> Paul Hekkert e Pieter Desmet dedicaram uma década ao estudo do objecto e do seu impacto e reacção emocional, o design e a criação de emoções estão profundamente relacionadas, o prazer e a beleza do objecto contribuem para um bem estar e um estado psicológico afectivo positivo. O conhecimento, a experiência e o prazer contribuem para a qualidade do design, ou seja criando beleza. in: DESMET, Pieter M. A., HEKKERT, Paul, *Design & Emotion*, in: International Journal of Design, Vol. 3, Nº 2, 2009 | [www.ijdesign.org](http://www.ijdesign.org)

<sup>608</sup> NORMAN, Donald, *Emotional Design, Beauty and Brain, Pleasure and Usability go Hand-in-Hand in Good Design*, in: [www.ebook-search-engine.com/emotional-design-ebook-pdf.html](http://www.ebook-search-engine.com/emotional-design-ebook-pdf.html)

2º Nível: Comportamento<sup>610</sup> Design – prazer e sentimento (ligação), experiência com o produto: função (o que suporta, para que serve), performance, usabilidade (como usar e obter o desejo adequado), o prazer e o uso efectivo (quem usa o objecto e fica confuso ou frustrado, produz emoções negativas, mas se quem usa e se diverte, e se adapta, resulta afecto positivo).

3º Nível: Reflectivo<sup>611</sup> Design – estudo e interpretação (retirar prazer, emoção), consciência, níveis de sentimentos, emoções e cognição, *self-image*, é também o que é mais vulnerável à cultura, educação, experiência, e diferenças individuais. É neste nível que se dá o impacto total das emoções e estas são experimentadas, são ainda as memórias, a satisfação pessoal e a imagem pessoal.

Nos níveis visceral e comportamento, apenas há afecto, sem interpretação ou consciência e no reflectivo há entendimento, interpretação e consciência. Este terceiro nível também pode ignorar os outros dois.

O tempo, aspecto determinante no processamento emocional, no 1º e 2º nível, é o agora, sentimentos e experiências actuais, ver ou usar o objecto. Num 3º nível, é mais longo, é a memória do passado e o contemplar um futuro, é sobre uma relação estabelecida, sobre sentimentos de satisfação. A pessoa identifica-se, neste nível com o objecto, e é através dele que define a sua personalidade, estabelece-se uma interacção entre o objecto e o indivíduo.

No que diz respeito ao toolkit o observador dispõe de três mapas de investigação. Neste campo de resposta o observador pode registar desde o primeiro momento da reacção (visceral, prazer estético), a um segundo momento (comportamento, reacção positiva ou negativa) e ao terceiro e último momento da reacção (reflexão, pensamento, memória e identificação com o objecto).

---

<sup>609</sup> "Sabe-se que as áreas do cérebro relacionadas com o comportamento emocional ocupam territórios grandes, de vários centros sub-corticais e do córtex cerebral. No fundo da parte interior está a parte mais antiga o tronco encefálico onde estão localizados vários núcleos de nervos cranianos viscerais ou somáticos como o centro respiratório e o vaso motor; isto é controla as funções básicas, inclusive os ritmos de vida, exercendo sobre o córtex, através da formação reticular, papel activador, pré-requisito para várias formas de comportamento e manifestações emocionais, pois contém estruturas destinadas a manter a vigília ou o sono." Ver: NICOLAU, Paulo F. Moraes, *Breves Considerações acerca dos Aspectos Neuropsicológicos Ligados às Emoções Humanas*, in: [www.psiquiatriageral.com.br/cerebro/texto2.htm](http://www.psiquiatriageral.com.br/cerebro/texto2.htm)

<sup>610</sup> "A porção alta do tronco encefálico (substância reticular, mesencéfalo) e glândulas da base, tem centros com participação importante na procriação, na predação, no instinto de território e no modo de vida gregário (evoluiu há centenas de milhões de anos). Intimamente relacionado e circulando parte destas estruturas está o sistema límbico, que tem um papel importante no comportamento emocional do indivíduo, apresenta certo grau de plasticidade no sentido de aprendizado e soluções de problemas com base na experiência imediata. É a principal fonte de nossos humores e emoções." Ver: NICOLAU, Paulo F. Moraes, *Idem*, in: [www.psiquiatriageral.com.br/cerebro/texto2.htm](http://www.psiquiatriageral.com.br/cerebro/texto2.htm)

<sup>611</sup> "Como diz Sagan: 'o córtex onde a matéria é transformada em consciência é o ponto de embarque de todas as nossas viagens, é o reino da intuição e da análise crítica. É aqui que temos ideias e inspirações, aqui que lemos e escrevemos, aqui que fazemos matemática e compomos música. É a distinção da nossa espécie, a sede da nossa humanidade. A civilização é um produto do córtex cerebral.' Os nossos pensamentos, sensações, percepções, fantasias, possuem uma realidade física. Um pensamento é formado por milhares de impulsos eletroquímicos. A neurotransmissão é mais um dos intrincados segredos do sistema nervoso." Ver: NICOLAU, Paulo F. Moraes, *Idem*, in: [www.psiquiatriageral.com.br/cerebro/texto2.htm](http://www.psiquiatriageral.com.br/cerebro/texto2.htm) | Ver ainda a

Transcrição da entrevista Nº 4, com o Neurologista José Pena, no dia 14 de Julho de 2011.

Deste modo no 1º campo de resposta encontra três opções: gosto, não gosto e é-me indiferente; no 2º campo de resposta: quero ir ver – é bom, não quero ir ver – é mau, e é-me indiferente; e num 3º campo: gosto – prazer, gosto – saudade, gosto – boas memórias, gosto – mas não associo a boas memórias, não gosto – feio, não gosto – desprazer, não gosto – más memórias, é-me indiferente.

#### 6.4. Pré-Teste do *Toolkit* | Grupo de foco e implementação da ferramenta

A partir deste instrumento de pesquisa, desenhado para a obtenção de dados diretamente no local de projeção dos cartazes, foi possível prosseguir para um ponto da ordem de trabalhos no que diz respeito à constituição de um grupo de foco. Nesta etapa do processo de investigação procedemos à seleção de um conjunto de pessoas, cujo perfil se integrasse nos objetivos a atingir para o nosso tema de eleição, explanado na hipótese.

Após a concepção do toolkit, foram então definidos os critérios de seleção das pessoas que seriam convocadas para a aplicação desta ferramenta, tendo em conta a temática em foco, o cartaz de divulgação de arte contemporânea, e o período cronológico definido para os últimos cerca de 20 anos em Portugal, 1989 a 2009. Foram estabelecidos os seguintes critérios: idade compreendida entre os 18 e os 46 anos, profissões variadas, pessoas com sensibilidade às artes e ao design, que visitem exposições e que gostem de viajar. A partir deste momento estavam reunidas as condições para atingir os objetivos pretendidos.

A realização de um pré-teste para o toolkit tornou-se determinante. Deste modo era necessário implementar esta ferramenta, ou seja testar a sua eficácia ao nível da leitura, interpretação dos mapas de investigação criados, a capacidade de resposta, o tempo médio de resposta, bem como um entendimento do processo de recolha, ou seja toda uma reacção à ferramenta de trabalho. Só a partir deste teste seria possível passar à etapa seguinte, uma recolha de dados para todos os cartazes em análise, nas duas instituições em foco.

Tendo em conta todo um processo de eleição dos elementos constituintes para o grupo de foco, sentimos a necessidade de criar uma ficha pessoal, um documento que nos permitiu fundamentar as áreas de interesse dos convocados e deste modo reunir os critérios de seleção que foram definidos para estas colaborações.

Foi desenhada uma ficha que integra a designação geral de ficha pessoal, grupo de foco, para o momento do pré-teste. Esta ficha incluiu um conjunto de itens que permitem uma identificação específica dos elementos constituintes do grupo: idade, sexo, profissão, interesses, habitação, formação, experiência profissional, site ou blog pessoal, contactos e os factores de motivação e participação nesta pesquisa.



● → Identificação

| Idade:  
| Sexo:  
| Profissão:  
| Interesses:  
| Habitação:  
| Formação Académica:  
| Experiência Profissional:  
| Site pessoal e/ou Blogue:  
| Contacto e-mail e telefónico:  
| Participação no Grupo de Foco:

No âmbito deste processo foram seleccionados um conjunto de dez cartazes e que serviram de teste para a verificação do toolkit. Deste modo foram eleitos quatro cartazes da Serralves<sup>612</sup> e seis cartazes da Culturgest<sup>613</sup>.

No seguimento deste processo, foram necessários alguns procedimentos: a marcação do local para projecção, a requisição de uma máquina de filmar, a convocatória do grupo de pessoas para a hora estipulada, e um documento de auxílio para o investigador. No documento de auxílio incluíram-se os seguintes elementos: data, local, hora, grupo de foco, equipamentos, material (projector, computador, 10 toolkit's por pessoa, ficha pessoal e cronómetro), objectivos (análise do comportamento de grupo, reacção ao toolkit, entendimento da ferramenta, leitura e interpretação, resposta e tempo de resposta, resultado do estímulo visual) e a lista dos cartazes a projectar.

## 6.5. Resultados do Pré-Teste | Grupo de 7 Pessoas<sup>614</sup>

Após um primeiro levantamento de dados no toolkit, criámos ainda uma tabela de síntese, na qual transcrevemos a recolha de informação efectuada pelo grupo.<sup>615</sup>

---

<sup>612</sup> Cartazes de Serralves: Ana Vieira, Luc Tuymans, Arte em Berlim no Século XX e Mario Merz

<sup>613</sup> Cartazes da Culturgest: A. R. Penck, Cruz-Filipe, Cobra, Eduardo Nery, Egon Schile, Sean Scully

<sup>614</sup> Ver: Anexo 6 | Ficha Pessoal Grupo de Foco \_ Pré-Teste

<sup>615</sup> Ver: Anexo 6 | Resultados dos 10 cartazes \_ Pré-Teste

	Cor	Forma	Direcção do Olhar	Luz	Sentidos	Tipografia
	Branco Amarelo Vermelho Preto Azul Verde Cinzento Outra	Quadrado Triângulo Retângulo Círculo Orgânicas Figurativas	Vertical Horizontal Diagonal Centrado Aleatório	Escuro Claro	Tacto Olfacto Audição Sabor Nenhum	Leitura   Legível   Illegível   Significado   Movimento   Estático   Desenho da Letra   Simples   Arrojado   Forte   Feminino   Masculino
Pessoa 1	x	x	x	x	x	x
Pessoa 2	x	x	x	x	x	x
Pessoa 3	x x x	x	x	x	x	x
Pessoa 4	x	x	x	x	x	x
Pessoa 5	x	x	x	x	x	x
Pessoa 6	x	x	x	x	x	x
Pessoa 7	x	x	x	x	x	x

	Conceitos	1ª Reacção Emocional	2ª Reacção Emocional	3ª Reacção Emocional
	Energia Expressão Alegria Sublime Valor Rebelde Provocador Honor Poder Pisado União Íntimo Submisso Desejo Prazer Forte Equilíbrio Inovador Simples Sofisticado Artificial Fantasia Tecnológico Funcional Vazio Gosto Não Gosto E-me indiferente Quero ir ver: é Bom Não Quero ir ver: é Mau E-me indiferente Gosto: Prazer Gosto: Saúde Gosto: Boas Memórias Gosto: mas não associo a boas memórias Não Gosto: Feio Não Gosto: Desprazer Não Gosto: Más Memórias E-me indiferente			
Pessoa 1	x	x	x	x
Pessoa 2	x x x x x	x	x	x
Pessoa 3	x	x	x	x
Pessoa 4	x	x	x	x
Pessoa 5	x x	x	x	x
Pessoa 6	x	x	x	x
Pessoa 7	x	x	x	x

Fig. 44. Designação: Tabela de síntese da recolha de dados (Pré-Teste)  
Layout: Ana Paula Gaspar (Autora)

Após a implementação da ferramenta de trabalho ao grupo de foco, podemos descrever alguns dos aspectos abordados nesta experiência:

1. O entendimento da ferramenta foi correcto, por parte dos colaboradores.
2. A interpretação e leitura do toolkit foi adequado às exigências em teste.
3. O comportamento e reacção do grupo teve um carácter positivo.

Assim, após a projecção dos dez cartazes, podemos salientar alguns contributos para a experimentação verificada:

1. Os tempos médios de resposta à ferramenta tiveram uma diminuição gradual durante a projecção. Este acontecimento deveu-se ao conhecimento da ferramenta, do entendimento dos campos de resposta, e do aumento da capacidade de observação, ou seja um estímulo acrescido durante a projecção. O primeiro cartaz projetado teve um tempo médio de resposta (no toolkit) de quatro minutos e quarenta e dois segundos (o maior tempo registado), tratou-se do cartaz de divulgação da exposição do artista A. R. Penck. E, o último cartaz ou seja o décimo, obteve um tempo médio de resposta de um minuto e vinte e dois segundos, tratou-se do cartaz de divulgação da exposição do artista Mario Merz.
2. No seguimento dos tempos médios de resposta, pudemos calcular o tempo necessário para a projecção dos 40 cartazes nos grupos de foco para o Porto e para Lisboa.
3. O grupo contribuiu ainda para um melhoramento do toolkit ao nível das opções de resposta. Neste âmbito foram incluídas pequenas alterações: no mapa de investigação de conceitos, a sugestão foi para uma organização por grupos de resposta com semelhança ou afinidade do arquétipo (o que de facto melhorou a eficácia na leitura e na interpretação imediata). Ao nível do mapa de investigação da luminosidade, o grupo sugeriu que fossem unicamente dois, os conceitos incluídos: escuro e claro ( e não quatro, como anteriormente). E nos três níveis de reacção emocional, incluir nos três, uma última hipótese de resposta: 'É-me indiferente', a qual foi integrada possibilitando ao receptor mais uma opção de resposta.

### 6.5.1. Síntese

Após todo o processo de criação, implementação e verificação da ferramenta, a qual designámos por toolkit, demos então continuidade ao processo de recolha de dados e aos melhoramentos sugeridos pelo grupo do pré-teste. E, no seguimento desta recolha decidimos apresentar os resultados obtidos (da transcrição do levantamento efectuado para os dez cartazes) no capítulo seguinte.

Tendo em conta que se tratam de objectos que serão projectados nos dois grupos de foco, criados no âmbito das duas instituições eleitas, e portanto, após a recolha

de dados aos três grupos, os 10 cartazes projectados no pré-teste repetem-se deste modo no tratamento de dados a realizar.

Ainda no âmbito deste capítulo efectuámos uma entrevista a um especialista em Neurologia, ao qual colocámos neste âmbito algumas das questões que temos vindo a desenvolver através do contributo de algumas publicações na área do design emocional e das reações emocionais.

#### 6.6. Entrevista a José Pena<sup>616</sup>

José Pena nasceu em 1954, vive e trabalha em Lisboa. Especializou-se em Neurologia Clínica, na área da cefaleia,<sup>617</sup> sempre trabalhou em hospitais públicos.

No que diz respeito à neuroestética, segundo José pena trata-se de uma área da especialidade no tratamento da plasticidade visual, e neste campo de trabalho abordam-se as áreas da percepção. Neste momento o sistema de visualização da imagem no cérebro através do PET já permite observar o comportamento e reação no cérebro das áreas ativadas e retirar daí um conhecimento na área da ciência cognitiva. Reconhece-se atualmente que desde a década de 2010, que esta área de investigação tem vindo a desenvolver-se de modo e contribuir para uma evolução dos estudos no campo da genética e da neurologia.

No campo da criação, segundo José pena “todos somos semelhantes” e a partir deste conceito reconhece que os factores de incentivo exterior influenciam as pessoas, no entanto, também os estímulos do próprio indivíduo, quando inapto e/ou com afinidade, demonstram a sua capacidade de um desenvolvimento criativo. O próprio José Pena apesar de estar ligado à medicina e de trabalhar longos períodos no hospital, sente a necessidade de escrever e de estar ligado à literatura, tal como a vontade de viajar e conhecer outros hábitos da humanidade.

As emoções são, segundo este neurologista, momentos, ou seja, também para José Pena o seu momento de escrita é também uma emoção, pois este envolve-se de um estímulo emocional, ou seja, é sobretudo uma área de sensibilidade, em que se tratam os conceitos da vida, ou os ciclos, associados entre o nascer e a morte.

Deste modo abordamos a questão dos artistas e das suas depressões, que criam situações de angústia, estados de emoções que causam frustração e momentos de desespero. O médico José Pena associa as pessoas que se encontram na área da criação a áreas de sensibilidade, ou seja, um criador vive da sua envolvimento e vive-a com entusiasmo, deste modo existe uma entrega que resulta num momento de exaltação e que se torna a sua produção ou criação, no entanto, a auto-crítica

---

<sup>616</sup> Ver: Anexo 3 | Entrevista N° 4 (ao especialista em Neurologia José Pena)

<sup>617</sup> A cefaleia na área da Medicina significa dor de cabeça, ou cefalalgia, que significa dor de cabeça intensa.

nestes casos é um desgaste para o seu trabalho, e portanto a exigência da perfeição e o sucesso que deseja atingir criam muitas oscilações emocionais durante todo o processo da sua criação. Assim a percepção do *self* é precária, e o ego é insaciável, ou seja é exigente, e influencia a auto-estima, o alto-ego e o baixo-ego, deste modo o facto de não atingir o desejo pré-determinado causa grande frustração. Em suma a imperfeição que o criador nota leva a uma queda da auto-estima.

Na área das imagens, estas podem proporcionar prazer, recompensa, e activar os sentidos, até mesmo o som, pois activam a rede neural e a memória. O olho é um nervo óptico e um prolongamento do cérebro, está ligado ao sistema nervoso central. A funcionalidade da retina é uma exploração elétrica, permitindo a entrada de luz e a percepção da cor. O comportamento do olho pode ser estudado no campo da oftalmologia e na Gestalt, um conceito alemão para o comportamento visual num registo cromático e a visão por pontos e linhas.

No que diz respeito aos conceitos, e acerca dos quais José Pena dá o exemplo da moda, uma área que se estrutura a partir de um conceito, ou seja, a conotação para moda, estar na moda é uma estratégia de marketing, ou seja um conceito de repetição de estímulos, é a conceptualização que influencia a publicidade e determina um conceito universal, trata-se de uma área de estudo para a psicologia.

Neste campo o médico José Pena aborda ainda a existência de uma demência na organização do pensamento, ou seja a falta de conceptualização, este problema reside no lobo-frontal no qual estão as atividades motoras, as praxis. Tipos de demência como afasia<sup>618</sup>, agrafia<sup>619</sup> e alexia<sup>620</sup>, estes problemas residem numa área do cérebro parietal-occipital. As parafasias<sup>621</sup> estão ligadas ao som das palavras, os indivíduos com este tipo de problemas deixam de escrever, pois a escrita e a semântica das palavras reside no significado das palavras e nos seus signos visuais, deste modo numa afasia existe a falta de uma linguagem que impede de avaliar a leitura e a sua interpretação, ou seja existe expressão mas não há compreensão.

O cérebro<sup>622</sup> humano é uma articulação de neurónios, é constituído por dois hemisférios<sup>623</sup>, sendo que o hemisfério esquerdo é dominante pois coordena a

---

<sup>618</sup> Afasia é um distúrbio ou perda parcial ou total da fala ou da compreensão da linguagem, resultante de lesão no hemisfério cerebral esquerdo. | [www.dicio.com.br/afasia/](http://www.dicio.com.br/afasia/)

<sup>619</sup> Agrafia é uma perturbação da capacidade de escrever, desde o simples esquecimento de signos gráficos até a incapacidade total de escrever. | [www.dicio.com.br/agrafia/](http://www.dicio.com.br/agrafia/)

<sup>620</sup> Alexia é uma incapacidade, congênita ou patológica, de ler. in: [www.dicio.com.br/alexia/](http://www.dicio.com.br/alexia/)

<sup>621</sup> Parafasia é um distúrbio de linguagem, que consiste na troca e na deformação de palavras. | [www.dicio.com.br/parafasia](http://www.dicio.com.br/parafasia)

<sup>622</sup> O cérebro é o principal órgão e centro do sistema nervoso em todos os animais vertebrados, localiza-se na cabeça e está protegido pelo crânio, próximo aos aparelhos sensoriais primários: a visão, audição, paladar, olfato e equilíbrio. O cérebro humano contém cerca de 100 bilhões de neurónios, ligados por mais de 10 000 conexões sinápticas cada. Esses neurónios comunicam-se por meio de fibras protoplasmáticas chamadas axónios, que conduzem pulsos em sinais chamados potencial de ação para partes distantes do cérebro e do corpo e as encaminham para serem recebidas por células específicas. | [pt.wikipedia.org/wiki/Cérebro](http://pt.wikipedia.org/wiki/Cérebro)

<sup>623</sup> O hemisfério esquerdo é dominante nas atividades do cérebro relacionadas com a lógica, a matemática e a linguagem. O hemisfério direito é dominante nas atividades do cérebro relacionadas com as emoções e a arte. in: SIMS, Nikki (Dir. ed.), *Cérebro e Sistema Nervoso Central*, Selecções do Reader's Digest, Lisboa, 2002, p. 35.

motricidade e a linguagem. Pluripotencialidade é uma das características do cérebro humano, e a sua plasticidade ao nível dos neurónios associa-se a uma rede de circuitos com regeneração própria, a medula cria novas células, daí os transplantes de medula com as chamadas *stem cell* ou células progenitoras/estaminais que se renovam dando origem a novas células saudáveis.<sup>624</sup>

O cientista português António Damásio<sup>625</sup>, cartesiano e pragmático, investigou as áreas da razão e da emoção. Freud estudou o cérebro do ponto de vista sexual, associou os estímulos sexuais a reações emocionais involuntárias<sup>626</sup>. Stanley Kubrick produziu em 1971 no filme "Laranja mecânica" um problema da área de reflectologia condicionada ou seja uma área no lobo frontal que condiciona a memória e influencia a amígdala.<sup>627</sup>

O neocórtex é uma área no cérebro evoluído, com cerca de um milhão de anos, o mais alto e recente salto antropológico registou-se numa área frontal do cérebro, designado por neocórtex,<sup>628</sup> o qual permite racionalizar os estímulos e ter inteligência. Uma circunvalação é uma prega arredondada na superfície do cérebro e estas circunvoluções cerebrais permitem ao ser humano ondulações e uma maior inteligência, ou seja o nosso cérebro não é plano, e assim proporciona-nos uma capacidade de respostas imediatas. O lobo frontal permite a conceptualização, o lobo occipital a visão e a inteligência. O sistema límbico é uma estrutura encefálica primitiva que comanda a fome, o impulso sexual e as emoções.

---

<sup>624</sup> José Pena foi professor de Neuroanatomia durante 10 anos, durante os quais ensinou o funcionamento do sistema nervoso central.

<sup>625</sup> As razões que levam a uma investigação profunda na área das emoções do cérebro humano, pelo neurologista António Damásio: «É extremamente difícil ver um músico exímio, por exemplo, que perdeu a capacidade de processamento auditivo ou um pintor que perdeu a capacidade de utilizar a cor ou, mais simplesmente, uma pessoa que nos parece extremamente agradável e inteligente, que tinha uma vida feliz e que perdeu alguns aspectos da memória ou da linguagem. A única palavra possível para descrever isto é dizer que são situações horrorosas para a pessoa e para os que estão à sua volta. É extremamente difícil lidar com isto. E esta é uma das razões pelas quais é importante estudar estes problemas.» MURCHO, Desidério, *A Consciência do Corpo*, Crítica Revista de Filosofia, Junho, 2000, in: [http://criticanarede.com/entr\\_damasio.html](http://criticanarede.com/entr_damasio.html) | Visualizar: [http://fora.tv/2009/07/04/Antonio\\_Damasio\\_This\\_Time\\_With\\_Feeling](http://fora.tv/2009/07/04/Antonio_Damasio_This_Time_With_Feeling)

<sup>626</sup> «...posso chamar à consciência através de um esforço de memória ou até mesmo por acaso, se vejo por exemplo, uma fotografia que me faz pensar nessa época da minha vida. Ao lado das minhas recordações, disponho de uma série de hábitos, de reflexos, etc. (...) o termo inconsciente é reservado a representações (isto é, ideias, imagens, ou vestígios na memória) que estão fora do alcance da consciência.» in: HAAR, Michel, *Introdução à Psicanálise Freud*, Edições 70, Lisboa, 1994, p. 15.

<sup>627</sup> A amígdala cerebelosa situa-se no cérebro, são grupos de neurónios que juntos formam uma massa cinzenta de cerca de dois centímetros de diâmetro, situado no pólo temporal dos dois hemisférios. Esta região do cérebro faz parte do sistema límbico e é um importante regulador do comportamento sexual e da agressividade. Este conjunto nuclear é também importante para os conteúdos emocionais das nossas memórias. in: [pt.wikipedia.org/wiki/Am%C3%ADgdala\\_cerebelosa](http://pt.wikipedia.org/wiki/Am%C3%ADgdala_cerebelosa)

<sup>628</sup> O neocórtex, "novo córtex" ou o "córtex mais recente" é a denominação que recebem todas as áreas mais evoluídas do córtex. Recebe este nome pois no processo evolutivo é a região do cérebro mais recentemente evoluída. Estas áreas constituem a "capa" neural que recobre os lóbulos pré-frontais e, em especial, os lobos frontais dos mamíferos. É a porção anatomicamente mais complexa do córtex. Separa-se do córtex olfativo por meio de um sulco denominado fissura rinal. Possui diversas camadas celulares e diversas áreas envolvidas com as atividades motoras, intimamente envolvidas com o controle dos movimentos voluntários, e funções sensoriais. | [pt.wikipedia.org/wiki/Neocórtex](http://pt.wikipedia.org/wiki/Neocórtex)

Nas estruturas profundas do cérebro e no seu 'coração' primitivo, encontram-se entre o tronco cerebral e o telencéfalo, situam-se ainda o sistema límbico, o tálamo e o hipotálamo. O paleocórtex límbico comanda os aspectos do ser humano mais primários, como as emoções, a raiva, o medo e a sobrevivência. Estes cumprem ainda um papel essencial em atividades mentais mais sofisticadas como a aprendizagem e a memória.

Os olhos estão ligados aos lobos occipitais<sup>629</sup> situados na parte posterior do cérebro, permitindo a visão. O olho<sup>630</sup> humano é um importante instrumento óptico ligado ao cérebro pela rede neural, é constituído pela retina, pelo cristalino (o principal refletor), pelos cones<sup>631</sup> e bastonetes.<sup>632</sup> A entrada de luz provoca uma reação química no olho e transforma-a em ondas elétricas. Os espectros que correspondem à visualização da cor<sup>633</sup> encontram-se no estudo da genética, ou seja, as células inibidoras são constituídas por cabos de redes (linhas) que criam a imagem. A despolarização das células (ou seja a associação) permitem ver a imagem formada (Gestalt) esta informação circula no nervo óptico e forma-se no cérebro.

A interpretação da cor e seu significado tem uma leitura através da multidimensionalidade ou seja no espaço.<sup>634</sup> Existe neste campo uma demência na falta de significado atribuído à visualização da cor, trata-se da agnosia,<sup>635</sup> é um estado em que o indivíduo vê as cores mas não percebe para que servem, ou seja, falta o significado do que vê e a sua interpretação.

---

<sup>629</sup> Os lobos temporais, localizados lateralmente, estão implicados no olfato, na audição e na compreensão da linguagem. Os lobos frontais asseguram as funções de planeamento e de antevisão e outras mais 'intelectuais', como, por exemplo, jogar xadrez. in: SIMS, Nikki (Dir. ed.), *Cérebro e Sistema Nervoso Central*, Selecções do Reader's Digest, Lisboa, 2002, p. 33.

<sup>630</sup> «O olho humano. O mais importante de todos os instrumentos ópticos. Nele está o cristalino que forma uma minúscula imagem invertida sobre um mosaico incrivelmente denso de fotorreceptores que traduzem as tramas de energia da luz na linguagem que o cérebro é capaz de ler – cadeias de impulsos eléctricos.» in: GREGORY, R. L., *A Psicologia da Visão (O Olho e o Cérebro)*, Editorial Inova, Porto, 1968, p. 36.

<sup>631</sup> Os cones e os bastonetes são dois tipos de células foto-receptoras que captam a luz focada na retina. Cada cone tem o seu próprio comprimento de onda, são os responsáveis pela percepção das cores e existem num número de cerca de 7 milhões no olho humano. Existem três tipos de cones: um vermelho, um verde e um azul. in: DURÃO, Maria João (coord.), *Fundamentos da Visão e da Percepção*, in: *A Cor na Arquitetura*, (Curso de Mestrado), Faculdade de Arquitetura, Lisboa, 2003, p. 25.

<sup>632</sup> Os bastonetes são mais apropriados para a luz escassa e também para a identificação de movimentos, existem num número de cerca de 120 milhões.

<sup>633</sup> No processo da visão das cores, e cada cor tem um comprimento de onda luminosa, o impulso eléctrico é conduzido pelas células nervosas da retina e levado até ao cérebro pelo nervo óptico. «A visão das cores é, para nós, tão importante – está na base da nossa estética visual e afecta profundamente os nossos estados emocionais – que nos é difícil conceber o mundo cinzento dos outros mamíferos, entre os quais os nossos gatos e cães favoritos.» in: GREGORY, R. L., *Idem*, p. 119.

<sup>634</sup> Teorias da visão da cor: a "Teoria Young-Helmholtz" surgiu da teoria tricromática da visão da cor com a identificação de três tipos de cones sensíveis ao azul, verde e vermelho (1964), segundo as investigações de Thomas Young (1773-1829). Hermann von Helmholtz (1821-1894) seguiu as mesmas ideias de Young embora afirmando que os sensores da retina eram distintos e sensíveis a diferentes tipos de luz (diferentes tipos de comprimentos de onda). Existem entre outras a "Teoria das cores oponentes" e a "Teoria de Hering". in: DURÃO, Maria João (coord.), *Idem*, p. 31. | GREGORY, R. L., *Idem*, p. 124.

<sup>635</sup> Agnosia é uma incapacidade, estando intactos os órgãos sensoriais, de reconhecer os objectos e os símbolos usuais, a qual pode ser visual (de cores, formas, escrita e outros símbolos), auditiva ou táctil. in: COSTA, J. Almeida, MELO, A. Sampaio, *Dicionário da Língua Portuguesa*, Porto Editora, Porto, 1998, p. 46.

Entramos no campo do signo visual, da semântica, do significado ou da semiologia, a área da linguagem, verbal, oral e escrita.

## 6.7. Sumário

Tendo sido colocada uma hipótese que integra o conceito de design emocional, prosseguimos neste ponto de abordagem para um conjunto de práticas, tal como foram explanadas, no exemplo dos mapas de investigação para o toolkit, na realização de um pré-teste, na constituição de um grupo de foco e na realização de uma entrevista a um especialista em neurologia.

Assim, revelou-se fundamental para uma primeira análise da reação emocional aos objetos, a realização de um primeiro encontro de projeção dos cartazes. Esta experiência revelou-se de facto, num forte contributo para esta investigação.

No seguimento destas práticas e através das quais podemos concluir algumas das ideias que consideramos estruturais para o entendimento do conceito de design emocional. Assim, tendo em conta as recentes investigações na área da neuroestética e da neurobiologia, podemos concluir que os nossos sentidos influenciam as nossas reações emocionais, e a partir das emoções criam-se novos pensamentos e novas aquisições de conhecimento, cujo contributo trata sobretudo a evolução do nosso cérebro.

Deste modo verificamos que os elementos produzidos na área da comunicação visual influenciam o nosso modo de olhar e permitem-nos através deste meio uma interação com os estímulos emocionais, desencadeando reações positivas (quando as imagens proporcionam prazer) ou negativas (quando o efeito é desagradável).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | CAPÍTULO VI

ARNHEIM, Rudolf, *Arte e Percepção Visual*, Livraria Pioneira, São Paulo, 1994

AUMONT, Jacques, *A Imagem*, Edições Texto e Grafia, Lisboa, 2009

BREAZEL, Cynthia, *Socio-Emotional Design of Personal Robots*, in: 7th International Conference on Design and Emotion, Institute of Design, Chicago, 2010

BRINGHURST, Robert, *Elementos do Estilo Tipográfico*, Cosac Naify, São Paulo, 2005

COLONETTI, Aldo, *Os Cinco Sentidos*, in: Anuário de Design'98, Centro Português de Design, Lisboa, 1997

COSTA, J. Almeida, MELO, A. Sampaio, *Dicionário de Língua Portuguesa*, Porto Editora, Porto, 1998



- DAMÁSIO, António, *O Cérebro à Procura da Alma*, in: Neuropsicologia, Édition Spéciale Science & Vie, Paris, 1996
- DARWIN, Charles, *A Origem do Homem*, Editores Magalhães & Moniz, Porto, s.d.
- DESMET, Pieter M. A., HEKKERT, Paul, *Design & Emotion*, in: International Journal of Design, Vol. 3, Nº 2, 2009
- DUFFLES, Maria, *Neuroestética busca Princípio Biológico do Belo*, in: Globo, 30 de Dezembro de 2006
- DUFRENNE, Mikel, *A Estética e as Ciências da Arte*, Livraria Bertrand, Lisboa, 1982
- DURÃO, Maria João, (Coord.), *Fundamentos da Visão e da Percepção*, in: A Cor na Arquitectura, (Mestrado da Cor), Faculdade de Arquitectura, Lisboa, 2003
- FERRAND, Maria, *A Forma das Letras*, Almedina, Coimbra, 2000
- GILL, Eric, *Ensaio sobre Tipografia*, Almedina, Coimbra, 2003 (1ª ed. de E. Gill data de 1931)
- GREGORY, A *Psicologia da Visão (O Olho e o Cérebro)*, Editorial Inova, Porto, 1968
- HAAR, Michel, *Introdução à Psicanálise Freud*, Edições 70, Lisboa, 1994
- HALL, Edward T., *A Dimensão Oculta, Relógio d'Água*, Lisboa, 1986
- HELLER, Eva, *A Psicologia das Cores, como Actuam as Cores sobre os Sentimentos e a Razão*, Editorial Gustavo Gili, 2007
- KANDINSKY, *Do Espiritual na Arte*, Publicações Dom Quixote, Lisboa, 1999
- KANDINSKY, Wassily, *Ponto, Linha, Plano*, Edições 70, Lisboa, 1996
- MARTINS, José Souza, *A Natureza Emocional da Marca*, Editora Campus, Rio de Janeiro, 2007
- NORMAN, Donald, *Emotional Design, Why We Love (or Hate) Everyday Things*, Basic Books, New York, 2004
- MURCHO, Desidério, *A Consciência do Corpo*, in: Crítica (Revista de Filosofia), Junho de 2000
- RIBEIRO, Milton, *Planejamento Visual Gráfico*, Linha Gráfica Editora, Brasília, 1987
- ROCHA, Rui, *300 Anos do Cartaz em Portugal*, Biblioteca Nacional de Lisboa, Lisboa, 1975
- SILVA, Vitor, *20 Alfabetos Tipográficos de Vinte Designers do Século XX*, Editor Vitor Silva, Lisboa, 2002
- SIMS, Nikki, (Dir. ed.), *Cérebro e Sistema Nervoso Central*, Seleções do Reader's Digest, Lisboa, 2002
- TOUSSAINT, Bernard, *Introdução à Semiologia*, Publicações Europa-América, Lisboa, 1994
- WICK, Rainer, *Pedagogia da Bauhaus*, Martins Fontes, São Paulo, 1989
- ZEKI, Semir, *Splendors and Miseries of the Brain*, Wiley-Blackwell, United Kingdom, 2009

Internet

[criticanarede.com/entr\\_damasio.html](http://criticanarede.com/entr_damasio.html)

[fora.tv/2009/07/04/Antonio\\_Damasio\\_This\\_Time\\_With\\_Feeling](http://fora.tv/2009/07/04/Antonio_Damasio_This_Time_With_Feeling)

[linguagemcorporal.net.br/blog](http://linguagemcorporal.net.br/blog)

[pt.wikipedia.org/wiki/Cérebro](http://pt.wikipedia.org/wiki/Cérebro)

[pt.wikipedia.org/wiki/Neocórtex](http://pt.wikipedia.org/wiki/Neocórtex)

[www.designandemotion.org](http://www.designandemotion.org)  
[www.dicio.com.br/afasia](http://www.dicio.com.br/afasia)  
[www.dicio.com.br/agrafia](http://www.dicio.com.br/agrafia)  
[www.dicio.com.br/parafasia](http://www.dicio.com.br/parafasia)  
[www.ebook-search-engine.com/emotional-design-ebook-pdf.html](http://www.ebook-search-engine.com/emotional-design-ebook-pdf.html)  
[www.elsevier.com](http://www.elsevier.com)  
[www.filipebraga.com](http://www.filipebraga.com)  
[www.hppsaude.pt/Especialidades.html](http://www.hppsaude.pt/Especialidades.html)  
[www.ijdesign.org](http://www.ijdesign.org)  
[www.psiquiatriageral.com.br/cerebro/texto2.html](http://www.psiquiatriageral.com.br/cerebro/texto2.html)

## CAPÍTULO VII

### RECOLHA DE DADOS

#### 7.1. Grupo de Foco | Porto e Lisboa

Após a realização de um pré-teste do toolkit (ferramenta de trabalho concebida para um levantamento de dados nos grupos de foco) pudemos proceder à concretização de um encontro de participantes com interesse em colaborar no processo de investigação.

Do ponto de vista metodológico criámos um conjunto de critérios<sup>636</sup> para a selecção de colaboradores. Todavia, o processo de constituição dos dois grupos, um no Porto (Fundação de Serralves) e outro em Lisboa (Fundação Culturgest) merece uma descrição do ponto de vista do seu processo de desenvolvimento. Assim, passamos à sua apresentação metodológica, salientando sobretudo os pontos fortes e fracos durante este momento de constituição que visa a obtenção de dados para a hipótese explanada.

##### 1) Grupo de foco no Porto<sup>637</sup>

Para o grupo do Porto, cujo objetivo era reunir na Fundação de Serralves (tentámos incluir neste grupo alguns dos colaboradores da instituição), convidámos (para esta participação), unicamente pessoas que residissem na cidade do Porto, e deste modo pudessem deslocar-se ao local para um dia de sessão de projecção. Assim e tendo em consideração que alguns dos elementos convidados não puderam participar por questões profissionais, este ponto fraco obrigou a uma logística, no sentido de substituição destes convidados por outros com os mesmos critérios. Em síntese, o grupo do Porto ficou constituído por seis participantes<sup>638</sup> e com profissões várias.

Um dos pontos fortes foi o local autorizado para a projecção: a biblioteca da Fundação de Serralves, ou seja um excelente local de trabalho. Foi neste âmbito, que o local foi preparado para o encontro de colaboradores no projeto de recolha

---

<sup>636</sup> Os critérios foram apresentados no capítulo anterior e constituem-se dos seguintes elementos: idades entre os 18 e os 46, que visitem exposições, gostem de viajar e apreciem arte e design.

<sup>637</sup> O Grupo de Foco do Porto reuniu no dia 4 de Junho de 2011.

<sup>638</sup> Ver: Anexo 7 | Grupo de Foco \_ Porto

de dados. Foram necessários alguns equipamentos, como um projector, duas mesas, cadeiras, um computador e os respectivos 40 toolkits<sup>639</sup> por cada participante.

## II) Grupo de foco em Lisboa<sup>640</sup>

No grupo de Lisboa, o processo conteve em si uma problemática, ou seja um ponto fraco no que diz respeito ao local de projecção. O objetivo da recolha de dados visava um encontro dos colaboradores na Fundação de Culturgest, contudo, não foi autorizada a projecção neste local.<sup>641</sup> Deste modo, procedemos à eleição da Faculdade de Arquitectura, em Lisboa, como local para a projecção, tendo em consideração que reunia todas as condições necessária: uma sala com projector, mesas, cadeiras, e acesso autorizado para os devidos efeitos.

Um dos pontos fortes para este grupo de Lisboa, foram os convites efectuados aos participantes, ou seja de todos os contactos estabelecidos e tendo em conta que a seleção incluiu unicamente pessoas que vivem, estudam ou trabalham na cidade de Lisboa, tivemos a aceitação imediata de oito colaboradores<sup>642</sup>. Deste modo o processo de constituição foi bastante positivo, ao contrário do grupo do Porto, em que o local foi aceite e a constituição do grupo que teve mais dificuldades.

### 7.2. Os 40 cartazes em projecção | Recolha de dados no toolkit

Após a constituição dos grupos e da sua reunião, abordámos o processo de projecção dos 40 cartazes em análise. Deste modo os toolkits foram preparados para cada participante e dispostos nas mesas de trabalho (para cada cartaz um toolkit). A preparação para o momento de projecção obedeceu a um único critério, todos os participantes deram início às resposta solicitadas por cartaz, ao mesmo tempo. A utilização de um cronómetro pelo investigador permitiu registar os tempos médios de resposta, ao toolkit, e por cada cartaz projectado.

Após o início da projecção, todos obtiveram o seu ritmo de resposta e acompanharam a passagem de cartaz para cartaz (a transição de cartaz só foi efectuada após o último participante concluir o seu toolkit). A ordem de projecção não correspondeu à ordem alfabética das grelhas de análise, foi aleatória

---

<sup>639</sup> Um toolkit é constituído por duas páginas A4 na horizontal, e foi desenhado um toolkit por cada cartaz.

<sup>640</sup> O Grupo de Foco de Lisboa reuniu no dia 24 de Junho de 2011.

<sup>641</sup> A decisão foi-nos comunicada durante uma reunião no local da Culturgest, com o seu Vice-Presidente, o Dr. Miguel Lobo Antunes. Tendo como factor decisivo, o facto da instituição estar a desenvolver um conjunto de actividades e não conseguir a disponibilidade de uma sala para a reunião do grupo de foco, bem como a dificuldade em incluir colaboradores da instituição devido à reduzida equipa de trabalho da Culturgest.

<sup>642</sup> Ver: Anexo 8 | Grupo de Foco \_ Lisboa

propositadamente. Após um esclarecimento inicial da ferramenta de trabalho aos participantes, todos os toolkits foram preenchidos adequadamente.<sup>643</sup>

### 7.2.1. Observação da reacção e comportamento dos grupos

A reacção e comportamento do grupo no Porto e do grupo em Lisboa foi diferente. Deste modo salientamos neste ponto alguns dos aspectos que definiram as diferenças observadas pelo investigador.

Assim, após iniciar a sessão de projecção na biblioteca de Serralves, o grupo do Porto, demonstrou um tempo médio de resposta superior ao do grupo de Lisboa. Assim se confrontarmos os tempos de resposta entre os dois grupos para os mesmos cartazes a diferença é de praticamente um minuto a mais por cartaz, o que significa uma reacção mais lenta à projecção.

O que pudemos observar durante os primeiros momentos da projecção, confirmou-se à medida que os cartazes foram sendo projectados, ou seja, no grupo do Porto verificou-se uma demonstração de cansaço<sup>644</sup> a meio da projecção (considerámos o meio, após a projecção de 20 cartazes). O que proporcionou uma sugestão de intervalo e de um lanche, facto prontamente aceite pelo grupo de participantes. Após um interregno de trinta e cinco minutos, o grupo voltou com maior vigor para a projecção dos restantes 20 cartazes. O que de facto se verificou na nossa observação, foi o modo como o grupo reagiu à segunda parte da projecção, ou seja os tempos médios de resposta baixaram para cerca de trinta segundos por cartaz, o que demonstrou uma maior rapidez na resposta ao toolkit.<sup>645</sup> Assim, concluiu-se a sessão de projecção e todos os cartazes foram projetados, bem como todos os toolkits foram preenchidos adequadamente pelo grupo do Porto.

No que diz respeito ao grupo de foco de Lisboa, este reagiu com uma dinâmica superior desde o início da projecção. Salientamos a diferença por comparação com o grupo anterior. Deste modo, após o início da projecção todo o grupo manifestou um ritmo com maior eficácia ao nível da observação e capacidade de resposta, ou seja, os tempos médios de resposta foram inferiores por cada cartaz projetado. Assim, o grupo reagiu de um modo bastante positivo à projecção e o seu comportamento demonstrou isso mesmo, pois não sendo necessário realizar um intervalo, foram projectados todos os cartazes seguidos, ou seja os 40 cartazes em

---

<sup>643</sup> Durante o processo de recolha de dados no toolkit, os dois grupos de foco, Porto e Lisboa foram gravados com máquina de filmar, ou seja existe um registo de vídeo das duas sessões realizadas.

<sup>644</sup> Aspectos que pudemos observar no grupo e que demonstraram um cansaço: ligeira indecisão na resposta, movimento na cadeira, mexer no cabelo, impaciência, bocejo e um olhar fixo, maior tempo de resposta.

<sup>645</sup> A sessão de projecção no grupo do Porto teve início às 14h 47m e terminou a primeira parte (com a projecção de 20 cartazes) às 15h 45m. Teve um intervalo de 35 minutos. A segunda parte da sessão teve início às 16h 25m e terminou às 17h 06m.

análise.<sup>646</sup> Deste modo concluiu-se a sessão e foram reunidos todos os toolkits devidamente preenchidos.

Concluimos então, que no grupo do Porto houve um possível entendimento da ferramenta mais lento, o que influenciou a leitura e interpretação do cartaz, com tempos médios de resposta mais elevados. No grupo de Lisboa, houve um entendimento do toolkit mais rápido, o que impulsionou uma leitura do cartaz e interpretação da resposta com maior rapidez, ou seja tempos médios de resposta inferiores ao grupo anterior. Concluimos ainda que o grupo de foco de Lisboa é mais resistente à imagem, portanto, sofreu menos no que diz respeito a uma saturação visual. Por outro lado, o grupo de foco do Porto demonstrou maior saturação visual e menor resistência à imagem, o que provocou um cansaço físico no grupo.

Após a experiência verificada podemos abordar neste contexto um dos autores que consideramos fundamental, trata-se de Daniel Goleman. Através da sua publicação *Inteligência Social*, pudemos entender o que estava a acontecer ao grupo de pessoas, durante a projeção dos cartazes. Deste modo e através das suas palavras salientamos alguns dos aspectos que considerámos pertinentes neste âmbito.

“A neurociência descobriu que a própria concepção do cérebro humano o torna sociável, inexoravelmente atraído para uma íntima ligação cérebro a cérebro sempre que conhecemos outra pessoa. Esta ponte neuronal permite-nos afectar o cérebro – e, através dele, o corpo – de todos aqueles com quem interagimos, tal como eles nos afectam a nós. Até os encontros mais rotineiros agem como reguladores do cérebro, excitando as nossas emoções, umas desejáveis, outras não.”

No seguimento desta ocorrência os grupos estabeleceram uma ligação neuronal, ou seja: “Durante as ligações neuronais, os nossos cérebros envolvem-se numa espécie de tango emocional, uma dança de sentimentos. As interacções sociais funcionam como moderadores, um pouco como termóstatos interpessoais que, ao orquestrarem as emoções, reajustam continuamente aspectos-chave da função cerebral. Os sentimentos resultantes têm consequências importantes que alastram em ondas consecutivas a todo o corpo, enviando cascatas de hormonas reguladoras de sistemas biológicos que vão do coração às células imunitárias.”<sup>647</sup>

Considerámos ainda uma descoberta reveladora, na área da neurociência social, e que também tivemos a oportunidade de observar na nossa experiência com os dois grupos de foco. Tratam-se dos seguintes aspectos: “Uma variedade diferente

---

<sup>646</sup> A sessão de projeção no grupo de Lisboa teve início às 10h 45m e terminou às 12h 12m. Apesar da projeção ter sido seguida, a partir do cartaz N° 30 e 31 em projeção, alguns participantes demonstraram sinais de alguma inquietação, como sejam: pernas a abanar, colocaram uma pastilha elástica na boca e movimento na cadeira. Apesar desta observação e do investigador questionar o grupo da continuidade da projeção, o grupo decidiu continuar e manifestou-se ainda com interesse, ou seja uma reação bastante positiva.

<sup>647</sup> in: GOLEMAN, Daniel, *Inteligência Social*, Círculo de Leitores, Lisboa, 2010, p. 11.

de células cerebrais, os neurónios-espelhos, detecta o movimento que a outra pessoa vai fazer e os seus sentimentos, preparando-se instantaneamente para imitar esse movimento e sentir o mesmo.”<sup>648</sup>

Em relação às manifestações físicas demonstradas pelos grupos, neste campo também Goleman nos informa do seguinte: “A sinceridade é a resposta do cérebro por defeito: os circuitos neuronais transmitem aos músculos do rosto as mais pequenas alterações do nosso estado de espírito, tomando os nossos sentimentos instantaneamente visíveis. A exibição de emoção é automática e inconsciente, e por isso mesmo a sua supressão exige um esforço consciente. Mentir sobre o que sentimos – tentar esconder o nosso medo ou a nossa raiva – exige um esforço activo que poucas vezes é totalmente bem sucedido.”<sup>649</sup>

Assim, através da inteligência emocional, entendemos o comportamento dos dois grupos, que difere no seguinte, o grupo do Porto reagiu de modo mais lento e o grupo de Lisboa reagiu de modo mais rápido. E, “tal como há caminhos lentos e rápidos para a emoção – um através da percepção imediata e o outro através do pensamento reflectido – assim há emoções que vêm quando as chamamos.”<sup>650</sup>

António Damásio informa-nos do seguinte, no que diz respeito aos estímulos que foram projectados, terem sido iguais para todos os participantes. “Uma hipótese que não parece levantar qualquer dificuldade é a de que estamos programados para reagir com uma emoção de modo pré-organizado quando determinadas características dos estímulos, do mundo ou nos nossos corpos, são detectados individualmente ou em conjunto.” Após este processamento os cérebros reagem em relação ao objecto que desencadeou a percepção da relação entre objecto e estado emocional do corpo. A resposta é que a consciência proporciona uma estratégia de protecção alargada, ou seja o conhecimento de um estímulo permite pensar com antecipação e prever a probabilidade da sua presença num dado meio ambiente de modo a reagir. “Embora sejam precisos mecanismos inatos para pôr o conhecimento em marcha, os sentimentos oferecem-nos uma mais valia.”<sup>651</sup>

---

<sup>648</sup> in: GOLEMAN, Daniel, *Idem*, p. 19. | “A parceria emblemática deste novo campo é a que se estabeleceu entre os psicólogos e os neurocientistas que usam conjuntamente a MRI [Imagiologia por Ressonância Magnética, ou Imagiologia funcional por Ressonância Magnética], uma máquina de formação de imagens no cérebro até agora utilizada para fazer diagnósticos clínicos nos hospitais. A MRI usa potentes magnetos para reproduzir uma imagem surpreendentemente pormenorizada do interior do cérebro. (...) A fMRI acrescenta a isto uma capacidade de computação maciça que proporciona o equivalente a um vídeo, mostrando que partes do cérebro ‘se acendem’ durante momentos humanos como ouvir a voz de um velho amigo.”

in: GOLEMAN, Daniel, *Idem*, p. 20.

<sup>649</sup> in: GOLEMAN, Daniel, *Idem*, p. 39. | “A descoberta de Paul Ekman, da Universidade de Califórnia em São Francisco, de que as expressões faciais de quatro delas (medo, ira, tristeza e prazer) são reconhecidas por pessoas pertencentes a culturas de todo o mundo, incluindo povos pré-letrados presumivelmente ainda não expostos ao cinema ou à televisão – o que sugere a sua universalidade. (...) O primeiro a notar a universalidade das expressões faciais da emoção foi provavelmente Darwin, que viu no facto uma prova de que as forças da evolução tinham gravado esses sinais no nosso sistema nervoso central.” in: GOLEMAN, Daniel, *Inteligência Emocional*, Círculo de Leitores, Lisboa, 2010, p. 311.

<sup>650</sup> in: GOLEMAN, Daniel, *Inteligência Emocional*, p. 314.

<sup>651</sup> in: DAMÁSIO, António, *O Erro de Descartes*, Círculo de Leitores, Lisboa, 2011, p. 182.

Em conclusão, os grupos de foco reagiram num ritmo natural, impulsionados por uma ligação da rede neuronal, que foi estabelecida intuitivamente entre os cérebros dos participantes. E, tal como Goleman salienta “basta assistir a uma grande execução musical, (...) por baixo desta sincronia visível, os músicos estão juntos de uma maneira que o público nunca poderá conhecer: nos seus cérebros.”<sup>652</sup>

### 7.3. Análise da recolha de dados

Após a recolha de dados efectuada com os grupos de foco, no Pré-teste, no Porto e em Lisboa, podemos observar, após a transcrição do levantamento de dados realizado, as respostas aos mapas de investigação que foram considerados no toolkit. A partir desta recolha, apresentam-se em seguida para os 40 objetos de estudo os resultados obtidos durante este processo de investigação.

A ordem de projeção dos cartazes, nos referidos grupos, não correspondeu à ordem alfabética (que tem vindo a ser aplicada nos capítulos antecedentes). Deste modo, salientamos sempre a relação numérica que foi estabelecida entre as duas numerações (um número de ordem para a projeção, e para a ordem alfabética um número que foi atribuído para a respectiva grelha de análise). Deste modo pretendeu-se criar uma coerência na abordagem ao cartaz em análise.

No que diz respeito a uma organização da análise dos resultados, efectuámos uma transcrição da recolha de dados em percentagens, ou seja, traduzimos o número de respostas obtidas para cada mapa de investigação e apresentamos de um modo sistematizado sob a forma de percentagem. Deste modo, encontram-se os mapas de investigação pela seguinte ordem: cor, forma, direção do olhar, luz, sentidos, tipografia, conceitos, 1º, 2º e 3º nível de resposta à reação emocional ao objeto.

#### 7.3.1. Projeção Nº I | Grelha de Análise Nº I | Cartaz A. R. Penck<sup>653</sup>

O cartaz de A. R. Penck foi projetado três vezes, ou seja numa primeira projeção para o grupo de foco do pré-teste, na segunda projeção para o grupo do Porto e numa última para o grupo de Lisboa. Assim, o tempo médio de resposta ao toolkit, para o primeiro cartaz projectado (no pré-teste), foi de quatro minutos e quarenta e dois segundos (o maior tempo registado), seguindo-se três minutos e cinquenta e seis segundos como tempo médio de resposta no Porto, e dois minutos e trinta e nove segundos no grupo de Lisboa.

---

<sup>652</sup> in: GOLEMAN, Daniel, *Inteligência Social*, p. 57.

<sup>653</sup> Ver: Anexo 6, 7 e 8 | Resultados do Cartaz Nº I



Assim, concluímos que grupos diferentes reagem em tempos diferentes. Em seguida apresentamos os resultados obtidos no toolkit, para os grupos de foco do Pré-Teste, do Porto e de Lisboa.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Pré-Teste<sup>654</sup>

Cor | 86% das respostas consideraram a cor vermelho como predominante (trata-se da linha expressiva no desenho do artista, consideramos este traço posicionado ao nível de um primeiro plano, na leitura da imagem). 29% das respostas consideraram a cor branco como hipótese.

Forma | 43% das respostas consideraram a forma do quadrado predominante e 43% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 71% das respostas indicaram a direcção do olhar aleatória.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz luminoso.

Sentidos | 71% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado e apenas 29% considerou o tacto como um dos sentidos estimulados.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 71% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter de movimento e 29% consideraram estático. 86% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 57% das respostas associaram o cartaz à conotação de forte. 43% das respostas associaram ao conceito de energia. 29% das respostas associaram o cartaz à expressão e ao conceito de simples.

1º Nível | 43% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz. 43% das respostas consideraram indiferença ao objeto.

2º Nível | 71% das respostas consideraram indiferença pelo cartaz.

3º Nível | 43% das respostas consideraram indiferença em relação ao cartaz. 29% das respostas consideraram uma identificação com o prazer. Apenas 14% associaram o cartaz a boas memórias.

---

<sup>654</sup> Ver: Anexo 6 | Cartaz I Pré-Teste

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>655</sup>

Cor | 83% das respostas consideraram a cor vermelho predominante. 50% consideraram a cor branco como predominante no cartaz.

Forma | 33% das respostas consideraram a forma do quadrado predominante. 33% consideraram a forma figurativa.

Direcção do olhar | 50% das respostas indicaram a direcção do olhar aleatória. 33% consideraram ser vertical a direcção do seu olhar no cartaz.

Luz | 50% das respostas consideraram o cartaz luminoso. 33% consideraram escuro.

Sentidos | 64% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 33% considerou o tacto como um dos sentidos estimulados.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 83% das respostas consideraram com carácter de estático o significado tipográfico. 64% das respostas consideraram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 50% das respostas definiram o cartaz como simples. 33% das respostas caracterizaram o cartaz como forte. 17% das respostas conotaram o cartaz como vazio, funcional, provocador, com expressão e energia.

1º Nível | 50% das respostas salientaram que gostam do cartaz. 33% das respostas consideraram que não gostam do objeto. Apenas 17% consideraram indiferença.

2º Nível | 50% das respostas consideraram um comportamento positivo ou seja uma vontade de visitar a exposição. 33% consideraram indiferença.

3º Nível | 33% das respostas associaram ao cartaz uma reacção a boas memórias. 17% identificaram-se com o objeto numa reacção negativa.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>656</sup>

Cor | 100% das respostas consideraram a cor vermelho como cor predominante (trata-se da linha expressiva no desenho do artista, consideramos este traço posicionado ao nível de um primeiro plano, na leitura da imagem). 50% das respostas consideraram a cor preto e a cor azul como predominante. 25% das respostas consideraram a cor branco como predominante.

---

<sup>655</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz | Porto

<sup>656</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz | Lisboa

Forma | 63% das respostas consideraram a forma do quadrado predominante. 38% das respostas consideraram as formas figurativas predominantes. 25% consideraram a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 63% das respostas consideraram a direcção do olhar centrado. 25% das respostas consideraram o olhar direccionado na horizontal, e aleatório.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz luminoso.

Sentidos | 50% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado pelo cartaz. 38% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 63% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter de movimento. 38% consideraram o significado tipográfico como estático. 75% das respostas consideraram como forte o desenho da letra. 50% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 86% das respostas associaram o cartaz à conotação de energia. 63% das respostas associaram ao conceito de forte. 38% das respostas associaram o cartaz à expressão e ao conceito de simples. 25% das respostas consideraram o cartaz associado ao conceito de rebelde e de fantasia.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma apreciação negativa pelo cartaz. 38% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

2º Nível | 38% das respostas consideraram uma reacção positiva no que diz respeito a uma visita à exposição. 25% não considerou uma reacção de visita à exposição.

3º Nível | 38% das respostas identificaram o cartaz com prazer. 25% das respostas associaram ao pensamento de feio. 13% associaram o cartaz a más memórias e a desprazer.

### 7.3.2. Projecção N° 2 | Grelha de Análise N° 15 | Cartaz Cruz-Filipe<sup>657</sup>

O cartaz de Cruz-Filipe foi projetado três vezes, ou seja numa primeira projecção para o grupo de foco do pré-teste, na segunda projecção para o grupo do Porto e numa última para o grupo de Lisboa. Assim, o tempo médio de resposta ao toolkit, para o segundo cartaz projectado (no pré-teste), foi de dois minutos e quarenta e nove segundos, seguindo-se de três minutos e vinte e seis segundos, como tempo médio de resposta no Porto, e dois minutos e dezasseis segundos no grupo de Lisboa.

---

<sup>657</sup> Ver: Anexo 6, 7 e 8 | Resultados do Cartaz 2

Assim, concluímos que grupos diferentes reagem em ritmos diferentes. Seguidamente apresentamos os resultados obtidos no toolkit, para os grupos de foco do Pré-Teste, do Porto e de Lisboa.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Pré-Teste<sup>658</sup>

Cor | 100% das respostas consideraram a cor preto como predominante. 43% das respostas consideraram a cor branco como predominante.

Forma | 86% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 100% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 57% considerou a audição como um sentidos estimulado. 43% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 86% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 71% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter de estático. 57% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 43% das respostas associaram o cartaz ao equilíbrio. 29% das respostas associaram o cartaz ao conceito de sofisticado e de energia.

1º Nível | 71% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

2º Nível | 57% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz. 29% das respostas consideraram indiferença ao cartaz.

3º Nível | 29% das respostas identificaram o cartaz com prazer. 14% das respostas consideraram uma identificação com boas memórias, e com uma apreciação positiva mas associada a más memórias.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>659</sup>

Cor | 83% das respostas consideraram a cor preto como predominante. 50% das respostas consideraram a cor vermelho predominante.

---

<sup>658</sup> Ver: Anexo 6 | Cartaz 2 Pré-Teste

<sup>659</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 2 Porto

Forma | 100% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 83% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 33% das respostas consideraram a audição como um sentidos estimulado. 33% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado. 33% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 67% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter de estático. 67% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples e 33% com carácter masculino.

Conceitos | 67% das respostas associaram o cartaz à energia. 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte e de poder.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz. 50% das respostas consideraram indiferença pelo cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz. 50% das respostas consideraram indiferença ao cartaz.

3º Nível | 50% das respostas consideraram indiferença pelo cartaz. 13% das respostas consideraram uma identificação com prazer, boas memórias e um prazer não associado a boas memórias.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>660</sup>

Cor | 100% das respostas consideraram a cor preto como predominante. 50% das respostas consideraram a cor branco e a cor vermelho como predominante.

Forma | 75% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante. 25% das respostas consideraram as formas orgânicas predominantes.

Direcção do olhar | 100% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 86% das respostas consideraram a audição como um sentidos estimulado. 38% das respostas consideraram o sabor como um sentido estimulado.

---

<sup>660</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 2 Lisboa

Tipografia | 86% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 63% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter de movimento e 38% de estático. 50% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples e masculino. 38% das respostas salientaram o desenho da letra como forte.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz à energia e ao sublime. 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de sofisticado e de forte. 25% das respostas associaram a fantasia.

1º Nível | 75% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

2º Nível | 75% das respostas consideraram uma reação positiva ao cartaz.

3º Nível | 38% das respostas identificaram o cartaz com prazer. 38% das respostas consideraram uma identificação com boas memórias. 25% das respostas consideraram uma apreciação positiva e uma identificação com saudade.

### 7.3.3. **Projeção N° 3 | Grelha de Análise N° 13 | Cartaz Cobra**<sup>661</sup>

O cartaz do grupo Cobra foi projetado três vezes, ou seja numa primeira projeção para o grupo de foco do pré-teste, na segunda projeção para o grupo do Porto e numa última para o grupo de Lisboa. Assim, o tempo médio de resposta para o toolkit, para o terceiro cartaz projectado (no pré-teste), foi de dois minutos e onze segundos, seguindo-se de dois minutos e quarenta e nove segundos, como tempo médio de resposta no Porto, e dois minutos e catorze segundos no grupo de Lisboa. Em seguida apresentamos os resultados obtidos no toolkit, para os grupos de foco do Pré-Teste, do Porto e de Lisboa.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Pré-Teste<sup>662</sup>

Cor | 100% das respostas consideraram a cor vermelho como predominante.

Forma | 43% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante. 43% das respostas consideraram as formas figurativas predominantes.

Direcção do olhar | 86% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 57% das respostas consideraram o cartaz claro. 43% das respostas considerou escuro.

---

<sup>661</sup> Ver: Anexo 6, 7 e 8 | Resultados do Cartaz 3

<sup>662</sup> Ver: Anexo 6 | Cartaz 3 Pré-Teste

Sentidos | 43% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 29% consideraram a audição um sentido estimulado pelo cartaz.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 57% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter de movimento. 71% das respostas caracterizaram o desenho da letra como forte.

Conceitos | 43% das respostas conotaram o cartaz com o conceito de forte e de energia. 29% das respostas associaram o cartaz ao conceito de simples.

1º Nível | 71% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

2º Nível | 71% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

3º Nível | 57% das respostas identificaram o cartaz com prazer.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>663</sup>

Cor | 67% das respostas consideraram a cor vermelho como predominante. 50% das respostas consideraram a cor amarelo como cor predominante.

Forma | 50% das respostas consideraram as formas figurativas predominantes. 33% das respostas consideraram a forma do círculo predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical. 33% das respostas consideraram a direcção do olhar aleatória.

Luz – 50% das respostas consideraram o cartaz claro. 50% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 50% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 33% das respostas consideraram o tacto um sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 67% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter de movimento. 67% das respostas caracterizaram o desenho da letra como forte e 33% como arrojado.

Conceitos | 83% das respostas conotaram o cartaz com o conceito de expressão. 67% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte. 50% das respostas associaram o conceito de fantasia.

1º Nível | 83% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

---

<sup>663</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 3 Porto

2º Nível | 83% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

3º Nível | 67% das respostas identificaram o cartaz com prazer, mas não associado a boas memórias.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>664</sup>

Cor | 86% das respostas consideraram a cor vermelho como predominante. 38% das respostas consideraram a cor azul predominante.

Forma | 50% das respostas consideraram as formas figurativas predominantes. 38% das respostas consideraram a forma do círculo predominante.

Direcção do olhar | 75% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 63% das respostas consideraram o cartaz escuro. 38% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 50% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 25% das respostas consideraram o tacto um sentido estimulado.

Tipografia | 75% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 86% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter de estático. 50% das respostas caracterizaram o desenho da letra como forte e 38% das respostas consideraram arrojado e masculino.

Conceitos | 63% das respostas conotaram o cartaz com o conceito de energia e de forte. 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de rebelde e expressão.

1º Nível | 63% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz. 38% das respostas não apreciaram o objeto.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reação positiva ao cartaz. 38% das respostas foram indiferentes ao objeto.

3º Nível | 25% das respostas identificaram o cartaz com prazer. 25% das respostas identificaram com o desprazer.

---

<sup>664</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 3 Lisboa



#### 7.3.4. Projectação Nº 4 | Grelha de Análise Nº 16 | Cartaz Eduardo Nery<sup>665</sup>

O cartaz de Eduardo Nery foi projetado três vezes, ou seja a primeira projeção para o grupo de foco do pré-teste, a segunda projeção para o grupo do Porto e a última para o grupo de Lisboa. Assim, o tempo médio de resposta ao toolkit, para o quarto cartaz projectado (no pré-teste), foi de dois minutos e onze segundos, seguindo-se de três minutos e treze segundos, como tempo médio de resposta no Porto, e um minuto e trinta segundos no grupo de Lisboa. Seguidamente apresentamos os resultados obtidos no toolkit, para o grupo de foco: Pré-Teste, Porto e Lisboa.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Pré-Teste<sup>666</sup>

Cor | 57% das respostas consideraram a cor branco como predominante. 43% das respostas consideraram a cor azul predominante.

Forma | 57% das respostas consideraram a forma do quadrado predominante. 43% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 57% das respostas consideraram a direcção do olhar horizontal.

Luz – 86% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 43% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 29% consideraram o tacto um sentido estimulado pelo cartaz.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 57% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter de movimento. 71% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 57% das respostas associaram o cartaz ao conceito de equilíbrio. 29% das respostas associaram o cartaz ao conceito de simples, de energia e de alegria.

1º Nível | 86% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 43% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz.

3º Nível | 57% das respostas identificaram o cartaz com prazer. 43% das respostas identificaram o cartaz a boas memórias.

---

<sup>665</sup> Ver: Anexo 6, 7 e 8 | Resultados do Cartaz 4

<sup>666</sup> Ver: Anexo 6 | Cartaz 4 Pré-Teste

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>667</sup>

Cor | 100% das respostas consideraram a cor branco como predominante. 67% das respostas consideraram a cor azul predominante.

Forma | 50% das respostas consideraram a forma do quadrado predominante. 50% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar centrada.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 50% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 33% consideraram o tacto um sentido estimulado pelo cartaz.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 50% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter de movimento e 50% com carácter de estático. 83% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de simples. 33% das respostas associaram o cartaz ao conceito de equilíbrio e de artificial.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz. 50% das respostas consideraram indiferença ao objeto.

2º Nível | 67% das respostas consideraram uma reacção de indiferença ao cartaz.

3º Nível | 33% das respostas identificaram o cartaz com prazer, mas não associam a boas memórias. 33% das respostas identificaram o cartaz com a indiferença.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>668</sup>

Cor | 86% das respostas consideraram a cor branco e azul como predominante.

Forma | 75% das respostas consideraram a forma do quadrado predominante. 63% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 63% das respostas consideraram a direcção do olhar centrado.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz claro.

---

<sup>667</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 4 Porto

<sup>668</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 4 Lisboa

Sentidos | 50% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 50% consideraram o tacto um sentido estimulado pelo cartaz.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 63% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter estático. 75% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples e 50% como masculino.

Conceitos | 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de fantasia. 25% das respostas associaram o cartaz ao conceito de funcional, artificial, provocador, energia e em equilíbrio.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz. 50% das respostas consideraram uma indiferença pelo cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz. 50% das respostas consideraram indiferença ao objeto.

3º Nível | 50% das respostas consideraram indiferença ao cartaz. 25% consideraram uma identificação a boas memórias.

### 7.3.5. **Projeção Nº 5 | Grelha de Análise Nº 17 | Cartaz Egon Schiele<sup>669</sup>**

O cartaz de Egon Schiele foi projetado três vezes, ou seja a primeira projeção para o grupo de foco do pré-teste, a segunda projeção para o grupo do Porto e a última para o grupo de Lisboa. Assim, o tempo médio de resposta ao toolkit, para o quinto cartaz projectado, foi de um minuto e cinquenta e três segundos, seguindo-se de dois minutos e cinquenta e oito segundos, como tempo médio de resposta no Porto, e dois minutos e dezasseis segundos no grupo de Lisboa. Em seguida apresentamos os resultados obtidos no toolkit, para o grupo de foco: Pré-Teste, Porto e Lisboa.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Pré-Teste<sup>670</sup>

Cor | 71% das respostas consideraram a cor amarelo predominante.

Forma | 57% das respostas consideraram a forma figurativa predominante. 29% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 71% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

---

<sup>669</sup> Ver: Anexo 6, 7 e 8 | Resultados do Cartaz 5

<sup>670</sup> Ver: Anexo 6 | Cartaz 5 Pré-Teste

Luz – 71% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 43% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 29% consideraram o olfato um sentido estimulado pelo cartaz.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 100% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 86% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 43% das respostas associaram o cartaz ao conceito de íntimo e de expressão. 29% das respostas associaram o cartaz ao conceito de simples. 14% das respostas consideraram o conceito de rebelde e forte.

1º Nível | 71% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 71% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

3º Nível | 57% das respostas identificaram o prazer. 29% das respostas identificaram o cartaz a boas memórias.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>671</sup>

Cor | 67% das respostas consideraram a cor amarelo predominante.

Forma | 100% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 83% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 83% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 83% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 100% das respostas caracterizaram o desenho da letra simples.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de submisso e de simples. 33% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão e prisão.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma indiferença ao cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram indiferença pelo cartaz.

3º Nível | 67% das respostas identificaram a indiferença.

---

<sup>671</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 5 Porto

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>672</sup>

Cor | 75% das respostas consideraram a cor azul predominante. 38% consideraram a cor amarelo predominante.

Forma | 86% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical. 38% das respostas consideraram a direcção do olhar centrado.

Luz – 75% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 50% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 38% consideraram o tacto um sentido estimulado pelo cartaz.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 100% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 86% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples e 76% como masculino.

Conceitos | 75% das respostas associaram o cartaz a expressão. 63% das respostas associaram o íntimo. 25% das respostas consideraram o conceito de sofisticado.

1º Nível | 100% das respostas consideraram uma apreciação positiva.

2º Nível | 86% das respostas consideraram uma reacção positiva ao cartaz.

3º Nível | 50% das respostas identificaram o prazer. 38% das respostas identificaram o cartaz a boas memórias.

### 7.3.6. Projecção Nº 6 | Grelha de Análise Nº 19 | Cartaz Gary Hume<sup>673</sup>

O cartaz de Gary Hume foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de dois minutos e quarenta e cinco segundos, no Porto, e dois minutos e dezasseis segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, para os dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>674</sup>

---

<sup>672</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 5 Lisboa

<sup>673</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 6

<sup>674</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 6 Porto

Cor | 83% das respostas consideraram a cor vermelho predominante.

Forma | 83% das respostas consideraram a forma orgânica predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical. 50% das respostas consideraram a direcção do olhar centrado.

Luz – 83% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 83% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 50% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível e 50% consideraram ilegível. 100% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 83% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão. 33% das respostas associaram o cartaz ao conceito de alegria e de energia.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz.

3º Nível | 33% das respostas identificaram o prazer. 33% das respostas consideraram a indiferença como identificação.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>675</sup>

Cor | 75% das respostas consideraram 'outra' cor predominante.

Forma | 86% das respostas consideraram a forma orgânica predominante. 50% consideraram a forma figurativa.

Direcção do olhar | 86% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 63% das respostas consideraram o cartaz claro. 38% consideraram escuro.

Sentidos | 63% das respostas consideraram o sentido da audição estimulado.

Tipografia | 63% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível e 50% consideraram ilegível. 63% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 38% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples e arrojado.

---

<sup>675</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 6 Lisboa

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão. 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de provocador, forte e simples.

1º Nível | 63% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 63% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

3º Nível | 38% das respostas identificaram o prazer. 25% das respostas consideraram a identificação a boas memórias.

### 7.3.7. **Projeção N° 7 | Grelha de Análise N° 20 | Cartaz Graça Morais<sup>676</sup>**

O cartaz de Graça Morais foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de dois minutos e trinta e dois segundos, no Porto, e dois minutos e dez segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, para os dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>677</sup>

Cor | 83% das respostas consideraram a cor vermelho predominante.

Forma | 67% das respostas consideraram a forma do quadrado predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar centrado.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 67% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 50% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível e 50% consideraram ilegível. 100% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 50% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples e 33% consideraram o desenho da letra forte.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão, forte e prisão. 33% das respostas associaram o cartaz ao conceito de valor.

1º Nível | 67% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

---

<sup>676</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 7

<sup>677</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 7 Porto

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz e 50% das respostas consideraram indiferença.

3º Nível | 67% das respostas identificaram a indiferença ao objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>678</sup>

Cor | 86% das respostas consideraram a cor vermelho predominante. 38% consideraram a cor preto predominante.

Forma | 75% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 63% das respostas consideraram a direcção do olhar centrado.

Luz – 63% das respostas consideraram o cartaz claro. 38% consideraram escuro.

Sentidos | 50% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 25% das respostas consideraram o olfato e o tacto dois dos sentido estimulados.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 100% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 63% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 63% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão e íntimo. 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 38% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz e 38% das respostas consideraram indiferença ao objeto.

3º Nível | 50% das respostas identificaram indiferença ao objeto.

### 7.3.8. **Projecção N° 8 | Grelha de Análise N° 39 | Cartaz Vanessa Beecroft<sup>679</sup>**

O cartaz de Vanessa Beecroft foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de dois minutos e quarenta segundos, no Porto, e dois minutos e trinta e quatro segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, para os dois grupos.

---

<sup>678</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 7 Lisboa

<sup>679</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 8



- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>680</sup>

Cor | 67% das respostas consideraram a cor preto predominante.

Forma | 100% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar horizontal.

Luz – 50% das respostas consideraram o cartaz claro e 50% consideraram escuro.

Sentidos | 67% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 33% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado.

Tipografia | 83% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 67% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 83% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 100% das respostas conotaram o cartaz como provocador. 33% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte e inovador.

1º Nível | 83% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 67% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz. 33% das respostas consideraram indiferença.

3º Nível | 50% das respostas identificaram prazer com o objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>681</sup>

Cor | 86% das respostas consideraram a cor preto predominante.

Forma | 75% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar aleatório.

Luz – 75% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 63% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado. 38% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

---

<sup>680</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 8 Porto

<sup>681</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 8 Lisboa

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 100% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 75% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 63% das respostas conotaram o cartaz como provocador, forte, íntimo e sofisticado. 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de desejo.

1º Nível | 75% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 63% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz. 38% das respostas consideraram indiferença.

3º Nível | 38% das respostas identificaram prazer com o objeto. 25% consideraram uma identificação positiva, mas não associaram a boas memórias.

### 7.3.9. Projecção N° 9 | Grelha de Análise N° 38 | Cartaz Valéria Costa Pinto<sup>682</sup>

O cartaz de Valéria Costa Pinto foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de dois minutos e quarenta e cinco segundos, no Porto, e um minuto e trinta e sete segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, para os dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>683</sup>

Cor | 83% das respostas consideraram a cor branco predominante.

Forma | 33% das respostas consideraram a forma do círculo predominante. 33% das respostas consideraram a forma orgânica predominante.

Direcção do olhar | 33% das respostas consideraram a direcção do olhar horizontal. 33% das respostas consideraram a direcção do olhar centrado.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 50% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 33% das respostas consideraram o sentido da audição estimulado.

---

<sup>682</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 9

<sup>683</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 9 Porto

Tipografia | 83% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 100% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 83% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 50% das respostas conotaram o cartaz como forte. 33% das respostas associaram o cartaz ao conceito de energia e inovador.

1º Nível | 67% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 67% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

3º Nível | 33% das respostas identificaram a indiferença ao objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>684</sup>

Cor | 86% das respostas consideraram a cor branco predominante.

Forma | 75% das respostas consideraram a forma do círculo predominante. 38% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 63% das respostas consideraram a direcção do olhar centrado. 25% das respostas consideraram a direcção do olhar aleatório.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 50% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado. 38% das respostas consideraram o sentido da audição estimulado pelo cartaz.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 50% das respostas consideraram o significado tipográfico estático e 50% das respostas consideraram o significado tipográfico dinâmico. 75% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de equilíbrio. 25% das respostas associaram o cartaz ao conceito de alegria, sofisticado e vazio.

1º Nível | 75% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 63% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas identificaram um pensamento positivo, mas não associaram a boas memórias.

---

<sup>684</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 9 Lisboa

### 7.3.10. Projecção Nº 10 | Grelha de Análise Nº 37 | Cartaz Tom Wesselmann<sup>685</sup>

O cartaz de Tom Wesselmann foi projetado nos grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de dois minutos e quarenta e cinco segundos no Porto, e um minuto e trinta e sete segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, para os dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>686</sup>

Cor | 100% das respostas consideraram a cor amarelo predominante.

Forma | 67% das respostas consideraram a forma figurativa predominante. 33% das respostas consideraram a forma orgânica predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar aleatório.

Luz – 67% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 50% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 33% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 67% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 67% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 67% das respostas conotaram o cartaz com o conceito de alegria e de desejo. 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de fantasia, provocador, energia e expressão.

1º Nível | 67% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 67% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz.

3º Nível | 33% das respostas identificaram a indiferença ao objeto.

---

<sup>685</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 10

<sup>686</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 10 Porto

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>687</sup>

Cor | 75% das respostas consideraram a cor amarelo predominante. 63% das respostas consideraram a cor vermelho predominante.

Forma | 86% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 75% das respostas consideraram a direcção do olhar aleatório.

Luz – 75% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 75% das respostas consideraram o sentido do sabor estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 75% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 50% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples e 50% considerou o desenho da letra com carácter feminino.

Conceitos | 86% das respostas consideraram o conceito de prazer associado ao cartaz. 75% das respostas conotaram o cartaz aos conceitos de alegria, desejo, provocador e íntimo.

1º Nível | 75% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 86% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz.

3º Nível | 63% das respostas identificaram o prazer com o objeto.

### 7.3.1.1. **Projecção N° 11 | Grelha de Análise N° 36 | Cartaz Sean Scully<sup>688</sup>**

O cartaz de Sean Scully foi projetado três vezes, ou seja numa primeira projecção para o grupo de foco do pré-teste, na segunda projecção para o grupo do Porto e numa última para o grupo de Lisboa. Assim, o tempo médio de resposta ao toolkit, para o sexto cartaz projectado (no pré-teste), foi de um minuto e trinta e dois segundos, seguindo-se dois minutos e vinte e seis segundos como tempo médio de resposta no Porto, e dois minutos e nove segundos no grupo de Lisboa.

Em seguida apresentam-se os resultados obtidos no toolkit, para os grupos de foco do Pré-Teste, do Porto e de Lisboa.

---

<sup>687</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 10 Lisboa

<sup>688</sup> Ver: Anexo 6 | Resultados Cartaz 6 Pré-Teste, e Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 11

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Pré-Teste<sup>689</sup>

Cor | 100% das respostas consideraram a cor vermelho como predominante.

Forma | 100% das respostas consideraram para a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 86% das respostas indicaram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 57% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 43% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 100% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 43% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 43% das respostas associaram o cartaz à energia. 29% das respostas associaram ao conceito de forte, equilíbrio e simples.

1º Nível | 71% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

2º Nível | 57% das respostas consideraram uma reacção positiva ao cartaz.

3º Nível | 57% das respostas consideraram uma identificação com o prazer.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>690</sup>

Cor | 100% das respostas consideraram a cor vermelho como predominante.

Forma | 100% das respostas consideraram para a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 67% das respostas indicaram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 83% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 83% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura ilegível. 100% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 83% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 33% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte, equilíbrio, simples e sofisticado.

---

<sup>689</sup> Ver: Anexo 6 | Cartaz 6 Pré-Teste

<sup>690</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 11 Porto

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma indiferença pelo cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reação de indiferença ao cartaz.

3º Nível | 50% das respostas consideraram a indiferença ao objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>691</sup>

Cor | 86% das respostas consideraram a cor vermelho como predominante. 38% das respostas consideraram o preto a cor predominante.

Forma | 86% das respostas consideraram para a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 63% das respostas indicaram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 75% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 25% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado pelo cartaz.

Tipografia | 50% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível e 50% das respostas ilegível. 86% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 86% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 63% das respostas conotaram o cartaz ao conceito de forte. 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de poder.

1º Nível | 86% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

2º Nível | 86% das respostas consideraram uma reação positiva ao cartaz.

3º Nível | 75% das respostas consideraram uma identificação ao prazer com o objeto.

### 7.3.12. Projecção N° 12 | Grelha de Análise N° 35 | Cartaz Robert Mangold<sup>692</sup>

O cartaz de Robert Mangold foi projetado nos grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de dois minutos e quarenta e cinco segundos, no Porto, e dois minutos e um segundo em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, para os dois grupos.

---

<sup>691</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 11 Lisboa

<sup>692</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 12

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>693</sup>

Cor | 83% das respostas consideraram a cor vermelho predominante.

Forma | 83% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 67% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 67% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 100% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 67% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 83% das respostas caracterizaram o desenho da letra como forte.

Conceitos | 67% das respostas conotaram o cartaz com o conceito de equilíbrio. 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte, expressão e funcional.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz. 50% das respostas consideraram indiferença ao cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz. 50% das respostas consideraram indiferença ao cartaz.

3º Nível | 50% das respostas identificaram a indiferença ao objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>694</sup>

Cor | 75% das respostas consideraram a cor vermelho e a cor branco predominante.

Forma | 100% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 63% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 50% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 25% das respostas consideraram o sentido da audição.

---

<sup>693</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 12 Porto

<sup>694</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 12 Lisboa



Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 63% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 63% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples e forte.

Conceitos | 63% das respostas conotaram o cartaz com o conceito de energia. 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte e em equilíbrio.

1º Nível | 86% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 75% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

3º Nível | 38% das respostas identificaram o prazer com o objeto.

### 7.3.13. **Projecção N° 13 | Grelha de Análise N° 32 | Cartaz Nam June Paik<sup>695</sup>**

O cartaz de Nam June Paik foi projetado nos grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de dois minutos e quarenta e oito segundos, no Porto, e quatro minutos e um quatro segundos em Lisboa (foi o cartaz com maior tempo de registo pelo grupo de Lisboa). Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, para os dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>696</sup>

Cor | 67% das respostas consideraram a cor branco predominante.

Forma | 67% das respostas consideraram a forma do quadrado predominante.

Direcção do olhar | 33% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical e 33% das respostas consideraram a direcção do olhar centrada.

Luz – 50% das respostas consideraram o cartaz claro. 50% considerou escuro.

Sentidos | 50% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 33% das respostas consideraram dois sentidos estimulados, o tacto e a audição.

Tipografia | 50% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível e 50% considerou ilegível. 50% das respostas consideraram o significado tipográfico estático e 50% considerou dinâmico. 50% das respostas caracterizaram o desenho da letra como arrojado.

---

<sup>695</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 13

<sup>696</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 13 Porto

Conceitos | 50% das respostas conotaram o cartaz com o conceito de prisão e de tecnológico. 33% das respostas associaram o cartaz ao conceito de artificial, forte e rebelde.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma apreciação negativa ao cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reacção negativa pelo cartaz.

3º Nível | 33% das respostas identificaram um pensamento positivo, mas não associam a boas memórias o objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>697</sup>

Cor | 86% das respostas consideraram a cor azul predominante. 50% das respostas consideraram a cor preto predominante.

Forma | 67% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 63% das respostas consideraram a direcção do olhar aleatório.

Luz – 86% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 86% das respostas consideraram o sentido da audição estimulado. 63% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado pelo cartaz.

Tipografia | 63% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível e 50% considerou ilegível. 75% das respostas consideraram o significado tipográfico associado ao movimento. 50% das respostas caracterizaram o desenho da letra como arrojado.

Conceitos | 100% das respostas conotaram o cartaz com o conceito de tecnológico. 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de inovador e de energia. 38% conotaram como forte, sofisticado, expressivo e artificial.

1º Nível | 38% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz e 38% das respostas consideraram uma apreciação negativa ao cartaz.

2º Nível | 38% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz e 38% das respostas consideraram indiferença pelo cartaz.

3º Nível | 38% das respostas identificaram a indiferença em relação ao objeto.

---

<sup>697</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 13 Lisboa

#### 7.3.14. Projecção N° 14 | Grelha de Análise N° 31 | Cartaz Modigliani<sup>698</sup>

O cartaz de Modigliani foi projetado nos grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de dois minutos e vinte e sete segundos, no Porto, e um minuto e trinta e seis segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, para os dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>699</sup>

Cor | 100% das respostas consideraram a cor branco predominante.

Forma | 83% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 67% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 83% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 83% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 83% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 67% das respostas associaram o cartaz ao conceito de íntimo e de expressão. 33% das respostas associaram o cartaz ao conceito de equilíbrio.

1º Nível | 100% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 100% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz.

3º Nível | 33% das respostas identificaram o prazer com o objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>700</sup>

Cor | 75% das respostas consideraram a cor branco predominante. 50 % das respostas consideraram 'outra' cor predominante.

---

<sup>698</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 14

<sup>699</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 14 Porto

<sup>700</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 14 Lisboa

Forma | 75% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 63% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical. 50% das respostas considerou a direcção do olhar centrado.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 50% das respostas consideraram o tacto como o sentido estimulado. 50% das respostas não considerou nenhum sentido estimulado pelo cartaz. 25% das respostas salientou o sentido do olfato.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 100% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 75% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 75% das respostas associaram o cartaz ao conceito de íntimo. 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão e desejo.

1º Nível | 86% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 75% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz.

3º Nível | 63% das respostas identificaram o prazer e as boas memórias ao objeto. 50% das respostas identificaram o prazer com o objeto.

### 7.3.15. **Projecção N° 15 | Grelha de Análise N° 28 | Cartaz Julio González<sup>701</sup>**

O cartaz de Julio González foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de dois minutos e onze segundos no Porto, e um minuto e quarenta e dois segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, para os dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>702</sup>

Cor | 83% das respostas consideraram a cor cinzento predominante.

Forma | 67% das respostas consideraram a forma orgânica predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar diagonal.

---

<sup>701</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 15

<sup>702</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 15 Porto

Luz – 83% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 100% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 83% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 100% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de fantasia. 33% das respostas associaram o cartaz ao conceito de simples e de equilíbrio.

1º Nível | 33% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz. 33% das respostas consideraram uma apreciação negativa ao cartaz. 33% das respostas consideraram indiferença ao cartaz.

2º Nível | 33% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz. 33% das respostas consideraram uma reação negativa pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas identificaram a indiferença com o objeto. 33% das respostas consideraram uma identificação positiva, mas não associam a boas memórias o objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>703</sup>

Cor | 86% das respostas consideraram a cor azul predominante.

Forma | 50% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical e 50% consideraram a direcção do olhar centrado.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 38% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 38% das respostas consideraram o sentido da audição.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 75% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 75% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 63% das respostas associaram o cartaz ao conceito de fantasia. 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão. 25% das respostas conotaram o cartaz com os conceitos de energia e sublime.

---

<sup>703</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 15 Lisboa

1º Nível | 63% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 63% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas identificaram o prazer com o objeto.

### 7.3.16. **Projecção Nº 16 | Grelha de Análise Nº 25 | Cartaz Jorge Martins<sup>704</sup>**

O cartaz de Jorge Martins foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de dois minutos e treze segundos no Porto, e dois minutos e vinte segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, para os dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>705</sup>

Cor | 100% das respostas consideraram a cor vermelho predominante.

Forma | 67% das respostas consideraram a forma do quadrado predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar centrado.

Luz – 50% das respostas consideraram o cartaz escuro e 50% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 33% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 33% das respostas consideraram o sentido do tacto e do olfato estimulados.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 50% das respostas consideraram o significado tipográfico estático e 50% considerou com carácter de movimento. 100% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de íntimo. 33% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão.

1º Nível | 67% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 67% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

---

<sup>704</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 16

<sup>705</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 16 Porto

3º Nível | 33% das respostas consideraram uma identificação de prazer com o objeto. 33% das respostas consideraram indiferença.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>706</sup>

Cor | 100% das respostas consideraram a cor vermelho predominante.

Forma | 75% das respostas consideraram a forma orgânica predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar centrado.

Luz – 50% das respostas consideraram o cartaz escuro e 50% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 86% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 86% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 63% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples e 38% como forte.

Conceitos | 63% das respostas associaram o cartaz ao conceito de íntimo e fantasia. 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte. 25% associaram ao conceito de prazer e de expressão.

1º Nível | 86% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 75% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas consideraram uma identificação de prazer com o objeto. 25% das respostas consideraram indiferença.

### 7.3.17. **Projecção N° 17 | Grelha de Análise N° 24 | Cartaz Jochen Lempert<sup>707</sup>**

O cartaz de Jochen Lempert foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de dois minutos e vinte e quatro segundos no Porto, e um minuto e cinquenta e três segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, para os dois grupos.

---

<sup>706</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 16 Lisboa

<sup>707</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 17

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>708</sup>

Cor | 100% das respostas consideraram a cor branco predominante.

Forma | 50% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 33% das respostas consideraram a direcção do olhar aleatório.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 67% das respostas consideraram a audição como um sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 50% das respostas consideraram o significado tipográfico estático e 50% considerou com carácter de movimento. 67% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples e 33% como forte e masculino.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de equilíbrio e de forte. 33% das respostas associaram o cartaz ao conceito de funcional e de sofisticado.

1º Nível | 67% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz. 50% das respostas consideraram indiferença ao cartaz.

3º Nível | 33% das respostas consideraram uma identificação de prazer e boas memórias com o objeto. 33% das respostas identificam um pensamento positivo, mas não associam a boas memórias. 33% das respostas consideraram indiferença.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>709</sup>

Cor | 63% das respostas consideraram a cor branco predominante.

Forma | 50% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar horizontal.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 75% das respostas consideraram a audição como um sentido estimulado. 38% das respostas considerou o olfato um sentido estimulado.

---

<sup>708</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 17 Porto

<sup>709</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 17 Lisboa



Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 63% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 75% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples e 63% como masculino.

Conceitos | 63% das respostas associaram o cartaz ao conceito de simples. 13% das respostas associaram o cartaz o conceitos vários: forte, funcional, provocador, energia e expressão.

1º Nível | 86% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 63% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas consideraram indiferença ao objeto. 25% das respostas considerou uma identificação com o prazer.

### 7.3.18. **Projecção N° 18 | Grelha de Análise N° 23 | Cartaz Jean Dubuffet<sup>710</sup>**

O cartaz de Jean Dubuffet foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de dois minutos e vinte e quatro segundos no Porto, e um minuto e quarenta segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, para os dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>711</sup>

Cor | 67% das respostas consideraram 'outra' a cor predominante.

Forma | 83% das respostas consideraram as formas figurativas predominantes.

Direcção do olhar | 83% das respostas consideraram a direcção do olhar aleatório.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 67% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 50% das respostas consideraram o significado tipográfico estático e 50% considerou com carácter de movimento. 67% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

---

<sup>710</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 18

<sup>711</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 18 Porto

Conceitos | 67% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão. 33% das respostas associaram o cartaz ao conceito de horror e prisão.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma apreciação negativa ao cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas consideraram indiferença ao objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>712</sup>

Cor | 38% das respostas consideraram a cor vermelho predominante. 38% das respostas consideraram 'outra' a cor predominante.

Forma | 75% das respostas consideraram as formas figurativas predominantes.

Direcção do olhar | 86% das respostas consideraram a direcção do olhar aleatório.

Luz – 63% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 75% das respostas consideraram o sentido da audição estimulado.

Tipografia | 86% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 50% das respostas consideraram o significado tipográfico estático e 50% considerou com carácter de movimento. 25% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples, arrojado e feminino.

Conceitos | 75% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão. 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de horror e forte. 25% das respostas conotaram como rebelde e associado ao conceito de união.

1º Nível | 63% das respostas consideraram uma apreciação negativa ao cartaz.

2º Nível | 38% das respostas consideraram uma reação negativa pelo cartaz. 38% das respostas consideraram indiferença ao objeto.

3º Nível | 50% das respostas não gostaram do objeto e consideraram-no feio.

---

<sup>712</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 18 Lisboa

### 7.3.19. Projecção N° 19 | Grelha de Análise N° 26 | Cartaz José Aurélio<sup>713</sup>

O cartaz de José Aurélio foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de um minuto e quarenta e oito segundos no Porto, e um minuto e trinta segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, para os dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>714</sup>

Cor | 83% das respostas consideraram a cor branco predominante.

Forma | 33% das respostas consideraram as formas orgânicas predominantes.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 50% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado. 50% das respostas consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 100% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 100% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 67% das respostas associaram o cartaz ao conceito de equilíbrio.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 33% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz. 33% das respostas consideraram uma reacção negativa. 33% das respostas consideraram indiferença.

3º Nível | 17% das respostas consideraram identificações diversificadas ao objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>715</sup>

Cor | 86% das respostas consideraram a cor branco predominante.

---

<sup>713</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 19

<sup>714</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 19 Porto

<sup>715</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 19 Lisboa

Forma | 25% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 63% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 75% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado.

Tipografia | 86% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 86% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 63% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão, valor e sofisticado.

1º Nível | 86% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 63% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz.

3º Nível | 63% das respostas consideraram uma identificação de prazer com o objeto.

### 7.3.20. **Projectão N° 20 | Grelha de Análise N° 8 | Cartaz Arman**<sup>716</sup>

O cartaz de Arman foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de dois minutos e vinte e quatro segundos no Porto, e um minuto e trinta e seis segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, para os dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>717</sup>

Cor | 67% das respostas consideraram a cor vermelho e a cor azul predominante.

Forma | 50% das respostas consideraram as formas orgânicas predominantes.

Direcção do olhar | 83% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 83% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 100% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

---

<sup>716</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 20

<sup>717</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 20 Porto

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 83% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 67% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 33% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão, inovação e provocador.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz. 50% das respostas consideraram indiferença ao cartaz.

3º Nível | 50% das respostas consideraram indiferença ao objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>718</sup>

Cor | 63% das respostas consideraram a cor azul predominante. 38% das respostas consideraram a cor azul predominante.

Forma | 38% das respostas consideraram a forma do retângulo predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar centrado.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 38% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 25% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado.

Tipografia | 86% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 75% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 86% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de energia. 38% das respostas conotaram o cartaz como forte e horror.

1º Nível | 63% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

3º Nível | 38% das respostas consideraram não gostar do objeto, com uma associação a feio.

---

<sup>718</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 20 Lisboa

### 7.3.2.1. Projecção Nº 21 | Grelha de Análise Nº 29 | Cartaz Luc Tuymans/M. Balka<sup>719</sup>

O cartaz de Luc Tuymans/M. Balka foi projetado três vezes: uma primeira projeção no grupo de foco do pré-teste, uma segunda projeção para o grupo do Porto e uma última para o grupo de Lisboa. Assim, o tempo médio de resposta ao toolkit, para o sétimo cartaz projectado (no pré-teste), foi de um minuto e catorze segundos, seguindo-se dois minutos e onze segundos como tempo médio de resposta no Porto, e um minuto e cinquenta e dois segundos no grupo de Lisboa. Em seguida apresentam-se os resultados obtidos no toolkit, para os grupos de foco do Pré-Teste, do Porto e de Lisboa.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Pré-Teste<sup>720</sup>

Cor | 43% das respostas consideraram a cor branco como predominante.

Forma | 57% das respostas consideraram para a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 71% das respostas indicaram a direcção do olhar vertical.

Luz – 57% das respostas consideraram o cartaz luminoso.

Sentidos | 71% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 86% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 71% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter estático. 43% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 43% das respostas associaram o cartaz à conotação de prisão.

1º Nível | 43% das respostas consideraram uma apreciação negativa pelo cartaz.

2º Nível | 29% das respostas consideraram indiferença pelo cartaz. 29% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz. 29% das respostas consideraram uma reação negativa pelo cartaz.

3º Nível | 29% das respostas consideraram a reflexão de não gostar do cartaz e consideraram o objeto feio.

---

<sup>719</sup> Ver: Anexo 6 Resultados do Cartaz 7, e Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 21

<sup>720</sup> Ver: Anexo 6 | Cartaz 7 Pré-Teste

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>721</sup>

Cor | 50% das respostas consideraram a cor branco como predominante.

Forma | 50% das respostas consideraram para a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 67% das respostas indicaram a direcção do olhar vertical.

Luz – 67% das respostas consideraram o cartaz luminoso.

Sentidos | 50% das respostas consideraram o sentido do tacto como estímulo.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 83% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter estático. 67% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 83% das respostas associaram o cartaz à conotação de prisão e de expressão. 33% das respostas conotaram o cartaz com o conceito de submisso.

1º Nível | 83% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

2º Nível | 67% das respostas consideraram uma reacção positiva ao cartaz.

3º Nível | 33% das respostas consideraram o prazer despoletado pelo objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>722</sup>

Cor | 63% das respostas consideraram a cor cinzento como predominante.

Forma | 75% das respostas consideraram para a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 63% das respostas indicaram a direcção do olhar vertical.

Luz – 75% das respostas consideraram o cartaz luminoso.

Sentidos | 50% das respostas consideraram o sentido do tacto como estímulo.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 86% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter estático. 75% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

---

<sup>721</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 21 Porto

<sup>722</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 21 Lisboa

Conceitos | 86% das respostas associaram o cartaz à conotação de prisão. 50% das respostas conotaram o cartaz com o conceito de expressão. 38% das respostas associaram ao conceito de forte.

1º Nível | 100% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

2º Nível | 75% das respostas consideraram uma reação positiva ao cartaz.

3º Nível | 50% das respostas consideraram que gostam mas não associam a boas memórias.

### 7.3.22. **Projeção N° 22 | Grelha de Análise N° 11 | Cartaz Arte em Berlim Séc. XX**<sup>723</sup>

O cartaz da Arte em Berlim no Século XX foi projetado três vezes: uma primeira projeção no grupo de foco do pré-teste, uma segunda projeção para o grupo do Porto e uma última para o grupo de Lisboa. Assim, o tempo médio de resposta ao toolkit, para o oitavo cartaz projectado (no pré-teste), foi de um minuto e trinta e sete segundos, seguindo-se um minuto e quarenta e nove segundos como tempo médio de resposta no Porto, e um minuto e vinte e nove segundos no grupo de Lisboa. Em seguida apresentam-se os resultados obtidos no toolkit, para os grupos de foco do Pré-Teste, do Porto e de Lisboa.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Pré-Teste<sup>724</sup>

Cor | 86% das respostas consideraram a cor vermelho predominante.

Forma | 29% das respostas consideraram para a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 43% das respostas indicaram a direcção do olhar aleatório.

Luz – 71% das respostas consideraram o cartaz luminoso.

Sentidos | 57% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 71% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter estático. 71% das respostas caracterizaram o desenho da letra como forte.

Conceitos | 71% das respostas associaram o cartaz à conotação de forte.

---

<sup>723</sup> Ver: Anexo 6 | Resultados do Cartaz 8, e Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 22

<sup>724</sup> Ver: Anexo 6 | Cartaz 8 Pré-Teste



1º Nível | 86% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

2º Nível | 71% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

3º Nível | 86% das respostas consideraram o prazer em relação ao objecto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>725</sup>

Cor | 83% das respostas consideraram a cor vermelho predominante.

Forma | 33% das respostas consideraram para a forma do quadrado predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas indicaram a direcção do olhar centrado.

Luz – 83% das respostas consideraram o cartaz luminoso.

Sentidos | 83% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 83% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter estático. 100% das respostas caracterizaram o desenho da letra como forte.

Conceitos | 83% das respostas associaram o cartaz à conotação de energia.

1º Nível | 100% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

2º Nível | 100% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

3º Nível | 33% das respostas consideraram o prazer em relação ao objecto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>726</sup>

Cor | 100% das respostas consideraram a cor vermelho predominante.

Forma | 75% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas indicaram a direcção do olhar aleatório.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 75% das respostas consideraram a audição um sentido estimulado.

---

<sup>725</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 22 Porto

<sup>726</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 22 Lisboa

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 50% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter estático e 50% considerou em movimento. 86% das respostas caracterizaram o desenho da letra como forte.

Conceitos | 86% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte e de energia. 50% das respostas associaram ao conceito de expressão.

1º Nível | 100% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

2º Nível | 86% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

3º Nível | 38% das respostas consideraram gostar do objecto e invocar boas memórias.

### 7.3.23. **Projectão N° 23 | Grelha de Análise N° 4 | Cartaz Ana Vieira**<sup>727</sup>

O cartaz de Ana Vieira foi projetado três vezes: uma primeira projeção no grupo de foco do pré-teste, uma segunda projeção para o grupo do Porto e uma última para o grupo de Lisboa. Assim, o tempo médio de resposta ao toolkit, para o nono cartaz projectado (no pré-teste), foi de um minuto e trinta e cinco segundos, seguindo-se dois minutos e vinte segundos como tempo médio de resposta no Porto, e um minuto e quarenta e nove segundos no grupo de Lisboa.

Apresentam-se seguidamente os resultados obtidos no toolkit, para os grupos de foco do Pré-Teste, do Porto e de Lisboa.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Pré-Teste<sup>728</sup>

Cor | 71% das respostas consideraram a cor amarelo predominante.

Forma | 57% das respostas consideraram para a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 57% das respostas indicaram a direcção do olhar horizontal.

Luz – 57% das respostas consideraram o cartaz luminoso.

Sentidos | 57% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

---

<sup>727</sup> Ver: Anexo 6 | Resultados do Cartaz 9, e Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 23

<sup>728</sup> Ver: Anexo 6 | Cartaz 9 Pré-Teste

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 71% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter estático. 57% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 43% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão. 29% das respostas associaram ao conceito de equilíbrio.

1º Nível | 57% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

2º Nível | 43% das respostas consideraram uma reação positiva ao cartaz.

3º Nível | 43% das respostas consideraram o prazer em relação ao objecto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>729</sup>

Cor | 67% das respostas consideraram a cor amarelo predominante.

Forma | 50% das respostas consideraram para a forma do quadrado predominante.

Direcção do olhar | 33% das respostas indicaram a direcção do olhar vertical e centrado.

Luz – 67% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 100% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 83% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter estático. 67% das respostas caracterizaram o desenho da letra como forte.

Conceitos | 67% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte. 50% das respostas associaram ao conceito de energia e expressão.

1º Nível | 83% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

2º Nível | 67% das respostas consideraram uma reação positiva ao cartaz.

3º Nível | 50% das respostas consideraram que gostam mas não associam a boas memórias.

---

<sup>729</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 23 Porto

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>730</sup>

Cor | 50% das respostas consideraram a cor amarelo e azul predominante.

Forma | 86% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas indicaram a direcção do olhar horizontal.

Luz – 75% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 63% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 86% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter estático. 75% das respostas caracterizaram o desenho da letra como forte.

Conceitos | 63% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão e forte. 50% das respostas associaram ao conceito de energia.

1º Nível | 63% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reacção positiva ao cartaz.

3º Nível | 25% das respostas consideraram o prazer em relação ao objecto.

#### 7.3.24. **Projecção N° 24 | Grelha de Análise N° 30 | Cartaz Mario Merz<sup>731</sup>**

O cartaz de Mario Merz foi projetado três vezes: uma primeira projecção no grupo de foco do pré-teste, uma segunda projecção para o grupo do Porto e uma última para o grupo de Lisboa.

Assim, o tempo médio de resposta ao toolkit, para o décimo cartaz projectado (no pré-teste), foi de um minuto e trinta e oito segundos, seguindo-se dois minutos e oito segundos como tempo médio de resposta no Porto, e um minuto e cinquenta e um segundos no grupo de Lisboa.

Apresentam-se seguidamente os resultados obtidos no toolkit, para os grupos de foco do Pré-Teste, do Porto e de Lisboa.

---

<sup>730</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 23 Lisboa

<sup>731</sup> Ver: Anexo 6 | Resultados do Cartaz 10, e Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 24

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Pré-Teste<sup>732</sup>

Cor | 43% das respostas consideraram a cor azul e o cinzento predominante.

Forma | 43% das respostas consideraram a forma orgânica e figurativa predominante.

Direcção do olhar | 43% das respostas indicaram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 29% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 29% das respostas consideraram no sentido do tacto um estímulo.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 71% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter estático. 57% das respostas caracterizaram o desenho da letra como forte.

Conceitos | 29% das respostas associaram o cartaz ao conceito de energia, provocador, simples e sofisticado.

1º Nível | 100% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

2º Nível | 43% das respostas consideraram uma reacção positiva ao cartaz.

3º Nível | 43% das respostas consideraram o prazer em relação ao objecto. 29% das respostas consideraram uma associação positiva a saudade e a boas memórias.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>733</sup>

Cor | 50% das respostas consideraram a cor azul predominante.

Forma | 83% das respostas consideraram a forma orgânica predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas indicaram a direcção do olhar vertical e centrado predominante.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 100% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

---

<sup>732</sup> Ver: Anexo 6 | Cartaz 10 Pré-Teste

<sup>733</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 24 Porto

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 83% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter estático. 83% das respostas caracterizaram o desenho da letra como forte.

Conceitos | 67% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte. 50% das respostas conotaram o cartaz a energia. 33% das respostas associaram a horror e a sofisticado.

1º Nível | 83% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

2º Nível | 83% das respostas consideraram uma reação positiva ao cartaz.

3º Nível | 50% das respostas consideraram gostar do objecto mas não associam a boas memórias.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>734</sup>

Cor | 86% das respostas consideraram a cor azul predominante.

Forma | 50% das respostas consideraram a forma orgânica predominante.

Direcção do olhar | 86% das respostas indicaram o olhar centrado predominante.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 63% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 38% das respostas consideraram o sentido da audição.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 86% das respostas consideraram o significado tipográfico com carácter estático. 75% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 75% das respostas associaram ao conceito tecnológico. 63% das respostas associaram o cartaz ao conceito de energia. 50% das respostas conotaram o cartaz ao conceito de forte. 38% das respostas associaram a provocador.

1º Nível | 86% das respostas consideraram uma apreciação positiva pelo cartaz.

2º Nível | 63% das respostas consideraram uma reação positiva ao cartaz.

3º Nível | 50% das respostas consideraram gostar do objecto mas não associaram a boas memórias.

---

<sup>734</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 24 Lisboa

### 7.3.25. Projecção Nº 25 | Grelha de Análise Nº 6 | Cartaz António Areal<sup>735</sup>

O cartaz de António Areal foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de um minuto e trinta e três segundos no Porto, e um minuto e trinta segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, para os dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>736</sup>

Cor | 83% das respostas consideraram a cor preto predominante.

Forma | 33% das respostas consideraram a forma quadrado e rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 83% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 100% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 67% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 100% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 67% das respostas associaram o cartaz ao conceito de equilíbrio. 33% das respostas associaram ao conceito de tecnológico e sofisticado.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz. 50% das respostas consideraram indiferença ao cartaz.

2º Nível | 67% das respostas consideraram uma reacção de indiferença pelo cartaz.

3º Nível | 67% das respostas consideraram indiferença ao objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>737</sup>

Cor | 75% das respostas consideraram a cor amarelo e o preto predominante.

---

<sup>735</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 25

<sup>736</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 25 Porto

<sup>737</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 25 Lisboa

Forma | 63% das respostas consideraram a forma quadrado predominante.

Direcção do olhar | 75% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 86% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 50% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado.

Tipografia | 63% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 75% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 50% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 63% das respostas associaram o cartaz ao conceito de fantasia. 38% das respostas associaram ao conceito de energia. 25% das respostas associaram ao conceito de vazio, artificial, provocador e valor.

1º Nível | 75% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 75% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz.

3º Nível | 38% das respostas consideraram que gostam mas não associam a boas memórias. 25% das respostas identifica o prazer e a as boas memórias ao objeto.

### 7.3.26. **Projectão Nº 26 | Grelha de Análise Nº 9 | Cartaz Arpad Szenes**<sup>738</sup>

O cartaz de Arpad Szenes foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de um minuto e trinta e cinco segundos no Porto, e um minuto e quarenta e oito segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, nos dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>739</sup>

Cor | 50% das respostas consideraram a cor branco predominante. 33% das respostas consideraram o cinzento e 'outra' cor predominante.

Forma | 67% das respostas consideraram a forma orgânica predominante.

Direcção do olhar | 67% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 67% das respostas consideraram o cartaz claro.

---

<sup>738</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 26

<sup>739</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 26 Porto



Sentidos | 100% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 83% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 67% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples e 50% como feminino.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de sublime, expressivo e simples. 33% das respostas conotaram o cartaz como funcional, íntimo e com energia.

1º Nível | 83% das respostas consideraram indiferença ao cartaz.

2º Nível | 67% das respostas consideraram uma reação de indiferença pelo cartaz.

3º Nível | 67% das respostas consideraram indiferença ao objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>740</sup>

Cor | 75% das respostas consideraram a cor branco e o azul predominante.

Forma | 75% das respostas consideraram a forma orgânica predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar aleatório. 38% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 86% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 86% das respostas consideraram o sentido da audição estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 50% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 75% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão, prazer, simples, íntimo e sofisticado. 25% considerou equilíbrio e sublime.

1º Nível | 100% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 100% das respostas consideraram uma reação de positiva pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas consideraram o prazer e as boas memórias ao objeto.

---

<sup>740</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 26 Lisboa

### 7.3.27. Projecção N° 27 | Grelha de Análise N° 40 | Cartaz Vieira da Silva<sup>741</sup>

O cartaz de Vieira da Silva foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de um minuto e vinte e quatro segundos no Porto, e dois minutos e dois segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, nos dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>742</sup>

Cor | 83% das respostas consideraram a cor azul predominante.

Forma | 67% das respostas consideraram a forma orgânica predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar centrado.

Luz – 83% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 83% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 67% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 50% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão e sublime. 33% das respostas conotaram o cartaz com energia, forte e equilíbrio.

1º Nível | 67% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 67% das respostas consideraram uma reacção de positiva pelo cartaz.

3º Nível | 33% das respostas consideraram o prazer e as boas memórias ao objeto. 33% das respostas consideraram a indiferença.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>743</sup>

Cor | 100% das respostas consideraram a cor azul predominante.

---

<sup>741</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 27

<sup>742</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 27 Porto

<sup>743</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 27 Lisboa

Forma | 63% das respostas consideraram a forma orgânica predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 50% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado. 38% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 75% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 75% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão. 38% das respostas conotaram o cartaz com fantasia e energia. 25% das respostas associaram o cartaz ao conceito de equilíbrio, forte, prazer e poder.

1º Nível | 100% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 86% das respostas consideraram uma reacção de positiva pelo cartaz.

3º Nível | 63% das respostas consideraram o prazer e as boas memórias ao objeto.

### 7.3.28. **Projectção Nº 28 | Grelha de Análise Nº 14 | Cartaz Costa Pinheiro**<sup>744</sup>

O cartaz de Costa Pinheiro foi projetado nos grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de um minuto e cinquenta e quatro segundos, no Porto, e um minuto e cinquenta segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, nos dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>745</sup>

Cor | 67% das respostas consideraram a cor branco predominante. 50% das respostas consideraram a cor preto predominante.

Forma | 67% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 33% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical e centrado como predominante.

---

<sup>744</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 28

<sup>745</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 28 Porto

Luz – 83% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 83% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 83% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 100% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 83% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 67% das respostas associaram o cartaz ao conceito de energia, expressão, forte e fantasia. 50% das respostas conotaram o cartaz como provocador. 33% das respostas associaram o cartaz a alegria, poder, inovação e sofisticado.

1º Nível | 83% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 67% das respostas consideraram uma reação de positiva pelo cartaz.

3º Nível | 67% das respostas consideraram o prazer com o objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>746</sup>

Cor | 75% das respostas consideraram a cor branco predominante. 63% das respostas consideraram a cor preto predominante.

Forma | 86% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 38% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 86% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 63% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 63% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 63% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 50% das respostas caracterizaram o desenho da letra como arrojado.

Conceitos | 63% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão. 50% das respostas conotaram o cartaz ao conceito de forte e de fantasia. 38% das respostas associaram o cartaz a provocador.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz. 50% das respostas consideraram uma apreciação negativa ao cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reação de positiva pelo cartaz.

---

<sup>746</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 28 Lisboa

3º Nível | 25% das respostas consideraram gostar mas não associam a boas memórias. 25% das respostas consideraram feio a identificação com o objeto.

### 7.3.29. **Projecção N° 29 | Grelha de Análise N° 27 | Cartaz José de Guimarães<sup>747</sup>**

O cartaz de José de Guimarães foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de um minuto e quarenta e um segundos no Porto, e um minuto e trinta segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, nos dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>748</sup>

Cor | 67% das respostas consideraram a cor preto predominante. 50% das respostas consideraram a cor vermelho predominante.

Forma | 67% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar centrado.

Luz – 67% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 67% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 100% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 67% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 67% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte, 33% das respostas associaram o cartaz a fantasia, expressão e equilíbrio.

1º Nível | 83% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 83% das respostas consideraram uma reacção de positiva pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas consideraram gostar mas não associam a boas memórias o objeto.

---

<sup>747</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 29

<sup>748</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 29 Porto

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>749</sup>

Cor | 75% das respostas consideraram a cor vermelho e o preto predominante.

Forma | 75% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 63% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 50% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 86% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 75% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 75% das respostas associaram o cartaz ao conceito de energia. 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de simples. 25% das respostas conotaram como fantasia, vazio e forte.

1º Nível | 75% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 38% das respostas consideraram uma reacção de positiva pelo cartaz. 38% das respostas consideraram indiferença pelo cartaz.

3º Nível | 38% das respostas consideraram gostar mas não associam a boas memórias o objeto.

### 7.3.30. **Projectão N° 30 | Grelha de Análise N° 12 \_ Cartaz \_ Claes Oldenburg<sup>750</sup>**

O cartaz de Claes Oldenburg foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de um minuto e trinta e oito segundos no Porto, e um minuto e trinta e cinco segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, nos dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>751</sup>

Cor | 67% das respostas consideraram a cor vermelho e o verde predominante.

---

<sup>749</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 29 Lisboa

<sup>750</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 30

<sup>751</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 30 Porto

Forma | 50% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar diagonal.

Luz – 67% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 50% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado. 33% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 67% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 100% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 67% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte. 50% das respostas associaram o cartaz a funcional, equilíbrio e energia.

1º Nível | 83% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 100% das respostas consideraram uma reacção de positiva pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas consideraram o prazer e as boas memórias ao objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>752</sup>

Cor | 50% das respostas consideraram a cor vermelho e o verde predominante.

Forma | 63% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 38% das respostas consideraram a direcção do olhar diagonal, vertical e centrado como predominante.

Luz – 63% das respostas consideraram o cartaz escuro. 50% considerou claro.

Sentidos | 86% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 86% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 86% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 63% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte. 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de energia, funcional e inovador. 25% das respostas associaram o cartaz a provocador, valor, alegria e prazer.

1º Nível | 75% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

---

<sup>752</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 30 Lisboa

2º Nível | 75% das respostas consideraram uma reação de positiva pelo cartaz.

3º Nível | 38% das respostas consideraram o prazer e as boas memórias ao objeto.  
38% das respostas consideraram a indiferença ao objeto.

### 7.3.31. **Projecção N° 31 | Grelha de Análise N° 34 | Cartaz Picasso**<sup>753</sup>

O cartaz de Picasso foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de um minuto e cinquenta segundos no Porto, e um minuto e cinquenta e dois segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, nos dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>754</sup>

Cor | 50% das respostas consideraram a cor 'outra' predominante.

Forma | 67% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 67% das respostas consideraram a direcção do olhar centrado.

Luz – 50% das respostas consideraram o cartaz claro e 50% considerou escuro.

Sentidos | 67% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 83% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 67% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 83% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão e forte. 33% das respostas associaram o cartaz a fantasia, simples, prazer e poder.

1º Nível | 67% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 67% das respostas consideraram uma reação de positiva pelo cartaz.

3º Nível | 33% das respostas consideraram o prazer em relação ao objeto.

---

<sup>753</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 31

<sup>754</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 31 Porto



- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>755</sup>

Cor | 75% das respostas consideraram a cor 'outra' predominante.

Forma | 75% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 75% das respostas consideraram o sentido da audição estimulado.

Tipografia | 63% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 75% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 38% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 75% das respostas associaram o cartaz ao conceito de energia. 63% das respostas associaram o cartaz a provocador e forte. 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de poder.

1º Nível | 75% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 75% das respostas consideraram uma reacção de positiva pelo cartaz.

3º Nível | 38% das respostas consideraram gostar mas não associam a boas memórias, o objeto.

### 7.3.32. Projecção N° 32 | Grelha de Análise N° 5 | Cartaz Antoni Tàpies<sup>756</sup>

O cartaz de Antoni Tàpies foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de dois minutos e cinco segundos no Porto, e um minuto e quarenta segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, nos dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>757</sup>

Cor | 67% das respostas consideraram a cor amarelo predominante.

---

<sup>755</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 31 Lisboa

<sup>756</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 32

<sup>757</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 32 Porto

Forma | 67% das respostas consideraram a forma do quadrado predominante.

Direcção do olhar | 33% das respostas consideraram a direcção do olhar centrado, vertical e aleatório como predominante.

Luz – 83% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 67% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 67% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura ilegível. 67% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 100% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 67% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão. 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de equilíbrio. 33% das respostas associaram o cartaz ao conceito de simples e rebelde.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma apreciação negativa ao cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reacção de indiferença pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas consideraram a indiferença em relação à identificação com o objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>758</sup>

Cor | 63% das respostas consideraram 'outra' cor predominante.

Forma | 50% das respostas consideraram a forma do quadrado predominante.

Direcção do olhar | 38% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical e aleatório como predominante.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 63% das respostas consideraram o sentido do tacto estimulado.

Tipografia | 50% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura ilegível e 50% considerou legível. 86% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 75% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de energia. 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de vazio e de expressão. 25% das respostas associaram o cartaz ao conceito de simples.

---

<sup>758</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 32 Lisboa

1º Nível | 63% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas consideraram o prazer numa identificação com o objeto.

### 7.3.33. **Projecção N° 33 | Grelha de Análise N° 22 | Cartaz Helena Almeida**<sup>759</sup>

O cartaz de Helena Almeida foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de dois minutos e treze segundos no Porto, e dois minutos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, nos dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>760</sup>

Cor | 67% das respostas consideraram a cor vermelho predominante.

Forma | 100% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 50% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 67% das respostas consideraram o tacto um sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 100% das respostas consideraram o significado tipográfico dinâmico. 33% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples e forte.

Conceitos | 67% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte. 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão e de provocador. 33% das respostas associaram o cartaz ao conceito de energia e horror.

1º Nível | 83% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 67% das respostas consideraram uma reação de positiva pelo cartaz.

---

<sup>759</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 33

<sup>760</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 33 Porto

3º Nível | 33% das respostas consideraram que gostam mas não associam a boas memórias. 33% das respostas consideraram a indiferença em relação à identificação com o objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>761</sup>

Cor | 100% das respostas consideraram a cor vermelho predominante. 63% das respostas consideraram a cor preto predominante.

Forma | 86% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 86% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 75% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 86% das respostas consideraram o tacto um sentido estimulado.

Tipografia | 63% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 50% das respostas consideraram o significado tipográfico estático e 50% considerou dinâmico. 50% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples e forte.

Conceitos | 86% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte e provocador. 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão. 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de horror. 25% das respostas conotaram ao conceito de energia e valor.

1º Nível | 63% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reacção de positiva pelo cartaz.

3º Nível | 38% das respostas consideraram o prazer em relação à identificação com o objeto.

### 7.3.34. **Projecção N° 34 | Grelha de Análise N° 18 | Cartaz Estética Contemporânea**<sup>762</sup>

O cartaz de Estética Contemporânea foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de dois

---

<sup>761</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 33 Lisboa

<sup>762</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 34

minutos e oito segundos no Porto, e um minuto e quarenta e dois segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, nos dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>763</sup>

Cor | 50% das respostas consideraram a cor vermelho predominante.

Forma | 50% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 67% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 67% das respostas não consideraram nenhum um sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 83% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 100% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 100% das respostas associaram o cartaz ao conceito de energia. 67% das respostas associaram o cartaz ao conceito de fantasia. 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão.

1º Nível | 83% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 67% das respostas consideraram uma reacção de positiva pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas consideraram que gostam mas não associam a boas memórias.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>764</sup>

Cor | 63% das respostas consideraram a cor branco e 'outra' predominante.

Forma | 63% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 63% das respostas consideraram a direcção do olhar aleatório.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz claro.

---

<sup>763</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 34 Porto

<sup>764</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 34 Lisboa

Sentidos | 63% das respostas consideraram o tacto um sentido estimulado.

Tipografia | 63% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível e 63% ilegível. 63% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 75% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 75% das respostas associaram o cartaz ao conceito de energia. 63% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte. 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de rebelde. 25% conotaram a artificial, expressão e prazer.

1º Nível | 63% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 86% das respostas consideraram uma reação de positiva pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas consideraram o prazer na identificação com o objeto.

### 7.3.35. **Projectão N° 35 | Grelha de Análise N° 7 | Cartaz Arca de Noé<sup>765</sup>**

O cartaz da exposição Arca de Noé foi projetado nos grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de um minuto e cinquenta e cinco segundos no Porto, e um minuto e trinta e cinco segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, nos dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>766</sup>

Cor | 33% das respostas consideraram a cor branco e cinzento predominante.

Forma | 33% das respostas consideraram a forma do quadrado, do rectângulo e figurativa predominante.

Direcção do olhar | 33% das respostas consideraram a direcção do olhar horizontal, centrado e aleatório.

Luz – 67% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 50% das respostas não consideraram nenhum um sentido estimulado.

---

<sup>765</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 35

<sup>766</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 35 Porto

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 83% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 83% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 33% das respostas associaram o cartaz ao conceito de funcional, forte, sublime, expressão e equilíbrio.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reação de positiva pelo cartaz.

3º Nível | 33% das respostas consideraram que gostam mas não associam a boas memórias. 33% das respostas considerou indiferença na identificação com o objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>767</sup>

Cor | 75% das respostas consideraram a cor preto predominante. 50% consideraram a cor branco predominante.

Forma | 75% das respostas consideraram a forma do rectângulo predominante.

Direcção do olhar | 38% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 75% das respostas não consideraram nenhum um sentido estimulado.

Tipografia | 63% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 100% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 63% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de simples e vazio. 25% conotaram ao conceito de provocador e forte.

1º Nível | 38% das respostas consideraram uma apreciação negativa ao cartaz. 38% das respostas consideraram indiferença ao cartaz.

2º Nível | 63% das respostas consideraram uma reação de indiferença pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas considerou indiferença na identificação com o objeto.

---

<sup>767</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 35 Lisboa

### 7.3.36. Projecção Nº 36 | Grelha de Análise Nº 2 | Cartaz Alberto Carneiro<sup>768</sup>

O cartaz da exposição de Alberto foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de um minuto e quarenta segundos no Porto, e um minuto e vinte e cinco segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, nos dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>769</sup>

Cor | 100% das respostas consideraram 'outra' cor predominante.

Forma | 83% das respostas consideraram a forma orgânica predominante.

Direcção do olhar | 67% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 67% das respostas consideraram o tacto um sentido estimulado.

Tipografia | 83% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 100% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 83% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 67% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte. 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de equilíbrio. 33% conotaram o cartaz de íntimo, provocador, funcional e vazio.

1º Nível | 67% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 83% das respostas consideraram uma reacção de positiva pelo cartaz.

3º Nível | 33% das respostas consideraram o prazer numa identificação com o objeto. 33% das respostas considerou indiferença na identificação com o objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>770</sup>

Cor | 100% das respostas consideraram 'outra' cor predominante.

---

<sup>768</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 36

<sup>769</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 36 Porto

<sup>770</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 36 Lisboa



Forma | 50% das respostas consideraram a forma orgânica e figurativa predominante.

Direcção do olhar | 86% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 63% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 86% das respostas consideraram o tacto um sentido estimulado. 75% das respostas consideraram o olfato um sentido estimulado.

Tipografia | 86% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 86% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 86% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de simples. 38% das respostas associaram o cartaz ao conceito de forte. 25% associaram a equilíbrio, expressão, prazer e artificial.

1º Nível | 86% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 63% das respostas consideraram uma reacção de positiva pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas considerou indiferença na identificação com o objeto. 38% das respostas consideraram o prazer na identificação com o objeto.

### 7.3.37. **Projectão N° 37 | Grelha de Análise N° 33 | Cartaz Neal Slavin<sup>771</sup>**

O cartaz de Neal Slavin foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de um minuto e cinquenta segundos no Porto, e um minuto e vinte e sete segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, nos dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>772</sup>

Cor | 83% das respostas consideraram a cor cinzento predominante.

Forma | 67% das respostas consideraram a forma do círculo predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

---

<sup>771</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 37

<sup>772</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 37 Porto

Sentidos | 50% das respostas consideraram o tacto um sentido estimulado. 50% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 83% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 67% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 67% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 83% das respostas associaram o cartaz ao conceito de prisão. 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão. 33% conotaram o cartaz de provocador, íntimo e vazio.

1º Nível | 67% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reação de indiferença pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas considerou indiferença na identificação com o objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>773</sup>

Cor | 75% das respostas consideraram a cor cinzento predominante.

Forma | 75% das respostas consideraram a forma do círculo predominante.

Direcção do olhar | 63% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 75% das respostas consideraram o tacto um sentido estimulado. 63% das respostas consideraram a audição um sentido estimulado.

Tipografia | 86% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 75% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 63% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz aos conceitos de prisão e de forte. 38% conotaram o cartaz com o conceito de poder e de sofisticado. 25% das respostas associaram ainda o cartaz ao conceito de íntimo e de expressão.

1º Nível | 38% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz. 38% das respostas consideraram uma apreciação negativa ao cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reação de indiferença pelo cartaz. 38% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

---

<sup>773</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 37 Lisboa

3º Nível | 38% das respostas considerou o desprazer na identificação com o objeto.

### 7.3.38. Projecção N° 38 | Grelha de Análise N° 3 | Cartaz Álvaro Lapa<sup>774</sup>

O cartaz de Álvaro Lapa foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de um minuto e vinte e quatro segundos no Porto, e um minuto e quarenta segundos em Lisboa.

Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, nos dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>775</sup>

Cor | 83% das respostas consideraram a cor azul predominante.

Forma | 33% das respostas consideraram a forma orgânica e figurativa predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar centrado.

Luz – 83% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 100% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 50% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível e 50% considerou ilegível. 83% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 100% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 67% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão. 33% conotaram o cartaz de desejo, simples e vazio.

1º Nível | 67% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 67% das respostas consideraram uma reacção de indiferença pelo cartaz.

3º Nível | 67% das respostas considerou indiferença na identificação com o objeto.

---

<sup>774</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 38

<sup>775</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 38 Porto

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>776</sup>

Cor | 75% das respostas consideraram a cor amarelo predominante.

Forma | 63% das respostas consideraram a forma orgânica predominante.

Direcção do olhar | 63% das respostas consideraram a direcção do olhar aleatório.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz escuro.

Sentidos | 63% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 75% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura ilegível. 63% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 86% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 50% das respostas associaram o cartaz ao conceito de fantasia. 38% conotaram o cartaz de íntimo, sofisticado e simples.

1º Nível | 63% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 63% das respostas consideraram uma reacção de indiferença pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas considerou indiferença na identificação com o objeto.

### 7.3.39. Projecção N° 39 | Grelha de Análise N° 21 | Cartaz Hannah Hoch<sup>777</sup>

O cartaz de Hannah Hoch foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de um minuto e cinquenta e três segundos no Porto, e um minuto e quarenta e oito segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, nos dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>778</sup>

Cor | 67% das respostas consideraram a cor branco predominante.

Forma | 83% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

---

<sup>776</sup> Ver: Anexo 8 | cartaz 38 Lisboa

<sup>777</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 39

<sup>778</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 39 Porto

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 67% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 100% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 67% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 67% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão e rebelde. 50% conotaram o cartaz de energia, alegria e provocador. 33% das respostas associaram a desejo e fantasia.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 50% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz.

3º Nível | 33% das respostas considerou o prazer e as boas memórias na identificação com o objeto. 33% considerou a indiferença na identificação com o objeto.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>779</sup>

Cor | 75% das respostas consideraram a cor branco predominante.

Forma | 75% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 63% das respostas consideraram a direcção do olhar vertical.

Luz – 100% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 86% das respostas consideraram o tacto um sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 75% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 50% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 63% das respostas associaram o cartaz ao conceito de alegria. 50% conotaram o cartaz ao conceito de energia. 38% das respostas associaram o cartaz a fantasia, expressão, provocador, desejo e forte.

1º Nível | 75% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

---

<sup>779</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 39 Lisboa

2º Nível | 86% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

3º Nível | 63% das respostas considerou o prazer na identificação com o objeto.

#### 7.3.40. **Projectão Nº 40 | Grelha de Análise Nº 10 | Cartaz Arte Contemporânea**<sup>780</sup>

O cartaz Arte Contemporânea foi projetado para os grupos de foco do Porto e de Lisboa. Os tempos médios de resposta no toolkit, foram de um minuto e trinta e oito segundos no Porto, e um minuto e cinquenta e sete segundos em Lisboa. Seguem-se os resultados obtidos no toolkit, nos dois grupos.

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Porto<sup>781</sup>

Cor | 50% das respostas consideraram a cor branco e vermelho predominante.

Forma | 50% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 50% das respostas consideraram a direcção do olhar aleatório.

Luz – 83% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 67% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 83% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 83% das respostas consideraram o significado tipográfico estático. 100% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 67% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão, energia e forte. 33% das respostas associaram a funcional e rebelde.

1º Nível | 67% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 67% das respostas consideraram uma reação positiva pelo cartaz.

3º Nível | 33% das respostas considerou o prazer na identificação com o objeto.

---

<sup>780</sup> Ver: Anexo 7 e 8 | Resultados do Cartaz 40

<sup>781</sup> Ver: Anexo 7 | Cartaz 40 Porto

- Análise de resultados | Grupo de foco \_ Lisboa<sup>782</sup>

Cor | 75% das respostas consideraram a cor azul predominante. 50% das respostas consideraram a cor vermelho predominante.

Forma | 86% das respostas consideraram a forma figurativa predominante.

Direcção do olhar | 63% das respostas consideraram a direcção do olhar centrado.

Luz – 75% das respostas consideraram o cartaz claro.

Sentidos | 63% das respostas não consideraram nenhum sentido estimulado.

Tipografia | 100% das respostas consideraram o cartaz com uma leitura legível. 63% das respostas consideraram o significado tipográfico dinâmico. 75% das respostas caracterizaram o desenho da letra como simples.

Conceitos | 75% das respostas associaram o cartaz ao conceito de expressão. 38% das respostas associaram o cartaz a energia, provocador e forte.

1º Nível | 50% das respostas consideraram uma apreciação positiva ao cartaz.

2º Nível | 75% das respostas consideraram uma reacção positiva pelo cartaz.

3º Nível | 50% das respostas considerou gostar mas não associa a boas memórias uma identificação com o objeto.

#### 7.4. Síntese comparativa dos resultados obtidos nos grupos

Após uma análise dos resultados obtidos nos dois grupos de foco e em alguns casos também no grupo do pré-teste, salientam-se os seguintes aspectos: apesar do comportamento dos grupos ter sido diferente, os seus resultados foram de um modo geral idênticos, naturalmente com excepções em alguns dos campos de resposta.

No que diz respeito aos mapas de investigação, as percentagens aproximaram-se bastante, com breves excepções para alguns dos cartazes. Contudo, a sistematização dos resultados foi bastante possível, e esta síntese da recolha de dados pode ser observada no índice de mapas de investigação.<sup>783</sup>

---

<sup>782</sup> Ver: Anexo 8 | Cartaz 40 Lisboa

<sup>783</sup> Ver: Anexo 9 | Síntese de Resultados nos Mapas de Investigação: Conceitos, Cor, Forma, Luz, Direcção do Olhar, Sentidos, Tipografia e Design Emocional.

Tendo sido criada para este efeito, a síntese dos mapas permitiu uma leitura global mais eficaz ao nível da análise dos objetos em estudo.

Em síntese as respostas no mapa da cor são idênticas nos dois grupos para a cor predominante. As respostas ao nível da forma obtiveram resultados semelhantes, com excepção de alguns casos. Ao nível da direcção do olhar os resultados foram idênticos, apesar de algumas ligeiras diferenças nas percentagens obtidas. No mapa da luz obtivemos resultados praticamente iguais. Ao nível do mapa dos sentidos houve ligeiras variações, contudo, na percentagem final dos sentidos estimulados obtiveram resultados próximos. No que diz respeito à tipografia do cartaz podemos verificar uma sintonia nos grupos de respostas, o que confirma a nossa análise nos tipos de letra utilizados, ou seja com legibilidade, estático e com um desenho caracterizado pela simplicidade e força do tipo de letra utilizado na grande maioria dos cartazes em análise.

Assim, concluímos uma recolha de dados profícua que nos proporcionou uma realidade próxima do receptor da mensagem.

#### 7.5. Resultados ao nível do estímulo visual | Questionário aos grupos de foco

Após a projecção dos 40 cartazes sugerimos ao grupo do Porto e ao grupo de Lisboa o preenchimento de um breve questionário.

Este inquérito visou verificar o impacto destes objetos no observador, e constituiu-se de quatro pontos de abordagem. Em seguida apresentam-se as questões que foram colocadas a todos os participantes que quiseram responder.

[Após a visualização de todos os cartazes:

1. Sentiu um estímulo visual acrescido? (De prazer ou de saturação visual)
2. Sentiu saturação visual? (Especifique em que área ou âmbito)
3. Acredita que através deste tipo de imagem pode provocar outros sentidos?
4. Sente-se com maior predisposição a nível emocional após uma leitura visual intensa? (Mais aberto a novas experiências sensoriais e cognitivas ou pelo contrário mais cansado e irritado)]<sup>784</sup>

Seguidamente salientamos algumas das descrições que foram referidas pelos participantes, do grupo do Porto e do grupo de Lisboa, no que diz respeito à experiência realizada e às questões colocadas pelo anterior questionário.

---

<sup>784</sup> Foi desenhado um breve questionário (uma folha) para que no final da projecção de todos os cartazes, quem quisesse podia responder às quatro questões que foram colocadas. Este inquérito visava sobretudo, no âmbito do impacto visual experimentado, observar alguns registos sensoriais por parte dos observadores.



- Grupo do Porto – Síntese de respostas

Assim, para a primeira questão que foi colocada, um dos participantes descreveu: “Sim, um enorme prazer em ver toda esta mostra de material, é sempre bom ver coisas e ganhar cultura visual. Infelizmente e devido ao excesso de cor, e a constante troca claro/escuro, sinto alguma saturação visual, mas, não aos vinte cartazes”. Ainda outra descrição: “Sim, senti um estímulo visual de prazer, despertou em mim algumas memórias”.

Para a segunda questão colocada, a maioria das pessoas indicaram-nos um sentimento de saturação. Deste modo, as seguintes descrições confirmam este dado observado durante a projeção pelo investigador. Salientam-se então duas das perspectivas: “Sim, senti saturação na parte tipográfica dos cartazes” e ainda, “Sim, senti saturação. A acumulação de experiências visuais heterógeneas e algumas com pouca qualidade compositiva e com ilegibilidade provocou um certo cansaço.”

Para a terceira questão colocada, salientamos as seguintes descrições: “Sim, porque a informação visual estimula-me sempre de forma criativa.” E ainda: “Sem dúvida. O excesso de imagens ou a ausência delas influenciam todos os nossos sentidos. O mesmo acontece com a música ou o ruído. Estas experiências acontecem todos os dias no nosso quotidiano, sem que muitas vezes nos apercebamos disso.”

Para a quarta questão colocada, três pessoas descrevem: “Para mim é sempre um prazer observar, desperta em mim emoções positivas e negativas que me dão vontade de criar e trabalhar sempre mais.” Ainda outra descrição: “Sinto-me mais ‘irritada’ no momento, mas assim que o cansaço passar tenho a certeza que a minha criatividade sairá a ganhar com esta experiência”. E, por último: “Sinto-me capaz de ter mais experiências sensoriais, é sempre um prazer enorme receber estas experiências que despertam para a área criativa”.

- Grupo do Lisboa - Síntese de respostas

Das descrições que podemos sintetizar, estas indicam-nos algumas abordagens que foram salientadas pela experiência verificada nos participantes.

Deste modo, para a primeira questão, uma das pessoas descreve: “De facto após uma exposição tão grande a estímulos visuais a minha atenção a estes foi-se tomando mais selectiva de forma a não saturar o meu olhar. Vários cartazes me deram prazer e no geral todos me estimularam visualmente, positivamente e negativamente.”

Para a segunda questão, uma das pessoas indica-nos: “Por vezes senti alguma saturação quando obrigada a tirar conclusões (ao nível das emoções) das obras em tão curto espaço temporal.” E ainda a experiência de outra pessoa: “Senti alguma saturação ao observar uma série de registos estéticos repetidos ao longo de diversas temáticas. Para temáticas e técnicas bastante diferentes (no que toca ao conteúdo de cada exposição) foram utilizadas quase sempre as mesmas linguagens estéticas a nível do desenho do cartaz.”

Para a terceira questão que foi colocada, algumas das respostas foram: “Sim, claramente a exposição a este tipo de informação enriquece a nossa cultura visual e a exposição a esta invoca certas coisas do nosso subconsciente seja de forma directa ou indirecta, e daí a associação aos outros sentidos tem que ver com a memória e estímulos anteriores.” E, ainda: “Acredito, mas apenas através da obra de arte, sem o ruído da informação tipográfica, que retira parte da expressividade da obra de arte e do seu potencial em provocar outros sentidos”.

Para a quarta questão, salientamos as seguintes respostas: “Penso que esta leitura visual intensa resulta num bom exercício para introspeção e também desperta em nós algum senso crítico tendo como base a nossa cultura e sensibilidade. Mas é claro que se esta leitura for exaustiva poderá ter resultados negativos como o cansaço. Penso que esta não foi exaustiva e deixou-me com os sentidos bem despertados.” E, ainda a seguinte descrição: “Não me sinto ‘cansada’ nem ‘irritada’. Foi um prazer rever tantos cartazes que ainda guardava na memória. Talvez o efeito emocional mais marcante, no meu caso, se prenda com as minhas próprias memórias.” Uma última resposta: “Sim, os sentidos ficam mais despertados, ficam mais treinados, as emoções ficam mais à ‘flor da pele’ ”.

Após uma síntese de recolha de dados e da interpretação dos resultados obtidos, foi-nos possível concluir o sucesso da experiência efectuada e deste modo salientamos que os estímulos visuais contribuíram para a área do conhecimento visual.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | CAPÍTULO VII

GOLEMAN, Daniel, *Inteligência Emocional*, Círculo de Leitores, Lisboa, 2010

GOLEMAN, Daniel, *Inteligência Social*, Círculo de Leitores, Lisboa, 2010

DAMÁSIO, António, *O Erro de Descartes*, Círculo de Leitores, Lisboa, 2011

## CAPÍTULO VIII

### SÍNTESE DE CONCEITOS

#### 8.1. Síntese da análise dos cartazes

Após a realização de uma primeira análise dos cartazes no capítulo quinto, seguiu-se uma segunda análise, através da recolha de dados junto dos grupos de foco.

Foi neste âmbito, e após a observação dos dez mapas de investigação que julgamos pertinente um cruzamento da primeira análise com os dados recolhidos, a qual consideramos como segunda análise. Esta abordagem permitiu-nos avançar para uma terceira análise, através da qual nos foi possível uma sistematização e uma organização de dados, cujo contributo nos permitiu a confirmação do nosso estudo.

Deste modo organizamos esta síntese a partir da questão de investigação: “quais os mecanismos de design que despertam emoções no cartaz de divulgação de arte contemporânea?” Assim, iniciamos a síntese da análise gráfica pelos mecanismos de design: cor, forma, direção do olhar, luz, sentidos, tipografia e conceitos.

Após uma leitura dos mecanismo de design, prosseguimos para uma organização a partir da nossa hipótese: “existem mecanismos específicos de design emocional no cartaz de divulgação da arte contemporânea”. E neste contexto seguem-se os mecanismos de design emocional: primeiro nível de reação (visceral), segundo nível de reação (comportamental) e terceiro nível de reação emocional (reflexivo) no receptor do objeto.

#### 8.2. Terceira análise dos cartazes | Síntese de conceitos

Após um processo de observação, análise directa, recolha de dados e sistematização, podemos seguidamente apresentar de um modo analítico e sintético os dados observados pelo investigador e o seu cruzamento com os dados recolhidos pelos grupos de foco. Deste modo e tendo em consideração uma organização coerente mantivemos a ordem alfabética inicial.<sup>785</sup>

---

<sup>785</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografias dos Cartazes e Ver: Anexo 2 | Grelhas de Análise.  
Ver ainda: Anexo 9 | Síntese de Resultados nos Mapas de Investigação: Conceitos, Cor, Forma, Luz, Direção do Olhar, Sentidos, Tipografia e Design Emocional.

### 8.2.1. Cartaz de A. R. Penck<sup>786</sup>

Através do desenho do artista A. R. Penck, e que influenciou uma leitura figurativa para a forma predominante, destacou-se a cor vermelho como dominante. Em relação à orientação visual, esta foi considerada centrada e ainda aleatória pelos receptores (tendo sido considerada pelo investigador como horizontal). O cartaz considerou-se luminoso, e o tacto um dos sentidos estimulados. A tipografia caracterizou-se pela força, simplicidade e legibilidade. Os conceitos associados ao cartaz caracterizaram-no como expressivo, com energia e com força visual.

No que diz respeito à provocação de uma reação emocional no receptor, o cartaz de A. R. Penck despertou a indiferença e em simultâneo uma reação positiva. Concluímos, que se trata de um cartaz que provoca um impacto visual apelativo e deste modo desperta uma reação emocional positiva.



### 8.2.2. Cartaz de Alberto Carneiro<sup>787</sup>

A cor preto destacou-se como cor predominante pelos receptores, todavia, a forma predominante é orgânica (trancos de madeira em cor de castanho), apesar do público ter considerado o retângulo dominante (a forma geométrica na representação de um tronco de árvore). A orientação visual é vertical. O cartaz foi considerado escuro, e a audição um sentido estimulado pelo receptor. A tipografia caracterizou-se por um tipo de desenho masculino, simples e legível. Os conceitos associados ao cartaz caracterizam-no como forte e em equilíbrio.

No que diz respeito à provocação de uma reação emocional no receptor, o cartaz despertou nos dois primeiros níveis uma reação positiva e de prazer, contudo, ao nível da identificação com o objeto, o terceiro nível considerou a indiferença em relação ao cartaz.



<sup>786</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia A. R. Penck, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 1, Anexo 9 | Cartaz 1

<sup>787</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Alberto Carneiro, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 2, Anexo 9 | Cartaz 36

### 8.2.3. Cartaz de Álvaro Lapa<sup>788</sup>

Os receptores consideraram duas as cores predominantes, o azul e o amarelo. Para a forma predominante, destacou-se a orgânica, através do desenho expressivo de um crânio. Em relação à orientação visual, esta foi considerada aleatória pelos receptores, tendo sido, no entanto, considerada pelo investigador como vertical. O cartaz foi considerado escuro, e nenhum dos sentidos foi estimulado. A leitura da tipografia foi considerada ilegível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como expressivo, íntimo, simples, vazio e com fantasia.



No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, este cartaz despertou uma reação positiva para o primeiro nível, no entanto, para os dois últimos momentos foi considerado com indiferença pelos receptores. Concluimos que se trata de um cartaz que causou um primeiro impacto visual de prazer, contudo, não despertou uma reação emocional significativa.

### 8.2.4. Cartaz de Ana Vieira<sup>789</sup>

A cor amarelo considera-se a cor predominante e o retângulo a forma dominante. Os receptores e o investigador consideraram uma direção do olhar na horizontal. O cartaz foi no entanto, considerado escuro, pelos receptores, e nenhum dos sentidos foi estimulado. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como forte. Os conceitos associados ao cartaz conotaram-no como expressivo, com energia, forte e em equilíbrio.



No que diz respeito a uma reação emocional, este cartaz despertou uma reação positiva e ainda uma associação a boas memórias, o que demonstra uma coerência para todos os níveis de resposta. Concluimos que se trata de um cartaz que provoca no observador um impacto visual estimulante e uma reação emotiva agradável.

<sup>788</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Álvaro Lapa, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 3, Anexo 9 | Cartaz 38

<sup>789</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Ana Vieira, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 4, Anexo 9 | Cartaz 23

### 8.2.5. Cartaz de Antoni Tàpies<sup>790</sup>

A cor amarelo foi considerada predominante, e o quadrado a forma dominante. A direção do olhar foi considerada na vertical e ainda aleatória, pelos receptores, todavia o investigador considerou-a como vertical. O cartaz considera-se escuro. No que diz respeito à provocação dos sentidos, metade da percentagem dos receptores consideraram o tacto um sentido estimulado, e a outra metade não considerou nenhum dos sentidos estimulado. A tipografia foi considerada ilegível e o tipo de letra foi caracterizado como estático e simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como expressivo, simples, vazio e em equilíbrio.



No que diz respeito a uma resposta emocional, este cartaz demonstrou uma certa ambiguidade. Apesar de despertar, num primeiro momento, uma reação positiva, provocou a indiferença nos dois momentos seguintes. Concluimos, que se trata de um objeto pouco estimulante ao nível de uma reação emocional.

### 8.2.6. Cartaz de António Areal<sup>791</sup>

A cor preto é predominante e o quadrado a forma dominante. A direção do olhar considerou-se vertical e o cartaz foi considerado escuro. Os receptores dividiram-se entre: nenhum sentido estimulado e tendo sido o tacto um dos sentidos provocados. A leitura da tipografia foi considerada legível, o significado estático e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz conotaram-no como tecnológico, artificial, com energia e sofisticado.



No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, o cartaz despertou uma reação positiva para todos os níveis de resposta, o que significa uma boa aceitação por parte do receptor para este objeto, tanto ao nível do impacto visual como de uma reação emocional positiva.

<sup>790</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Tàpies, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 5, Anexo 9 | Cartaz 32

<sup>791</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia António Areal, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 6, Anexo 9 | Cartaz 25

### 8.2.7. Cartaz Arca de Noé<sup>792</sup>

Os receptores consideraram duas as cores predominantes, o branco e o preto, e o rectângulo foi considerado a forma dominante. A orientação visual foi considerada vertical e o cartaz escuro. Nenhum dos sentidos foi estimulado nos receptores. A tipografia foi considerada legível, mas estática, e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como expressivo e forte, todavia também foi associado ao vazio e à simplicidade.

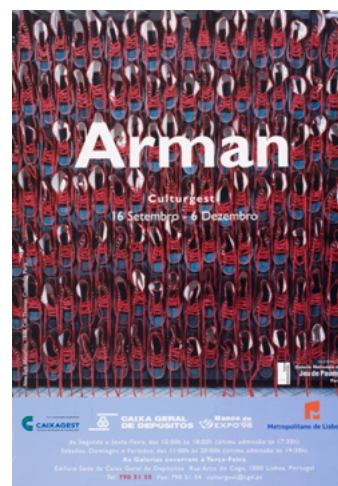
No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, o cartaz despertou uma reação positiva e também negativa para um primeiro impacto, no entanto, a partir deste, e apesar da reação despoletada ser positiva, este objeto não foi associado a boas memórias, tendo sido ainda indiferente para os receptores. Concluimos, que não despertou um impacto visual significativo, nem uma reação emocional favorável.



### 8.2.8. Cartaz de Arman<sup>793</sup>

A cor azul e a forma orgânica, foram consideradas predominantes pelos receptores. A orientação visual foi considerada vertical, no entanto, o investigador salientou o facto da direção do olhar percorrer a cor vermelho (nos atacadores) na horizontal. O cartaz foi considerado escuro e nenhum dos sentidos foi estimulado. A tipografia considerou-se ilegível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz conotaram-no como expressivo, provocador, inovador e com energia.

A provocação de uma reação emocional através deste cartaz, foi para os dois primeiros momentos positiva, no entanto, para o terceiro momento foi considerado um objeto que provocou desprazer e até indiferença nos receptores. Concluimos, que este cartaz provoca um impacto visual positivo, no entanto, não desperta uma identificação emocional no observador.



<sup>792</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Arca de Noé, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 7, Anexo 9 | Cartaz 35

<sup>793</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Arman, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 8, Anexo 9 | Cartaz 20

### 8.2.9. Cartaz de Arpad Szenes<sup>794</sup>

As cores azul e branco foram consideradas predominantes e a forma orgânica dominante. Salientou-se uma direção do olhar vertical. O cartaz foi considerado luminoso e o sentido da audição foi considerado como estimulado. A leitura da tipografia é legível e o tipo de letra foi caracterizado como estático e simples. Ao cartaz de Arpad foram associados os conceitos de expressão, sublime, íntimo e prazer.

No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, foi considerado pelos receptores como indiferente, para todos os níveis de resposta. Concluimos, então que existe uma associação positiva ao cartaz, tendo em conta os anteriores mecanismos de design, contudo, no que diz respeito aos níveis de design emocional este objeto de comunicação não despertou uma reação emocional no observador.



### 8.2.10. Cartaz de Arte Contemporânea<sup>795</sup>

A cor vermelho foi considerada predominante e a forma figurativa dominante. A direção do olhar considerou-se centrada e aleatória pelos receptores. O cartaz considerou-se luminoso e nenhum dos sentidos foi estimulado. A leitura da tipografia é legível e o tipo de letra foi caracterizado simples. Ao cartaz foram associados os conceitos de expressão, rebelde, forte e com energia.

No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, esta foi considerada para os três momentos pelos receptores, como uma reação positiva e associada ao prazer. Concluimos, que o cartaz provoca um impacto visual positivo e ainda estimula o despertar de emoções agradáveis no observador, permitindo deste modo uma identificação com o objeto.



<sup>794</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Arpad Szenes, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 9, Anexo 9 | Cartaz 26

<sup>795</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Arte Contemp., Anexo 2 | Grelha de Análise N° 10, Anexo 9 | Cartaz 40



### 8.2.11. Cartaz Arte em Berlim no Século XX<sup>796</sup>

A cor vermelho e a forma do rectângulo foram considerados predominantes. A direção do olhar foi considerada centrada e aleatória pelos receptores, todavia, o investigador considerou-a horizontal. O cartaz foi considerado escuro, contudo foi ainda indicado em simultâneo como luminoso. O sentido da audição foi estimulado por uma percentagem dos receptores, a outra metade não considerou nenhum dos sentidos. A leitura da tipografia é legível e o tipo de letra foi caracterizado como forte. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como expressivo, forte e com energia.



No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, foi considerada para os três momentos, pelos receptores, como uma reação positiva e associada ao prazer. Concluímos, que este cartaz provocou um impacto visual positivo e estimulou um despertar de emoções agradáveis contribuindo para uma identificação do receptor com o objeto.

### 8.2.12. Cartaz de Claes Oldenburg<sup>797</sup>

As cores vermelho e verde foram consideradas predominantes. A forma figurativa é predominante e a direção do olhar orienta-se na diagonal. O cartaz foi considerado escuro e o sentido do tacto estimulado. A leitura da tipografia é legível e o tipo de letra foi caracterizado simples. Ao cartaz foram associados os conceitos de energia, forte, inovador e funcional.



No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, esta foi considerada para os três momentos pelos receptores, como uma reação positiva e associada ao prazer. Concluímos, que o cartaz provoca um impacto visual positivo e estimula o despertar de emoções agradáveis no observador, contribuindo para uma identificação com o objeto.

<sup>796</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Arte Berlim Séc. XX, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 11, Anexo 9 | Cartaz 22

<sup>797</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Claes Oldenburg, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 12, Anexo 9 | Cartaz 30

### 8.2.13. Cartaz Cobra <sup>798</sup>

A cor vermelho foi considerada predominante e a forma do rectângulo dominante. A direção do olhar é vertical, e o cartaz foi considerado luminoso e escuro, pelos receptores. O tacto foi um dos sentidos estimulados, no entanto, ainda para uma percentagem de receptores nenhum dos sentidos foi considerado. A leitura da tipografia é legível e foi associada a uma dinâmica de significados (através da conjugação de minúsculas com maiúsculas), o tipo de letra foi caracterizado forte. Os conceitos que foram associados ao cartaz conotaram-no com expressão, forte, rebelde e com energia.



A provocação de uma reação emocional através do cartaz, considerou para os três momentos de reação nos receptores, uma resposta positiva e associada ao prazer, contudo em alguns casos verificou-se no terceiro momento uma associação a memórias menos agradáveis. Concluímos, que o cartaz provoca um impacto visual positivo, no entanto, desperta emoções ambíguas, ou seja, contribui para várias leituras de identificação com o objeto.

### 8.2.14. Cartaz de Costa Pinheiro <sup>799</sup>

A cor branco foi considerada predominante e a forma figurativa dominante. A direção do olhar considerou-se vertical. O cartaz é luminoso e nenhum dos sentidos foi estimulado. A leitura da tipografia é legível e o tipo de letra foi caracterizado simples e arrojado. Ao cartaz foram associados os conceitos de provocador, expressão, forte, energia e com fantasia.



No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, esta foi considerada para os três momentos pelos receptores, como uma reação positiva e associada ao prazer. Concluímos, que o cartaz provoca um impacto visual positivo e estimula o despertar de emoções agradáveis no observador, permitindo deste modo uma coerência na identificação com o objeto.

<sup>798</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Cobra, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 13, Anexo 9 | Cartaz 3

<sup>799</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Costa Pinheiro, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 14, Anexo 9 | Cartaz 28

### 8.2.15. Cartaz de Cruz-Filipe<sup>800</sup>

Os receptores consideraram a cor preto predominante e a forma do retângulo dominante. A direção do olhar é vertical. O cartaz foi considerado escuro, e a audição um dos sentidos estimulado. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples e masculino. Os conceitos associados ao cartaz conotaram-no como sublime, forte, sofisticado e com poder.

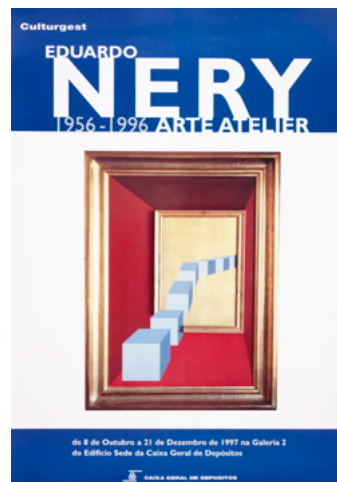
A provocação de uma reação emocional despertou para os dois primeiros momentos uma reação positiva, contudo para o terceiro momento ao nível de uma identificação com o objeto, este provocou prazer, no entanto, também a indiferença nos receptores. Concluímos, que se trata de um cartaz que causou um primeiro impacto visual de prazer mas, não criou reações emotivas coerentes no observador.



### 8.2.16. Cartaz de Eduardo Nery<sup>801</sup>

O azul é a cor predominante e as formas geométricas do quadrado e do retângulo, foram consideradas dominantes. A direção do olhar é centrada e o cartaz foi considerado luminoso. O sentido do tacto foi estimulado. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como forte, simples, em equilíbrio e com energia, bem como, com uma associação à fantasia e ao artificial.

No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, o cartaz despertou uma reação positiva para o primeiro nível, no entanto, para os outros dois momentos foi considerado com indiferença pelos receptores. Concluímos que se trata de um cartaz que causou um primeiro impacto visual positivo, contudo, não despertou uma reação emocional significativa.



<sup>800</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Cruz-Filipe, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 15, Anexo 9 | Cartaz 2

<sup>801</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Eduardo Nery, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 16, Anexo 9 | Cartaz 4

### 8.2.17. Cartaz de Egon Schiele<sup>802</sup>

Os receptores consideraram duas as cores predominantes, o azul e o amarelo. Para a forma predominante, destacou-se a figurativa, através do desenho expressivo de um rapaz. Em relação à orientação visual, esta foi considerada vertical, e o cartaz foi considerado claro. Todavia, nenhum dos sentidos foi estimulado. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como expressivo, íntimo, simples, submisso e conotado com o conceito de prisão.

No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, este cartaz despertou dois tipos de reação, para os três níveis de resposta: uma de carácter positivo e outra de indiferença. Concluimos, que o cartaz provoca impacto visual, contudo, não desperta uma reação emocional coerente nos receptores, ou seja provoca ambiguidade.



### 8.2.18. Cartaz de Estética Contemporânea<sup>803</sup>

Os receptores consideraram duas as cores predominantes, o branco e o vermelho. A forma dominante é o rectângulo. A direção do olhar é vertical e aleatória, e o cartaz foi considerado claro. O sentido do tacto foi estimulado. A leitura da tipografia foi considerada ilegível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como forte, expressivo, rebelde, com energia e fantasia.

No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, este cartaz despertou uma reação positiva e de prazer para os três momentos. Concluimos, deste modo que se trata de um cartaz que provoca uma reação positiva, cujo impacto visual desperta o sentido do prazer.



<sup>802</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Egon Schiele, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 17, Anexo 9 | Cartaz 5

<sup>803</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Estética Contemp., Anexo 2 | Grelha de Análise N° 18, Anexo 9 | Cartaz 34

### 8.2.19. Cartaz de Gary Hume<sup>804</sup>

Os receptores consideraram como cor predominante o vermelho, contudo, a cor a salientar seria a cor rosa ou magenta (não se encontrava nas opções de resposta do toolkit). Na forma dominante, destacou-se a orgânica, pela acentuação da linha expressiva aberta a branco. A direção do olhar é vertical. O cartaz foi considerado claro, e a audição foi um dos sentidos estimulado. A leitura da tipografia foi considerada ilegível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como expressivo, com energia, com alegria, provocador e forte.

No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, este cartaz despertou uma reação positiva para os dois primeiros níveis, no entanto, para o último momento foi considerado ainda com indiferença pelos receptores. Concluimos, que se trata de um cartaz que provoca um impacto visual positivo, contudo, desperta uma reação emocional com uma certa ambiguidade.



### 8.2.20. Cartaz de Graça Morais<sup>805</sup>

A cor vermelho é predominante, e a forma figurativa é dominante, pela representação expressiva do rosto. A direção do olhar é centrado e o cartaz foi considerado claro. Nenhum dos sentidos foi estimulado. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples, mas forte. Os conceitos associados definiram-no como expressivo, íntimo, forte e com valor.

A provocação de uma reação emocional através deste cartaz, despertou para todos os níveis de resposta uma reação positiva. Todavia, foi considerado com indiferença, pelos receptores, nos dois últimos momentos. Concluimos, que este cartaz causou um impacto visual positivo, contudo, não despertou uma reação emocional significativa.



<sup>804</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Gary Hume, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 19, Anexo 9 | Cartaz 6

<sup>805</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Graça Morais, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 20, Anexo 9 | Cartaz 7

### 8.2.21. Cartaz de Hannah Hoch<sup>806</sup>

A cor branco foi considerada como predominante. Para a forma predominante destacou-se a figurativa, através da fotomontagem expressiva de um corpo feminino. A direção do olhar é vertical e o cartaz foi considerado luminoso, o tacto foi um dos sentidos estimulados. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz conotaram-no como expressivo, com alegria, com desejo e fantasia.

No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, este cartaz despertou uma reação positiva para os três momentos. Concluimos, que se trata de um cartaz que causa um impacto visual associado ao prazer e provoca uma reação emocional de bem estar no observador.



### 8.2.22. Cartaz de Helena Almeida<sup>807</sup>

A cor vermelho foi considerada a cor predominante. A forma figurativa a predominante. A direção do olhar é vertical. O cartaz foi considerado escuro, e o tacto um dos sentidos estimulados. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples e forte. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como provocador, forte, expressivo, com valor e energia, e ainda associado ao horror.

Em relação aos mecanismos que despertam uma reação emocional, podemos salientar que este cartaz demonstrou uma coerência em todos os níveis de resposta, ou seja, provocou uma reação emocional positiva em ambos os momentos. Concluimos, deste modo que se trata de um cartaz que causa um impacto visual forte e desperta no receptor da mensagem uma reação emocional apelativa, desencadeando por este meio uma atitude de prazer.



<sup>806</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Hannah Hoch, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 21, Anexo 9 | Cartaz 39

<sup>807</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Helena Almeida, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 22, Anexo 9 | Cartaz 33

### 8.2.23. Cartaz de Jean Dubuffet<sup>808</sup>

Nenhuma das cores que foram incluídas no toolkit foram selecionadas como cor predominante. A forma figurativa foi considerada a predominante. A direção do olhar é aleatória, e o cartaz foi considerado claro, o sentido da audição foi estimulado. A leitura da tipografia foi considerada legível, o dinamismo foi atribuído ao significado da escrita tipográfica, e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como expressivo e forte, todavia foi ainda associado ao horror e à prisão.

Em relação aos mecanismos que despertam uma reação emocional, podemos salientar que este cartaz demonstrou uma coerência em todos os níveis de resposta, contudo, tratou-se de uma reação emocional negativa, para todos os momentos de reação emocional. Concluímos, que este cartaz causa um impacto visual forte, no entanto, desperta no receptor uma reação emocional de desprazer.



### 8.2.24. Cartaz de Jochen Lempert<sup>809</sup>

A cor branco foi considerada a cor predominante. A forma figurativa a dominante e a direção do olhar foi considerada horizontal. O cartaz foi considerado claro, e a audição um dos sentidos estimulados. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples e masculino. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como sofisticado, forte, em equilíbrio, simples e funcional.

Em relação à provocação de uma reação emocional, podemos salientar que este cartaz demonstrou uma reação positiva para o primeiro momento, todavia para os dois últimos níveis, desencadeou reações simultâneas de uma atitude positiva, mas não associado a boas memórias e ainda indiferença por parte dos receptores. Concluímos, que este cartaz provoca uma reação emocional de desprazer.



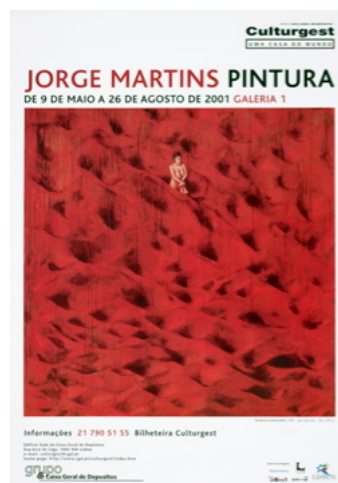
<sup>808</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Jean Dubuffet Anexo 2 | Grelha de Análise N° 23, Anexo 9 | Cartaz 18

<sup>809</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Jochen Lempert, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 24, Anexo 9 | Cartaz 17

### 8.2.25. Cartaz de Jorge Martins<sup>810</sup>

A cor vermelho foi considerada a cor predominante. Foram consideradas as formas predominantes: o quadrado e as orgânicas. A direção do olhar é centrada (na figura feminina). O cartaz foi considerado escuro e claro pelos receptores. O tacto e o olfacto foram dois dos sentidos estimulados. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como expressivo, íntimo, prazer, forte e ainda conotado com fantasia.

Em relação aos mecanismos que despertam uma reação emocional, podemos salientar que este cartaz demonstrou uma coerência em todos os níveis de resposta, ou seja, provocou uma reação emocional positiva em todos os momentos. Concluímos, que este cartaz desperta no observador um impacto visual apelativo e provoca uma reação emocional associada ao prazer.



### 8.2.26. Cartaz de José Aurélio<sup>811</sup>

A cor branco foi considerada a cor predominante. Foram consideradas as formas orgânicas como predominantes. A direção do olhar é vertical e o cartaz foi considerado claro. O tacto foi um dos sentidos estimulados. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como expressivo, sublime, sofisticado e em equilíbrio.

Em relação aos mecanismos que despertam uma reação emocional, podemos salientar que este cartaz demonstrou uma coerência em todos os níveis de resposta, ou seja, provocou uma reação emocional positiva em todos os momentos. Concluímos, que este cartaz desperta no observador um impacto visual apelativo e provoca uma reação emocional associada ao prazer estético.



<sup>810</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Jorge Martins, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 25, Anexo 9 | Cartaz 16

<sup>811</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia José Aurélio, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 26, Anexo 9 | Cartaz 19



### 8.2.27. Cartaz de José de Guimarães<sup>812</sup>

As cores preto e vermelho foram consideradas como cores predominantes. Foram consideradas as formas figurativas como predominantes. A direção do olhar é centrada e vertical, o cartaz foi considerado escuro. Nenhum dos sentidos foi estimulados. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como expressivo, com energia, forte, em equilíbrio, simples e associado a fantasia.

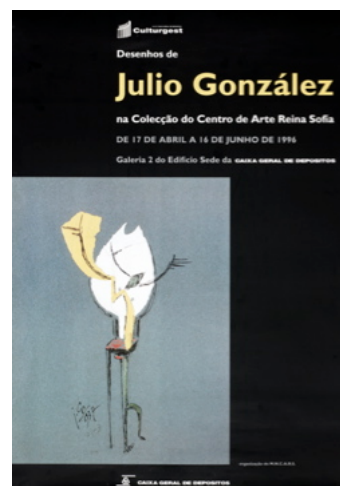
Em relação aos mecanismos que despertam uma reação emocional, podemos salientar que este cartaz demonstrou alguma coerência em todos os níveis de resposta, ou seja, provocou uma reação emocional positiva, contudo num último momento os receptores não o associam a boas memórias. Concluí-se portanto, que apesar do cartaz despertar no observador um impacto visual apelativo, não provoca uma reação emocional coerente.



### 8.2.28. Cartaz de Julio González<sup>813</sup>

A cor cinzento foi considerada a cor predominante, bem como a cor azul (eventual associação visual cromática). Foram consideradas as formas orgânicas e figurativas como predominantes. A direção do olhar foi considerada vertical e diagonal. O cartaz foi considerado escuro. Nenhum dos sentidos foi estimulado. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como expressivo, sublime, em equilíbrio e simples.

No que diz respeito a uma reação emocional para todos os níveis de resposta, foram registadas reações positivas e negativas, o que demonstra que o cartaz provocou comportamentos diversos em todos os momentos. Concluimos, que este objeto desperta no observador um impacto visual, mas não provoca uma reação emocional coerente.



<sup>812</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia José de Guimarães, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 27, Anexo 9 | Cartaz 29

<sup>813</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Julio González, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 28, Anexo 9 | Cartaz 15

### 8.2.29. Cartaz de Luc Tuymans / Miroslaw Balka<sup>814</sup>

A cor branco e a cor cinzento foram consideradas ambas como cor predominante. Foi considerada a forma do rectângulo como predominante. A direção do olhar é vertical e o cartaz foi considerado claro. O tacto foi um dos sentidos estimulados. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como expressivo, submisso e forte, e ainda foi associado ao conceito de prisão.

No que diz respeito à reação emocional despoletada pelo cartaz, esta foi positiva em todos os momentos de resposta, contudo, no terceiro momento e apesar de uma reação positiva, esta não foi associada a boas memórias. Concluímos, que se trata de um cartaz que despertou um impacto visual apelativo, no entanto, provoca ainda uma reação emotiva associada ao desprazer.



### 8.2.30. Cartaz de Mario Merz<sup>815</sup>

A cor azul foi considerada a cor predominante. As formas orgânicas foram consideradas predominantes. A direção do olhar é centrada e o cartaz foi considerado escuro. Nenhum dos sentidos foi estimulado. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como forte. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no com energia, provocador, forte e foi ainda associado ao horror.

Em relação aos mecanismos que despertam uma reação emocional, podemos salientar que este cartaz demonstrou uma coerência em todos os níveis de resposta, ou seja, provocou uma reação emocional positiva em todos os momentos, apesar de no terceiro não ter sido associado a boas memórias. Concluímos, que este cartaz despertou no observador um impacto visual apelativo e provocou uma reação emocional significativa.



<sup>814</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Luc Tuymans, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 29, Anexo 9 | Cartaz 21

<sup>815</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Mario Merz, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 30, Anexo 9 | Cartaz 24

### 8.2.31. Cartaz de Modigliani<sup>816</sup>

A cor branco e a forma figurativa são predominantes. A direção do olhar é vertical e o cartaz é claro. O tacto foi um dos sentidos estimulado. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como forte. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como expressivo e íntimo, em equilíbrio e com uma associação a desejo.

Em relação aos mecanismos que despertam uma reação emocional, podemos salientar que este cartaz demonstrou uma coerência em todos os níveis de resposta, ou seja, provocou uma reação emocional positiva e de prazer em todos os momentos. Concluimos, que este cartaz desperta no receptor um impacto visual positivo e provoca uma reação emocional associada ao prazer.



### 8.2.32. Cartaz de Nam June Paik<sup>817</sup>

A cor azul foi considerada a cor predominante e as formas geométricas do quadrado e do retângulo foram consideradas dominantes. A direção do olhar é aleatória e o cartaz foi considerado claro. O tacto e a audição foram dois dos sentidos estimulados. A leitura da tipografia foi considerada legível, o significado foi associado a um dinamismo tipográfico, e o tipo de letra foi caracterizado como arrojado. Os conceitos associados ao cartaz conotaram-no como rebelde, forte, inovador, sofisticado, artificial e tecnológico.

No que diz respeito a uma reação emocional, podemos salientar que este cartaz não provocou uma reação emocional positiva, ou seja, não foi associado a boas memórias. Concluimos, que este cartaz despertou no observador um impacto visual negativo e provocou uma reação emocional de desprazer.



<sup>816</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Modigliani, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 31, Anexo 9 | Cartaz 14

<sup>817</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Nam June Paik, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 32, Anexo 9 | Cartaz 13

### 8.2.33. Cartaz de Neal Slavin<sup>818</sup>

A cor cinzento e o círculo foram considerados predominantes. A direção do olhar é vertical e o cartaz foi considerado escuro. O tacto foi um dos sentidos estimulados. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no com poder, prisão, íntimo, forte e sofisticado.

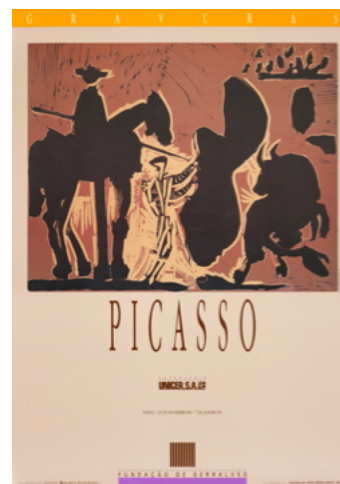
No que diz respeito aos três níveis de reação emocional, este cartaz provocou uma reação positiva apenas no primeiro momento, tendo sido considerado indiferente pelos receptores para os outros dois momentos. Concluímos que se trata de um objeto pouco apelativo do ponto de vista visual e ainda com pouca relevância no despertar de uma reação emocional coerente.



### 8.2.34. Cartaz de Picasso<sup>819</sup>

Nenhuma das cores no toolkit foi considerada cor predominante. As formas figurativas foram consideradas predominantes. A direção do olhar é centrada e o cartaz foi considerado escuro. O tacto foi um dos sentidos estimulados. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como provocador, com expressão, poder, forte e ainda artificial.

No que diz respeito a uma reação emocional, salienta-se a provocação de uma reação emocional positiva para os dois primeiros momentos, no entanto, num terceiro momento o objeto não foi associado a boas memórias. Concluímos, que este cartaz despertou no observador um impacto visual positivo, contudo não provocou uma reação emocional significativa.



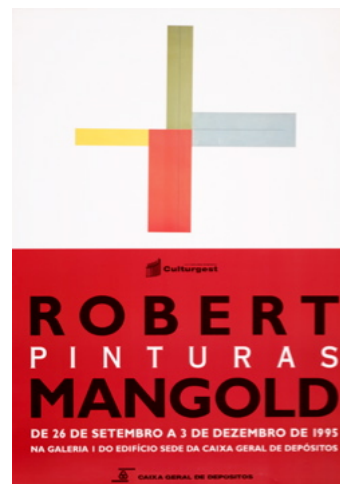
<sup>818</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Neal Slavin, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 33, Anexo 9 | Cartaz 37

<sup>819</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Picasso, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 34, Anexo 9 | Cartaz 31

### 8.2.35. Cartaz de Robert Mangold<sup>820</sup>

A cor vermelho foi considerada a cor predominante e o rectângulo a forma dominante. A direção do olhar é vertical e o cartaz foi considerado claro. Nenhum dos sentidos foi estimulado. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples e forte. Os conceitos associados ao cartaz conotaram-no como expressivo, com energia, forte, em equilíbrio e funcional.

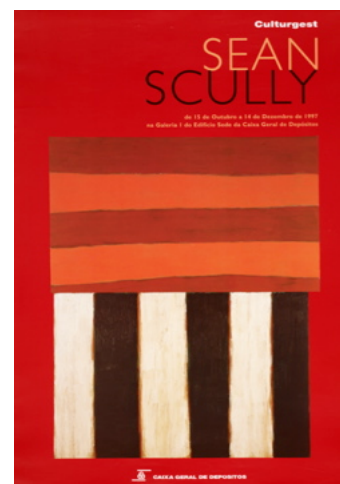
No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, este cartaz demonstrou uma reação positiva para todos os níveis de resposta, no entanto, também provocou a indiferença em todos os níveis de reação. Concluímos, que o cartaz provocou no receptor um impacto visual positivo, e ainda despertou uma reação emocional de prazer, apesar da indiferença no que diz respeito a uma identificação com o objeto.



### 8.2.36. Cartaz de Sean Scully<sup>821</sup>

A cor vermelho e a forma do rectângulo foram consideradas predominantes. A direção do olhar é vertical e o cartaz foi considerado escuro. Nenhum dos sentidos foi estimulado. A leitura da tipografia foi considerada ilegível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no com energia, poder, forte, sofisticado e em equilíbrio.

No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, o cartaz provocou uma reação positiva em todos os níveis, todavia, provocou ao mesmo tempo a indiferença, nos receptores, para os três momentos. Concluímos, que este cartaz desperta no observador um impacto visual positivo, contudo, tanto pode provocar uma reação emocional de prazer como de indiferença, o que significa uma certa incoerência e ambiguidade na identificação com o objeto.



<sup>820</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Robert Mangold, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 35, Anexo 9 | Cartaz 12

<sup>821</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Sean Scully, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 36, Anexo 9 | Cartaz 11

### 8.2.37. Cartaz de Tom Wesselmann<sup>822</sup>

A cor amarelo foi considerada a cor predominante e as formas figurativas foram consideradas dominantes. A direção do olhar foi considerada aleatória, e o cartaz escuro. Os sentidos do tacto e do sabor foram estimulados. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no com energia, expressão, alegria, provocador e íntimo, bem como tecnológico, desejo e prazer.

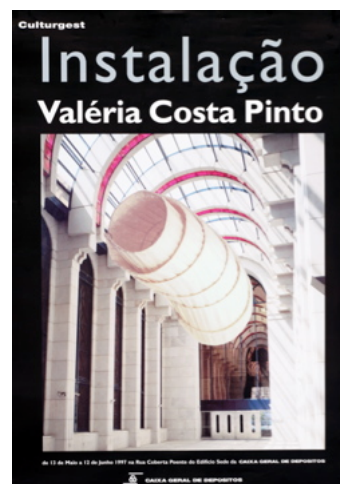
No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, o cartaz demonstrou para os dois primeiros níveis de resposta uma reação positiva, contudo num terceiro momento provocou a indiferença nos receptores. Concluímos, que se trata de um cartaz que desperta no observador um impacto visual positivo e provoca ainda uma reação emocional de prazer.



### 8.2.38. Cartaz de Valéria Costa Pinto<sup>823</sup>

A cor branco e o círculo foram considerados predominantes. A direção do olhar é centrada e o cartaz foi considerado claro. O tacto e a audição foram dois dos sentidos estimulados. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no como inovador, com energia, forte e vazio.

No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, o cartaz demonstrou uma reação positiva em todos os níveis de resposta, contudo, num terceiro momento, apesar de uma reação positiva, não foi associado a boas memórias. Concluímos, que se trata de um cartaz que desperta no receptor um impacto visual positivo, todavia não provocou uma reação emocional significativa.



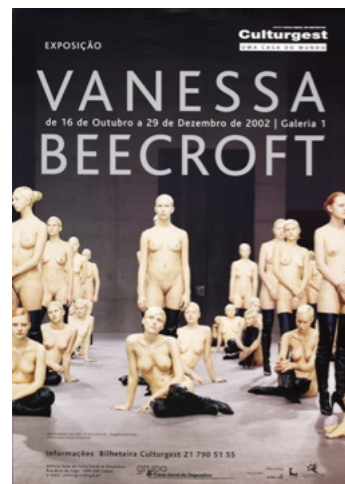
<sup>822</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Tom Wesselmann, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 37, Anexo 9 | Cartaz 10

<sup>823</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Valéria Costa Pinto, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 38, Anexo 9 | Cartaz 9

### 8.2.39. Cartaz de Vanessa Beecroft<sup>824</sup>

A cor preto foi considerada a cor predominante. As formas figurativas são predominantes. A direção do olhar é horizontal e o cartaz foi considerado escuro e em simultâneo claro (pelo contraste dos corpos nus sobre fundo escuro). O tacto foi um dos sentidos estimulados. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz conotaram-no como provocador, íntimo, forte, inovador e ainda foi associado ao desejo.

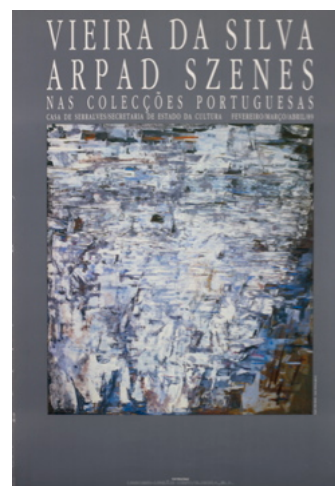
No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, o cartaz demonstrou uma coerência em todos os níveis de resposta, ou seja, provocou uma reação emocional positiva em todos os momentos. Concluímos, que este cartaz despertou no observador um impacto visual apelativo e provocou uma reação emocional coerente ao nível de um prazer estético.



### 8.2.40. Cartaz de Vieira da Silva<sup>825</sup>

A cor azul foi considerada a cor predominante. As formas orgânicas foram consideradas dominantes. A direção do olhar é centrada e vertical, o cartaz foi considerado escuro. O tacto foi um dos sentidos estimulado. A leitura da tipografia foi considerada legível e o tipo de letra foi caracterizado como simples. Os conceitos associados ao cartaz definiram-no com energia, expressão e sublime, bem como em equilíbrio, forte e com fantasia.

No que diz respeito à provocação de uma reação emocional, o cartaz demonstrou uma coerência em todos os níveis de resposta, ou seja, provocou uma reação emocional positiva em todos os momentos. Concluímos, que se trata de um cartaz que desperta no receptor um impacto visual positivo e provoca uma reação emocional de prazer.



<sup>824</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Vanessa Beecroft, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 39, Anexo 9 | Cartaz 8

<sup>825</sup> Ver: Anexo 1 | Fotografia Vieira da Silva, Anexo 2 | Grelha de Análise N° 40, Anexo 9 | Cartaz 27

### 8.3. Reação aos objetos selecionados | Síntese da coerência estética

Para o conjunto de 40 cartazes selecionado verificámos que apenas 15 destes cartazes, demonstraram uma eficácia ao nível do impacto visual, bem como da provocação de uma reação emocional coerente, ao nível de resposta do conceito de design emocional.

Assim, concluímos que se trata de facto de uma amostra significativa de objetos de comunicação visual de um período contemporâneo em Portugal (1989-2009) cuja preocupação ao nível do impacto visual e de uma estrutura de reação emocional evocativa que contribui para um comportamento e atitude perante um cartaz que divulga a arte contemporânea, não está de todo e ainda colocada em prática.

Em resumo, não foram tidos em consideração muitos dos mecanismos de design para despertar a atenção num receptor para este tipo de divulgação artística. Significa deste modo que os cartazes aqui apresentados e que foram alvo de projetos desenhados por designers (na sua maioria portugueses) não atingiram de facto bons resultados ao nível da imagem projetada para a divulgação destes artistas, bem como das respectivas exposições e das instituições.

Deste modo podemos caracterizar, no que diz respeito a um período recente em Portugal, que o cartaz de divulgação da arte contemporânea no nosso país se encontrava, nesta época, longe de despertar ou estimular de um modo provocador, os sentidos do receptor de modo a contribuir para uma atitude de visitar os locais de exposição e assim contribuir para a aquisição de um conhecimento visual profícuo. Assim, lamentam-se as instituições portuguesas de uma carência de público, tendo em conta as comparações com instituições de outros países, as quais também tivemos a oportunidade de verificar, que para este período em causa, já salientavam nos seus projetos gráficos a designação do autor/designer e fotógrafo, o que significa uma diferença entre o tipo de preocupações verificadas com a imagem.

Concluindo, destacam-se dos cartazes analisados e das observações efectuadas, aqueles que foram considerados os objetos com maior eficácia visual, tanto ao nível dos mecanismos de design como dos mecanismos de design emocional. Consideramos então todos os que obtiveram maior coerência nas respostas para ambos os tipos de mecanismos, assim a relação estabelecida entre as duas partes demonstrou uma eficácia maior por parte desse cartaz (tendo como comparação os resultados para os outros cartazes em análise).

No que diz respeito aos objetos eleitos como exemplos de uma coerência estética, e que foram considerados provocadores de uma reação positiva, foram os seguintes: Ana Vieira, António Areal, Arte Contemporânea, Arte em Berlim, Claes Oldenburg, Costa Pinheiro, Estética Contemporânea, Hannah Hoch, Helena Almeida, Jorge Martins, José Aurélio, Modigliani, Vanessa Beecroft e Vieira da Silva. Todavia, pelas mesmas razões, mas cuja reação foi negativa, tratou-se do cartaz de Jean Dubuffet.



## CAPÍTULO IX

### CONCLUSÕES

#### 9.1. Considerações finais

O design emocional visa analisar o impacto que os objetos têm do ponto de vista emocional, no receptor, e contribui, não só para a sua produção, bem como para uma concepção de objetos com maior qualidade estética e estímulos qualitativos. Assim, a partir do conceito de design emocional, é possível ao investigador apreender de um objeto a hipótese de o analisar e em seguida proceder a uma recolha de dados junto do receptor. Deste modo é possível chegar a resultados que possam contribuir para um progresso e evolução, ao nível da utilização, fruição e aquisição de conhecimento estético.

O objetivo do design emocional visa despertar as emoções no utilizador, assim a sua investigação permite um conhecimento maior acerca da sua aplicação e sobretudo do seu entendimento ao nível de uma evolução do ser humano.

Deste modo, as emoções são a base da estrutura humana que permite a um indivíduo escolher um objeto ou decidir no contexto de uma determinada situação.

Segundo Cynthia Breazeal para que se instale a saúde num indivíduo, é necessário um entendimento, o que significa que a lógica faz parte da emoção, ou seja, segundo a investigadora, uma emoção é a resposta a um estímulo, o que implica uma lógica de pensamento. No seguimento desta ideia podemos sintetizar o seguinte: uma emoção é o resultado de um mecanismo de ordens, e de comportamentos, que resultaram das primeiras acções às quais o indivíduo aprendeu a reagir. Significa deste modo que o ser humano constrói modelos que obedecem a uma lógica de pensamento, e são o resultado a estímulos, aos quais respondem de um determinado modo. Na base deste entendimento está a comunicação humana, ou seja o emissor e o receptor, e o significado da mensagem. Todavia, podemos actualmente incluir a reação emocional a este processo de comunicação, bem como as emoções, cuja influência é determinante numa resposta, ou numa atitude, perante uma situação ou objeto. (BREAZEAL, 2010)

As recentes investigações demonstram que o nosso corpo recebe informação sob a forma de sinais, que envia ao cérebro através de impulsos eléctricos, e este interpreta, armazena e trata, e a partir destes repete e vai buscar sempre que uma situação se identifica com uma experiência anterior. Ou seja, é um trabalho em conjunto, o que significa que há uma sintonia física e emocional, a base da evolução humana.

Temos actualmente conhecimento das recentes investigações na área das neurociências, e o modo como o nosso cérebro evoluiu ao longo de milhares de anos, e sabemos ainda como fomos criando mecanismos de resposta cujo contributo nos permitiu desenvolver todo um sistema cognitivo, sensitivo e estético, o que nos possibilitou uma evolução em relação às outras espécies.

Assim, de modo a contribuir para uma aquisição de conhecimento e neste contexto e área de investigação, o design de comunicação visual, foi-nos possível uma aproximação ao recente campo de investigação, a neuroestética.

Segundo o neurobiólogo Semir Zeki, “A arte é um subproduto da função evolutiva do cérebro” e o “prazer que sentimos diante do belo está ligado à aquisição de conhecimento.” (CONDE, 2006, 4) Foi a partir desta ideia que nos unimos ao corpo e à mente, para uma investigação, no que diz respeito a uma reacção emocional que inclui um prazer estético, a fruição de obras de arte, e ainda e sobretudo numa possível resposta física através dos nossos sentidos.

Segundo Paul Hekkert, actual membro da Sociedade de Design Emocional, a felicidade é a prioridade da sociedade humana, e os designers e os investigadores podem contribuir para a sua evolução, através da criação de um bem estar físico e emocional nos produtos concebidos e produzidos para a sociedade. Deste modo é possível um cruzamento e uma aliança entre os vários aspectos do ambiente humano.

O conhecimento evolui apenas se existir uma filosofia do questionar, de explorar, de observar, analisar e sobretudo na revolução de um pensamento acerca de algo. Os resultados deste processo significam ‘conduzir uma investigação’. Foi a partir deste processo metodológico que decidimos implementar a seguinte estrutura de análise de modo a atingir os objetivos a que nos propusemos inicialmente:

- I) a designação do título: ‘a provocação dos sentidos pelo cartaz de divulgação da arte contemporânea em Portugal 1989-2009’, serviu de lançamento para a seleção dos cartazes e das instituições, bem como serviram como estímulos para um estudo do impacto no receptor;
- II) foi a partir da questão de investigação: ‘quais os mecanismos de design que despertam as emoções no cartaz de divulgação de arte contemporânea’, que prosseguimos a nossa investigação;
- III) com a criação de um toolkit, e para o qual foram selecionados os mapas de investigação que melhor respondem aos mecanismos de design;
- IV) foi implementada uma ferramenta de trabalho, criada para a verificação da hipótese, a qual foi designada de toolkit, após a recolha de dados, junto dos receptores, verificámos então a nossa hipótese: ‘existem mecanismos específicos de design emocional no cartaz de divulgação de arte contemporânea’

Após a implementação de uma metodologia de investigação, podemos apresentar os objetivos propostos:

- I) investigámos através do objeto as reações emocionais e o impacto que estes têm no público;
- II) investigámos os mecanismos de design que despertaram no indivíduo uma reação emocional;
- III) através das reações despoletadas pelo grupo de indivíduos, abordámos as áreas do cérebro desenvolvidas, bem como os sentidos estimulados.

Segundo Daniel Goleman, os cérebros humanos quando em grupo criam uma sintonia própria que se caracteriza por uma reação específica do grupo.

Após a visualização de uma imagem, esta também provoca os outros sentidos, o que significa uma relação de harmonia entre o cérebro e o corpo, e o corpo e o cérebro. Segundo António Damásio, as emoções são comuns a toda a humanidade, a diferença é sobretudo cultural, e na “fronteira entre o cérebro e o mundo situam-se dois tipos de estruturas neurais. Um aponta para o *interior*, o outro para o *exterior*. A primeira é composta pelos receptores sensoriais da periferia do corpo – a retina, a cóclea do ouvido interno, as terminações nervosas da pele, etc. (...) O outro tipo de ponto fronteiro ocorre onde terminam as projeções para o exterior do cérebro e o ambiente começa. As cadeias de sinais começam no cérebro, mas acabam por libertar moléculas químicas para a atmosfera ou por se ligar a fibras musculares no corpo.”<sup>826</sup> (DAMÁSIO, 2011)

Após as recentes investigações de António Damásio, podemos confirmar que existe uma provocação dos sentidos através do cartaz de divulgação de arte contemporânea, deste modo a partir da nossa questão de investigação, podemos confirmar que os mecanismos de design influenciam uma resposta ao nível de um comportamento no que diz respeito, neste caso, à visita às exposições, bem como numa resposta emocional no que confere à aquisição de um conhecimento estético e de fruição, pelo cartaz que divulga a arte, e neste caso tem a função de despertar atenção do receptor.

A influência da arte na evolução do conhecimento visual, o prazer de usufruir de cartaz, de uma visita ou de um espaço expositivo é relevante no sentido de uma evolução cognitiva, de pensamento e de uma reação emotiva positiva.

Segundo Donald Norman, o prazer de conceber objetos, de os usar e de os guardar, tal como se preservam memórias ou evocações emotivas, tornam-nos espertos e permitem-nos ter maior consciência, de nós e do mundo que nos rodeia.

Assim, torna-se relevante uma comunicação visual que estimule e provoque os outros sentidos (para além da visão).

Segundo Roland Barthes, ‘cada homem tem em si vários léxicos, várias reservas de leitura, segundo o número de saberes, de níveis culturais, de que dispõe. Todos os

---

<sup>826</sup> DAMÁSIO, António, *O Livro da Consciência*, Círculo de Leitores, Lisboa, 2010, p. 380 e 381.

graus de saber, de cultura e de situação, são possíveis perante um objecto ou uma coleção de objectos. (...) e há quase sempre várias leituras que são possíveis, e isso não difere apenas de um leitor para outro, mas também, por vezes, no mesmo leitor.<sup>827</sup> (BARTHES, 1985, 180)

O que significa que os nossos receptores sensoriais se transformam durante um processo de estimulação, e tal como António Damásio, nos confirma na sua investigação, “podemos conceptualizar o cérebro como sendo uma elaboração progressiva do que começou como um simples arco reflexo: o neurónio NEU apercebe-se do objeto OB e informa o neurónio ZADIG, o qual impulsiona a fibra muscular MUSC e provoca movimento.” (DAMÁSIO, 2011, 382)

Assim, reagimos a estímulos e criamos novas reações, ou seja, “em cada nova estação são submetidos a processamento e a transformações”. E, as “culturas, por sua vez influenciaram o funcionamento do cérebro ao longo de gerações, eventualmente influenciando a evolução do cérebro humano.”<sup>828</sup> (DAMÁSIO, 2011, 382)

Ainda e segundo Semir Keki, “o cérebro visual e o cérebro auditivo levaram milhões de anos a desenvolver. O cérebro verbal tem apenas alguns milhares de anos, no máximo. Não é tão refinado quanto os outros. Portanto, você pode comunicar pela visão coisas que não pode descrever pela linguagem. (...) Você terá um conhecimento emocional daquilo que palavras não podem descrever. O conhecimento não é apenas o que se adquire ou expressa pela linguagem. Há um conhecimento visual.”<sup>829</sup>

Resumindo, após um estudo acerca da reação emocional ao objeto de comunicação, podemos concluir que se tratam de objetos que possibilitam ao receptor, um despertar para reações emocionais, e cujo contributo visa a aquisição de um conhecimento visual, bem como uma evolução do pensamento.

Apesar de termos atingido resultados positivos, a nossa investigação encontra-se longe de terminada, pois esta amostra de cartazes demonstrou alguns dos pontos fracos, no que diz respeito ao impacto da imagem num contexto social e urbano.

Deste modo salienta-se o facto de haver uma necessidade de dar continuidade a este estudo, bem como aprofundar as áreas do conhecimento visual e das suas recentes descobertas, sobretudo no campo neuroestética e das neurociências, o que deste modo poderá contribuir para uma maior qualidade no design de comunicação com especificidade no campo do design emocional e para uma qualidade estética na comunicação visual.

---

<sup>827</sup> Segundo Roland Barthes, a leitura de um objecto pode decompor-se em três momentos: um objecto é apenas para ser usado, um mediador entre o homem e o mundo; o objecto suporta um sentido; é um grande ideológico, sobretudo na nossa sociedade. in: BARTHES, Roland, *A Aventura Semiológica*, Ed. 70, 1985, p. 180.

<sup>828</sup> DAMÁSIO, António, *Idem*, p. 382.

<sup>829</sup> CONDE, Miguel, *Semir Zeki*, in: O Globo, Edição 30 de Dez. 2006

## 9.2. Conclusões

Concluindo, os mecanismos de design e de design emocional, que um designer pode utilizar para a criação de uma mensagem visual influenciam um despertar estético no receptor, mas e sobretudo desencadeiam uma reação emocional no corpo e no cérebro desse indivíduo.

Segundo os autores, Donald Norman e António Damásio, bem como Semir Zeki, nos permitiram cruzar pesquisas neste contexto da reação emocional ao cartaz de divulgação da arte contemporânea. E neste âmbito podemos concluir que os nossos "neurónios agem sobre as células do corpo através de mensagens químicas ou da excitação dos músculos (...) existem duas consequências espectaculares desta relação do cérebro com o corpo, e também elas são indispensáveis (...) os dispositivos especiais de percepção localizados em sítios específicos do corpo, os postos de espionagem do corpo – mucosas olfactivas e do paladar, elementos tácteis da pele, ouvidos, olhos. – portadas dos órgãos sensoriais." (DAMÁSIO, 2010, 121)

Em resumo, descobrimos que existem presentes no design os mesmos elementos que existem nas obras de arte plásticas, ou seja, a forma, a cor, a composição, o equilíbrio, a simetria e o ritmo.

A partir destes mecanismos de organização, o objectivo das propriedades que se transformam em composições visuais, cuja comunicação é sugerir condições coerentes, que envolvam de estímulos os nossos sentidos. Deste modo, o conhecimento visual e a educação estética torna-se estruturante numa sociedade de consumo de imagens e em constante evolução.

Assim, podemos finalmente concluir com a presente investigação que foram atingidos os objectivos a que nos propusemos, e os resultados obtidos com os grupos de foco, que foram constituídos, permitiram confirmar a nossa hipótese e demonstrar a importância da arte e do design para um contributo na área do conhecimento visual, e sobretudo enquanto um acto criativo que estimula o receptor e desperta um estado emocional que lhe permite uma evolução ao nível do seu cérebro.

Após as considerações finais e segundo os autores que abordámos, nos confirmarem as nossas conclusões, reunimos aquelas que considerámos as recomendações para futuras investigações nesta temática. Deste modo concluímos com a verificação da nossa hipótese que 'existem mecanismos de design emocional no cartaz de divulgação da arte contemporânea'. Assim, resumimos através das principais ideias, que os mecanismos de design e de design emocional provocam num receptor de mensagens visuais, um forte estímulo sensorial e deste modo despertam reações emocionais que contribuem para a evolução de um conhecimento visual.

### 9.3. Recomendações para futura investigação na temática

A partir deste estudo podemos colocar diversas questões, entre as quais: “Qual o impacto que as imagens desagradáveis têm nos receptores”, “Qual o destino do cartaz de divulgação da arte contemporânea”, “Quais os mecanismos futuros do cérebro na seleção das imagens provocadoras e a sua aplicação no quotidiano”.

A partir deste ponto recordamos que os cartazes que divulgam a arte contemporânea através do impacto de imagens provocadoras contribuem para um percurso evolutivo do conhecimento visual, contudo, proporcionam neste âmbito, a uma sociedade humana, um forte estímulo sensorial. Ainda no que diz respeito à criação de novas imagens e novas vivências, que são através deste meio estimuladas, contribuindo com novos impactos numa reação ao objecto de comunicação visual no meio urbano.

Em síntese o cartaz de divulgação da arte contemporânea terá sempre um papel fundamental na preservação da memória da respectiva exposição e tornou-se um objecto de coleção, cuja preservação e salvaguarda nos arquivos gráficos e documentais das respectivas instituições nos permite, enquanto investigadores um meio de estudo e entendimento deste tipo de objecto de comunicação. Actualmente com menor importância ao nível da divulgação, mas com maior destaque na área da exposição, no contexto da própria instituição e no âmbito do coleccionismo, em cuja pertença se destaca, o próprio designer, o artista e a instituição, bem como os receptores que salvaguardam em inúmeras coleções privadas este tipo de objecto gráfico, e cuja importância estética se tornou relevante e adquiriu em alguns casos um valor económico que fundamenta a sua existência, enquanto património na área do design de comunicação, bem como artístico.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | CONCLUSÕES

BARTHES, Roland, *A Aventura Semiológica*, Edições 70, 1985

BREAZEL, Cynthia, *Socio-Emotional Design of Personal Robots*, in: 7th International Conference on Design and Emotion, Institute of Design, Chicago, 2010

CONDE, Miguel, *Semir Zeki*, in: O Globo, Edição 30 de Dezembro de 2006

DAMÁSIO, António, *O Livro da Consciência*, Círculo de Leitores, Lisboa, 2010

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABADIE, Daniel, (Comiss.), *Arman*, in: *Jornal de Exposição N° 36*, Culturgest, Lisboa, 1998

ADRAGÃO, Maria del Sol Antela Pulido Garcia, *O Centro de Arte Coleção Manuel de Brito – Génese, Desenvolvimento e Perspectivas de Crescimento da Instituição*, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2010

ADRIANI, Gotz, *Colagens Hannah Hoch 1889-1978*, Fundação de Serralves, Porto, 1990

ALEXANDRE, Noel, *Modigliani, Documents et Dessins de la Collection Paul Alexandre*, Fonds Mercator Paribas, Paris, 1994

ALMEIDA, Bernardo Pinto de (Comiss.), *Cruz-Filipe, 40 Anos de Pintura*, in: *Jornal de Exposição, N° 16*, Culturgest, Lisboa, 1995

ALMEIDA, Helena, PERNES, Fernando, *Helena Almeida, Dramatis Persona Variações e Fuga sobre um Corpo*, Fundação de Serralves, Porto, 1995

ANDRADE, Sérgio C., *Serralves 20 Anos e Outras Histórias*, Fundação de Serralves, Porto, 2009

ARGAN, Giulio Carlo, *História da Arte como História da Cidade*, Martins Fontes, São Paulo, 1998

ARGAN, Giulio Carlo, FAGIOLO, Maurizio, *Guia de História da Arte*, Editorial Estampa, Lisboa, 1994

ARGAN, Giulio Carlo, *Arte Moderna*, Companhia das Letras, São Paulo, 2001

ARNHEIM, Rudolf, *Arte e Percepção Visual*, Livraria Pioneira Editora, São Paulo, 1994

*Atelier João Machado*, in: *Cadernos de Design, (Ano Dois)*, Centro Português de Design, Lisboa, 1993

AUMONT, Jacques, *A Imagem*, Edições Texto e Grafia, Lisboa, 2009

AZEVEDO, Fernando de (Comiss.), *Eduardo Nery 1956-1996*, in: *Jornal de Exposição, N° 30*, Culturgest, Lisboa, 1997

BARTHES, Roland, *A Aventura Semiológica*, Edições 70, Lisboa, 1985

BARTHES, Roland, *O Grau Zero da Escrita seguido de Elementos de Semiologia*, Edições 70, Lisboa, 1981

- BAUDRILLARD, Jean, *Para uma Crítica da Economia Política do Signo*, Edições 70, Lisboa, 1981
- BELLONI, Emanuela, *Tom Wesselmann*, Edizioni Charta, Milano, 2003
- BERGER, John, *Modos de Ver*, Edições 70, Lisboa, 1999
- BIRREN, Faber, *History of Color in Painting, with new Principles of Color Expression*, Reinhold Publishing Corporation, New York, 1965
- BLACKWELL, Lewis, *La Tipografia del Siglo XX*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1992
- BREAZEL, Cynthia, *Socio-Emotional Design of Personal Robots*, in: 7th International Conference on Design and Emotion, Institute of Design, Chicago, 2010
- BRINGHURST, Robert, *Elementos do Estilo Tipográfico*, Cosac Naify, São Paulo, 2005
- BUCHSTEINER, Thomas, *Tom Wesselmann, Obras de 1959 a 1993*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 21, Culturgest, Lisboa, 1996
- CABANNE, Pierre (Texto), *Arman, Pintura e Escultura*, Galeria III, Porto, 1997
- CABRAL, Manuela da Costa, SILVA, Maria do Carmo Marques, (Coord.), *Sebastião Rodrigues Designer*, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, 1995
- CARDOSO, Marta, *Jean Dubuffet*, Culturgest, Lisboa, 2000
- CARDOSO, Marta, *Jorge Martins, Pintura*, Culturgest, Lisboa, 2001
- CASA DA CERCA (Org.), *João Machado e a Criação Visual*, Câmara Municipal de Almada, Almada, 2001
- CAYATTE, Atelier Henrique, *Design 22 Anos*, Atelier Henrique Cayatte, Lisboa/Bruxelas, 2002
- CAYATTE, Henrique, *Colours of the Future Portuguese illustration for children and young people*, Edição Emílio Tavora Vilar, Lisboa, 1998
- COLONETTI, Aldo, *Os Cinco Sentidos*, in: *Anuário de Design'98*, Centro Português de Design, Lisboa, 1997
- CONDE, Miguel, *Semir Zeki*, in: *O Globo*, Edição 30 de Dezembro de 2006
- CORREIA, Susana, *Das Relações entre o Design de Comunicação e a Imagem*, in: *Cadernos de Design*, Centro Português de Design, Lisboa, 2003
- COSTA, J. Almeida, MELO, A. Sampaio, *Dicionário da Língua Portuguesa*, Porto Editora, Porto, 1998



- CULTURGEST, *Arte Contemporânea, Coleção Caixa Geral de Depósitos – Novas Aquisições*, Caixa Geral de Depósitos, Lisboa, 2002
- CULTURGEST, *Instalação Valéria Costa Pinto*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 28, Culturgest, Lisboa, 1997
- CULTURGEST, *Jochen Lempert Trabalho de Campo*, Fundação da Caixa Geral Depósitos, Lisboa, 2009
- CULTURGEST, *Robert Mangold Pinturas*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 15, Culturgest, Lisboa, 1995
- CULTURGEST, *Vanessa Beecroft*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 56, Culturgest, Lisboa, 2002
- DAMÁSIO, António, *O Cérebro à Procura da Alma*, in: *Neuropsicologia, Édition Spéciale Science & Vie*, Paris, 1996
- DAMÁSIO, António, *O Erro de Descartes*, Círculo de Leitores, Lisboa, 2011
- DAMÁSIO, António, *O Livro da Consciência, a Construção do Cérebro Consciente*, Círculo de Leitores, Lisboa, 2011
- DARWIN, Charles, *A Origem do Homem*, Editores Magalhães & Moniz, Porto, s.d.,
- Desenhos de Julio González, na Coleção do Centro de Arte Reina Sofia*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 19, Culturgest, Lisboa, 1996
- DESMET, Pieter M. A., HEKKERT, Paul, *Design & Emotion*, in: *International Journal of Design*, Vol. 3, Nº 2, 2009
- DONATE, Mercè, *Julio González, Retrospectiva*, Museu Nacional Centro de Arte Reina Sofia, Madrid, 2008
- DOUGLAS, Caroline, *Sean Scully*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 31, Culturgest, Lisboa, 1997
- DUARTE, Paulo Sergio (Texto), *Valéria Costa Pinto, Quadratura Circuli*, Galeria Debret, Paris, 1996
- DUFFLES, Maria, *Neuroestética busca Princípio Biológico do Belo*, in: *Globo*, 30 de Dezembro de 2006
- DUFRENNE, Mikel, *A Estética e as Ciências da Arte*, (Vol. 1), Livraria Bertrand, Lisboa, 1982
- DURÃO, Maria João (coord.), *Fundamentos da Visão e da Percepção*, in: *A Cor na arquitectura, (Curso de Mestrado da Cor)*, Faculdade de Arquitectura, Lisboa, 2003

- Eficácia e Percepção*, in: Cadernos de Design, (Ano Três), Centro Português de Design, Lisboa, s.d.
- Egon Schiele Cem Obras sobre Papel*, in: Jornal de Exposição, Nº 4, Culturgest, Lisboa, 1993
- FERNANDES, Ana, MOITA, H. Francisco, AURÉLIO, José, *Gestos e Sinais*, Magno, Leiria, 2001
- FERNANDES, Maria João, *Antoni Tàpies, Coleções Europeias*, Fundação de Serralves Fundação Calouste Gulbenkian, Porto, 1991
- FERNANDES, Maria João, *Vieira da Silva, Arpad Szenes, nas Coleções Portuguesas*, Fundação de Serralves, Porto, 1989
- FERNANDES, João, RAMOS, Maria, *Ana Vieira*, Fundação de Serralves, Porto, 1998
- Fernando Pessoa: O Impossível – Possível Retrato*, Casa de Serralves, Porto, 1988
- FERRAND, Maria, BICKER, João Manuel, *A Forma das Letras, um Manual de Anatomia Tipográfica*, Almedina, Coimbra, 2000
- FERRARI, Silvia, *Guia de História da Arte Contemporânea*, Editorial Presença, Lisboa, 2001
- FONSECA, Jorge Leal da, *O Cartaz e a Escola: um Estudo Centrado nos Autores e no Curso de Design das Belas Artes do Porto*, Faculdade de Belas Artes, Universidade do Porto, (Tese de Doutoramento em Design de Comunicação), Porto, 2007
- FORT LAUDERDALE MUSEUM OF ART (org.), *A Super Auto-Estrada Electrónica Nam June Paik nos Anos 90*, in: Jornal de Exposição, Culturgest, Lisboa, 1996
- FREITAS, Maria Helena, *Alberto Carneiro, Exposição Antológica*, Fundação Calouste Gulbenkian/Fundação de Serralves, Lisboa, 1991
- FUCHS, Rudi, *Cobra*, in: Jornal de Exposição, Nº 17, Culturgest, Lisboa, 1996
- GALERIA CARL SOLWAY, (Org.), *A Super Auto-Estrada Electrónica Nam June Paik nos Anos 90*, in: Jornal de Exposição, Culturgest, Lisboa, 1996
- GALERIE NATIONALE DU JEU DE PAUME, *Sean Scully*, Éditions du Jeu de Paume, Paris, 1996
- GILL, Eric, *Ensaio sobre a Tipografia*, Almedina, Coimbra, 2003 (1ª ed. Eric Gill data de 1931)
- GOLEMAN, Daniel, *Inteligência Emocional*, Círculo de Leitores, Lisboa, 2010
- GOLEMAN, Daniel, *Inteligência Social*, Círculo de Leitores, Lisboa, 2010

- GONÇALVES, Claudia, *Claes Oldenburg Coosje Van Bruggen, pelo Passeio dos Liquidâmbares: Escultura no Parque*, Fundação de Serralves, Porto, 2002
- GONÇALVES, Flávio, *História da Arte, Iconografia e Crítica*, Imprensa Nacional – Casa da Moeda, Lisboa, 1990
- GONÇALVES, Rui Mário, *História da Arte em Portugal, de 1945 à Actualidade*, (Vol. 13), Publicações Alfa, Lisboa, 1986
- GONÇALVES, Rui-Mário, *Arte Portuguesa 1992*, Vista Point Verlag, Colónia, 1992
- GREGORY, R., *A Psicologia da Visão (o olho e o cérebro)*, Editorial Inova, Porto, 1968
- HALL, Edward T., *A Dimensão Oculta*, Relógio d'Água, Lisboa, 1986
- HAAR, Michel, *Introdução à Psicanálise Freud*, Edições 70, Lisboa, 1994
- HELLER, Eva, *A Psicologia das Cores, como Actuam as Cores sobre os Sentimentos e a Razão*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2007
- HICKEY, Dave, *VB 08-36, Vanessa Beecroft Performances*, Hatje Cantz Publishers, New York, 2000
- HOLLIS, Richard, *Design Gráfico, uma História Concisa*, Martins Fontes, São Paulo, 2000
- ITTEN, Johannes, *Art de la Couleur*, Edition Abrégée, Dessain et Tolra, Paris, 1967
- JACOB, Wenzel, *Arte em Berlim no Século XX*, Fundação de Serralves, Porto, 2000
- JOLY, Martine, *Introdução à Análise da Imagem*, Edições 70, Lisboa, 2004
- KANDINSKY, *Do Espiritual na Arte*, Publicações Dom Quixote, Lisboa, 1999
- KANDINSKY, Wassily, *Ponto, Linha, Plano*, Edições 70, Lisboa, 1996
- KIRILI, Alain, *Homenaje a Julio González*, Institut Valencià D'Art Modern, Valencia, 2003
- LAMPUGNANI, Vittorio Magnago, SACHS, Angeli, (ed.), *Museus para o Novo Milénio, Conceitos, Projectos, Edifícios*, Prestel Verlag, Munique, 1999
- LARSEN, Lars Bang, BLASE, Christoph, *Art at the turn of the Millennium*, Taschen, Colónia, 1999
- LEE, Janie C., *Claes Oldenburg, Drawings, 1959-1977, Claes Oldenburg with Coosje van Bruggen, Drawings, 1992-1998*, Whitney Museum of American Art, New York, 2002
- MACHADO, João, *Cartazes*, Edições Asa, Porto, 1995

- MACHADO, Rosário S., *Eduardo Nery 1956-1996*, Culturgest/Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, 1997
- MALINOWSKI, Bronislaw, *Uma Teoria Científica da Cultura*, Edições 70, Lisboa, 1997
- Manual UNIMARC: Formato Bibliográfico*, Biblioteca Nacional de Lisboa, Lisboa, 2008
- MARTIN, René, *Dicionário Cultural da Mitologia Greco-Romana*, Publicações Dom Quixote, Lisboa, 1995
- MARTINS, José Souza, *A Natureza Emocional da Marca*, Editora Campus, Rio de Janeiro, 2007
- MELO, Alexandre, *Arte e Design*, in: *Arte Ibérica*, N° 34, Abril de 2000
- MERZ, Beatrice, GENNARI, Grazia, RAMOS, Maria, *Mario Merz*, Fundação de Serralves, Porto, 1999
- MOLES, Abraham, *L’Affiche dans la Société Urbaine*, Dunod, Paris, 1970
- MOLES, Abraham, *O Cartaz*, Editora Perspectiva, São Paulo, 1987
- MURCHO, Desidério, *A Consciência do Corpo*, in: *Crítica (Revista de Filosofia)*, Lisboa, Junho de 2000
- MUSEU TAMAYO (Org), A. R. Penck, *Obras de 1965 a 1999*, in: *Jornal de Exposição*, N° 24, Culturgest, Lisboa, 1997
- NORMAN, Donald, *Emotional Design, Why We Love (or Hate) Everyday Things*, Basic Books, New York, 2004
- O Modelo e o Pintor, Paisagens do Atelier, Paisagens do Pintor*, Costa Pinheiro, Galeria III, Lisboa, 1987
- PANOFSKY, Erwin, *Estudos de Iconologia*, Editorial Estampa, Lisboa, 1995
- PANOFSKY, Erwin, *O Significado nas Artes Visuais*, Editorial Presença, Lisboa, 1989
- PEREIRA, Maria José Moniz, ROSAS, Etheline, *António Areal, Primeira Restrospectiva*, Fundação de Serralves, Porto, 1990
- PEREIRA, Paulo, (Dir.), *História da Arte Portuguesa*, (Vol. 3), Temas & Debates, Lisboa, 1995
- PÉREZ, Miguel Von Hafe, RAMOS, Maria, *Álvaro Lapa Retrospectiva*, Fundação de Serralves, Porto, 1994
- PERNES, Fernando, *Arca de Noé/Noah’s Ark*, Fundação de Serralves, Porto, 1995
- PERNES, Fernando, *Exposição Antológica de Graça Morais, Memória da Terra, Retrato de Mulher*, Museu Nacional Soares dos Reis, Porto, 1997

- PERNES, Fernando, *Gary Hume*, in: *Jornal de Exposição N° 41*, Culturgest, Lisboa, 2000
- PERNES, Fernando, *Graça Morais, Memória da Terra, Retrato de Mulher*, in: *Jornal de Exposição N° 25*, Culturgest, Lisboa, 1997
- PERNES, Fernando, *Neal Slavin – Portugal 1968*, Fundação de Serralves, Porto, 1990
- PERNES, Fernando, *Os Reis Costa Pinheiro 1964\*66, Retrospectiva*, Fundação de Serralves, Porto, 1991
- PERNES, Fernando, *Picasso*, Fundação de Serralves, Porto, 1989
- PERNES, Fernando, RIBEIRO, José Sommer, *José de Guimarães 1962-1992*, Fundação Gulbenkian/Fundação Serralves, Lisboa/Porto, 1992
- POLLIG, Hermann, SUHLE, Viola, *Hannah Hoch – O Dadaísmo no Feminino*, Serralves, Porto, 1990
- PROVIDÊNCIA, Francisco, *Design de Comunicação/Gráfico*, in: *Directório de Design 1999/2000*, Centro Português de Design, Lisboa, 1999
- PUJAGUT, Jaume, GARCIA, Sergi, *A Graphic Design Project from start to finish*, Index Book, Barcelona, 2010
- RAMOS, Maria, *Privacy, Luc Tuymans/Miroslaw Balka*, Fundação de Serralves, Porto, 1998
- RAYBURN, Isabella Del Frate, *Cruz-Filipe, The Murray and Isabella Rayburn Foundation*, New York, 1991
- READ, Herbert, *A Educação pela Arte*, Edições 70, Lisboa, 1982
- READ, Herbert, *A Filosofia da Arte Moderna*, Lisboa, Ulisseia, s.d.
- RENDINGER, Christine de, *L’Affiche D’Intérieur, Le Poster*, Encyclopédie Universitaire, Paris, s.d.
- RIBEIRO, António Pinto, RAMOS, Fátima (Coord.), *Arte Contemporânea, Coleção da Caixa Geral de Depósitos – Novas Aquisições*, in: *Jornal de Exposição, N° 52*, Culturgest, Lisboa, 2002
- RIBEIRO, António Pinto, *Ser Feliz é imoral? Ensaio sobre cultura, cidades e distribuição*, Edições Cotovia, Lisboa, 2000
- RIBEIRO, Milton, *Planejamento Visual Gráfico*, Linha Gráfica Editora, Brasília, 1987
- Robert Mangold, Pinturas*, in: *Jornal de Exposição, N° 15*, Culturgest, Lisboa, 1995
- ROCHA, Rui, *300 Anos do Cartaz em Portugal*, Biblioteca Nacional, Lisboa, 1975

- RUIZ, José Maria, *Dubuffet*, Globus Comunicación, Barcelona, 1996
- RUIZ, José Maria, *Modigliani*, Globus, Barcelona, 1995
- RUIZ, José Maria, *Tom Wesselmann*, Globus, Madrid, 1996
- SABARSKY, Serge, *Egon Schiele 1890-1918, Cem Obras sobre Papel*, Culturgest, Lisboa, 1993
- SANCHES, Rui, *Direcção: Escultura*, CAM José de Azeredo Perdigão, Lisboa, 1998
- SANTOS, David, *Gary Hume: Pop Décor*, in: *Arte Ibérica*, Nº 33, Março de 2000
- SANTOS, Fernando, A. R. *Penck*, Galeria Fernando Santos, Lisboa, 2002
- SANTOS, Rui Afonso, *Museu do Design*, Centro Cultural de Belém, Lisboa, 1999
- SARDO, Delfim, *Espaços*, in: *Arte Ibérica*, Nº 33, Março de 2000
- SARDO, Delfim, *Mario Merz em Serralves Casa x Casa*, in: *Arte Ibérica*, Nº 22, Março de 1999
- SARDO, Delfim, *O Corpo Eléctrico: Nam June Paik, A Super Auto-Estrada Eletrónica*, in: *Arte Ibérica*, Nº 1, Dezembro de 1996
- SERRA, Tomàs Llorens, *Julio González, Catálogo Razonado de las Pinturas, Esculturas y Dibujos, Vol. I 1900-1918*, IVAM – Instituto Valencia D'Art Modern, Valencia, 2007
- SILVA, Vitor, *20 Alfabetos Tipográficos de Vinte Designers do Século XX*, Editor Vitor Silva, 2002
- SIMS, Niki (Dir. ed.), *Cérebro e Sistema Nervoso Central, Selecções do Reader's Digest*, Lisboa, 2002
- SPROCCATI, Sandro (Dir.), *Guia de História da Arte*, Editorial Presença, Lisboa, 1997
- STOKVIS, Willemijn, *Cobra*, Culturgest, Lisboa, 1995
- TAVARES, Cristina Azevedo (Comiss.), *José Aurélio, Ouro, Prata, Marfim e Outras Especiarias*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 10, Culturgest, Lisboa, 1995
- TAVARES, Cristina Azevedo, *Artes Plásticas em Portugal no Século XX*, in: *Guia de História da Arte Contemporânea*, Editorial Presença, Lisboa, 2001
- TOUSSAINT, Bernard, *Introdução à Semiologia*, Publicações Europa-América, Lisboa, 1994
- VEIGA, Margarida, *KWY – Paris 1958-1968*, Centro Cultural de Belém, Lisboa, 2001
- WALTHER, Ingo, *Arte do Século XX*, Taschen, Colónia, 2002

WALTHER, Ingo, *Picasso*, Taschen, Colónia, 2002

WICK, Rainer, *Pedagogia da Bauhaus*, Martins Fontes, São Paulo, 1989

ZEKI, Semir, *Spendors and Miseries of the Brain*, Wiley-Blackwell, United Kingdom, 2009

Internet

[acloc-24-calhau.blogspot.com](http://acloc-24-calhau.blogspot.com)

[alexandrepomar.typepad.com/alexandre\\_pomar/ether](http://alexandrepomar.typepad.com/alexandre_pomar/ether)

[anacirculo.blogspot.com](http://anacirculo.blogspot.com)

[antoniopintoribeiro.com](http://antoniopintoribeiro.com)

[apdesigners.org.pt](http://apdesigners.org.pt)

[artnetweb.com/oldenburg/bio.html](http://artnetweb.com/oldenburg/bio.html)

[artnet.com/artists/gary-hume](http://artnet.com/artists/gary-hume)

[artnet.com/artists/jochen-lempert](http://artnet.com/artists/jochen-lempert)

[asvs.pt](http://asvs.pt)

[berlinischegalerie.de](http://berlinischegalerie.de)

[calikartel.com/dusan-reljin](http://calikartel.com/dusan-reljin)

[casafermandopessoa.com-lisboa.pt](http://casafermandopessoa.com-lisboa.pt)

[centroartegracamorais.cm-braganca.pt](http://centroartegracamorais.cm-braganca.pt)

[chiado8.fidelidademundial.pt/cruz-filipe.aspx](http://chiado8.fidelidademundial.pt/cruz-filipe.aspx)

[convergencias.esart.ipcb.pt](http://convergencias.esart.ipcb.pt)

[criticanarede.com/entr\\_damasio.html](http://criticanarede.com/entr_damasio.html)

[gracamorais.blogspot.com/2010/faleceu-fernando-permes](http://gracamorais.blogspot.com/2010/faleceu-fernando-permes)

[en.wikipedia.org/wiki/Amadeo\\_Modigliani](http://en.wikipedia.org/wiki/Amadeo_Modigliani)

[en.wikipedia.org/wiki/Arman](http://en.wikipedia.org/wiki/Arman)

[en.wikipedia.org/wiki/Gary\\_Hume](http://en.wikipedia.org/wiki/Gary_Hume)

[en.wikipedia.org/wiki/Jenny\\_Holzer](http://en.wikipedia.org/wiki/Jenny_Holzer)  
[en.wikipedia.org/wiki/Jochen\\_Lempert](http://en.wikipedia.org/wiki/Jochen_Lempert)  
[en.wikipedia.org/wiki/Julio\\_Gonzalez\\_sculptor](http://en.wikipedia.org/wiki/Julio_Gonzalez_sculptor)  
[en.wikipedia.org/wiki/Lawrence\\_Weiner](http://en.wikipedia.org/wiki/Lawrence_Weiner)  
[en.wikipedia.org/wiki/Luc\\_Tuymans](http://en.wikipedia.org/wiki/Luc_Tuymans)  
[en.wikipedia.org/wiki/Mario\\_Merz](http://en.wikipedia.org/wiki/Mario_Merz)  
[en.wikipedia.org/wiki/Miroslaw\\_Balka](http://en.wikipedia.org/wiki/Miroslaw_Balka)  
[en.wikipedia.org/wiki/Munsell\\_color\\_system](http://en.wikipedia.org/wiki/Munsell_color_system)  
[en.wikipedia.org/wiki/Pablo\\_Picasso](http://en.wikipedia.org/wiki/Pablo_Picasso)  
[en.wikipedia.org/wiki/Robert\\_Mangold](http://en.wikipedia.org/wiki/Robert_Mangold)  
[en.wikipedia.org/wiki/Sean.scully](http://en.wikipedia.org/wiki/Sean.scully)  
[en.wikipedia.org/wiki/Shigeo\\_Fukuda](http://en.wikipedia.org/wiki/Shigeo_Fukuda)  
[en.wikipedia.org/wiki/Stuart\\_Bailey](http://en.wikipedia.org/wiki/Stuart_Bailey)  
[en.wikipedia.org/wiki/Tom\\_Wesselmann](http://en.wikipedia.org/wiki/Tom_Wesselmann)  
[en.wikipedia.org/wiki/Will\\_Holder\\_designer](http://en.wikipedia.org/wiki/Will_Holder_designer)  
[fashiongonerogue.com/photographer/dusan-reljin](http://fashiongonerogue.com/photographer/dusan-reljin)  
[fora.tv/2009/07/04/Antonio\\_Damasio](http://fora.tv/2009/07/04/Antonio_Damasio)  
[linguagemcorporal.net.br/blog](http://linguagemcorporal.net.br/blog)  
[oldenburgvanbruggen.com](http://oldenburgvanbruggen.com)  
[philosopedia.org/index.php/Faber\\_Birren](http://philosopedia.org/index.php/Faber_Birren)  
[portugalfoto.tripod.com/helenaalmeida.htm](http://portugalfoto.tripod.com/helenaalmeida.htm)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Álvaro\\_Lapa](http://pt.wikipedia.org/wiki/Álvaro_Lapa)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Antoni\\_Tàpies](http://pt.wikipedia.org/wiki/Antoni_Tàpies)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Amadeo\\_Modigliani](http://pt.wikipedia.org/wiki/Amadeo_Modigliani)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Arpad\\_Szenes](http://pt.wikipedia.org/wiki/Arpad_Szenes)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Cérebro](http://pt.wikipedia.org/wiki/Cérebro)  
[pt.wikipedia.org/COBRA](http://pt.wikipedia.org/COBRA)



[pt.wikipedia.org/wiki/Egon\\_Schiele](http://pt.wikipedia.org/wiki/Egon_Schiele)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Graca\\_Morais](http://pt.wikipedia.org/wiki/Graca_Morais)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Hannah\\_Hoch](http://pt.wikipedia.org/wiki/Hannah_Hoch)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Helena\\_Almeida](http://pt.wikipedia.org/wiki/Helena_Almeida)  
[pt.wikipedia.org/wiki/IPHAN](http://pt.wikipedia.org/wiki/IPHAN)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Jean\\_Dubuffet](http://pt.wikipedia.org/wiki/Jean_Dubuffet)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Josec3a9\\_aur%C3%A9lio](http://pt.wikipedia.org/wiki/Josec3a9_aur%C3%A9lio)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Jose\\_de\\_Guimar%C3%A3es](http://pt.wikipedia.org/wiki/Jose_de_Guimar%C3%A3es)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Jos%C3%A9\\_Manuel\\_Rodrigues\\_Berardo](http://pt.wikipedia.org/wiki/Jos%C3%A9_Manuel_Rodrigues_Berardo)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Manuel\\_de\\_Brito](http://pt.wikipedia.org/wiki/Manuel_de_Brito)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Maria\\_Helena\\_Vieira\\_da\\_Silva](http://pt.wikipedia.org/wiki/Maria_Helena_Vieira_da_Silva)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Museu](http://pt.wikipedia.org/wiki/Museu)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Museu\\_do\\_Chiado](http://pt.wikipedia.org/wiki/Museu_do_Chiado)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Neoc%C3%B3rtex](http://pt.wikipedia.org/wiki/Neoc%C3%B3rtex)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Teste\\_de\\_Rorschach](http://pt.wikipedia.org/wiki/Teste_de_Rorschach)  
[ressabiator.wordpress.com/2008/03/06/stuart-bailey](http://ressabiator.wordpress.com/2008/03/06/stuart-bailey)  
[sandravieirajurgens.wordpress.com/2010/03/01/entrevista-a-joao-fernandes](http://sandravieirajurgens.wordpress.com/2010/03/01/entrevista-a-joao-fernandes)  
[tipografos.net/Portugal/cayatte.html](http://tipografos.net/Portugal/cayatte.html)  
[tipografos.net/Portugal/sebastiao-rodrigues.html](http://tipografos.net/Portugal/sebastiao-rodrigues.html)  
[tipografos.net/Portugal/gill-sans.html](http://tipografos.net/Portugal/gill-sans.html)  
[tomwesselmannestate.org](http://tomwesselmannestate.org)  
[www.agd.de](http://www.agd.de)  
[www.antoniopintoribeiro.com](http://www.antoniopintoribeiro.com)  
[www.arman.com](http://www.arman.com)  
[www.arman-studio.com](http://www.arman-studio.com)  
[www.armazemdasartes.pt](http://www.armazemdasartes.pt)  
[www.arnekaiser.com](http://www.arnekaiser.com)

[www.artafrica.info](http://www.artafrica.info)  
[www.artecapital.net](http://www.artecapital.net)  
[www.artistasunidos.pt/ana\\_vieira.htm](http://www.artistasunidos.pt/ana_vieira.htm)  
[www.artnet.com](http://www.artnet.com)  
[www.arvorecoop.pt](http://www.arvorecoop.pt)  
[www.ateliernunesepa.pt](http://www.ateliernunesepa.pt)  
[www.b2design.pt](http://www.b2design.pt)  
[www.barbarakrakowgallery.com/robert-mangold](http://www.barbarakrakowgallery.com/robert-mangold)  
[www.barbarakruger.com](http://www.barbarakruger.com)  
[www.berggruen.com/artists/robert-mangold](http://www.berggruen.com/artists/robert-mangold)  
[www.berlinischegalerie.de](http://www.berlinischegalerie.de)  
[www.cam.gulbenkian.pt](http://www.cam.gulbenkian.pt)  
[www.capc-bordeaux.fr](http://www.capc-bordeaux.fr)  
[www.carvalho-bernau.com/graphicdesign/jochen-lempert-recent-field](http://www.carvalho-bernau.com/graphicdesign/jochen-lempert-recent-field)  
[www.cayatte.pt](http://www.cayatte.pt)  
[www.ccb.pt](http://www.ccb.pt)  
[www.centroartegracamorais.cm-braganca.pt](http://www.centroartegracamorais.cm-braganca.pt)  
[www.cgd.pt/Institucional/Patrimonio-Historico/Pages/Patrimonio-Historico.aspx](http://www.cgd.pt/Institucional/Patrimonio-Historico/Pages/Patrimonio-Historico.aspx)  
[www.citi.pt/cultura/artes\\_plasticas/pintura/guimaraes/index.html](http://www.citi.pt/cultura/artes_plasticas/pintura/guimaraes/index.html)  
[www.culturgest.pt](http://www.culturgest.pt)  
[www.cutandpaste.info](http://www.cutandpaste.info)  
[www.designandemotion.org](http://www.designandemotion.org)  
[www.designishistory.com/design/typography](http://www.designishistory.com/design/typography)  
[www.designishistory.com/design/posters](http://www.designishistory.com/design/posters)  
[www.designishistory.com/1960/shigeo-fukuda](http://www.designishistory.com/1960/shigeo-fukuda)  
[www.dicio.com.br](http://www.dicio.com.br)  
[www.donaldyoung.com/mangold/robert\\_mangold\\_index.html](http://www.donaldyoung.com/mangold/robert_mangold_index.html)

[www.dubuffet.com](http://www.dubuffet.com)  
[www.dubuffetfoundation.com](http://www.dubuffetfoundation.com)  
[www.ebook-search-engine.com/emotional-design-ebook-pdf.html](http://www.ebook-search-engine.com/emotional-design-ebook-pdf.html)  
[www.eduardonery.pt](http://www.eduardonery.pt)  
[www.egon-schiele.net](http://www.egon-schiele.net)  
[www.ellipsefoundation.com](http://www.ellipsefoundation.com)  
[www.elsevier.com](http://www.elsevier.com)  
[www.esad.pt](http://www.esad.pt)  
[www.exitmedia.net](http://www.exitmedia.net)  
[www.filipebraga.com](http://www.filipebraga.com)  
[www.foundation.generalist.at](http://www.foundation.generalist.at)  
[www.fprovidencia.com](http://www.fprovidencia.com)  
[www.guggenheim.org/new-york/collections](http://www.guggenheim.org/new-york/collections)  
[www.hppsaude.pt/Especialidades.html](http://www.hppsaude.pt/Especialidades.html)  
[www.ibiblio.org/wm/paint/auth/modigliani](http://www.ibiblio.org/wm/paint/auth/modigliani)  
[www.ijdesign.org](http://www.ijdesign.org)  
[www.infopedia.pt/\\$antonio-areal](http://www.infopedia.pt/$antonio-areal)  
[www.infopedia.pt/\\$arpad-szenes](http://www.infopedia.pt/$arpad-szenes)  
[www.infopedia.pt/\\$costa-pinheiro](http://www.infopedia.pt/$costa-pinheiro)  
[www.infopedia.pt/\\$cruz-filipe](http://www.infopedia.pt/$cruz-filipe)  
[www.infopedia.pt/\\$eduardo-nerly](http://www.infopedia.pt/$eduardo-nerly)  
[www.infopedia.pt/\\$jose-de-guimaraes](http://www.infopedia.pt/$jose-de-guimaraes)  
[www.infopedia.pt/\\$lawrence-weiner](http://www.infopedia.pt/$lawrence-weiner)  
[www.infopedia.pt/\\$mario-merz](http://www.infopedia.pt/$mario-merz)  
[www.infopedia.pt/\\$shikhani](http://www.infopedia.pt/$shikhani)  
[www.jeudepaume.org](http://www.jeudepaume.org)  
[www.joaomachado.com](http://www.joaomachado.com)

[www.kaibernau.com](http://www.kaibernau.com)  
[www.kunstmuseenkrefeld.de/e](http://www.kunstmuseenkrefeld.de/e)  
[www.linkedin.com/in/helenkeyes](http://www.linkedin.com/in/helenkeyes)  
[www.matthewmarks.com/artists/gary-hume](http://www.matthewmarks.com/artists/gary-hume)  
[www.mocp.org/collections/permanent/slavin\\_neal.php](http://www.mocp.org/collections/permanent/slavin_neal.php)  
[www.moma.org/collection](http://www.moma.org/collection)  
[www.mude.pt](http://www.mude.pt)  
[www.mude.pt/\\_coleccion/pt/antes\\_mude\\_CCB.html](http://www.mude.pt/_coleccion/pt/antes_mude_CCB.html)  
[www.mulheres-ps20.ipp/Graca\\_Morais.htm](http://www.mulheres-ps20.ipp/Graca_Morais.htm)  
[www.museovostell.org](http://www.museovostell.org)  
[www.museudochiado-ipmuseus.pt](http://www.museudochiado-ipmuseus.pt)  
[www.museu.gulbenkian.pt](http://www.museu.gulbenkian.pt)  
[www.museums-of-paris.com/musee\\_fr](http://www.museums-of-paris.com/musee_fr)  
[www.museu.gulbenkian.pt](http://www.museu.gulbenkian.pt)  
[www.naturlink.sapo.pt](http://www.naturlink.sapo.pt)  
[www.nealslavin.com](http://www.nealslavin.com)  
[www.nytimes.com](http://www.nytimes.com)  
[www.oldenburgvanbruggen.com](http://www.oldenburgvanbruggen.com)  
[www.paikstudios.com](http://www.paikstudios.com)  
[www.psiquiatriageral.com.br/cerebro/texto2.htm](http://www.psiquiatriageral.com.br/cerebro/texto2.htm)  
[www.repository.utl.pt/handle/10400.5/3309](http://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/3309)  
[www.ritaburmester.com](http://www.ritaburmester.com)  
[www.romapublications.org](http://www.romapublications.org)  
[www.saatchi-gallery.co.uk/aibe/gary\\_hume.htm](http://www.saatchi-gallery.co.uk/aibe/gary_hume.htm)  
[www.serralves.pt](http://www.serralves.pt)  
[www.slavens.net/bios/neal\\_slavin.htm](http://www.slavens.net/bios/neal_slavin.htm)  
[www.stedelijk.nl](http://www.stedelijk.nl)

[www.studioandrewhoward.com](http://www.studioandrewhoward.com)

[www.susana-carvalho.com](http://www.susana-carvalho.com)

[www.valeriacostapinto.com.br](http://www.valeriacostapinto.com.br)

[www.vanessabeecroft.com](http://www.vanessabeecroft.com)

[www.vasarely.com](http://www.vasarely.com)

[www.vpfccreamart.com/jorgemartins.swf](http://www.vpfccreamart.com/jorgemartins.swf)

[www.whitecube.com/artists/hume](http://www.whitecube.com/artists/hume)

[www.yellowbellywebdesign.com](http://www.yellowbellywebdesign.com)

## Filmes

ASCENSÃO, Joana, *Pintura Habitada*, Raiva, Lisboa, 2006 | Um filme sobre Helena Almeida, 50'

RAMOS, Olga, ROSENDO, Catarina, *Difícilmente o que habita perto da origem abandona o lugar*, Laranja Azul, Lisboa, 2008 | Um filme sobre Alberto Carneiro, 50'

Entrevista de Miguel Nabinho a Miguel Wandschneider, in:  
[www.youtube.com/watch?v=5YQP5X7-5Gs](http://www.youtube.com/watch?v=5YQP5X7-5Gs), Junho de 2000

## BIBLIOGRAFIA GERAL

ABADIE, Daniel (Comiss.), *Arman*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 36, Culturgest, Lisboa, 1998

ADRIANI, Gotz, *Colagens Hannah Hoch 1889-1978*, Fundação de Serralves, Porto, 1990

ALEXANDRE, Noel, *Modigliani, Documents et Dessins de la Collection Paul Alexandre*, Fonds Mercator Paribas, Paris, 1994

ALMEIDA, Bernardo Pinto de, (Comiss.), *Cruz-Filipe, 40 Anos de Pintura*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 16, Culturgest, Lisboa, 1995

ALMEIDA, Bernardo Pinto de, (texto) *João Machado e a Criação Visual*, Casa da Cerca, Almada, 2001

ALMEIDA, Helena, PERNES, Fernando, *Helena Almeida, Dramatis Persona Variações e Fuga sobre um Corpo*, Fundação de Serralves, Porto, 1995

ALMENDRA, Rita Assoreira, CHRISTIAANS, Henri, *Assessing Decision-Making in Software Design*, in: *The International Journal for Design Research in Engineering Architecture, Products and Systems*, Vol. 31, Number 6, November 2010

ALVIM, António Vilas-Boas e, *Uma Coleção de Arte*, IADE - Instituto de Artes Visuais Design e Marketing, Lisboa, 2008 (Dissertação de Mestrado em Design e Cultura Visual)

AMADO, Pedro Manuel Reis, *Explorando o Bazar Tipográfico: a importância dos modelos emergentes de comunicação na criação de uma plataforma de colaboração livre para o design tipográfico*, Faculdade de Belas Artes, Universidade do Porto, Porto, 2007 (Dissertação de Mestrado em Arte e Multimédia)

AMADO, Ruy, *Mercado Internacional da Arte Moderna*, Lisboa, 1987

AMAT, Luis Caruncho, (dir.), *100 Anos del Cartel Espanhol, Publicidad Comercial (1875 – 1975)*, Artes Gráficas Luis Pérez, Madrid, 1985

ANDRADE, Sérgio C., *Serralves 20 Anos e Outras Histórias*, Fundação de Serralves, Porto, 2009

ARGAN, Giulio Carlo, *Arte Moderna*, Companhia das Letras, São Paulo, 2001

- ARGAN, Giulio Carlo, *História da Arte como História da Cidade*, Martins Fontes, São Paulo, 1998
- ARGAN, Giulio Carlo, FAGIOLO, Maurizio, *Guia de História da Arte*, Editorial Estampa, Lisboa, 1994
- ARNHEIM, Rudolf, *O Poder do Centro*, Edições 70, Lisboa, 1990
- ARNHEIM, Rudolf, *Arte e Percepção Visual*, Livraria Pioneira Editora, São Paulo, 1994
- Atelier João Machado*, in: *Cardemos de Design*, Centro Português de Design, Lisboa, 1993
- AUMONT, Jacques, *A Imagem*, Edições Texto e Grafia, Lisboa, 2009
- AURÉLIO, José, FERNANDES, Ana Mercedes Stoffel, FRANCISCO, Horácio Moita, *Gestos e Sinais*, Fundação Mário Soares/Magno, Leiria, 2001
- AZEVEDO, Fernando de, (Comiss.), *Eduardo Nery 1956-1996*, in: *Jornal de Exposição*, N° 30, Culturgest, Lisboa, 1997
- BAKER, Robin, *Designing the Future, the Computer Transformation of Reality*, Thames and Hudson, London, 1993
- BARBOSA, Helena, CALVERA, Ana, BRANCO, Vasco, *O Cartaz do Passado vs do Presente vs do Futuro?*, in: *Comunicações orais/Posters*, CIDAG, Lisboa, 2010
- BARGIEL-HARRY, Réjane, ZAGRODZKI, Christophe, *Le Livre de L’Affiche/The Book of the Poster*, Musée de La Publicité, Paris, 1985
- BARNICOAT, John, *A Concise History of Posters: 1870 – 1970*, Nova Iorque, 1972
- BARNICOAT, John, *Posters A Concise History*, Thames and Hudson, London, 1977
- BARTHES, Roland, *A Aventura Semiológica*, Edições 70, Lisboa, 1985
- BARTHES, Roland, *O Grau Zero da Escrita seguido de Elementos de Semiologia*, Edições 70, Lisboa, 1981
- BÁRTOLO, José Manuel, *Identidade (s), o Design Gráfico Português Contemporâneo*, in: *Artes & Leilões*, N° 26, Lisboa, Maio/Junho de 2010
- BAUDRILLARD, Jean, *Para uma Crítica da Economia Política do Signo*, Edições 70, Lisboa, 1981
- BLACKWELL, Lewis, *La Tipografía del Siglo XX*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1992
- BELLONI, Emanuela, *Tom Wesselmann*, Edizioni Charta, Milano, 2003

- BENTO, Tiago Miguel Antunes, *Publicidade Emocional*, IADE - Instituto de Artes Visuais Design e Marketing, Lisboa, 2008
- BERESNIAK, Daniel, *O Fantástico Mundo das Cores*, Editora Pergaminho, Lisboa, 1996
- BERGER, John, *Modos de Ver*, Edições 70, Lisboa, 1999
- BIRREN, Faber, *History of Color in Painting, with new principles of color expression*, Reinhold Publishing Corporation, New York, 1965
- BIRREN, Faber, (introduction), *A Grammar of Color basic treatise on the color system of Albert H. Munsell*, Van Nostrand Reinhold Company, s.d.
- BLACKWELL, Lewis, *La Tipografía del Siglo XX*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1993
- BLACKWELL, Lewis, *David Carson 2nd Sight, Graphic Design after the end of print*, Laurence King, London, 1997
- BREAZEAL, Cynthia, *Socio-Emotional Design of Personal Robots*, in: 7th International Conference on Design and Emotion, Institute of Design, Chicago, 2010
- BRINGHURST, Robert, *Elementos do Estilo Tipográfico*, Cosac Naify, São Paulo, 2005
- BUCHSTEINER, Thomas, *Tom Wesselmann, Obras de 1959 a 1993*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 21, Culturgest, Lisboa, 1996
- BURGI, Sergio, TITAN, Samuel, (coord.), *Aleksandr Ródtchenko: Revolução na Fotografia*, Pinacoteca Estado de São Paulo, São Paulo, 2010
- CABANNE, Pierre, (Texto), *Arman, Pintura e Escultura*, Galeria III, Porto, 1997
- CABRAL, Manuel da Costa, SILVA, Maria do Carmo Marques (Coord.), *Sebastião Rodrigues Designer*, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, 1995
- CAIXA GERAL DEPÓSITOS, *Arte Moderna em Portugal*, Caixa Geral de Depósitos, Lisboa, 2003
- CANAVEIRA, Rui, *História das Artes Gráficas*, Artes Gráficas, Lisboa, 2001
- CARDOSO, Marta, *Jean Dubuffet*, Culturgest, Lisboa, 2000
- CARDOSO, Marta, *Jorge Martins, Pintura*, Culturgest, Lisboa, 2001
- CASA DA CERCA, (Org.), *João Machado e a Criação Visual*, Câmara Municipal de Almada, Almada, 2001



- CAYATTE, Henrique, *Colours of the Future Portuguese illustration for children and young people*, Edição Emílio Tavora Vilar, Lisboa, 1998
- CAYATTE, Atelier Henrique, *Design 22 Anos*, Atelier Henrique Cayatte, Lisboa/Bruxelas, 2002
- CLAVERO, António, (Introd.), *6 Graphic Designers Italianos*, Banco de Granada, Granada, 1973
- COLONETTI, Aldo, *Os Cinco Sentidos*, in: Anuário de Design'98, Centro Português de Design, Lisboa, 1997
- CONDE, Miguel, *Semir Zeki*, in: O Globo, Edição 30 de Dezembro de 2006
- CORREIA, Susana, *Das Relações entre o Design de Comunicação e a Imagem*, in: Cadernos de Design, Centro Português de Design, Lisboa, 2003
- COSTA, J. Almeida, MELO, A. Sampaio, *Dicionário da Língua Portuguesa*, Porto Editora, Porto, 1998
- COSTA, Juliana, dos Anjos Freitas, *Design Emocional e Expressão de Emoção em Agentes Tutores*, Universidade de Aveiro, Aveiro, 2009 (Dissertação de Mestrado em Comunicação Multimédia)
- COSTA, Rui Carlos Ferreira Cavadas da, *Investigação em/por Design*, Faculdade de Belas Artes, Universidade do Porto, Porto, 2005 (Dissertação de Mestrado em Arte e Comunicação)
- CULTURGEST, *Arte Contemporânea, Coleção CGD – Novas Aquisições*, CGD, Lisboa, 2002
- CULTURGEST, *Egon Schiele Cem Obras sobre Papel*, in: Jornal de Exposição, Nº 4, Culturgest, Lisboa, 1993
- CULTURGEST, *Instalação Valéria Costa Pinto*, in: Jornal de Exposição, Nº 28, Culturgest, Lisboa, 1997
- CULTURGEST, *Jochen Lempert Trabalho de Campo*, Fundação da Caixa Geral Depósitos, Lisboa, 2009
- CULTURGEST, *Robert Mangold Pinturas*, in: Jornal de Exposição, Nº 15, Culturgest, Lisboa, 1995
- CULTURGEST, *Vanessa Beecroft*, in: Jornal de Exposição, Nº 56, Culturgest, Lisboa, 2002
- DAMÁSIO, António, *O Erro de Descartes*, Círculo de Leitores, Lisboa, 2011
- DAMÁSIO, António, *O Livro da Consciência*, Círculo de Leitores, Lisboa, 2010

- DAMÁSIO, António, *O Sentimento de Si, o Corpo, a Emoção e a Neurobiologia da Consciência*, Publicações Europa-América, Lisboa, 2003
- DARWIN, Charles, *L'Expression des Emotions chez L'homme et les animaux*, C. Reinwald et Cie Libraires-Éditeurs, Paris, 1877
- DARWIN, Charles, *A Origem do Homem*, Editores Magalhães & Moniz Ltd, Porto, s.d.
- DESMET, Pieter M. A., HEKKERT, Paul, *Design & Emotion*, in: International Journal of Design, Vol. 3, Nº 2, 2009
- DONATE, Mercè, *Julio González, Retrospectiva*, Museu Nacional Centro de Arte Reina Sofia, Madrid, 2008
- DOUGLAS, Caroline, *Sean Scully*, in: Jornal de Exposição, Nº 31, Culturgest, Lisboa, 1997
- DUARTE, Paulo Sergio (Texto), *Valéria Costa Pinto, Quadratura Circuli*, Galeria Debret, Paris, 1996
- DUFFLES, Maria, *Neuroestética busca princípio biológico do belo*, in: Globo, 30 de Dezembro de 2006
- DUFRENNE, Mikel, *A Estética e as Ciências da Arte*, Vol. I, Livraria Bertrand, Lisboa, 1982
- DURÃO, Maria João (Coord.), *Fundamentos da Visão e da Percepção*, in: A Cor na arquitectura, (Mestrado da Cor), Faculdade de Arquitectura, Lisboa, 2003
- Eficácia e Percepção*, in: Cadernos de Design, Centro Português de Design, Lisboa, Ano Três
- ELKINS, James, *Visual Studies*, Routledge, London, 2003
- ELKINS, James, *How to use your eyes*, Routledge, London, 2009
- FÉLIX, Maria João Lopes Guerreiro, *Comportamentos e Interações do Design*, Faculdade de Engenharia, Universidade do Porto, Porto, 2006 (Dissertação em Mestrado de Design Industrial)
- FERNANDES, João, RAMOS, Maria, *Ana Vieira*, Fundação de Serralves, Porto, 1998
- FERNANDES, Ana M., FRANCISCO, H. Moita, AURÉLIO, José, *Gestos e Sinais*, Magno, Leiria, 2001
- FERNANDES, Inês do Cruzeiro Martins, *A Sedução do Design: Design Emocional e o Novo Luxo*, IADE - Instituto de Artes Visuais Design e Marketing, Lisboa, 2009

FERNANDES, Maria João, *Antoni Tàpies, Coleções Europeias*, Fundação de Serralves Fundação Calouste Gulbenkian, Porto, 1991

FERNANDES, Maria João, *Vieira da Silva, Arpad Szenes, nas coleções portuguesas*, Fundação de Serralves, Porto, 1989

*Fernando Pessoa: O Impossível – Possível Retrato*, Casa de Serralves, Porto, 1988

FERRAND, Maria, *A Forma das Letras, um Manual de Anatomia Tipográfica*, Almedina, Coimbra, 2000

FERRARI, Silvia, *Guia de História da Arte Contemporânea*, Editorial Presença, Lisboa, 2001

FERRO, Francisco Xavier da França Souza, *Sena da Silva, Design em Português*, Faculdade de Belas Artes, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2003 (Dissertação de Mestrado em teorias da Arte)

FIELL, Charlotte, *Design Gráfico para o Século XXI*, Taschen, Colónia, 2003

FONSECA, Jorge Leal da, *O Cartaz e a Escola: um estudo centrado nos autores e no curso de Design das Belas Artes do Porto*, Faculdade de Belas Artes, Universidade do Porto, Porto, 2007 (Tese de Doutoramento em Design de Comunicação)

FORT LAUDERDALE MUSEUM OF ART (org.), *A Super Auto-Estrada Electrónica Nam June Paik nos Anos 90*, in: *Jornal de Exposição*, Culturgest, Lisboa, 1996

FREITAS, M. H., *Alberto Carneiro, Exposição Antológica*, Fundação Calouste Gulbenkian/Fundação de Serralves, Lisboa, 1991

FRAGOSO, Ana Margarida Pessoa, *Formas e Expressões da Comunicação Visual em Portugal, contributo para o estudo da cultura visual do século XX, através das publicações periódicas*, Faculdade de Arquitectura, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2010 (Tese de Doutoramento em Design)

FUCHS, Rudi, *Cobra*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 17, Culturgest, Lisboa, 1996

FUNDAÇÃO ARPAD SZENES-VIEIRA DA SILVA, *Cartazes de Vieira da Silva*, Galerie Jeanne Buchen, Paris, 2002

FUNDACIÓ ANTONI TÀPIES, *Tàpies, Escritura Material, Libros*, Edición Fundació Antoni Tàpies, Barcelona, 2002

GALERIA CARL SOLWAY, (Org.), *A Super Auto-Estrada Electrónica Nam June Paik nos Anos 90*, in: *Jornal de Exposição*, Culturgest, Lisboa, 1996

GALERIE NATIONALE DU JEU DE PAUME, *Sean Scully*, Éditions du Jeu de Paume, Paris, 1996

GALLO, Max, *The Poster in History*, The Wellfleet Press, Milan, 1989

- GILL, Eric, *Ensaio sobre a Tipografia*, Almedina, Coimbra, 2003
- GODFREY, Jason, *Bibliographic: 100 Classic Graphic Design Books*, Laurence King Publishing, London, 2009
- GOLEMAN, Daniel, *Inteligência Emocional*, Círculo de Leitores, Lisboa, 2010
- GOLEMAN, Daniel, *Inteligência Social*, Círculo de Leitores, Lisboa, 2010
- GOMES, Alexandra Isabel Cruchinho Barreiro, *A Evolução e a Qualidade do Ensino do Design Gráfico em Portugal*, Faculdade de Belas Artes, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2001
- GONÇALVES, Claudia, *Claes Oldenburg Coosje van Bruggen, pelo Passeio dos Liquidâmbares: Esculturas no Parque*, Fundação de Serralves, Porto, 2002
- GONÇALVES, Flávio, *História da Arte, Iconografia e Crítica*, Imprensa Nacional – Casa da Moeda, Lisboa, 1990
- GONÇALVES, Rui Mário, *História da Arte em Portugal, de 1945 à actualidade*, (Vol. 13), Publicações Alfa, Lisboa, 1986
- GONÇALVES, Rui Mário, *Arte Portuguesa 1992*, Vista Point Verlag, Colónia, 1992
- GONÇALVES, Sandra Sofia Figueiredo, *Página: espaço de reconfiguração do Design de Comunicação na Cultura Digital*, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2008 (Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação)
- GREGORY, R., *A Psicologia da Visão (o olho e o cérebro)*, Editorial Inova, Porto, 1968
- GUICHARD, François, *Rótulos e Cartazes no Vinho do Porto*, Edições Inapa, Lisboa, 2001
- HALL, Edward T., *A Dimensão Oculta, Relógio d'Água*, Lisboa, 1986
- HAAR, Michel, *Introdução à Psicanálise Freud*, Edições 70, Lisboa, 1994
- HELLER, Eva, *A Psicologia das Cores, como actuam as cores sobre os sentimentos e a razão*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2007
- HELLER, Steven, *Icons of Graphic Design*, Thames and Hudson, London, 2001
- HEKKERT, Paul, MCDONAGH, Deana, ERP, Jeroen Van, GYI, Diane, *Design and Emotion, The Experience of Everyday Things*, Taylor & Francis, New York, 2004
- HICKEY, Dave, *VB 08-36, Vanessa Beecroft Performances*, Hatje Cantz Publishers, New York, 2000

- HOLLIS, Richard, *Design Gráfico, uma História Concisa*, Martins Fontes, São Paulo, 2000
- HUISMAN, Denis, *A Estética*, edições 70, Lisboa, 1997
- HULBERT, Allen, *Photo Graphic Design*, Edited by Candace Raney, s.d.
- HULBERT, Allen, *Layout: o Design da Página Impressa*, Nobel, São Paulo, 1986
- INGS, Simon, *The Eye a Natural History*, Bloomsbury, London, 2007
- ITTEN, Johannes, *Art de la Couleur*, H. Dessain & Tolra Editeurs, Paris, 1967
- ITTEN, Johannes, *Design and Form basic Course at the Bauhaus*, Thames and Hudson, London, (1ª ed. 1975), 1983
- JACOB, Wenzel, *Arte em Berlim no Século XX*, Fundação de Serralves, Porto, 2000
- JOLY, Martine, *Introdução à Análise da Imagem*, Edições 70, Lisboa, 2004
- JUNG, Carl G., *O Homem e os Seus Símbolos*, Editora Nova Fronteira, Rio de Janeiro, 2002
- KANDINSKY, *Do Espiritual na Arte*, Publicações Dom Quixote, Lisboa, 1999
- KANDINSKY, Wassily, *Ponto, Linha, Plano*, Edições 70, Lisboa, 1996
- KING, Emily, (Pref.), *Designed by Peter Saville*, Frieze, London, 2003
- KIRILI, Alain, *Homenaje a Julio González*, Institut Valencià D'Art Modern, Valencia, 2003
- KOTLER, Neil, KOTLER, Philip, *Museum Strategy and Marketing*, Jossey-Bass, San Francisco, 1998
- LACH, Denise, *Calligraphy, a book of Contemporary Inspiration*, Thames and Hudson, London, 2009
- LAMPUGNANI, Vittorio Magnago, SACHS, Angeli, (Ed.), *Museus para o Novo Milénio, Conceitos, Projectos, Edifícios*, Prestel Verlag, Munique, 1999
- LARSEN, Lars Bang, BLASE, Christoph, *Art at the turn of the Millennium*, Taschen, Colónia, 1999
- LEE, Janie C., *Claes Oldenburg, Drawings, 1959-1977, Claes Oldenburg with Coosje van Bruggen, Drawings, 1992-1998*, Whitney Museum of American Art, New York, 2002
- LIMA, Paulo Gonçalves Vidal Côrte-Real e, *Contributos para uma Observação efectiva do Design em Portugal*, Universidade de Aveiro, Aveiro, 2007 (Dissertação de Mestrado em Design, Materiais e Gestão de Produto)

- LOBO, Theresa, *Cartazes Publicitários, Coleção da Empresa do Bolhão*, Edições Inapa, Lisboa, 2001
- MACHADO, João, *Cartazes*, Edições Asa, Porto, 1995
- MACHADO, Rosário S., *Eduardo Nery 1956-1996*, Culturgest/Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, 1997
- MADUREIRA, Marta Alexandra Cruz, *As Máquinas de Maria: a animação no cinema e na televisão: um caso de estudo sobre as diferenças tecnológicas e semânticas que distinguem os dois modelos de comunicação*, Faculdade de Belas Artes, Universidade do Porto, Porto, 2008 (Dissertação de Mestrado em Design da Imagem)
- MALINOWSKI, Bronislaw, *Uma Teoria Científica da Cultura*, Edições 70, Lisboa, 1997
- Manual UNIMARC: Formato Bibliográfico*, Biblioteca Nacional de Lisboa, Lisboa, 2008
- MARMOR, Michael F., *The Artist's Eyes: Vision and History o Art*, Harry N. Abrams, New York, s.d.
- MARTIN, René, *Dicionário Cultural da Mitologia Greco-Romana*, Publicações Dom Quixote, Lisboa, 1995
- MARTINS, José Souza, *A Natureza Emocional da Marca*, Editora Campus, Rio de Janeiro, 2007
- MCLEAN, Ruari, *Jan Tschichold a Life in Typography*, Princeton Architectural Press, New York, 1997
- MEGGS, Philip B. (forewod), *6 Chapters in Design*, Chronicle Books, San Francisco, 1997
- MELO, Alexandre, *Arte e Design*, in: *Arte Ibérica*, Nº 34, Abril de 2000
- MELO, Alexandre, *Arte e Dinheiro*, Assírio e Alvim, Lisboa, 1994
- MELO, Alexandre, *Arte e Mercado em Portugal*, Observatório Actividades Culturais, Lisboa, 1999
- MERZ, Beatrice, GENNARI, Grazia, RAMOS, Maria, *Mario Merz*, Fundação de Serralves, Porto, 1999
- MOLES, Abraham, *L’Affiche dans la Société Urbaine*, Dunod, Paris, 1970
- MOLES, Abraham, *O Cartaz*, Editora Perspectiva, São Paulo, 1987
- MOORE, Kevin, *Museum Management*, Routledge, Londres, 1994
- MURCHO, Desidério, *A Consciência do Corpo*, in: *Crítica*, (Revista de Filosofia), Lisboa, Junho de 2000

- MUSEU TAMAYO (org), A. R. Penck, *Obras de 1965 a 1999*, in: *Jornal de Exposição* N° 24, Culturgest, Lisboa, 1997
- NORMAN, Donald, *Emotional Design, Why We Love (or Hate) Everyday Things*, Basic Books, New York, 2004
- NORMAN, Donald, *The Psychology of Everyday Things*, Basic Books, New York, 2004
- OLIVEIRA, Fernando, *A Importância da Tipografia no Design de Comunicação Contemporâneo*, in: *Idade da Imagem*, (Revista Arte Ciência e Cultura, IADE), N° 1, II Série, Lisboa, Set./Dez. de 2004
- O Modelo e o Pintor, Paisagens do Atelier, Paisagens do Pintor*, Costa Pinheiro, Galeria III, Lisboa, 1987
- PACHECO, José Artur Moreira, *O Typographo na Contemporaneidade do Designer*, Faculdade de Belas Artes, Universidade de Lisboa, (Tese de Doutoramento em Ciências da Arte), Lisboa, 2005
- PANOFSKY, Erwin, *Estudos de Iconologia*, Editorial Estampa, Lisboa, 1995
- PANOFSKY, Erwin, *O Significado nas Artes Visuais*, Editorial Presença, Lisboa, 1989
- PENA, Gonçalo, *Radicalizar o Design*, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, (Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação), Lisboa, 2000
- PEREIRA, Maria J. M., ROSAS, Etheline, António Areal, *Primeira Restrospectiva*, Fundação de Serralves, Porto, 1990
- PEREIRA, Paulo, (Dir.), *História da Arte Portuguesa*, (Vol. 3), Temas & Debates, Lisboa, 1995
- PÉREZ, Miguel Von Hafe, RAMOS, Maria, *Álvaro Lapa Retrospectiva*, Fundação de Serralves, Porto, 1994
- PERFECT, Christopher, *The Complete Typographer, Manual for Designing with Type Written*, Rockport Publishers, Massachusetts, 1992
- PERNES, Fernando, *Arca de Noé/Noah's Ark*, Fundação de Serralves, Porto, 1995
- PERNES, Fernando, *Gary Hume*, in: *Jornal de Exposição*, N° 41, Culturgest, Lisboa, 2000
- PERNES, Fernando, *Graça Morais, Memória da Terra, Retrato de Mulher*, in: *Jornal de Exposição*, N° 25, Culturgest, Lisboa, 1997
- PERNES, Fernando, *Há um Minuto do Mundo que Passa, Obras na Coleção da Fundação de Serralves*, Fundação de Serralves, Porto, 1992

- PERNES, Fernando, *Exposição Antológica de Graça Morais, Memória da Terra, Retrato de Mulher*, Museu Nacional Soares dos Reis, Porto, 1997
- PERNES, Fernando, RIBEIRO, José Sommer, *José de Guimarães 1962-1992*, Fundação Gulbenkian/Fundação Serralves, Lisboa/Porto, 1992
- PERNES, Fernando, *Neal Slavin – Portugal 1968*, Fundação de Serralves, Porto, 1990
- PERNES, Fernando, *Os Reis Costa Pinheiro 1964\*66, Retrospectiva*, Fundação de Serralves, Porto, 1991
- PERNES, Fernando, *Picasso*, Fundação de Serralves, Porto, 1989
- PERNIOLA, Mario, *A Estética do Século XX*, Editorial Estampa, Lisboa, 1998
- PESSOA, Sofia da Costa, (coord.), *António Garcia: Designer zoom in, zoom out*, Museu do Design e da Moda, Lisboa, 2010
- POLLIG, Hermann, SUHLE, Viola, *Hannah Hoch – O Dadaísmo no Feminino*, Serralves, Porto, 1990
- PRADEL, Jean-Louis, *A Arte Contemporânea*, Edições 70, Lisboa, 2002
- PROVIDÊNCIA, Francisco, *Design de Comunicação/Gráfico*, in: Directório de Design 1999/2000, Centro Português de Design, Lisboa, 1999
- PUJAGUT, Jaume, GARCIA, Sergi, *A Graphic Design Project from start to finish*, Index Book, Barcelona, 2010
- RAMOS, Maria, *Privacy, Luc Tuymans/Mirosław Balka*, Fundação de Serralves, Porto, 1998
- RATO, Ana Glória Barão dos Santos Neves, Daciano da Costa e a Teoria do Design Português (1959 – 1974), Faculdade de Belas Artes, Universidade de Lisboa, (Dissertação de Mestrado em Teorias da Arte), Lisboa, 2002
- RAYBURN, Isabella Del Frate, *Cruz-Filipe, The Murray and Isabella Rayburn Foundation*, New York, 1991
- READ, Herbert, *A Filosofia da Arte Moderna*, Lisboa, Ulisseia, s.d.
- REIS, Jorge dos, *Das Letras que Moram nas Palavras*, Biblioteca Nacional, Lisboa, 2001
- REIS, Jorge dos, *Livros de Provas, Letras de Chumbo Sobre Papel de Algodão*, Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, Lisboa, 2010
- RENDINGER, Christine de, *L’Affiche D’Intérieur, Le Poster*, Encyclopédie Universitaire, Paris, s.d.



- RIBEIRO, António Pinto, RAMOS, Fátima, (Coord.), *Arte Contemporânea, Coleção da Caixa Geral de Depósitos – Novas Aquisições*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 52, Culturgest, Lisboa, 2002
- RIBEIRO, António Pinto, *Ser Feliz é imoral? Ensaios sobre cultura, cidades e distribuição*, Edições Cotovia, Lisboa, 2000
- RIBEIRO, Milton, *Planejamento Visual Gráfico*, Linha Gráfica Editora, Brasília, 1987
- RIBEIRO, Nuno Miguel Oliveira, *Arterisco: 100 Anos de Design de Comunicação em Portugal*, IADE - Instituto de Artes Visuais Design e Marketing, Lisboa, 2008
- Robert Mangold, Pinturas*, in: *Jornal de Exposição*, Nº 15, Culturgest, Lisboa, 1995
- ROCHA, Carlos, *Design Gráfico, Panorâmica das Artes Gráficas II*, Plátano Editora, Lisboa, 1995
- ROCHA, Rui, *300 Anos do Cartaz em Portugal*, Biblioteca Nacional de Lisboa, Lisboa, 1975
- RODRIGUES, Sofia Leal, *Cartazes do 25 de Abril*, in: *Arte Teoria (Revista Mestrado em Teorias de Arte)*, Nº 2, Faculdade de Belas Artes, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2001
- RUIZ, José Maria, *Dubuffet*, Globus Comunicación, Barcelona, 1996
- RUIZ, José Maria, *Modigliani*, Globus, Espanha, 1995
- RUIZ, José Maria, *Tom Wesselmann*, Globus, Madrid, 1996
- SABARSKY, Serge, *Egon Schiele 1890-1918, Cem Obras sobre Papel*, Culturgest, Lisboa, 1993
- SANCHES, Rui, *Direcção: Escultura*, CAM José de Azeredo Perdigão, Lisboa, 1998
- SANTOS, David, *Gary Hume: Pop Décor*, in: *Arte Ibérica*, Nº 33, Março de 2000
- SANTOS, Fernando, A. R. *Penck*, Galeria Fernando Santos, Lisboa, 2002
- SANTOS, Rui Afonso, *Museu do Design*, Centro Cultural de Belém, Lisboa, 1999
- SANTOS, Rui Paulo Vitorino dos, *Do Cartaz Interactivo*, Faculdade de Belas Artes, Universidade do Porto, (Dissertação Mestrado em Arte Multimédia), Porto, 2001
- SARDO, Delfim, *O Corpo Eléctrico: Nam June Paik, A Super Auto-Estrada Electrónica*, in: *Arte Ibérica*, Nº 1, Dezembro de 1996
- SARDO, Delfim, *Espaços*, in: *Arte Ibérica*, Nº 33, Março de 2000
- SARDO, Delfim, *Mario Merz em Serralves Casa x Casa*, in: *Arte Ibérica*, Nº 22, Março de 1999

- SCHINCARIOL, Zuleica, *A Seleção do Cartaz para a I Bienal: Diálogos Construtivistas*, in: V CIPED – Congresso Internacional de Pesquisa em Design, Bauru, 2009
- SERRA, Tomàs Llorens, *Julio González, Catálogo Razonado de las Pinturas, Esculturas y Dibujos, Vol. I 1900-1918*, IVAM – Instituto Valencia D'Art Modern, Valencia, 2007
- SERRALVES, *Fundação de Serralves, Um Museu Português*, Fundação de Serralves, Porto, 1992
- SERRALVES, *Imagens para os Anos 90*, Porto, 1993
- SILVA, Vitor, *20 Alfabetos Tipográficos de Vinte Designers do Século XX*, Editor Vitor Silva, 2002
- SIMS, Niki (Dir.), *Cérebro e Sistema Nervoso Central, Selecções do Reader's Digest*, Lisboa, 2002
- SPROCCATI, Sandro (Dir.), *Guia de História da Arte*, Editorial Presença, Lisboa, 1997
- STOKVIS, Willemijn, *Cobra*, Culturgest, Lisboa, 1995
- STUBBE, Wolf, *History of Modern Graphic Art*, Thames and Hudson, London, 1963
- TANAKA, Ikko, (Art Dir.), *Best 100 Japanese Posters 1945 – 89*, Toppan Printing Co., Japan, s.d.
- TAVARES, Cristina Azevedo (Comiss.), *José Aurélio, Ouro, Prata, Marfim e Outras Especiarias*, in: *Jornal de Exposição N.º 10*, Culturgest, Lisboa, 1995
- TAVARES, Cristina Azevedo, *Artes Plásticas em Portugal no Século XX*, in: *Guia de História da Arte Contemporânea*, Editorial Presença, Lisboa, 2001
- TOUSSAINT, Bernard, *Introdução à Semiologia*, Publicações Europa-América, Lisboa, 1994
- TSCHICHOLD, Jan, *La Nueva Tipografía*, Campgràfic, València, 2003
- TSCHICHOLD, Jan, *The New Typography, a Handbook for Modern Designers*, University of California Press, London, 2006
- TSCHIMMEL, Katja, *Emotion Design*, in: *Cadernos de Design*, (Anuário 2001), Centro Português de Design, Lisboa, 2001
- VEIGA, Margarida, *KWY, Paris 1958-1968*, Centro Cultural de Belém, Lisboa, 2001
- WALTHER, Ingo, *Arte do Século XX*, (Vol. I e II), Taschen, Colónia, 1999
- WALTHER, Ingo, *Picasso*, Taschen, Colónia, 2002
- WICK, Rainer, *Pedagogia da Bauhaus*, Martins Fontes, São Paulo, 1989

WOZENCROFT, Jon, *The Graphic Language of Neville Brody*, Thames and Hudson, London, 1996

ZEKI, Semir, *Inner Vision an Exploration of Art and the Brain*, University Press, Oxford, 1999

ZEKI, Semir, *Spendors and Miserias of the Brain*, Wiley-Blackwell, United Kingdom, 2009

#### Internet

[acloc-24-calhau.blogspot.com](http://acloc-24-calhau.blogspot.com)

[alexandrepomar.typepad.com](http://alexandrepomar.typepad.com)

[anacirculo.blogspot.com](http://anacirculo.blogspot.com)

[artnetweb.com/oldenburg/bio.html](http://artnetweb.com/oldenburg/bio.html)

[artnet.com/artists/gary-hume](http://artnet.com/artists/gary-hume)

[artnet.com/artists/jochen-lempert](http://artnet.com/artists/jochen-lempert)

[asvs.pt](http://asvs.pt)

[calikartel.com/dusan-reljin](http://calikartel.com/dusan-reljin)

[casafemandopessoa.com-lisboa.pt](http://casafemandopessoa.com-lisboa.pt)

[centroartegracamorais.cm-braganca.pt](http://centroartegracamorais.cm-braganca.pt)

[chiado8.fidelidademundial.pt/cruz-filipe.aspx](http://chiado8.fidelidademundial.pt/cruz-filipe.aspx)

[convergencias.esart.ipcb.pt](http://convergencias.esart.ipcb.pt)

[convergencias.esart.ipcb.pt/teses/pagina\\_1](http://convergencias.esart.ipcb.pt/teses/pagina_1)

[convergencias.esart.ipcb.pt/temp\\_img/teses/03\\_15\\_11\\_45\\_dissertacao\\_Andre\\_Daniel.pdf](http://convergencias.esart.ipcb.pt/temp_img/teses/03_15_11_45_dissertacao_Andre_Daniel.pdf)

[convergencias.esart.ipcb.pt/temp\\_img/teses/03\\_23\\_11\\_11\\_cartaz\\_swiss\\_style.pdf](http://convergencias.esart.ipcb.pt/temp_img/teses/03_23_11_11_cartaz_swiss_style.pdf)

[gracamorais.blogspot.com/2010/faleceu-fernando-permes](http://gracamorais.blogspot.com/2010/faleceu-fernando-permes)

[en.wikipedia.org/wiki/Amadeo\\_Modigliani](http://en.wikipedia.org/wiki/Amadeo_Modigliani)  
[en.wikipedia.org/wiki/Arman](http://en.wikipedia.org/wiki/Arman)  
[en.wikipedia.org/wiki/Gary\\_Hume](http://en.wikipedia.org/wiki/Gary_Hume)  
[en.wikipedia.org/wiki/Jenny\\_Holzer](http://en.wikipedia.org/wiki/Jenny_Holzer)  
[en.wikipedia.org/wiki/Jochen\\_Lempert](http://en.wikipedia.org/wiki/Jochen_Lempert)  
[en.wikipedia.org/wiki/Julio\\_González\\_\(sculptor\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Julio_González_(sculptor))  
[en.wikipedia.org/wiki/Luc\\_Tuymans](http://en.wikipedia.org/wiki/Luc_Tuymans)  
[en.wikipedia.org/wiki/Mario\\_Merz](http://en.wikipedia.org/wiki/Mario_Merz)  
[en.wikipedia.org/wiki/Mirosław\\_Balka](http://en.wikipedia.org/wiki/Mirosław_Balka)  
[en.wikipedia.org/wiki/Munsell\\_color\\_system](http://en.wikipedia.org/wiki/Munsell_color_system)  
[en.wikipedia.org/wiki/Pablo\\_Picasso](http://en.wikipedia.org/wiki/Pablo_Picasso)  
[en.wikipedia.org/wiki/Robert\\_Mangold](http://en.wikipedia.org/wiki/Robert_Mangold)  
[en.wikipedia.org/wiki/sean.scully](http://en.wikipedia.org/wiki/sean.scully)  
[en.wikipedia.org/wiki/Shigeo\\_Fukuda](http://en.wikipedia.org/wiki/Shigeo_Fukuda)  
[en.wikipedia.org/wiki/Stuart\\_Bailey](http://en.wikipedia.org/wiki/Stuart_Bailey)  
[en.wikipedia.org/wiki/Will\\_Holder](http://en.wikipedia.org/wiki/Will_Holder)  
[fashiongonerogue.com/photographer/dusan-reljin](http://fashiongonerogue.com/photographer/dusan-reljin)  
[linguagemcorporal.net.br/blog](http://linguagemcorporal.net.br/blog)  
[philosopedia.org/index.php/Faber\\_Birren](http://philosopedia.org/index.php/Faber_Birren)  
[portugalfoto.tripod.com/helenaalmeida.htm](http://portugalfoto.tripod.com/helenaalmeida.htm)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Álvaro\\_Lapa](http://pt.wikipedia.org/wiki/Álvaro_Lapa)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Antoni\\_Tàpies](http://pt.wikipedia.org/wiki/Antoni_Tàpies)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Árpád\\_Szenes](http://pt.wikipedia.org/wiki/Árpád_Szenes)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Cérebro](http://pt.wikipedia.org/wiki/Cérebro)  
[pt.wikipedia.org/COBRA](http://pt.wikipedia.org/COBRA)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Egon\\_Schiele](http://pt.wikipedia.org/wiki/Egon_Schiele)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Graça\\_Morais](http://pt.wikipedia.org/wiki/Graça_Morais)

[pt.wikipedia.org/wiki/Helena\\_Almeida](http://pt.wikipedia.org/wiki/Helena_Almeida)  
[pt.wikipedia.org/wiki/IPHAN](http://pt.wikipedia.org/wiki/IPHAN)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Jean\\_Dubuffet](http://pt.wikipedia.org/wiki/Jean_Dubuffet)  
[pt.wikipedia.org/wiki/José\\_Aurégio](http://pt.wikipedia.org/wiki/José_Aurégio)  
[pt.wikipedia.org/wiki/José\\_de\\_Guimarães](http://pt.wikipedia.org/wiki/José_de_Guimarães)  
[pt.wikipedia.org/wiki/José\\_Manuel\\_Rodrigues\\_Berardo](http://pt.wikipedia.org/wiki/José_Manuel_Rodrigues_Berardo)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Manuel\\_de\\_Brito](http://pt.wikipedia.org/wiki/Manuel_de_Brito)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Maria\\_Helena\\_Vieira\\_da\\_Silva](http://pt.wikipedia.org/wiki/Maria_Helena_Vieira_da_Silva)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Museu](http://pt.wikipedia.org/wiki/Museu)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Museu\\_do\\_Chiado](http://pt.wikipedia.org/wiki/Museu_do_Chiado)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Neocórtex](http://pt.wikipedia.org/wiki/Neocórtex)  
[pt.wikipedia.org/wiki/Teste\\_de\\_Rorschach](http://pt.wikipedia.org/wiki/Teste_de_Rorschach)  
[ressabiator.wordpress.com](http://ressabiator.wordpress.com)  
[sandravieirajurgens.wordpress.com/2010/03/01/entrevista-a-joao-fernandes](http://sandravieirajurgens.wordpress.com/2010/03/01/entrevista-a-joao-fernandes)  
[tipografos.net/Portugal/cayatte.html](http://tipografos.net/Portugal/cayatte.html)  
[www.agd.de](http://www.agd.de)  
[www.antoniopintoribeiro.com](http://www.antoniopintoribeiro.com)  
[www.arman.com](http://www.arman.com)  
[www.arman-studio.com](http://www.arman-studio.com)  
[www.armazemdasartes.pt](http://www.armazemdasartes.pt)  
[www.arnekaiser.com](http://www.arnekaiser.com)  
[www.artafrica.info/html](http://www.artafrica.info/html)  
[www.artecapital.net](http://www.artecapital.net)  
[www.artistasunidos.pt/ana\\_vieira.htm](http://www.artistasunidos.pt/ana_vieira.htm)  
[www.arvorecoop.pt](http://www.arvorecoop.pt)  
[www.ateliemunesepta.pt](http://www.ateliemunesepta.pt)  
[www.b2design.pt](http://www.b2design.pt)

[www.barbarakrakowgallery.com/robert-mangold](http://www.barbarakrakowgallery.com/robert-mangold)  
[www.barbarakruger.com](http://www.barbarakruger.com)  
[www.berggruen.com/artists/robert-mangold](http://www.berggruen.com/artists/robert-mangold)  
[www.berlinischegalerie.de](http://www.berlinischegalerie.de)  
[www.cam.gulbenkian.pt](http://www.cam.gulbenkian.pt)  
[www.capc-bordeaux.fr](http://www.capc-bordeaux.fr)  
[www.carvalho-bernau.com/graphicdesign/jochen-lempert-recent-field](http://www.carvalho-bernau.com/graphicdesign/jochen-lempert-recent-field)  
[www.cayatte.pt](http://www.cayatte.pt)  
[www.citi.pt/cultura/artes\\_plasticas/pintura/guimaraes/index.html](http://www.citi.pt/cultura/artes_plasticas/pintura/guimaraes/index.html)  
[www.ccb.pt](http://www.ccb.pt)  
[www.cgd.pt/Institucional/Patrimonio-Historico/Pages/Patrimonio-Historico.aspx](http://www.cgd.pt/Institucional/Patrimonio-Historico/Pages/Patrimonio-Historico.aspx)  
[www.culturgest.pt](http://www.culturgest.pt)  
[www.cutandpaste.info](http://www.cutandpaste.info)  
[www.designandemotion.org](http://www.designandemotion.org)  
[www.designishistory.com/design/typography](http://www.designishistory.com/design/typography)  
[www.designishistory.com/design/posters](http://www.designishistory.com/design/posters)  
[www.dicio.com.br](http://www.dicio.com.br)  
[www.donaldyoung.com/mangold/robert\\_mangold\\_index.html](http://www.donaldyoung.com/mangold/robert_mangold_index.html)  
[www.dubuffet.com](http://www.dubuffet.com)  
[www.ebook-search-engine.com/emotional-design-ebook-pdf.html](http://www.ebook-search-engine.com/emotional-design-ebook-pdf.html)  
[www.eduardonery.pt](http://www.eduardonery.pt)  
[www.egon-schiele.net](http://www.egon-schiele.net)  
[www.ellipsefoundation.com](http://www.ellipsefoundation.com)  
[www.elsevier.com](http://www.elsevier.com)  
[www.filipebraga.com](http://www.filipebraga.com)  
[www.foundation.generali.at](http://www.foundation.generali.at)  
[www.fprovidencia.com](http://www.fprovidencia.com)

[www.guggenheim.org/new-york/collections](http://www.guggenheim.org/new-york/collections)  
[www.ibiblio.org/wm/paint/auth/modigliani](http://www.ibiblio.org/wm/paint/auth/modigliani)  
[www.ijdesign.org](http://www.ijdesign.org)  
[www.infopedia.pt/\\$antonio-areal](http://www.infopedia.pt/$antonio-areal)  
[www.infopedia.pt/\\$arpad-szenes](http://www.infopedia.pt/$arpad-szenes)  
[www.infopedia.pt/\\$costa-pinhoiro](http://www.infopedia.pt/$costa-pinhoiro)  
[www.infopedia.pt/\\$cruz-filipe](http://www.infopedia.pt/$cruz-filipe)  
[www.infopedia.pt/\\$eduardo-nerly](http://www.infopedia.pt/$eduardo-nerly)  
[www.infopedia.pt/\\$jose-de-guimaraes](http://www.infopedia.pt/$jose-de-guimaraes)  
[www.infopedia.pt/\\$lawrence-weiner](http://www.infopedia.pt/$lawrence-weiner)  
[www.infopedia.pt/\\$mario-merz](http://www.infopedia.pt/$mario-merz)  
[www.infopedia.pt/\\$shikhani](http://www.infopedia.pt/$shikhani)  
[www.jeudepaume.org](http://www.jeudepaume.org)  
[www.joaomachado.com](http://www.joaomachado.com)  
[www.kaibernau.com](http://www.kaibernau.com)  
[www.kunstmuseenkrefeld.de/e](http://www.kunstmuseenkrefeld.de/e)  
[www.linkedin.com/in/helenkeyes](http://www.linkedin.com/in/helenkeyes)  
[www.matthewmarks.com/artists/gary-hume](http://www.matthewmarks.com/artists/gary-hume)  
[www.mocp.org/collections/permanent/slavin\\_neal.php](http://www.mocp.org/collections/permanent/slavin_neal.php)  
[www.moma.org/collection](http://www.moma.org/collection)  
[www.mude.pt/\\_colecao/pt/antes\\_mude\\_CCB.html](http://www.mude.pt/_colecao/pt/antes_mude_CCB.html)  
[www.mulheres-ps20.ipp/Graca\\_Morais.htm](http://www.mulheres-ps20.ipp/Graca_Morais.htm)  
[www.museovostell.org](http://www.museovostell.org)  
[www.museudochiado-ipmuseus.pt](http://www.museudochiado-ipmuseus.pt)  
[www.museums-of-paris.com/musee\\_fr](http://www.museums-of-paris.com/musee_fr)  
[www.museu.gulbenkian.pt](http://www.museu.gulbenkian.pt)  
[www.nytimes.com](http://www.nytimes.com)

[www.nealslavin.com](http://www.nealslavin.com)  
[www.oldenburgvanbruggen.com](http://www.oldenburgvanbruggen.com)  
[www.paikstudios.com](http://www.paikstudios.com)  
[www.psiquiatriageral.com.br/cerebro/texto1.htm](http://www.psiquiatriageral.com.br/cerebro/texto1.htm)  
[www.repository.utl.pt/handle/10400.5/3309](http://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/3309)  
[www.ritaburmester.com](http://www.ritaburmester.com)  
[www.romapublications.org](http://www.romapublications.org)  
[www.saatchi-gallery.co.uk/aibe/gary\\_hume.htm](http://www.saatchi-gallery.co.uk/aibe/gary_hume.htm)  
[www.serralves.pt](http://www.serralves.pt)  
[www.stedelijk.nl](http://www.stedelijk.nl)  
[www.studioandrewhoward.com](http://www.studioandrewhoward.com)  
[www.susana-carvalho.com](http://www.susana-carvalho.com)  
[www.valeriacostapinto.com.br](http://www.valeriacostapinto.com.br)  
[www.vanessabeecroft.com](http://www.vanessabeecroft.com)  
[www.vasarely.com](http://www.vasarely.com)  
[www.vpfcreamart.com/jorgemartins.swf](http://www.vpfcreamart.com/jorgemartins.swf)  
[www.whitecube.com/artists/hume](http://www.whitecube.com/artists/hume)  
[www.yellowbellywebdesign.com](http://www.yellowbellywebdesign.com)  
[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

## Filmes

ASCENSÃO, Joana, *Pintura Habitada*, Raiva, Lisboa, 2006 | Um filme sobre Helena Almeida, 50'

RAMOS, Olga, ROSENDO, Catarina, *Difícilmente o que habita perto da origem abandona o lugar*, Laranja Azul, Lisboa, 2008 | Um filme sobre Alberto Carneiro, 50'

Entrevista de Miguel Nabinho a Miguel Wandschneider, in:  
[www.youtube.com/watch?v=5YQP5X7-5Gs](http://www.youtube.com/watch?v=5YQP5X7-5Gs), Junho de 2000