

O cartaz publicitário na obra gráfica
de António Cruz Caldas

Tina Joanna de Castro Moreiras

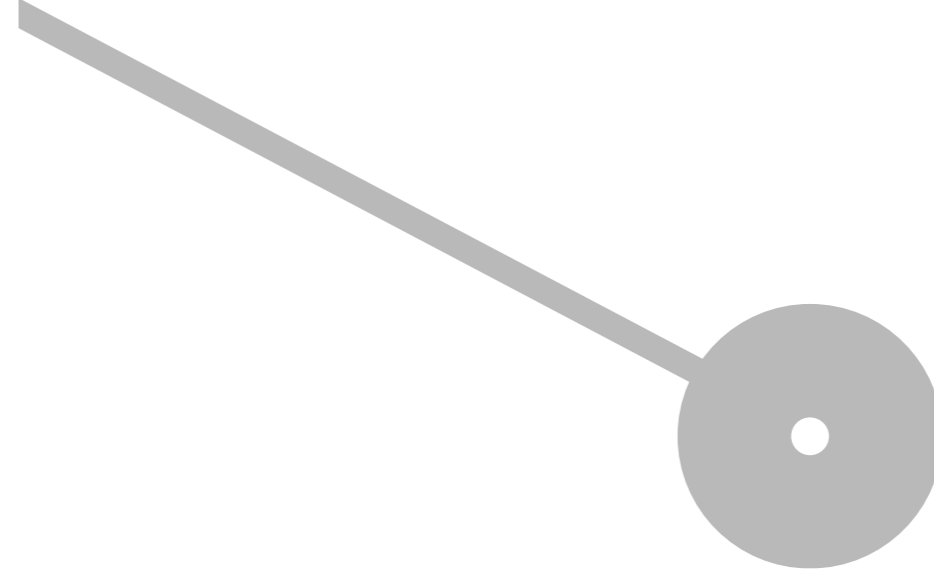
12/2019

Tina Joanna de Castro Moreiras. O cartaz publicitário na obra gráfica de António
Cruz Caldas

O cartaz publicitário na obra gráfica de António Cruz Caldas

Tina Joanna de Castro Moreiras

12/2019



Politécnico do Porto
Escola Superior de Media Artes e Design

Tina Joanna de Castro Moreiras

O cartaz publicitário na obra gráfica de António Cruz Caldas

Relatório de Trabalho de Projeto

Mestrado em Design

Orientação: Prof. Doutor Vítor Manuel Quelhas Alves de Freitas

Coorientação: Prof.^a Doutora Marta Sofia Bento Pires Fernandes

(versão final definitiva)

Vila do Conde, dezembro de 2019
Politécnico do Porto
Escola Superior de Media Artes e Design

Tina Joanna de Castro Moreiras

O cartaz publicitário na obra gráfica de António Cruz Caldas

Trabalho de Projeto

Mestrado em Design

Orientação: Prof. Doutor Vítor Manuel Quelhas Alves de Freitas

Coorientação: Prof.^a Doutora Marta Sofia Bento Pires Fernandes

Vila do Conde, dezembro de 2019

Tina Joanna de Castro Moreiras

O cartaz publicitário na obra gráfica de António Cruz Caldas

Trabalho de Projeto

Mestrado em Design

Membros do Júri

Presidente

Prof. Mestre José Pedro Serapicos de Borda Cardoso

Escola Superior de Media Artes e Design– Instituto Politécnico do Porto

Prof. Doutor Vítor Manuel Quelhas Alves de Freitas

Escola Superior de Media Artes e Design– Instituto Politécnico do Porto

Prof.^(a) Doutor(a) Maria Helena Ferreira Braga Barbosa

Departamento de Comunicação e Arte – Universidade de Aveiro

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais e irmão pelo apoio incondicional ao longo de todo o percurso acadêmico, por não me deixarem desistir daquilo que me faz feliz.

Aos meus amigos, em especial aos mais próximos, pelas palavras de força e momentos de devaneio que me permitiram continuar a lutar pela conclusão desta investigação, caso contrário este percurso não teria sido tão emocionante.

Aos colegas e professores que acompanharam todo o processo deste projeto e que viram realizar um dos meus maiores objetivos, em especial ao meu orientador prof. Vítor Quelhas, pela paciência e dedicação.

Um agradecimento especial a todas as entidades que tive o privilégio de entrevistar através desta investigação, conheci pessoas fantásticas que me auxiliaram neste processo e aprofundaram o meu conhecimento sobre os assuntos discutidos.

Em suma, agradeço a todas as pessoas que tornaram possível a realização deste projeto e que me fizeram acreditar que tudo é possível.

RESUMO ANALÍTICO

A presente investigação possui como objeto de estudo o cartaz publicitário na obra gráfica de António Pedro Barros Cruz Caldas (1897–1975), caricaturista, ilustrador e publicitário portuense e materializa-se num projeto de caráter teórico-prático que sistematiza todo o processo e conhecimento decorrentes da mesma. Através da realização deste projeto de investigação pretende-se contribuir para complementar a História do Design com o reconhecimento deste autor multifacetado e da sua obra, em particular nos cartazes publicitários, de modo a preencher a ausência de informação acessível sobre os mesmos.

O projeto de investigação fundamenta-se através da vida e obra do autor e pelo contexto histórico do cartaz, num panorama nacional e internacional focando os movimentos artísticos e autores que se destacaram nesta vertente. Enquadra-se o cartaz publicitário num contexto histórico de modo a observar as suas condicionantes temporais, política e sociais para perceber as circunstâncias que levaram à evolução gráfica. O estudo realizado surge ancorado por um conjunto de questões de investigação, às quais o projeto se propõe responder com o intuito de criar uma base sólida na construção da monografia. Que importância é atribuída à obra gráfica publicitária de António Cruz Caldas, e de que forma foi influente no panorama nacional, qual a pertinência da realização de um documento monográfico sobre o autor de modo a contextualizar a sua obra gráfica e qual o contributo deste para a História do Design Português.

O objetivo principal deste projeto é a realização de um projeto prático, monografia biográfica, de modo a preservar e divulgar António Cruz Caldas, o estudo do cartaz publicitário e a sua evolução ao longo das décadas, assim como este autor foi adaptando o seu trabalho às diversas mudanças político-sociais do país através de uma análise comparativa do seu trabalho com os projetos dos seus contemporâneos através da criação de uma cronologia comparativa.

Metodologicamente a investigação inicia-se através de recolha e análise de dados sobre o autor e o cartaz publicitário, revisão de literatura para colmatar as informações necessárias, verificar se nenhum documento preenche os requisitos a que este projeto se

propõe, tratamento dos dados recolhidos e entrevistas a especialistas sobre o caso em estudo. No desenvolvimento do projeto prático, as metodologias centraram-se no campo específico do design editorial, desde a conceção à implementação final.

Os resultados encontram-se disseminados na componente prática do projeto de investigação, dividida entre o presente documento e o projeto editorial que o acompanha, possibilitando a identificação de uma pluralidade de discursos estéticos, fruto de diversas influências nacionais e internacionais que se procuraram rastrear e apresentar. Os objetos editoriais apresentados, nos conteúdos e na forma adotada, pretendem contribuir para enaltecer o reconhecimento de António Cruz Caldas e da sua obra na vertente dos cartazes publicitários.

Palavras-chave: António Cruz Caldas; Cartaz Publicitário; Monografia Biográfica; Design Editorial

ABSTRACT

This research has as object of study the advertising poster in the graphic work of António Pedro Barros Cruz Caldas (1897–1975), caricaturist, illustrator and publicist from Porto and materializes in a project of theoretical and practical character that systematizes the whole process and knowledge arising from it. Through this research project we intend to contribute to complement the History of Design with the recognition of this multifaceted author and his work, particularly in advertising posters, in order to fill the lack of accessible information about them.

The research project is based on the life and work of the author and the historical context of the poster, in a national and international panorama focusing on the artistic movements and authors that stood out in this aspect. The advertising poster is framed in a historical context in order to observe its temporal, political and social constraints to understand the circumstances that led to the graphic evolution. The study is anchored by a set of research questions, which the project proposes to answer in order to create a solid basis in the construction of the monograph. What importance is attached to the advertising graphic work of António Cruz Caldas, and how it was influential on the national scene, what is the relevance of making a monographic document about the author in order to contextualize his graphic work and what his contribution to the History of Portuguese Design.

The main objective of this project is the realization of a practical project, biographic monograph, in order to preserve and disseminate António Cruz Caldas, the study of the advertising poster and its evolution over the decades, as this author has been adapting his work to the various political-social changes of the country through a comparative analysis of his work with his contemporaries projects through the creation of a comparative chronology.

Methodologically the research begins by collecting and analyzing data about the author and the poster, reviewing the literature to fill in the necessary information, verifying that no document meets the requirements of this project, processing the collected data and interviews. to experts on the case under study. In the development of

the practical project, the methodologies focused on the specific field of editorial design, from conception to final implementation.

The results are disseminated in the practical component of the research project, divided between this document and the accompanying editorial project, enabling the identification of a plurality of aesthetic discourses, the result of various national and international influences that sought to track and present. The editorial objects presented, in the contents and in the adopted form, intend to contribute to praise the recognition of António Cruz Caldas and his work in the aspect of advertising posters.

Keywords: António Cruz Caldas; Poster; Biographic Monograph; Editorial project;

SUMÁRIO

Lista de figuras e gráficos.....	
1- INTRODUÇÃO	1
1.1- Pertinência do Tema e Motivações	1
1.2- Problemática e Objetivos	2
1.3-Estrutura documental e Metodologias.....	2
2 – FUNDAMENTOS.....	5
2.1- António Cruz Caldas.....	5
2.2- O Cartaz.....	15
2.2.1 - Em Portugal.....	23
3- PROJETO: ENQUADRAMENTO E FORMA	29
3.1-Monografias	29
3.2-Entrevistas	40
3.2.1-Amostra	40
3.2.2-Guião de entrevista.....	41
3.2.3-Processo.....	41
3.2.4-Tratamento e análise de dados	42
3.2.5-António Modesto	42
3.2.6-Eduardo Aires.....	45
3.2.7-Francisco Providência.....	47
3.2.8-Helena Barbosa.....	49
3.2.9-João Nunes.....	51
3.2.10-Laura Castro.....	52
3.2.11-Rui Mendonça.....	54
3.3-Referências Editoriais.....	57

3.4-Desenvolvimento Projetual	61
3.4.1-Conteúdo	61
3.4.2-Formato	66
3.4.3-Grelhas	67
3.4.4-Tipografia	70
3.4.5-Papéis	74
3.4.6-Capa, encadernação e acabamentos.....	80
3.4.7-Síntese processual.....	79
3.4.8-Registo fotográfico do projeto.....	80
CONCLUSÃO.....	90
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	93

Lista de figuras e gráficos

Figura 1- Cruz Caldas no seu gabinete.....	5
Figura 2- Cruz Caldas com o seu padrinho e escultor Teixeira Lopes na exposição colonial 1934.....	5
Figura 3- O Homem que matou a atriz.....	6
Figura 4- Mulheres de Satanás.....	6
Figura 5- Poeira dos arquivos.....	6
Figura 6- Raparigas de uniforme.....	6
Figura 7- Porque matei.....	6
Figura 8- 5 a 0.....	7
Figura 9- O Homem que encontrou a felicidade.....	7
Figura 10- Seara Verde.....	7
Figura 11- Lua, tantos de tal.....	7
Figura 12- Heroínas do trabalho.....	7
Figura 13- Casal Cruz Caldas recém-casado no jardim de sua casa.....	7
Figura 14- Inauguração do campo de aviação de Espinho 1931.....	7
Figura 15- Ex-libris de Luís Sacramento.....	9
Figura 16- Noite de Orvalhadas no Orfeão do Porto.....	9
Figura 17- Montra da Livraria Figueirinhas.....	10
Figura 18- Diploma de amigo de honra da Voz dos Ridículos.....	10
Figura 19- Várias assinaturas de Cruz Caldas, (A) e (B) são as mais utilizadas.....	11
Figura 20- Notícias de Jornal, <i>Primeiro de Janeiro</i> e <i>O Comercio do Porto</i> sobre a morte de Cruz Caldas.....	12
Figura 21- Notícias de jornal relativas à 2 ^a e 3 ^a exposição póstuma de Cruz Caldas.....	13
Figura 22- Placa de rua com nome do autor.....	14
Figura 23- Orphée aux enférs de Jules Chéret, 1866.....	15
Figura 24- Moulin Rouge, Henri de Toulouse-Lautrec, 1891.....	15
Figura 25- La revue blanche Pierre Bonard, 1894.....	15
Figura 26- Pelikan Lucian Bernhard, 1914.....	16
Figura 27- Opel, Hans Rudi Eerdt, 1911.....	16
Figura 28- Manifeste du Futurisme, Fortunato Depero, 1927.....	17
Figura 29- Bêi biélakh krasnâm klínom, El Lazar Lissitzky, 1919.....	17

Figura 30- Capa de livro, Theo van Doesburg e Lázló Moholy-Nagy, 1925.....	18
Figura 31- The 1923 Weimar Exhibition, Joost Schmidt.....	18
Figura 32- Normandie, A.M.Cassandre, 1935.....	19
Figura 33- Transatlantique, Paul Colin, 1937.....	19
Figura 34- American Airlines, E.M. Kauffer, 1948.....	19
Figura 35- Rural Electrification Administration, Lester Beall, 1937.....	20
Figura 36- Gift Packages for Hitler, Jean Carlu, 1942.....	20
Figura 37- Weniger Lärm, Josef-Müller-Brockmann, 1960.....	21
Figura 38- Schützt das Kind, JosefMüller-Brockmann, 1953.....	21
Figura 39- Quicksilver Messenger Service. Victor Moscoso, 1967.....	22
Figura 40- la police s'affiche aux beaux arts , les beaux arts affichnte dans la rue, Anónimo, 1968.....	22
Figura 41- A Jovem do Regalo, Mateo da Angelo Rossotti, 1911.....	24
Figura 42- Tentação de Santo Antão, Leopoldo Metlicovitz, 1908.....	24
Figura 43- Civilização, Bernardo Marques, 1928.....	25
Figura 44- ABC, Jorge Barradas 1920.....	25
Figura 45- Almanaque, Sebastião Rodrigues, 1960.....	28
Figura 46- Autosil, Sena da Silva.....	28
Figura 47- Ilk Design & Designer Ilk Flottante. (2004).....	31
Figura 48- Coleção D.....	32
Figura 49- Coleção Designers Portugueses.....	33
Figura 50- Victoria & Albert Museum, Austin Cooper, 1931.....	35
Figura 51- London Underground, Kauffer, 1932.....	35
Figura 52- USSR, Russische Ausstellung, Lissitzky, 1929.....	35
Figura 53- Books! In a field of knowledge, Rodchenko, 1924.....	35
Figura 54- Quickly Away, Thanks To Pneumatic Doors, Moholy-Nagy, 1937.....	35
Figura 55- L'aperitif Amer Picon, Pozzati, 1930.....	35
Figura 56- Bauhaus Exhibition, Herbert Bayer, 1923.....	35
Figura 57- Dentifrices Gellé, Jean Carlu, 1927.....	35
Figura 58- Dubonnet wine, A.M. Cassandre, 1932.....	35
Figura 59- japoneso film, Hiromu Hara, 1932.....	35
Figura 60- Caricatura, Amarelhe.....	37

Figura 61- Exposição Portuguesa, Almada Negreiros, 1928	37
Figura 62- Revolução de Maio, António Soares, 1937	37
Figura 63- Bom Porto só, Cruz Caldas, 1944.....	37
Figura 64- Bolacha Nacional, Bernardo Marques.....	37
Figura 65- Navalha Sueca, Carlos Botelho, 1942.....	37
Figura 66- Praia de Espinho, Kradolfer, 1931.....	38
Figura 67- Bovril, Roberto Nobre, 1929	38
Figura 68- Cartaz turístico, Thomaz de Mello, 1943.....	38
Figura 69- Inside Outside – Whitestudio, 2013.....	57
Figura 70- David Lynch - Someone is in my house (2018).....	58
Figura 71 – Paula Scher Works(2018)	59
Figura 72 - DixonBaxi Monograph DixonBaxi. (2018),	60
Figura 73 – Divisão dos cartazes por categorias	62
Figura 74 – Divisão dos cartazes por categorias.....	63
Figura 75 – Divisão dos cartazes por década	64
Figura 76 – Exemplos de formatos testados.....	67
Figura 77 – Aplicação da grelha em dupla página.....	68
Figura 78 – Aplicação da grelha em dupla página de exibição de cartazes.....	68
Figura 79 – Visualização do ficheiro da publicação no <i>software</i> Adobe InDesign.....	69
Figura 80- Tipo de letra Merriweather Sans	70
Figura 81- Tipo de letra Sabon.....	70
Figura 82 – Tipografia aplicada	71
Figura 83 - Tipografia aplicada	71
Figura 84 - Tipografia aplicada.....	72
Figura 85 - Tipografia aplicada.....	72
Figura 86- Tipografia aplicada.....	72
Figura 87- Tipografia aplicada	72
Figura 88- Tipografia aplicada.....	73
Figura 89- Tipografia aplicada.....	73
Figura 90- Tipografia aplicada.....	73
Figura 91- Tipografia aplicada.....	73
Figura 92- Experiências em diversos papéis.....	77

Figura 93- Experiências em diversos papéis.....	75
Figura 94 – Experiência tipográfica nos papéis escolhidos (Muken pure e Cuché silk) por cima das nuances aplicadas em algumas páginas	79
Figura 95 – Cadernos	77
Figura 96 – Placa de Zinco com título em espelho	78
Figura 97 – Capa sem miolo.....	78
Figura 98 – Relevô do título	78
Figura 99 – Relevô do título	80
Figura 100 – Início da mostra dos cartazes.....	81
Figura 101 – Dupla página com cartaz e esboço.....	81
Figura 102 – Detalhe do miolo.....	82
Figura 103 – Dupla página com mostra de um cartaz	82
Figura 104 – Detalhe do miolo com publicação fechada	83
Figura 105 – Detalhe da abertura e da fita.....	83
Figura 106 – Detalhe da numeração de página	84
Figura 107 – Detalhe da numeração de página de várias páginas	84
Figura 108 – Dupla página da cronologia	85
Figura 109 – Ficha técnica no final da publicação	85
Figura 110 – Vista superior da publicação semiaberta	86
Figura 111 – Vista superior da publicação semiaberta e detalhe da fita	86
Figura 112 – Páginas de entrada da publicação	87
Figura 113 – Projeto em luz natural	87
Figura 114 – Dupla página de mostra de cartazes.....	88
Figura 115 – Dupla página com citação do autor e separata da 2. ^a parte do projeto.....	88
Figura 116 – Relação do projeto com a mão.....	89
Figura 117 – Relação do projeto com a mão em dupla página.....	89
Gráfico 1- Contemporâneos internacionais de António Cruz Caldas	34
Gráfico 2- Contemporâneos nacionais de António Cruz Caldas	36
Gráfico 3- Conteúdo do projeto.....	61
Gráfico 4- Categorização dos cartazes por temáticas.....	63
Gráfico 5- Produtividade dos cartazes por décadas.....	64
Gráfico 6- Subdivisões das temáticas principais.....	65

1- INTRODUÇÃO

1.1- Pertinência do Tema e Motivações

Após uma pesquisa inicial, de caráter exploratório, foi conduzida uma análise mais aprofundada relativamente a documentos e investigações que observassem o cartaz publicitário português. Constatou-se que, apesar de existirem investigações realizadas no campo académico sobre o design dedicadas a este tema, as mesmas foram conduzidas tendo por base uma abordagem muito direcionada em função de um determinado período de tempo ou a algum autor específico, porém, não foi observado nenhum documento que se focasse no estudo de António Cruz Caldas, nem da sua obra. Verificou-se, assim, a inexistência de contributos satisfatórios na área do design que destacassem este autor, da mesma forma que se destacam outros autores nacionais da mesma vertente, o que desencadeou a motivação pessoal para adersar esta questão.

Tal como anteriormente explicitado, a motivação pessoal gerou-se a partir de uma lacuna de informação relativamente ao autor. Lacuna que se confirmou através das várias entrevistas realizadas no âmbito da investigação, das quais os participantes comprovaram ter efémeras memórias de algumas das obras do autor, no entanto nem sempre o associando como autor das mesmas. Possuindo este autor uma vasta e peculiar obra gráfica, a motivação de lhe dar reconhecimento na história do design volveu-se de modo a poder enquadrá-lo, elevá-lo e valorizá-lo ao mesmo nível que outros artistas gráficos da sua época.

Possuindo a autora deste relatório de projeto uma formação académica inicial em Arte e Design e um gosto particular pela temática do design de cartazes e design editorial, a realização deste projeto de investigação foi também motivada pelo desenrolar pessoal de estudos em âmbito de mestrado, no sentido de ampliar os conhecimentos e competências específicos nestas áreas.

1.2- Problemática e Objetivos

No presente tópico enuncia-se a principal problemática deste projeto de investigação: Por que razão o seu reconhecimento não é equiparado ao dos restantes autores gráficos? Considerando o problema central, foi possível enunciar um conjunto de questões-chave que serviram de ponto de partida para o percurso investigativo: De que modo é possível preservar e divulgar a obra gráfica, mais precisamente do cartaz publicitário, deste autor? Qual a importância da obra gráfica publicitária de António Cruz Caldas? Quais as influências e movimentos que se podem associar às obras deste? Qual a pertinência da realização de um documento sobre o autor de modo a contextualizar a sua obra gráfica? Como poderá esse documento contribuir para a história do Design Português?

Este documento procurará, através das suas componentes teórica e prática, dar resposta a estas questões que nortearam a investigação, oferecendo, num primeiro momento, uma breve contextualização sobre a vida e obra de António Cruz Caldas, seguindo-se um estudo relativamente ao estado da arte do cartaz dentro e fora de Portugal e, posteriormente, traçando um percurso evolutivo dos cartazes publicitários ao longo do século XX, sendo esta a época em que António Cruz Caldas exerceu a sua atividade.

1.3-Estrutura documental e Metodologias

Qualquer trabalho de investigação pressupõe a utilização de uma metodologia, ou seja, uma série de operações que criem uma linha orientadora e suportem o projeto. Deste modo, para inicializar a investigação deste projeto também foi necessário estipular um percurso metodológico, o que gerou o início de uma breve investigação sobre métodos de investigação a partir do livro *Universal Methods of Design* de Bella Martin e Bruce Hamintong.

O presente documento está organizado em quatro capítulos principais: Capítulo 1- Introdução, Capítulo 2- Fundamentos, Capítulo 3- Projeto e Capítulo 4- Conclusão. Por último, apresenta-se as Referências Bibliográficas. Os capítulos foram, por sua vez, divididos em subcapítulos, com vista à criação de uma sequência narrativa encadeada e capaz de comunicar, de maneira coerente e organizada, todo o processo.

1- Introdução: Este capítulo expõe, num primeiro momento, a pertinência e motivações pessoais que levaram à realização desta investigação. Apresenta a problemática que esteve na génese da investigação, os objetivos, terminando com a estrutura documental e abordagem metodológica para lhe dar resposta.

2- Fundamentos: Este capítulo constitui o estado da arte relativamente à temática abordada. Entendeu-se que seria lógico a sua divisão em dois subtópicos. O primeiro debruça-se sobre a vida e obra de António Cruz Caldas. Já o segundo é constituído por um contexto histórico-cultural focando a história do cartaz publicitário, quer nacional como internacionalmente, dentro das balizas temporais 1898–1975, época em que o Cruz Caldas viveu. Para tal, foi usado o método de investigação, revisão de literatura e análise documental, de diversas obras de autores de referência sobre a temática e através de fontes disponíveis quer em *websites*, artigos científicos e dissertações de modo a consolidar os fundamentos.

3- Projeto: O penúltimo capítulo desdobra-se em dois momentos, o primeiro subcapítulo é referente a monografias e contribuições para a história do design português, assim como as referências editoriais que motivaram a exploração prática. Deste modo foi aplicado o método de investigação de recolha e análise de dados, seguindo-se da recolha de depoimentos através do método de entrevista estruturada, do qual foi selecionado uma amostra de designers, investigadores e especialistas que se considerou pertinente para o desenvolvimento deste projeto. Por último, é apresentado o projeto editorial *António Cruz Caldas: Cartazes Publicitários* e explicada a sua construção em termos de conteúdos e design editorial.

4- Conclusão: O quarto e último capítulo divide-se entre um balanço global acerca dos resultados que podem ser extraídos do projeto de investigação e das respostas

encontradas para as questões levantadas na Introdução. Apontam-se ainda possíveis novas rotas de investigação que visam aprofundar e complementar o estudo aqui iniciado, antevendo sucintamente possíveis novas etapas a partir desta investigação.

2 – FUNDAMENTOS

2.1- António Cruz Caldas

“Dedico-me a essa ‘ciência’ que muitos desdenham, que é sem dúvida a garantia do pão para muitos artistas de real valor” – Carta de Cruz Caldas a Oliveira Lopes, 1957 (Retirado de <http://gisaweb.cm-porto.pt>)

António Pedro de Barros Cruz Caldas nasceu no Porto a 17 de dezembro de 1898. Foi um insigne autor portuense que se desdobrou por cenografia, cartaz, ilustração e caricatura. Filho de Bernarda Rosa e de José Fernandes Caldas, escultor de imagens religiosas, foram seus padrinhos de batismo a pintora Aurélia de Sousa (1866 – 1922) e o escultor António Teixeira Lopes (1866 – 1924), foi criado num meio artístico, o que o levou a frequentar a Escola de Belas Artes do Porto, e o seu talento volta-se quase exclusivamente para o desenho, mais propriamente para a caricatura. Porém, das suas autorias conhecem-se ainda algumas caricaturas-esculturas de grande qualidade, como o da violoncelista Guilhermina Suggia e, entre outros, o ditador António de Oliveira Salazar, o ator Vasco Santana, a atriz Beatriz Costa, o médico Abel Salazar, e o escritor/político Campos Monteiro são alguns dos que ele caricaturou no papel (Macedo, 2010).



Fonte: (retirado de <http://gisaweb.cm-porto.pt>)

Figura 1- Cruz Caldas no seu gabinete



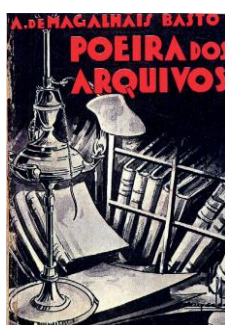
Fonte: (retirado de <http://gisaweb.cm-porto.pt>)

Figura 2- Cruz Caldas com o seu padrinho e escultor Teixeira Lopes na Exposição colonial 1934

Tendo sido discípulo de Acácio Lino (1878–1956), de José Brito (1855–1946) e Teixeira Lopes (1866–1942), após a conclusão dos seus estudos no domínio das artes pictóricas, iniciou o seu percurso artístico em

1923, colaborando com o jornal ilustrado *Sporting* (1921–1953), bissemanário que domina a imprensa desportiva portuguesa, do qual foi diretor artístico ao lado de José Joaquim Lobão de Carvalho e Oliveira Valença (1897–1978). Seguindo-se o seminário humorístico *Cócoró* (1924), de Arnaldo Leite (1886–1968) e Carvalho Barbosa (1884–1936), onde desenvolve diversos projetos de caricatura e de sátira de costumes (“Caldas, António Cruz,” 2009).

Nas décadas de 20 e 30, Cruz Caldas praticou a modalidade desportiva de tiro, tendo sido largamente premiado. Neste âmbito, participou em numerosas provas, integrando equipas de órgãos de comunicação social como o jornal *Sporting*. Em 1926, o país contou com a sua participação no Salão dos Humoristas Portugueses Salão Silva Porto, uma das exposições que difundiu o movimento modernista em Portugal, presente com três obras. Ainda neste mesmo ano realizou um dos seus primeiros trabalhos como capista e ilustrador de livros, para a obra *O homem que matou a atriz* de Mário Ximenes e Ernesto Balmacela. Ao longo da sua carreira destacou-se também como capista e ilustrador de livros, alguns dos quais *Mulheres de Satanás*, por Fernando de Araújo, *Poeira dos Arquivos* de Magalhães Bastos (1935), *Raparigas de uniforme* por Chista Winsloe (1937), *Porque Matei* de José Rosado, *5 a 0*, por Abreu de Sousa, *O Homem que encontrou a Felicidade*, por René Baer (1946). *Seara Verde* de Fernando de Araújo Lima (1951). *Lua, tantos de tal*, por Abreu e Sousa (1958). *Heroínas do trabalho*, de J. Fontana da Silveira (1963) entre outros (Castro, 1998).



Fonte: Retiradas de <http://gisaweb.cm-porto.pt>

Figura 3- O Homem que matou a atriz

Figura 4- Mulheres de Satanás

Figura 5- Poeira dos arquivos

Figura 6- Raparigas de uniforme

Figura 7- Porque matei



Fonte: Retiradas de <http://gisaweb.cm-porto.pt>

Figura8- 5 a 0

Figura 9- O Homem que encontrou a felicidade

Figura 10- Seara Verde

Figura 11- Lua, tantos de tal

Figura 12- Heroínas do trabalho

Em 1927 casa com Lucília Augusta Amorim Silva. Dessa união nasceram as filhas Elvira e Maria Teresa. No ano do seu casamento colabora com o *Jornal de Notícias*, onde ilustra, nomeadamente a secção *Coisas do Porto*. Cruz Caldas estreia as participações com trabalhos seus em exposições de caricaturas em vários locais do país, realizou uma exposição de caricaturas na Póvoa de Varzim em 1928, a exposição de caricaturas no casino de Espinho e outra no Salão Silva Porto com o artista Gonçalves Pereira. Foi um dos fundadores e sócios do *Aero Clube de Portugal* em 1929 e, neste mesmo ano, concebe pinturas e decorações para o pavilhão de *O Século* nas festas de Vila do Conde. Empresas e organizações começaram a fazer encomendas o que levou em ocasiões posteriores a projetar novos *stands* para empresas comerciais como a Mabor ou a Nacional. Inicia a sua colaboração com o semanário de grandes reportagens, *Reporter X* (1930) e, no ano seguinte, com o semanário de humor e caricatura *Pirolito* (1932 – 1934), do qual foi diretor artístico, ao lado de Arnaldo Leite e Carvalho Barbosa, como diretores literários (Castro, 1998).



Fonte: (Retiradas de <http://gisaweb.cm-porto.pt>)

Figura 13- Casal Cruz Caldas recém-casado no jardim de sua casa



Figura14- Inauguração do campo de aviação de Espinho 1931

Elabora o Programa do Carnaval no jardim Passos Manuel, com o qual iniciou uma colaboração contínua no desenho publicitário de programas. Desenvolve ainda programas culturais para cafés, cinemas, entre outros locais, o que mostra que a cidade do Porto era uma cidade com grande atividade cultural à época. Tornou-se sócio da Associação de Jornalistas e Homens de Letras do Porto (A.J.H.L.P) em 1932 e inicia a sua colaboração com o jornal *Maria Rita*, em 1933.

Participou no Salão de Humoristas Portugueses Espanhóis, realizado em Vigo, e em 1933 estreia-se nos trabalhos para teatro com o cenário da revista *Porto à Vista*, da autoria de Arnaldo Leite e Carvalho Barbosa, dupla que escreveu cerca de seis dezenas de originais para teatro e com a qual Cruz Caldas sempre colaborou. Entre os inúmeros trabalhos de teatro contam-se o folheto de propaganda da revista *Lua Cheia*, Teatro Sá da Bandeira e o cenário do cartaz de revista *Porto de Honra*, Teatro Carlos Alberto.

Em 1934 iniciou o seu trabalho como desenhador na empresa litográfica do Bolhão onde realizou inúmeros trabalhos. No ano seguinte projeta o cenário de Homenagem a Campos Monteiro e ainda colabora com a revista *Porto na rua* do qual também elaborou o programa.

Em 1937 projetou o carro da Indústria para o cortejo da Festa do Trabalho da Província do Minho, em Famalicão, e o cenário da 2ª Noite das Orvalhadas organizada pelo Orfeão do Porto que decorreu a 8 de maio. No ano seguinte é autor do programa e cartaz da opereta *O Pardal de São Bento* no Teatro Sá da Bandeira. Tornou-se sócio Honorário do Orfeão do Porto em 1939, e no dia 1 de janeiro inicia a sua colaboração com o jornal diário *O Primeiro de Janeiro*. Projeta o cartaz da Exposição Trabalhos de Soares dos Reis no âmbito da Comemoração do Duplo Centenário da Fundação e Restauração de Portugal no ano de 1940, realiza o programa e cortina de boca de cena da revista *Aleluia*, no Coliseu do Porto no ano seguinte. É autor do *ex-libris* de Luís Sacramento, Arnaldo Amadeu da Silva, Amélia Vilar, Campos Monteiro entre outros. Em 1942 projeta o cenário de decorações em homenagem ao maestro Raúl Casimiro, organizada pelo Orfeão do Porto intitulada de Noites de Orvalhadas que decorreu a 30 de maio (Castro, 1998).



Fonte: (Retiradas de <http://gisaweb.cm-porto.pt>)

Figura 15- Ex-libris de
Luís Sacramento



Figura 16- Noite de Orvalhadas no Orfeão do Porto

Neste ano criou o programa de comédia *O Inocência em Pessoa* no Teatro Sá da Bandeira, em 1944 é protagonista do cartaz de revista *Jornal do Porto*, no Coliseu do Porto, o folheto de propaganda da opereta *A mulher do Padeiro* no Teatro Sá da Bandeira e, em 1945, realiza as publicações com as coplas, o folheto e programa da opereta *O Gaiato de Rua* no Teatro Sá da Bandeira. Realizou as capas dos livros *Concurso de Montras*, iniciativa promovida pelo *Jornal de Notícias*, com textos por Arnaldo Leite e Campos Monteiro. Participa na Exposição da Primavera no Ateneu Comercial do Porto em 1946, ao lado de artistas como o pintor Augusto Gomes, Júlio Pomar, e o pintor/arquiteto Rui Pimentel Ferreira, mais conhecido pelo seu pseudónimo Arco. Neste ano realiza uma publicação com as coplas da opereta *A Bonequinha do Porto* no Teatro Sá da Bandeira e o folheto de propaganda da revista *Tiro-Liro*, Teatro Sá da Bandeira, em 1947 (Castro, 1998).

Em 1948 Cruz Caldas foi premiado no Concurso de Caricaturas promovido pela Casa do Pessoal da Emissora Nacional. Nos anos 40 realizou as montras da Livraria Figueirinhas e, nomeadamente em 1946, a montra da Sirigaia do Porto (Rua Santo Ildefonso) na cidade do Porto. Nesta época foi ainda diretor artístico da Secção de Propaganda da Mabor sendo autor de numerosos cartazes desta empresa. Realiza o programa de revista popular *São Quentes e Boas* escrito por João Manuel e Manuel João, locutores do programa radiofónico *A Voz dos Ridículos* transmitido pela estação Portuense Clube 16 em 1947 do qual recebe um diploma de Amigo de Honra do programa em 1960.



Fonte: (Retiradas de <http://gisaweb.cm-porto.pt>)

Figura 17- - Montra da Livraria Figueirinhas

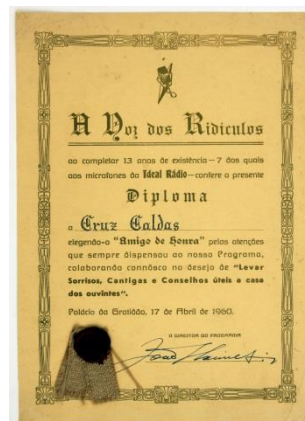


Figura 18- Diploma de amigo de honra da Voz dos Ridículos

Em 1950 projetou uma Alegoria a Loureiro Dias, destinada à A.J.H.L.P. para uma homenagem a esse jornalista e publica duas ilustrações na revista *Prometeu*, no número dedicado ao Centenário de Guerra Junqueiro. Em 1951 obteve a 3ª Medalha de Caricatura atribuída pela Sociedade Nacional de Belas Artes (SNBA) Esta mesma entidade concedeu-lhe o Prémio de Caricatura Leal da Câmara, com uma alegoria à obra *Os Imortais do Amor*; de Sousa Costa, a sessão de entrega realizou-se na Sala-Biblioteca da A.J.H.L.P, tendo contado com a presença do caricaturado, escritor e juriconsulto de Arnaldo Leite, Amélia Vilar, entre outras. Galardão que voltaria a receber em 1954, com a obra *Einstein e os Teimosos* (“Caldas, Cruz António”, 2009).

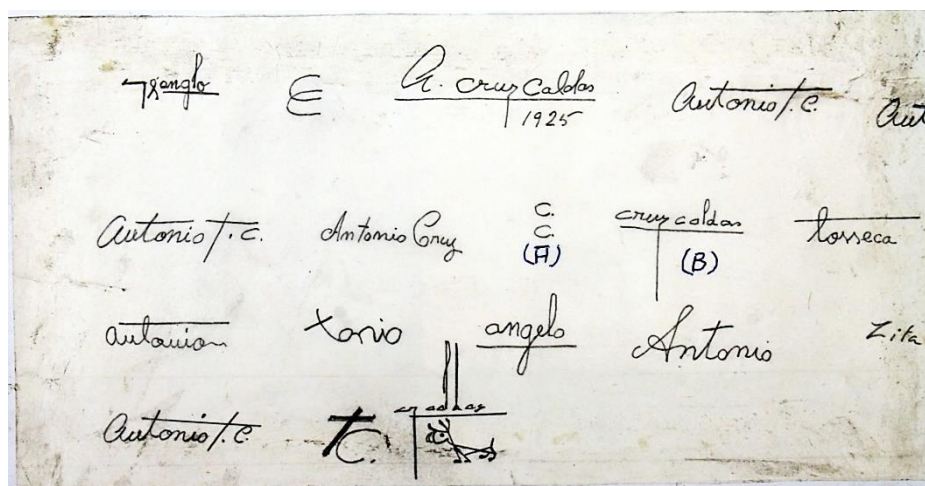
Participou em maio do mesmo ano numa Exposição Coletiva de Caricaturas no Ateneu Comercial do Porto acompanhado de diversos autores como Ary de Almeida, Gonçalves Magno, Maria Medina e Rogério Ribeiro que tal como Magno eram médicos. Obtém a taça pelo carro alegórico subordinado ao tema Fado, apresentado no cortejo de carnaval organizado pelo Clube de Fenianos Portuenses em 1955, e projeta o carro alegórico de A Confidente (Empresa de hipotecas de casas) para a qual chegou a desenvolver alguns projetos. Neste ano participa na exposição de Artes Plásticas – VI Salão Provincial, em Viseu.

Em 1957 Cruz Caldas foi autor dos figurinos e arcos decorativos para Rusga de S. João da Fábrica de Esmaltagem Mário Navega e realiza o programa do Concerto pela Grande Orquestra Filarmónica de Dresden, no Coliseu do Porto, em maio. Os boletins do

Banco Borges & Irmão (números de janeiro, outubro e dezembro) são da sua autoria para além de iniciar a sua colaboração no jornal *Os Ridículos*. No ano seguinte, realizou o programa da *Grand Gale de Danse*, no Coliseu do Porto a 13 de janeiro e participou na Exposição de Pintura e Artes Plásticas, integrada no V Centenário da morte do infante D. Henriques em Viseu.

Em 1963 tornou-se sócio benemérito da Sociedade Portuguesa de Numismática e participa na exposição Brasil na Caricatura Portuguesa, Sociedade Nacional de Belas Artes Lisboa em 1964, apresentada no ano seguinte, no Ateneu Comercial do Porto. Em 1965, tornou-se Sócio Honorário da Assembleia da Campanhã. Em 1967 foi autor do programa do Recital do pianista Jaime Jorge da Mota no teatro Rivoli e do mesmo na A.J.H.L.P. em 1968 e projetou ainda a cortina da boca de cena para a Companhia de Circo apresentada no Coliseu do Porto em 1969 (Castro, 1998).

António Cruz Caldas morre na freguesia do Bonfim, no Porto em 1975. Após a sua morte, os jornais e semanários, despediram-se de Cruz Caldas como um fiel amigo, deixando palavras de afeição pelo autor que um dia fez parte das suas casas. Colaboração sua pode ver-se em jornais e revistas como *O Tripeiro*, *O Diabo*, *O Comércio do Porto Ilustrado*, *Prometeu*, *A Cidade*, *O Século*, entre outros. António Cruz Caldas, Cruz Caldas, António, CC, + Caldas, + CC, CCP e ainda com os pseudónimos Toneco, Tono e Zita, seja qual tenha sido a preferência deste se intitular, mostrou-se um autor multifacetado, desdobrando-se em diversas áreas artísticas, principalmente nas artes gráficas, contudo não deixou de se destacar noutras modalidades.



Fonte: (Retirada de <http://gisaweb.cm-porto.pt>)

Figura 19- Várias assinaturas de Cruz Caldas, (A) e (B) são as mais utilizadas

“Mas, quando parecia, a Cruz Caldas, que esses trabalhos não eram bem aquilo que ele queria representar, assinalava-os com C.C. Se, ao contrário, eles o satisfaziam, firmava-o com o nome Cruz Caldas” (Fernando Araújo Lima, citado em Castro, 1998, p. 4)

NECROLOGIA

CARICATURISTA CRUZ CALDAS

PORTO, 14 — Com grande acompanhamento realizou-se, hoje, o funeral do caricaturista Cruz Caldas, para o cemitério do Prado do Repouso.

Com a morte de Cruz Caldas desaparece o último abencerragem de uma geração de artistas que se evidenciaram na caricatura de pessoas célebres e na «charge» de comentário aos principais acontecimentos do País. Tinha 77 anos e colaborou em grande número de jornais desportivos e humorísticos, entre os quais o «Sempre Fixe», e por sucessão na vaga deixada pela morte do caricaturista dr. Manuel Monterroso, era colaborador efectivo do nosso colega «O Comércio do Porto» onde, além de ilustração eventuais, publicava, dominicalmente, uma «charge» mordaz. Em exposições conquistou uma primeira medalha da Sociedade Nacional de Belas Artes, e por duas vezes o prémio Leral da Câmara. Foi também, parte dos corpos directivos da Associação de Jornalistas e Homens de Letras do Porto, do Orfeão do Porto e da Assembléa da Campanha.

O Comércio do Porto

Morreu o caricaturista Cruz Caldas
que foi colaborador de «O Comércio do Porto»

Com 77 anos de idade, faleceu ontem na sua residência, à Rua do Barão de Nova Sintra, o conhecido artista Cruz Caldas, figura popular e prestigiosa que se notabilizou como caricaturista de espírito e traço invulgares.

Natural do Porto onde nasceu em 1898, Cruz Caldas fez toda a sua vida de artista nesta cidade, tendo colaborado em numerosas publicações.

Cruz Caldas foi também apreciado colaborador de «O Comércio do Porto», onde, além de eventuais ilustrações, publicava, dominicalmente, uma «charge», ocupando, assim, a vaga deixada pelo falecimento do caricaturista dr. Manuel Monterroso.

O seu estilo era inconfundível, podendo dizer-se que, com a morte de Cruz Caldas, a cidade (e o País) perdeu um notável ilustrador e comentador servido por um lápis por vezes mordaz mas a sugerir, sempre, se não uma gargalhada, pelo menos um sorriso.

Em jovem praticou várias modalidades desportivas, tendo-se distinguido, especialmente, em tiro de guerra — género em que conquistou vários prémios.

Deixou vasta colaboração em jornais humorísticos, desportivos e de grande informação, entre os quais o «Piroíto», «Cócorocó», «Maria Rita», «Sempre Fixe», «Sporting», «O Primeiro de Janeiro» e «O Tripeiro». Além da caricatura para o que possuía especial talento, Cruz Caldas fez centenas de cartazes, ilustrou livros e ocupou-se também de medalhística e de escultura, sendo de grande valor um busto do dr. Campos Monteiro, da sua autoria.

Concorreu a numerosas exposições e conquistou os prémios «Leal da Câmara» em 1953 e 1956, bem como uma primeira medalha da Sociedade Nacional de Soares dos Reis.

De espírito sempre jovem, Cruz Caldas fez parte de diversas colectividades, tendo pertencido ao corpo gerentes da Associação dos Jornalistas e Homens de Letras do Porto, Orfeão do Porto e Assembléa de Campanha.

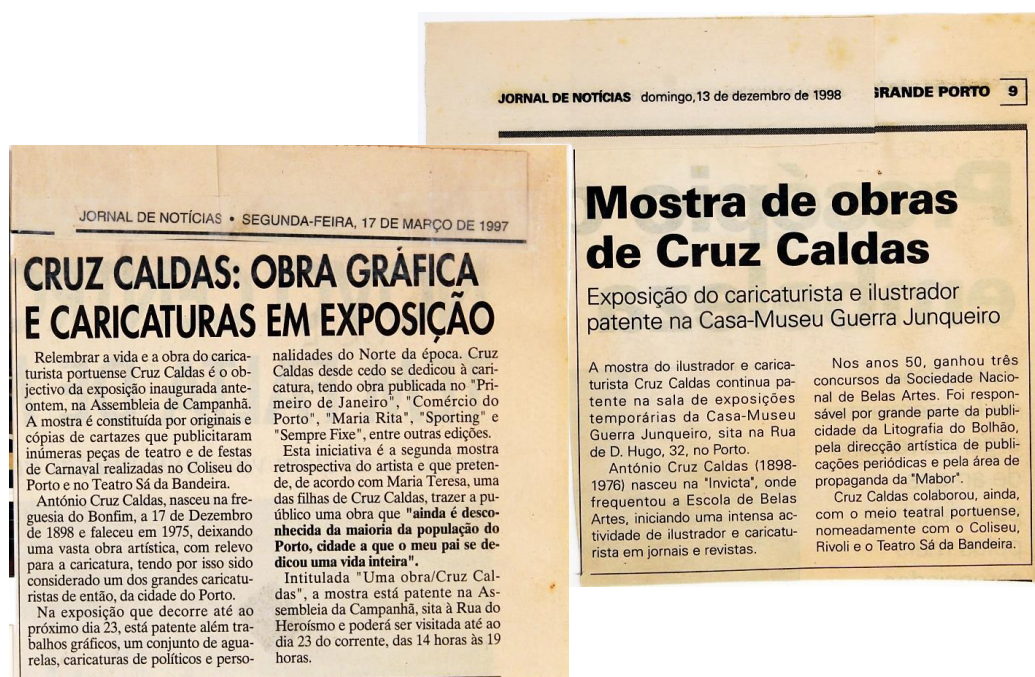
O funeral efectua-se hoje para o cemitério do Prado do Repouso, precedido de missa e responso, às 15 horas, no templo do Bonfim, onde o corpo está em depósito.

NECROLOGIA

Fonte: (Retiradas de <http://gisaweb.cm-porto.pt>)

Figura 20- Notícias de Jornal, *Primeiro de Janeiro* e *O Comercio do Porto* sobre a morte de Cruz Caldas

Postumamente a obra deste autor foi celebrada em quatro retrospectivas, a 1ª a 29 de março de 1993, na Junta de Freguesia do Bonfim intitulada “Uma Obra – Cruz Caldas”. Com o mesmo título, realizou-se a segunda exposição sobre o artista, em 1997 na Assembleia da Campanhã, onde este foi sócio e colaborador. No ano seguinte realiza-se a 3ª Exposição na Casa Museu Guerra Junqueiro, intitulada “Cruz Caldas Caricaturista e Ilustrador” do qual foi criado um catálogo, editado e produzido pela Câmara Municipal do Porto, mais precisamente pelo Departamento de Museus e Património Cultural. Em 2001, a Câmara Municipal do Porto em homenagem a este, atribuiu o seu nome a uma rua do Bairro São João de Deus, em 2009 foram apresentadas algumas das suas obras na Exposição Momentos de um Século de Artes Gráficas no Porto e, por último em julho de 2014 a Casa do Infante inaugura “As marcas que ficam: a publicidade em Cruz Caldas” criada a partir do espólio doado à autarquia portuense.



Fonte: (Retiradas de <http://gisaweb.cm-porto.pt>)

Figura 21- Notícias de jornal relativas à 2ª e 3ª exposição póstuma de Cruz Caldas

“Esta exposição [2ª exposição póstuma] corresponde a um processo de abrir as gavetas do esquecimento e animar figuras (quase todas) desaparecidas de um Porto, afinal também desaparecido. É o agitar dos

fantasmas que, afinal, se libertam do terno deambulam pela terra graças ao tal lápis felizmente aguçado, graças a Cruz Caldas que bem o sabia manejar” (José Viale Moutinho, citado em Castro, 1998, p. 7).



Fonte: (Retiradas de <http://gisaweb.cm-porto.pt>)

Figura 22- Placa de rua com nome do autor

2.2- O Cartaz

“Art is man’s creation, yet words and pictures are also the form of his language”

¹(Barnicoat, 1972, p. 7)

O cartaz como o conhecemos atualmente, remonta ao século XIX, mais propriamente a 1866, quando Jules Chéret considerado o “pai” dos cartazes publicitários, produziu a primeira litografia a cores “*Orphée aux Enfers*” com a invenção da litografia², por Alois Senefelder, em 1796, tornou-se possível a produção em massa dos cartazes, e foi graças a este processo que o cartaz moderno nasceu (Barnicoat, 1972).

A capacidade de combinar palavras e imagens num formato tão atraente e económico finalmente permitiu que o cartaz litográfico inaugurasse a era moderna da publicidade. O cartaz começou a ganhar assim um maior destaque, quando, a imagem se tornou na mensagem. Por volta do final de 1890, a técnica da litografia já se tinha disseminado por toda a Europa. Um grupo de artistas franceses ajudaram definitivamente a criar e impulsionar o desenvolvimento do cartaz neste período, sendo estes Jules Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec, Eugène Grasset, Adolphe Willette, Pierre Bonnard, Louis Anguetin, Georges de Feure e Henri-Gabriel Ibels (Barnicoat, 1972).



Fonte: (Retiradas de <https://www.internationalposter.com>)

Figura 23- Orphée aux enfères
de Jules Chéret, 1866

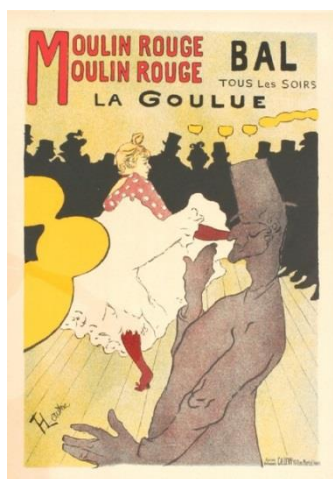


Figura 24- Moulin Rouge, Henri
de Toulouse-Lautrec, 1891

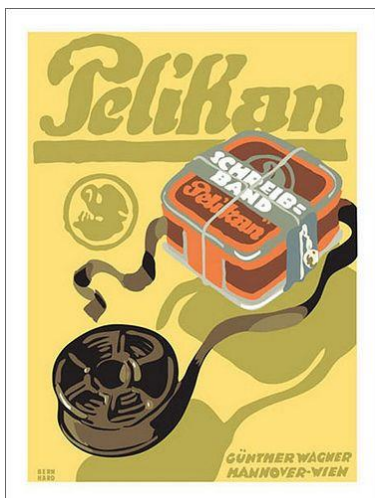


Figura 25- La revue blanche
Pierre Bonnard, 1894

¹T.L. "A arte é criação do homem, mas palavras e imagens também são a forma de sua linguagem"

²Litografia ou litogravura é um tipo de gravura que envolve a criação de marcas sobre uma matriz com um lápis gorduroso. A base dessa técnica é o princípio da repulsão entre água e óleo

Até ao início do século XX alguns dos movimentos dos quais o cartaz se destacou podem observar-se, tais como os de Ramon Casa e Steinlen, no estilo *Arts and Crafts*, Leo Putz, Koloman Moser, Alfred Roller, Mackintosh Van e velde pelo movimento *Art Nouveau*. Após a viragem do século em 1901 este estilo marcou a sua presença com o trabalho realizado por Peter Behrens, com o cartaz criado para e exposição da colónia de artistas de Darmstadt, representam claramente o formato alongado dos cartazes da escola de Glasgow. Nos Estados Unidos, o estilo *Art Nouveau* foi brilhantemente mostrado no trabalho de Will Bralday e outros autores como Ethel Reed, Frank Hazenplug e Will Carqueville (Hollis, 1994) Na Alemanha no período que se estendeu do começo do século até à primeira Guerra Mundial, os designers desenvolveram a estética dos irmãos Beggarstoffs para anunciar bens de consumo. Em Berlim, o Sachplakat³ ficou conhecido através do seu mestre Lucian Bernhard. Destacam-se ainda Hans Rudi Eerd, Julis Gipkens e Ludwig Hohlwein (Barnicoat, 1972).



Fonte: (Hollis, 1994)

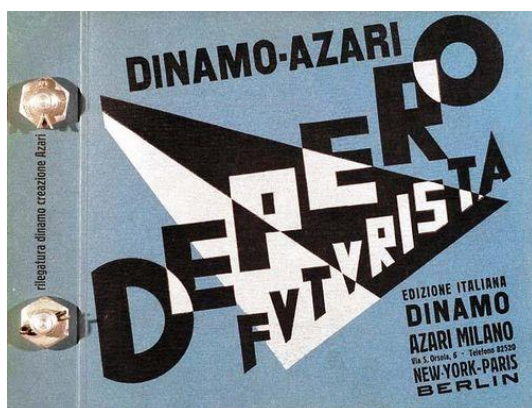
Figura 26- Pelikan Lucian Bernhard, 1914



Figura 27- Opel, Hans Rudi Eerd, 1911

³ Estilo de cartaz em que as características comuns são letras atrativas com cores planas.

“No início da década, a velha Europa foi sacudida pela primeira guerra mundial e convulsionada por agitações políticas” (Hollis, 1994 p. 35). Os cartazes produzidos pelas nações em Guerra – França, Grã-Bretanha, Itália, império Austro-húngaro, Alemanha, Rússia e mais tarde os Estados Unidos- refletiam o caráter e o desenvolvimento do design gráfico em cada um desses países. Em todos eles as categorias de cartazes eram as mesmas, recrutamento de tropas que apelavam ao patriotismo, procurando incutir nas pessoas um sentimento de culpa por permitir que os outros arriscassem a sua vida por elas, ou seja de propaganda política (Hollis,1994). Nas primeiras décadas deste século abalado, o otimismo e avanços tecnológicos construíram uma sociedade cada vez mais industrializada, na qual as manifestações gráficas se refletiam através das vanguardas. O movimento futurista parecia anteciper a natureza da guerra mecanizada, e os dadaístas surgiram como resultado do desalento produzido por todos esses acontecimentos. O elemento mais importante no design do início do século XX foi a busca por uma nova ordem estrutural, que era mais aparente naquilo que chamamos de “movimentos artísticos formais”, como o cubismo, o de *stijl* e o construtivismo (Barnicoat 1972, p. 74). Pelas mãos de Filippo Marinetti e de Fortunato Depero os futuristas manifestavam entusiasmo pela vida moderna, pela velocidade, pela era da máquina e pela guerra, criando clivagem com o moralismo, o passado e tudo o que consideravam como “covardias oportunistas e utilitárias” (Meggs & Purvis, 2009, p. 318).



Fonte: (Weil, 2004)

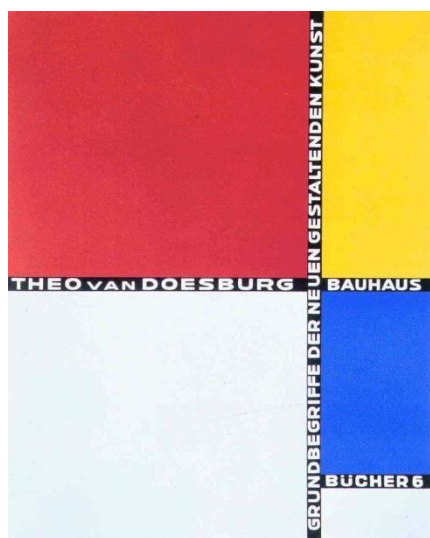
Figura 28- Manifeste du Futurisme, Fortunato Depero, 1927



Fonte: (Weil, 2004)

Figura 29- Bêi biélakh krasnâm klínom, El Lazar Lissitzky, 1919

Num momento espontâneo no cabaret Voltaire, os dadaístas reagiram contra a carnificina da Primeira Guerra Mundial, o movimento Dadá continha um forte ingrediente negativo e destrutivo proclamavam-se antiarte. Os escritores e artistas dadás estavam interessados no choque, no protesto e no absurdo. De *Stijl* em resposta ao caos resultante da I Guerra Mundial, a “ordem apresentava-se como um valor acima de qualquer outro” (Raimés & Bhaskaran, 2007, p. 42). Isto resultou num estilo que eliminou as formas naturais, em favor de uma geometria abstrata e simples, bem como a utilização de cores primárias, assim procurando transpor para as suas obras o equilíbrio e a harmonia universal. Pintor e arquiteto, Theo van Doesburg (1883–1931) liderou o grupo, que também incluiu artistas como o pintor Piet Mondrian (1872–1944) e o arquiteto e designer de produto Thomas Gerrit Rietveld (1888–1964) (Raimés & Bhaskaran, 2007).



Fonte: (Weill,2004)

Figura 30- Capa de livro, Theo van Doesburg e László Moholy-Nagy, 1925



Figura 31- The 1923 Weimar Exhibition, Joost Schmidt

Dirigida por Walter Gropius (1883–1969), a Bauhaus era famosa pelo seu currículo experimental e métodos de ensino inovadores. A paixão pela funcionalidade atingiu todas as áreas da criação artística lecionadas na escola, desde as mais criativas, até à arquitetura, design gráfico e design de produto. Em contraste com a exuberância da *Art Déco*, o design da Bauhaus foi caracterizado por uma simplicidade utilitária da forma clássica e formas geométricas, rejeitando a ornamentação em favor da funcionalidade.

Tendo como principais autores no desenvolvimento desta corrente László Moholy-Nagy (1895–1946) introduzindo na escola a revolucionária ideia de “Nova Tipografia” à qual Jan Tschichold continuou a espalhar a palavra no seu livro de 1928, *Die Neue Typographie* – A nova tipografia –, em que defendia a conceção funcional, através da simplicidade de meios e composição assimétrica, sem esquecer Herbert Bayer e a tipografia Universal (Raimés & Bhaskaran, 2007).

Seguindo o seu percurso até ao estilo *Art Déco*, “movimento epocal com referências como os Ballets Russes, sentido de luxo exotista e orientalizante, Paul Poiret, transatlânticos, Hollywood, Josephine Baker, alta-costura (Lavin, Dior, Chanel, Cartier), gosto pelo acessório, pela música e café concerto” (Fragoso 2010, p.289). Foi também um movimento que registou um grande desenvolvimento das artes gráficas que refletiram uma geometrização e estilização da imagem, distinguindo-se na conceção de cartazes publicitários, os artistas A. M. Cassandre, Paul Colin e Edward McKnight Kauffer, foram autores europeus mais prolíficos e influentes no cartaz publicitário durante este período (Raimés e Bhaskaran, 2007). A *Art Déco* “Teve o seu apogeu em 1925, na Exposição Internacional de Artes Decorativas de Paris”. (Coelho, 2013, p. 44). Prosseguindo nas linhas da década anterior, a ascensão deste movimento continuou durante a década de 30.



Fonte: (Barnicoat, 1972)

Figura 32- Normandie, A.M.Cassandre, 1935



Figura 33- Transatlantique, Paul Colin, 1937

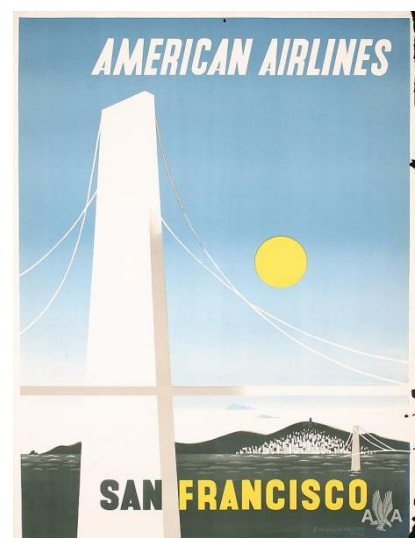


Figura 34- American Airlines, E.M. Kauffer, 1948

A Grande Depressão na América e a desaceleração económica subsequente na Europa durante o início dos anos 30, rapidamente levou ao retorno a um estilo de vida simples. Com a chegada ao poder dos Nazis sobre a Alemanha, a Bauhaus foi definitivamente fechada a 10 de agosto de 1933. O cartaz percorre então novos caminhos até ao estilo suíço, destacando-se Herbert Matter com os seus cartazes para o Swiss National Tourist Office, (Raimés & Baskaran, 2007) Na Inglaterra em 1932, Stanley Morison desenha o que se tornaria um dos tipos de letra mais utilizados do século XX - Times New Roman - para o jornal *The Times*, Henry Beck produz o mapa para o metro londrino e Kauffer produz alguns dos cartazes mais modernistas da campanha *Shell* (Hollis, 1994).

Declarada a Segunda Guerra Mundial em 1939, o design gráfico começava a desempenhar um papel crucial na vida política dos países particularmente na época de eleições. A imagem dos líderes reforçada pela constante aparição na primeira página, selos e cartazes tornou-se ícone. Eram ilustrações executadas numa grande diversidade de estilos heróicos e acompanhada com letras simples. Essas ilustrações eram reconhecidamente influenciadas pelo trabalho dos russos Deni e Moor e “dos três C’s franceses, Cassandre, Colin e Carlu” (Hollis 1994 p. 110). Lester Beall, Austin Lusting e Paul Rand, designers com carreiras estabelecidas antes dos anos 40, foram três norte-americanos que sobressaíram após a guerra (Hollis 1994).



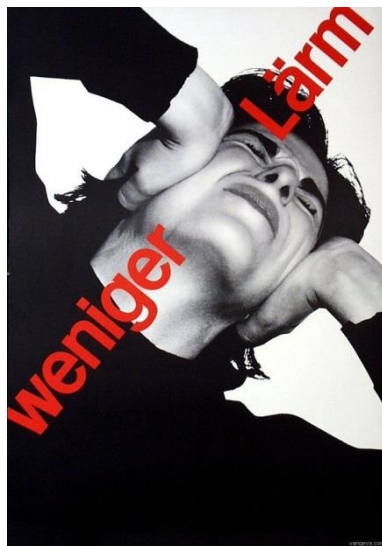
Fonte: (Hollis, 1994)

Figura 35- Rural Electrification Administration, Lester Beall, 1937



Figura 36- Gift Packages for Hitler, Jean Carlu, 1942

No começo dos anos 50 o uso de imagens simbólicas e simplificadas foi desenvolvido por Saul Bass ao criar os anúncios para o filme *O homem do braço de ouro*. Muitos outros artistas se destacaram neste estilo simbólico, William Golden com os logotipos para a *CBS* e *Columbia Broadcasting*, e ainda anúncios para este de Lou Dorfsman e Georg Olden. Na Itália o modernismo da *Neue Graphik* destacou-se através dos cartazes de Josef-Müller-Brockman, Armin Hofman, Cairo Vivarelli, Herbert Leupin, fortemente influenciados pela revista *Graphis*⁴ (Hollis 1994 p.142). A *Pop Art* em oposição ao expressionismo marcou presença através de Andy Warhol e Roy Lichtenstein. Nesta época através da transformação do que era considerado vulgar em refinado, e aproximou-se a arte das massas, desmistificando-a e tornando-se uma influência de futuros autores nas áreas do design gráfico.



Fonte: (Weill, 2004)

Figura 37- Weniger Lärm, Josef-Müller-Brockmann, 1960



Figura 38- Schützt das Kind, JosefMüller-Brockmann, 1953

A década de 60 testemunhou a crescente prosperidade, o surgimento da televisão como veículo publicitário e o desenvolvimento da impressão *offset* (sobre bobina de papel) estimularam o uso de mais cor. No final desta década o design gráfico foi visto como solução para problemas de comunicação O canadense Marshall McLuhan partindo

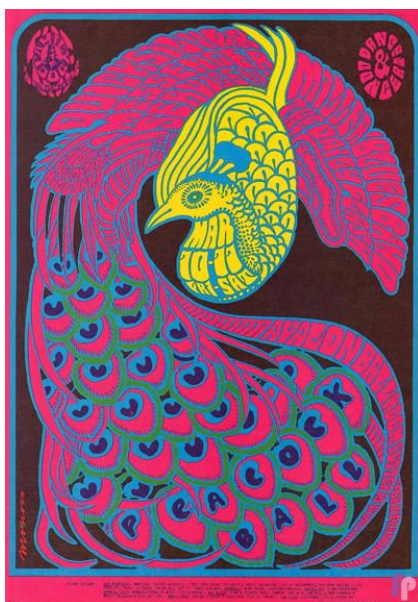
⁴ A revista *Graphis* foi publicada pela primeira vez em 1944 por Walter Herdeg e Dr. Walter Amstutz em Zurique, na Suíça

de uma análise de anúncios, desenvolveu a ideia de “o meio é a mensagem”, para ele esta técnica faria de todos nós membros da aldeia global. (Hollis, 1994).

Do *underground*, ao protesto de 1968 em Paris como forma de reação à guerra do Vietname, ao psicadélico, os cartazes exerceram um importante papel nos apelos à paz e ao desarmamento (Meggs & Purvis, 2009).

“O design gráfico tornou-se estritamente ligado ao marketing no final dos anos 60, com muitas empresas encomendando novos logótipos - a linguagem universal do capitalismo corporativo - num esforço para competir efetivamente num mundo cada vez mais global e baseado em imagens” (Fiell, 2002, p. 32)

A partir da década de 70 houve uma reação contra o design gráfico modernista, que vem sendo considerado fruto de uma era de ideologias. A sua objetividade passou a ser questionada e a sua disciplina é vista como pertencente a uma época de tecnologias pré-eletrónicas, passou a incluir não apenas cor, mas também movimento. “O design gráfico pode acabar tendo um papel menor na comunicação visual, mas o seu uso continuará a ser necessário, como o do alfabeto ou o da imagem” (Hollis, 1994, p. 233).



Fonte: (Hollis, 1994)

Figura 39- Quicksilver
Messenger Service. Victor
Moscoso, 1967



Fonte: (Hollis, 1994)

Figura 40- la police s'affiche aux
beaux arts , les beaux arts affichnte
dans la rue, Anónimo, 1968

2.2.1 - Em Portugal

O século XIX terminou, no mundo europeu, “alicerçado num mapa de certezas, estruturado em torno do positivismo”, (Fragoso, 2012 p. 153) abrindo portas a um novo século interpretado por historiadores de renome como sendo uma época histórica de acontecimentos extremos. O século XX caracterizado pela crença da sociedade num progresso linear e contínuo o mundo nas décadas finais deste estruturava-se por firmezas “o capitalismo industrial triunfante, com as suas realizações materiais impressionantes as certezas burguesas numa sociedade estratificada e policiada; a confiança num progresso ilimitado e linear (bem expresso nas grandes exposições universais da época); as artes dominadas pelo academismo bem-pensante” (Barata, 2004, p. 2). Foi assente nestas aparentes certezas que nasce o século XX, alicerçado num “clima de grande entusiasmo e otimismo consequente das possibilidades da técnica e da ciência, marcando um breve período de bem-estar e progresso designado por *Belle Époque*⁵” (Fragoso, 2012 p. 279).

Após a sua saída da guerra, “Portugal ia passar a viver a segunda época da sua jovem República, cuja estrutura mental positivista entrava em crise”. (França, 1981, p. 832) Na viragem do século, Portugal ainda se caracterizava por uma sociedade rural e conservadora, distante tanto geográfica, como culturalmente da restante Europa ocidental. No cartaz pode-se ver a herança do fim do século XIX, com a influência francesa em capas de revistas como a *Ilustração Portuguesa*, e ainda em propagandas de vinhos, que retratam a vida boémia. Destaca-se ainda o realismo nas artes gráficas de Bordalo Pinheiro e Roque Gameiro. Nas correntes artísticas, dominava ainda o naturalismo⁶. Apesar de se encontrarem vozes republicanas entre os seus seguidores, esta corrente estava conotada com a monarquia não por razões ideológicas, mas por coincidência temporal (Fragoso 2012).

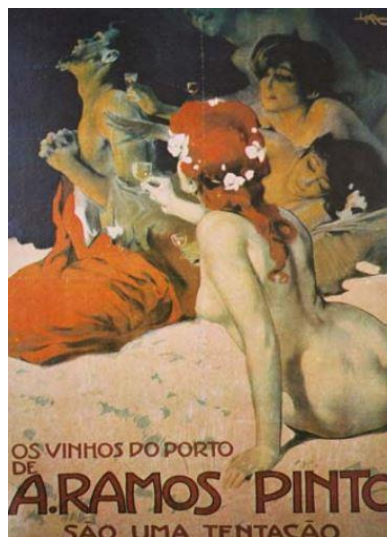
⁵ Período epocal considerado de expansão e progresso, nomeadamente a nível intelectual e artístico.

⁶ Movimento artístico e literário conhecido por ser a radicalização do realismo, baseando-se na observação fiel da realidade e na experiência



Fonte: (Guimarães, 2001)

Figura 41- A Jovem do Regalo, Mateo da Angelo Rossotti, 1911



Fonte: (Guimarães, 2001)

Figura 42-Tentação de Santo Antão, Leopoldo Metlicovitz, 1908

Os primeiros desafios pelo traço de Almada Negreiros, Cristiano Cruz, Emmérico Nunes, Jorge Barradas, Stuart de Carvalhais, Alfredo Cândido, Cândido da Silva, Francisco Valença, Alonso, Amarelhe Rocha Vieira, aconteceram nas Exposições dos Humoristas Portugueses que, em 1912 e 1913, abalaram Lisboa. “Em Portugal, o modernismo foi introduzido pela vertente humorista, pela caricatura e pela ilustração e ficou essencialmente confinado aos jornais e revistas, espaço permitido ao estilo inovador e expressão pioneira destes jovens artistas “ (Fragoso 2012 p. 287).

Devido à I Grande Guerra, artistas como Eduardo Viana (1881-1967), Amadeo de Souza-Cardoso (1887-1918) e Santa-Rita Pintor (1889-1918), que estavam em Paris, vêm-se forçados a voltar para Portugal, em 1914, e com eles trazem a segunda fase do modernismo, movimento que enaltece o progresso tecnológico, as máquinas, a velocidade e as estruturas metálicas e muitas outras coisas que até então eram condenáveis. Apesar desta força futurista que contagiou alguns em Portugal, o modernismo acaba por se dissipar devido aos choques com a República e com os políticos do poder e pelas eventualidades da vida (Vieira, 1999).

Chegados os anos 20, com avanços tecnológicos, tais como as comunicações telegráficas, os transportes motorizados, o cinema, a imprensa ilustrada e os cartazes, “Portugal descobriu-se de súbito alinhado com as civilizações, deixando de ser um país

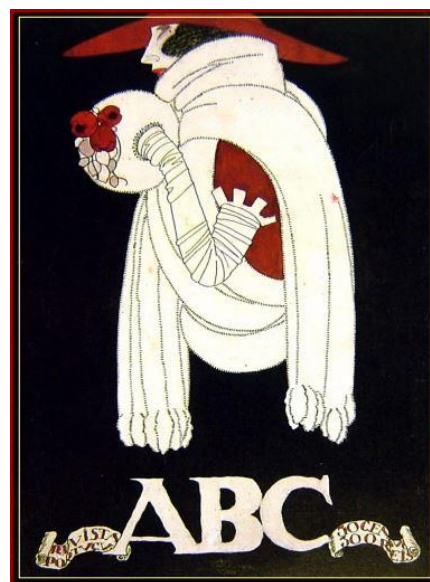
isolado e rústico, herança do século XIX” (Lobo, 2001 p. 7). Os modernistas, na década assumiram o lado comopolitano da sociedade portuguesa, publicando em revistas de sociedade, dando cor a novos decorativismos, “falsificando um mundo de *folie* que só encobria a miséria e a anarquia dos Paíis” (Sousa, 2010, p. 88).

Nesta década, evidenciavam-se os cartazes publicitários dedicados ao cinema e aos vinhos espumantes, onde surgiam casais a brindar com taças em trajés elegantes de *soirée*. Ainda nos anos 20 viajar deixou de ser simples passatempo de aristocratas desocupados para dar lugar a uma prática que começava a democratizar. Porém, o papel dos semanários ilustrados, quer literário, em prosas de género formidável, quer artístico, em capas e desenhos modernos, foi considerável (França, 1981) Apesar da intensificação da fotografia, os jornais e revistas continuavam a espelhar o melhor da década, retratando o clima leve com destaque para a figura feminina, agora independente e atraente, num estilo *Art Déco* vincado. A mulher, para além de objeto de retrato, inicia uma vida ativa a nível intelectual e artístico. Fernanda Castro (1900-1994), Sarah Afonso (1909-1983) e Florbela Espanca (1894-1930), são alguns dos nomes que aparecem e que dão corpo à mulher na sociedade (Vieira, 1999).



Fonte: (Lobo, 2009)

Figura 43- Civilização, Bernardo Marques, 1928



Fonte: (Vieira, 1998)

Figura 44- ABC, Jorge Barradas 1920

Em 1924, o artista gráfico suíço Fred Kradolfer fixa-se em Portugal. “Ele foi fundamental para a introdução de um novo gosto ligado ao expressionismo geométrico germânico e para uma consciência do objeto visual, explorado a partir desta via” (Lobo, 2001, p. 23)

Enquanto no resto do mundo as manifestações eram constantes, Portugal no início do século ultrapassava uma fase sensível político-social proporcionada pelo Estado Novo, a ditadura Salazarista impôs-se em 1926, fazendo com que a ordem do país mergulhasse no caos político, financeiro e social, consequentes dos 16 anos conturbados da 1ª república. Na institucionalização do Estado Novo, “tão importante como a censura e a manipulação dos programas de ensino, foi subtil o uso do cinema, das artes de espetáculo, da arquitetura ou das artes plásticas” (Pinharanda, 2006, p. 6).

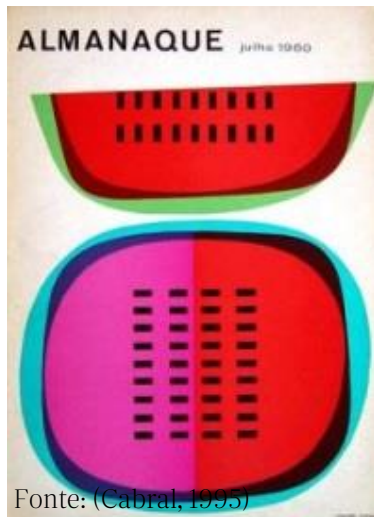
No início dos anos 30, o Secretariado Nacional de Propaganda (SPN), através de António Ferro, iniciou uma campanha publicitária, através de cartazes, folhetos, brochuras, para promover cidades e centros estivais. Esta época foi também a de recuperação das festas populares tradicionais e para anunciar uma sucessão de eventos locais foram elaborados diversos cartazes. Destacam-se aqui os que foram realizados para as exposições de Sevilha- um de Almada Negreiros e ainda um outro importante cartaz- o da Exposição Colonial, evento que reforçava a influência salazarista de integração entre Portugal e as colónias, definido pelo ato colonial de 1930 (Lobo, 2001)

Influenciados pelo gosto modernista europeu, Fred Kradolfer, Bernardo Marques, Almada Negreiros, José Rocha, Carlos Botelho, Tom (Thomaz de Mello), Emmérico Nunes ou Paulo Ferreira “através de materiais simples, utilizados em soluções extremamente imaginativas (...) com total abandono de fórmulas historicistas ou de minudências gráficas *Art Déco*” converteram os anos 30, na “verdadeira era da modernidade decorativa nacional” (Santos, 2003, p. 118). Mas a época incluía também o trabalho de autores como Francis Smith, Mily Possoz, Olavo d’Eça Leal, Estrela Faria, Ofélia Marques, Jorge Barradas, António Soares, Stuart de Carvalhais, Jaime Martins Barata e tantos outros excelentes profissionais que contribuíam para a “ação agregadora e uniformizadora do Secretariado de Propaganda Nacional (SPN)” (Pinharanda, 2006, p. 7). Em 1939 dá-se a Segunda Guerra mundial na qual Portugal se mantém neutro.

António Ferro organizou a Exposição do Mundo Português, exibindo orgulhosamente o Portugal de Salazar a uma Europa em guerra. Foi uma mostra eclética, resultante do convite dirigido a todo o tipo de intervenientes como Almada Negreiros, Jorge Barradas, Martins Barata, Fred Kradolfer, Stuart de Carvalhais, Bernardo Marques, Carlos Botelho, Thomaz de Mello, Maria Keil, Sarah Afonso, Emmérico Nunes, Manuel Lapa, Paulo Ferreira, Alberto Cardoso, entre outros, coexistindo, assim, vários tipos de expressão como o regionalismo e o futurismo (Fragoso 2012).

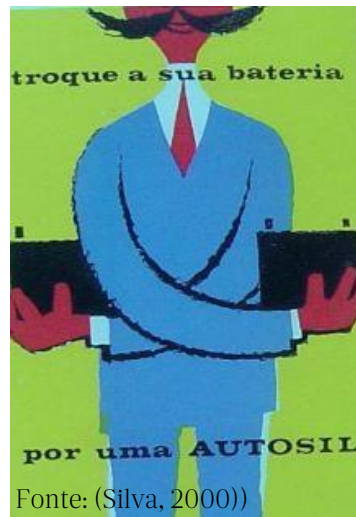
Os anos 40 foram marcados com a imponente Exposição do Mundo Português, iniciativa promocional sem par na história recente da nação. Graficamente o neorrealismo marca presença pelas mãos de Victor Palla, Manuel de Paiva, Júlio Pomar e Leandro Grill, e o surrealismo por Fernando Bento e Cândido Costa Pinto. Na expressão gráfica, “o movimento moderno ficou consolidado após a Exposição do Mundo Português” (Lobo, 2001, p. 9).

Na década de 50, através da revista *Graphis* veiculando influências como Max Bill, o racionalismo introduziu-se em Portugal e influenciou Sebastião Rodrigues, António Garcia, Sena da Silva, Armando Alves, Daciano da Costa e outros profissionais que ficaram relacionados com a primeira geração do Design português. “O racionalismo divulgou a sua gramática funcional em exposições internacionais como a de Osaka e em revistas como a *Almanaque*” (Fragoso, 2012, p. 307). Com o modernismo consolidado, o novo modernismo destacou-se na década de 60 principalmente através de Sebastião Rodrigues na revista *Almanaque*, mas também por Júlio Pomar, Sena da Silva e Maria Keil. Por outro lado, a estética e o grafismo pós-moderno, chegam nas últimas décadas do século com João Machado, Carlos Guerreiro e José de Guimarães, deixado os ecletismos do final do século a José Brandão, José Botelho, Luís Moreira, André Carilho, Francisco Providência e Henrique Cayatte (Fragoso, 2012).



Fonte: (Cabral, 1995)

Figura 45- Almanaque, Sebastião Rodrigues, 1960



Fonte: (Silva, 2000))

Figura 46- Autosil, Sena da Silva

3- PROJETO: ENQUADRAMENTO E FORMA

3.1- Monografias

O projeto proposto pretende servir como meio de difusão, homenagem e preservação da vida de obra de Cruz Caldas através de uma monografia que versará em maior profundidade o desenvolvimento de cartazes publicitários. Para entender melhor este conceito de monografia será formada uma descrição de modo a transmitir o ponto fulcral deste documento, assim como um breve apanhado de exemplares nacionais e internacionais, como parte da amostra de referências visuais. “A monografia é uma publicação que se especifica num aspeto particular de uma disciplina, seja ele de foro biográfico, temporal, temático ou geográfico” (Silva, 2017, p. 35) Neste ponto abordam-se apenas aquelas publicações dedicadas a determinado autor, mesmo que o aprofundamento biográfico possa ser variável. Como acontece na Arte, a monografia biográfica é um formato recorrente na História do Design Gráfico. Através da posição de Silva (2017), enquanto na História da Arte existe a tendência para pressupor que a biografia do artista tem um grande peso interpretativo na sua obra, o mesmo, por não ser uma atividade de expressão pessoal, não acontece no Design gráfico, sendo este um caso discutível, pois todos os trabalhos realizados pelos designers, independentemente do seu contexto ou função, não deixam de ter expressão pessoal.

O culto do Designer tem um eco e um objetivo diferentes do culto do artista. Alguns historiadores vêem a obra de arte como representativa do subconsciente do artista e tiram partido da sua vida privada para a interpretar (Munsterberg, 2008). Na monografia biográfica do artista a separação entre vida e obra é muito ténue e os acontecimentos pessoais e relações íntimas do artista são relevantes (e, por vezes, cruciais) para compreender o seu trabalho. Munsterberg dá-nos o exemplo paradigmático de Van Gogh e de como a sua vida precária, no limiar da loucura, os seus problemas e o derradeiro suicídio são episódios que contribuem para a revelação da sua obra. Reciprocamente, a própria produção artística, tão frutífera e frenética, é espelho da sua vida instável. “Misturando a arte com a biografia do seu autor, a monografia tende a tratar as obras como capítulos na história da vida privada do indivíduo” (Guercio, 2006 p. 26). A monografia serve como meio de difusão, homenagem, preservação e ainda como uma forma de auxílio na história do Design, como uma espécie de cronologia de

acontecimentos marcantes nesta área. Na história do design português também percebemos o domínio da influência estrangeira. “O arquivo é o elemento chave a partir do qual se pode desenvolver historiografia” (Bártolo, 2014 p. 73)

No que toca a mapear a historiografia do design português, serão mencionados alguns dos contributos em formato monográfico de autores nacionais e internacionais, que na sua obra tenham abordado a vertente do cartaz, para que este possa ser interpretado e categorizado na mesma linha de Cruz Caldas. Como refere Silva:

“A monografia é tendencialmente um modelo de retrospectiva, reservado para profissionais com carreiras longas ou publicada postumamente. Em Design gráfico ela abre um novo desafio editorial uma vez que reunir numa antologia os trabalhos de um designer equivale a dizer que essas identidades não pertencem apenas a quem as pagou e as usa, mas que foram de algum modo emprestadas a prazo por quem as fez, pelo próprio designer” (Moura, 2012).

Em Portugal destacam-se várias monografias, normalmente associadas a exposições: *Thomaz de Mello Tom 45 anos de atividade 1928-1973*, associado à exposição retrospectiva homónima realizada no Palácio Foz em Lisboa em junho de 1973, *Bernardo Marques 1898-1962* de Marina Barrão Ruivo editado pela Editorial Presença em 1993, *Sebastião Rodrigues, Designer*, associado à exposição homónima na Fundação Calouste Gulbenkian em Lisboa inaugurada em julho de 1995, *Bernardo Marques 1898-1998: obra gráfica*, associado à exposição homónima na Fundação Calouste Gulbenkian em Lisboa em 1998, *João Machado e a Criação Visual* de Bernardo Pinto de Almeida editado pelo Campo das Letras em 2000, *Daciano da Costa, designer*, coordenado por João Paulo Martins e editado pela Fundação Calouste Gulbenkian em 2001, Sena da Silva, coordenado por Bárbara Coutinho e editado pela Fundação Calouste Gulbenkian em colaboração com o Centro Português de Design (CPD) em 2009, *António Garcia, Designer Zoom In / Zoom Out*, catálogo da exposição homónima no MUDE - Museu do Design e da Moda em Lisboa inaugurada em abril de 2010, Daciano da Costa, professor, vários autores, editado pela Caleidoscópio em 2013, *O design possível: Eduardo Afonso Dias, 50 anos de profissão*, associado à exposição homónima no MUDE - Museu do Design e da Moda em Lisboa inaugurada em abril de 2014, *Maria Keil: itinerários artísticos*, associado à exposição homónima no Museu da Presidência em Lisboa

inaugurada em julho de 2014, *José Brandão, Designer - Cultura e Prática do Design Gráfico*, vários autores, editado pela Fundação Calouste Gulbenkian em dezembro de 2014, entre outros.

“Ainda que não seja uma tendência muito evidente em Portugal, o formato tradicional da monografia biográfica tem caído em desuso em favor de modelos mais dinâmicos” (Silva, 2017 p. 38) modelos estes, mais versáteis, portáteis e num formato mais acessível. No contexto português o primeiro exemplo dessa mudança é necessariamente a Coleção D iniciada em 2011, coordenada por Jorge Silva e editada pela Imprensa Nacional/Casa da Moeda. Até à data os 11 volumes da Coleção D são, por ordem de edição: R2, Vítor Palla, Pedro Falcão, Paulo Guilherme, Marco Sousa Santos, Fred Kradolfer, Fernando Brízio, Luís Miguel Castro, João da Câmara Leme, Roberto Nobre e Carlos Guerreiro. Como Mário Moura (2012) nota, a Coleção D inspira-se na série da editora francesa Pyramid, *Design&Designer*, no formato modesto, portátil e relativamente barato, mas uma das primeiras diferenças que se nota entre as duas é a estratégia empregue na capa. Enquanto na coleção francesa a capa representa um trabalho do designer e a fotografia dos seus olhos (a fotografia completa é encontrada logo a seguir quando abrimos o livro), na Coleção D a capa é tratada graficamente, dando não só espaço de expressão ao atelier de Jorge Silva como renegando o culto do herói ao mostrar a fotografia do designer apenas no fim do livro, evidenciando o seu trabalho em primeiro plano.

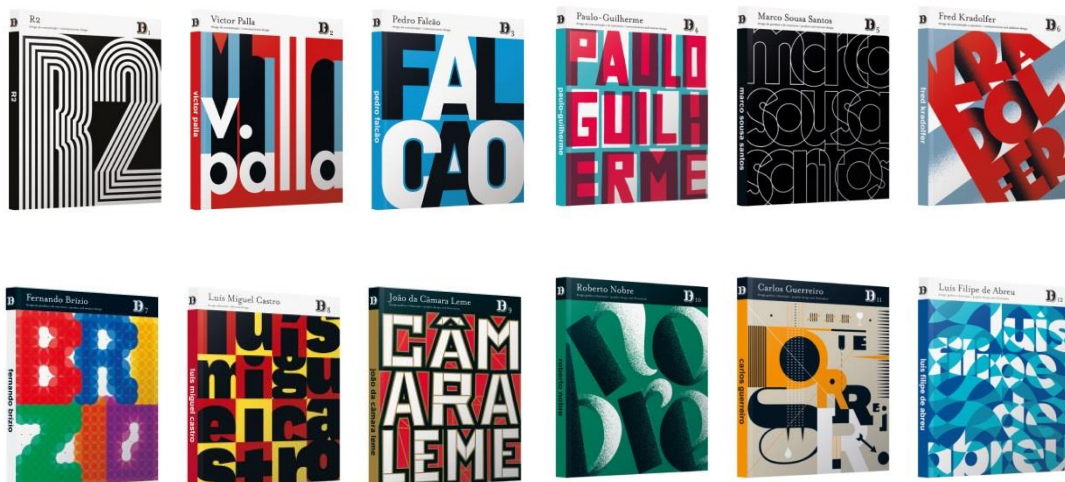


Fonte: Retirada de www.ilkflottante.com/work/design-designer/

Figura 46- Ilk Design & Designer | Ilk Flottante. (2004)

O que a Coleção D permitiu, em Portugal, foi começar a notar unicidade e coerência ao longo da obra de designers, esta é, aliás, uma característica da monografia em design: ao agrupar a produção de um estúdio ou designer sobre um mesmo teto consegue-se uma leitura e uma narrativa da sua criatividade, traduzida em elementos de identidade repetidos, que dificilmente seria perceptível com o trabalho disperso. Uma das particularidades mais interessantes da Coleção D é o seu aspeto mais democrático e acessível, trazendo para a luz do dia o trabalho de designers que de outra forma estariam condenados ao esquecimento. Sobre isso, escreve Mário Moura (2012):

“Se esta discussão existe, tem-se limitado em larga medida aos circuitos de investigação académica em torno do design gráfico – comunicações, teses e encontros – que pecam pelo seu pouco alcance, mesmo entre a própria comunidade académica. Pouco se sabe sobre o que foi ou está a ser feito sobre determinado assunto ou designer. Em alguns casos, a obra de um designer mais ou menos desconhecido é patrulhada implacavelmente por um grupo reduzido, que a vê como sendo sua, limitando o acesso aos não- iniciados. Assim, se há muita coisa a ser investigada e escrita sobre alguém relativamente consagrado – como Vítor Palla, por exemplo –, seria difícil para o comum dos mortais ter uma ideia de com que se parece a sua obra se não fossem iniciativas laicas e despretensiosas como a Coleção D, que compilam de um modo atraente e democrático a obra de designers, trazendo-a finalmente a público”.



Fonte: (Retirada de <https://www.silvadesigners.com/colecao-d>)

Figura 47- Coleção D

Outro exemplo de monografia acessível é a Coleção Designers Portugueses, editada pelo jornal *Público* e pela Escola Superior de Arte e Design de Matosinhos (ESAD) e que foi vendida com o jornal entre maio e julho de 2016. Os volumes desta coleção dedicam-se, por ordem de edição: João Machado, Daciano da Costa, Sebastião Rodrigues, João Abel Manta, José Brandão, Pedro Silva Dias, Jorge Silva, José Albergaria, João Nunes, Francisco Providência, Ana Salazar, Toni Grilo, e Bernardo Marques. O formato dos livros é similar ao da Coleção Design Português que saiu com o *Público* alguns meses antes. Também a Coleção Designers Portugueses é escrita por vários autores.

“As capas, da autoria de Inês Nepomuceno, são de cor plana com tipografia a preto e em maiúsculas compostas por cima em três níveis: o nome do designer, que serve de título ao livro, a coleção e o autor, e um resumo do percurso profissional do designer. Os livros são divididos em três partes, Contexto, Vida e Obra” (Silva, 2017, p. 35)

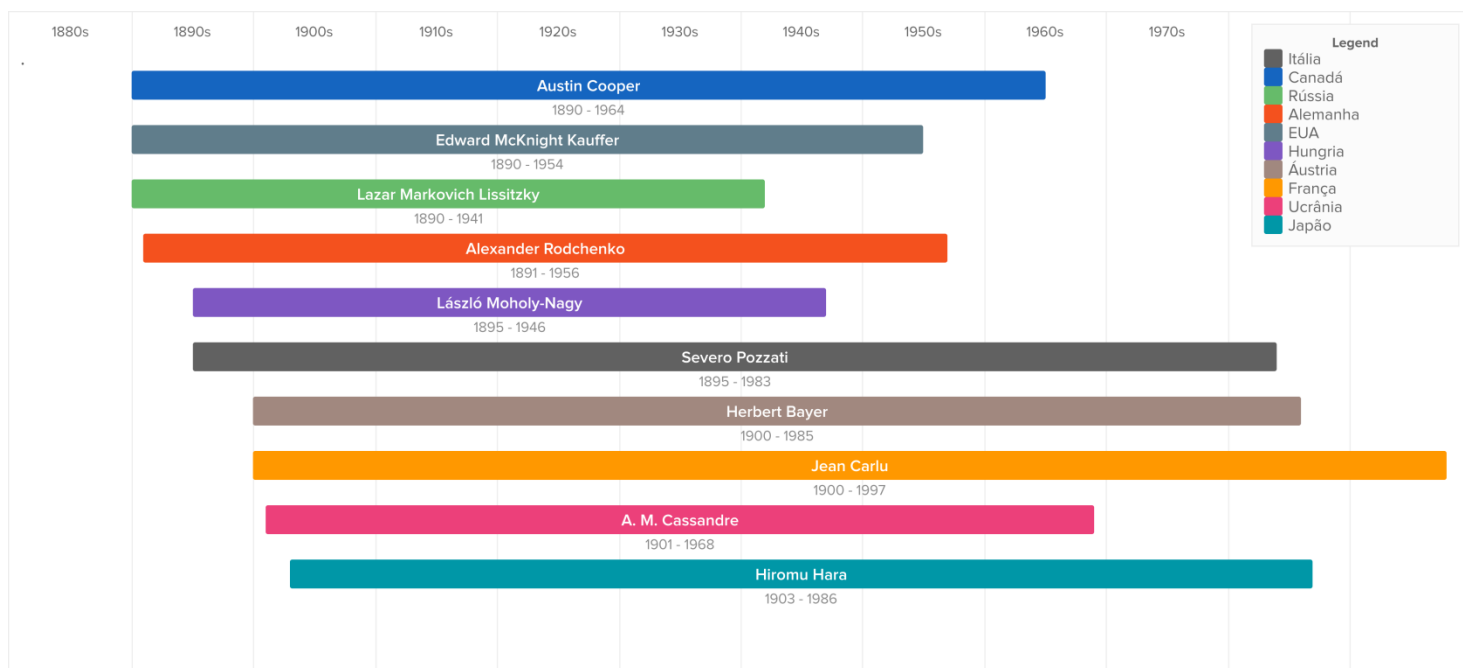


Fonte: (Retirada de <https://esad.pt/pt/news/colecao-designers-portugueses>)

Figura 49- Coleção Designers Portugueses

Após uma breve descrição do conceito monográfico com o intuito de entender de um modo mais aprofundado esta tipologia assim como alguns exemplos existentes no panorama nacional, achou-se pertinente confrontar essa perspectiva com o enquadramento internacional. Assim, efetuou-se, uma análise documental sobre os autores que tenham construído carreira profissional internacional paralelamente a Cruz Caldas.

Num panorama internacional tomou-se como amostra, uma diversidade de autores de vários países, com base nos mais citados em documentos que focam o design gráfico, mais propriamente autores que desenvolveram trabalhos em torno do cartaz publicitário, para perceber quais as influências fulcrais no trabalho de cada um deles, mas também as semelhanças e diferenças mediante os fatores político-sociais que influenciaram o resultado das obras.



Fonte: (Autoria própria)

Gráfico 1- Contemporâneos internacionais de António Cruz Caldas

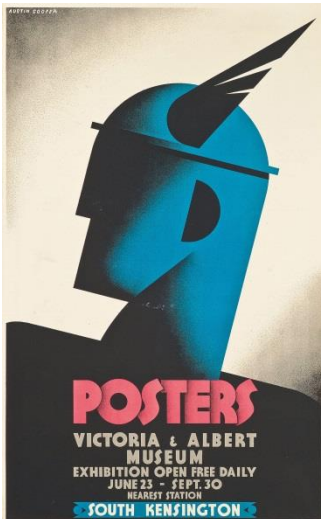


Figura 50- Victoria & Albert Museum, Austin Cooper, 1931



Figura 51- London Underground, Kauffer, 1932

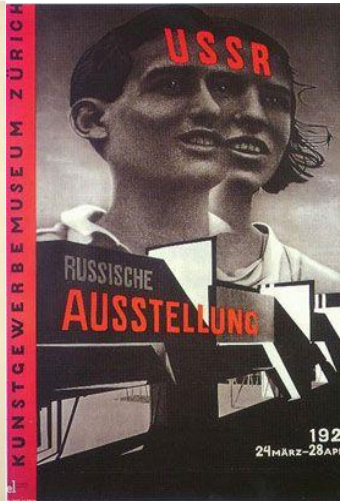


Figura 52- USSR, Russische Ausstellung, Lissitzky, 1929



Figura 53- Books! In a field of knowledge, Rodchenko, 1924

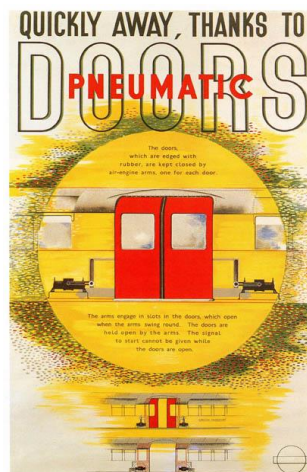


Figura 54- Quickly Away, Thanks To Pneumatic Doors, Moholy-Nagy, 1937



Figura 55- L'aperitif Amer Picon, Pozzati, 1930



Figura 56- Bauhaus Exhibition, Herbert Bayer, 1923

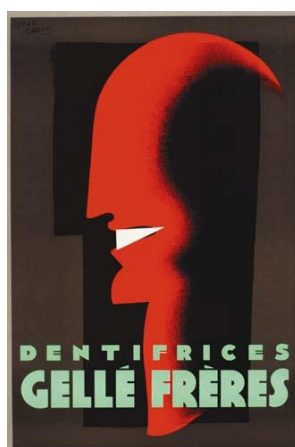


Figura 57- Dentifrices Gellé, Jean Carlu, 1927

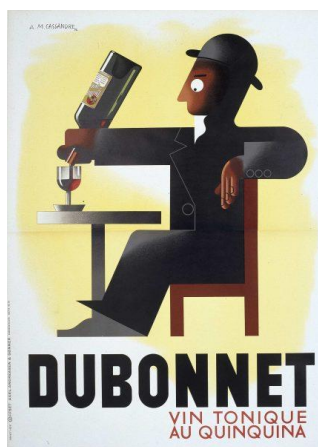


Figura 58- Dubonnet wine, A.M. Cassandre, 1932

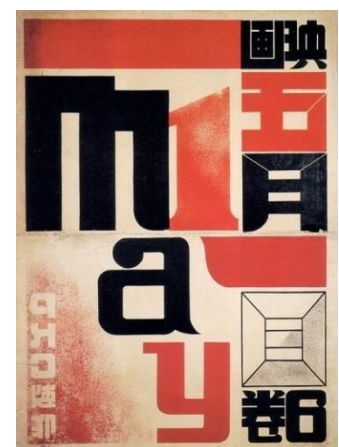
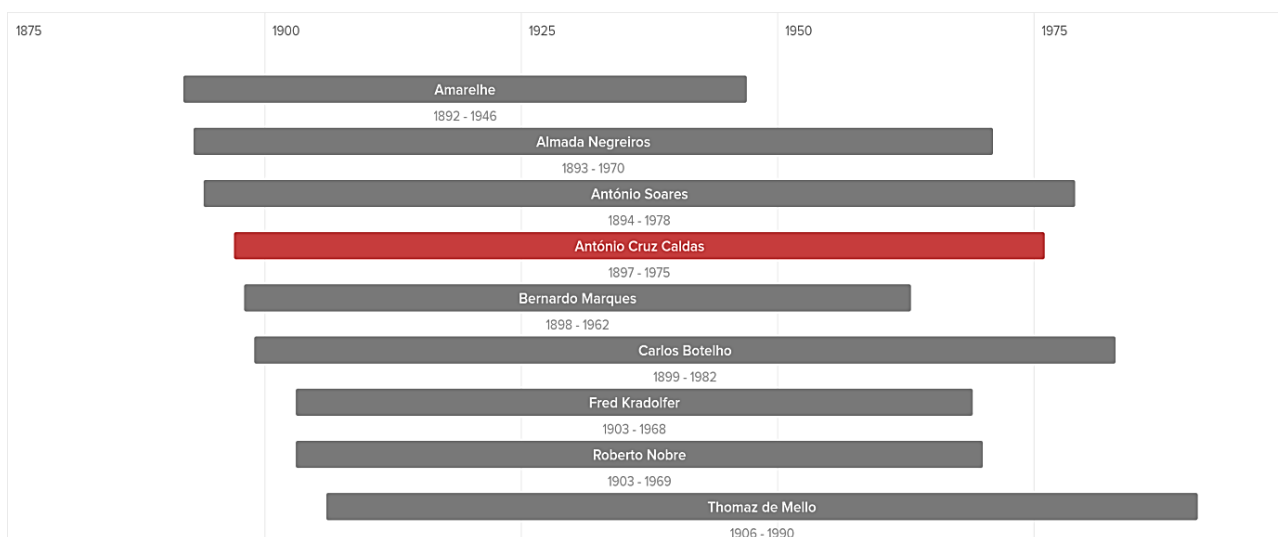


Figura 59- Japanese film, Hiromu Hara, 1932

Nacionalmente, assim como acontece com o caso internacional, seguiu-se o conceito base de contemporâneos de Cruz Caldas, ou seja, autores nascidos na mesma época, relativamente com pouca diferença, para entender quais os percursos distintos ou semelhantes que os diversos tomaram ao longo da sua carreira. Pretende-se, através deste, compreender as influências mútuas tendo em conta que se trata de autores nacionais. Importa conhecer o que os assemelha ou distingue, uma vez que todos vivenciaram a mesma época no mesmo país.

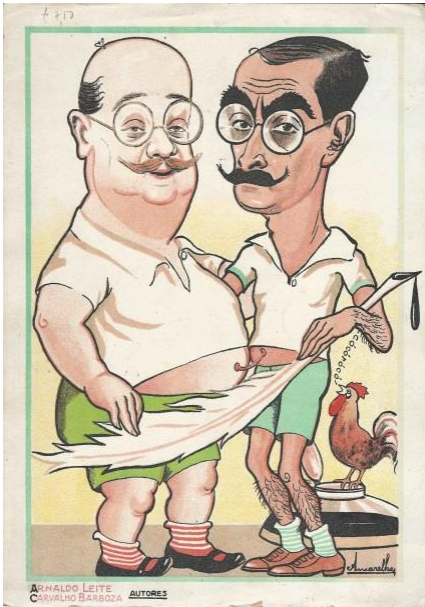
Para tal, após a análise das obras de Cruz Caldas efetuar-se-á uma pequena comparação entre o mesmo e os seus contemporâneos com o objetivo de recolher informações sobre as influências por trás das vastas obras gráficas e por fim obter resultados sobre influências idênticas destas, ou se as obras do autor abrangem maioritariamente influências internacionais.



Fonte: (Autoria própria)

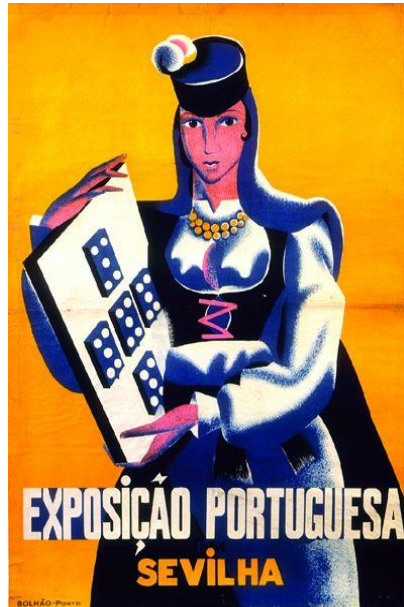
Gráfico 2- Contemporâneos nacionais de António Cruz Caldas

Os critérios de escolha dos autores contemporâneos recaem na sua abordagem profissional, mas também na época em que desenvolveram o seu trabalho, ou seja, a mesma época de Cruz Caldas.



Fonte: (Pereira, 1999)

Figura 60- Caricatura,
Amarelhe



Fonte: (Vieira, 2006)

Figura 61- Exposição
Portuguesa, Almada Negreiros,
1928



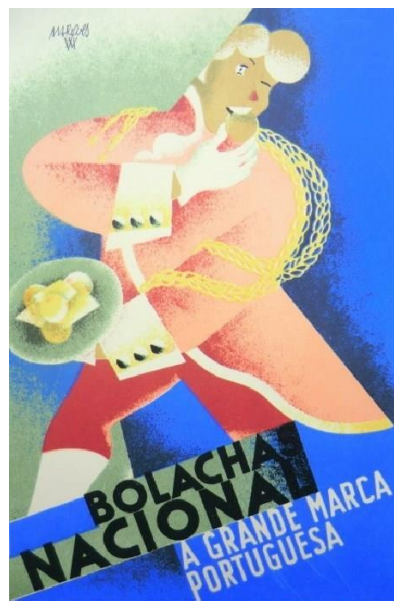
Fonte: (Vieira, 1999)

Figura 62- Revolução de Maio,
António Soares, 1937



Fonte: (Retirada de
[http://gisaweb,cm-porto.pt](http://gisaweb.cm-porto.pt)

Figura 63- Bom Porto só, Cruz
Caldas, 1944



Fonte: (Silva, 1999)

Figura 64- Bolacha Nacional,
Bernardo Marques



Fonte: (Silva, 1999)

Figura 65- Navalha Sueca,
Carlos Botelho, 1942



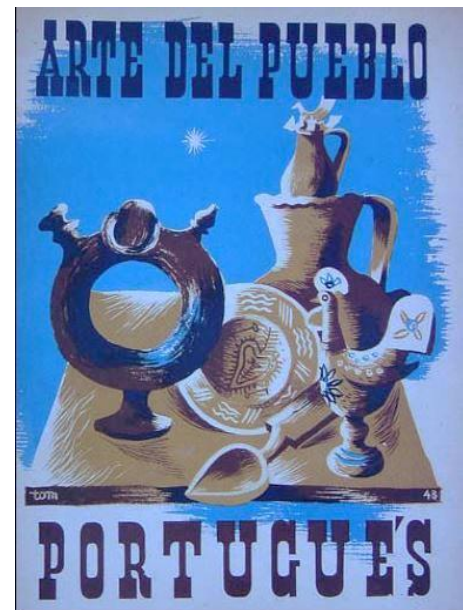
Fonte: (Silva, 2012)

Figura 66- Praia de Espinho,
Kradolfer, 1931



Fonte: (Rosa, 2015)

Figura 67- Bovril, Roberto
Nobre, 1929



Fonte: (Carvalho, 1992)

Figura 68- Cartaz turístico,
Thomaz de Mello, 1943

A breve análise dos cartazes dos contemporâneos de Cruz Caldas tem como objetivo auxiliar na compreensão das influências dos cartazes do autor. De que modo este influenciou, ou foi influenciado pelos autores que coexistiram no mesmo período. Como se pode observar a nível internacional, predomina o estilo *Art Déco*, o uso de cores sólidas, básicas e fortes, assim como a influência compositora que atribui ao cartaz um caráter geométrico, não só através das suas formas, mas também na perspetiva que os diferentes planos fornecem. Os elementos figurativos assemelham-se, à exceção dos cartazes sob influência do construtivismo russo que por sua vez utilizam a fotografia como base.

Em conformidade com os cartazes internacionais, os cartazes nacionais abordam temáticas semelhantes, podendo observar-se certas influências dos autores internacionais nos autores nacionais. Apesar das suas parecenças, os cartazes nacionais são, por norma posteriores, denotando que a influência artística chegou Portugal de modo tardio, assim constata-se que o cartaz português foi influenciado pelo panorama internacional. Porém, a anterior afirmação pode, por breves instantes, ser contestada através das obras de Fred Kradolfer, que desde cedo exibiram essas influências, o que não deixa de ser normal pois este as trouxe consigo quando se mudou para Portugal na

década de 20. Por sua vez, estas influências podem destacar-se nos cartazes de Cruz Caldas, através da paleta cromática, composição modernista, esta já fixa em Portugal na viragem do século, estilização das formas e tipografia predominantemente modernista. As suas temáticas giram em torno da propaganda de produtos, mas também de diversos eventos e acontecimentos da época.

Relativamente aos autores nacionais a questão predominante é: Quem influenciou quem? Terá sido Cruz Caldas influenciado pelos seus contemporâneos, ou terá sido ele que os influenciou? As parecenças são visíveis nas obras dos autores, mas como as semelhanças não permitem tirar conclusões sólidas, prevalecendo ainda várias questões em aberto, para tal achou-se essencial procurar dar resposta às mesmas através de outra metodologia de investigação.

3.2- Entrevistas

O presente estudo aborda o cartaz publicitário na obra gráfica de António Cruz Caldas. Desde o início desta investigação, a aparente carência de informação sobre este autor despertou curiosidade quando equiparada com a crescente apreciação e reconhecimento nacional e internacional que os designers gráficos têm obtido.

O enquadramento teórico que orienta esta investigação, dividido pelos capítulos anteriores, estimulou um conjunto de questões, que se identificaram como relevantes na obra deste autor. Para tal achou-se pertinente a realização de uma entrevista estruturada de modo a responder a estas.

Este estudo, iniciou-se através de uma abordagem qualitativa, que beneficiasse a procura e interpretação dos dados. Nesse sentido, após uma primeira recolha documental bibliográfica, das personalidades a entrevistar.

Após a primeira etapa de pesquisa, identificação e organização de informação tornou-se necessário recolher dados que não seriam possíveis de aprofundar somente através da pesquisa bibliográfica. A forma escolhida para auxiliar essa recolha foi através de inquérito na forma de entrevista. O propósito é aprofundar e verificar a investigação, a fim de validar parcialmente as hipóteses ou os resultados em estudo. Assim, as entrevistas com os designers tencionaram ser um meio de aceder à perspetiva pessoal de cada um sobre a obra de Cruz Caldas.

3.2.1- Amostra

Foi selecionada uma amostra de designers, especialistas e investigadores que pudessem estar relacionados com o tema de estudo, tanto a nível profissional como pessoal, resultando nas seguintes: António Modesto, Eduardo Aires, Francisco Providência, Helena Barbosa, João Machado, João Nunces, Jorge dos Reis, José Bártolo, Laura Castro e Rui Mendonça.

3.2.2- Guião de entrevista

1- Que importância atribui à obra gráfica publicitária de António Cruz Caldas, e de que forma foi influente no panorama nacional?

Objetivo: Perceber o impacto que o autor deixou através das suas obras

2- Associa algumas influências/movimentos às obras gráficas publicitárias deste autor?

Objetivo: Conhecer os contemporâneos e onde este autor se situa nos movimentos da época

3- Qual a particularidade que mais destacaria na obra deste autor?

Objetivo: Entender as principais características do autor

4- Considera pertinente a realização de um documento monográfico sobre o autor de modo a contextualizar a sua obra gráfica, contribuindo para a história de Design Português?

Objetivo: Verificar a perceção dos entrevistados perante a relevância do projeto prático a desenvolver.

3.2.3- Processo

Os participantes foram contactados para avaliar a sua disponibilidade em facultar a entrevista, num primeiro contacto por *e-mail* seguido de alguns contactos telefónicos para agendar o local. Foi levada para cada entrevista uma mostra dos cartazes publicitários de António Cruz Caldas, e utilizou-se o telemóvel como gravador. À exceção de João Nunes todas as restantes entrevistas foram presenciais. Apenas duas das entrevistas não se chegaram a realizar, José Bártolo, João Machado e Jorge dos Reis por falta de resposta às várias tentativas de contato.

3.2.4- Tratamento e análise de dados

A análise das entrevistas foi realizada tendo em conta os objetivos deste estudo. Deste modo, o tratamento das entrevistas teve o seguinte percurso metodológico: Numa primeira fase, foi realizada a transcrição total de cada entrevista. A versão transcrita foi enviada por *e-mail* a cada entrevistado para validação do conteúdo do texto e introdução de alterações ou eventuais correções que considerassem necessárias para uma melhor comunicação das suas ideias. Helena Barbosa e Laura Castro retificaram os seus depoimentos, numa tentativa de melhorar a articulação do discurso. Os restantes entrevistados mantiveram a transcrição original excetuando João Nunes pois este construiu o seu próprio texto.

3.2.5 – António Modesto

1- Que importância atribui à obra gráfica publicitária de António Cruz Caldas, e de que forma foi influente no panorama nacional?

Conhecia obras, não sabia que algumas ele era o autor. Acho que a obra dele é importante atendendo que dentro de um determinado nicho, sendo esta a área publicitária, que quase sempre era entendida como uma arte de segunda, como os americanos lhe chamam “*comercial art*” de certa forma em Portugal foi muito menosprezada, tanto é que muitas vezes o nome do autor nem sequer aparece. Por exemplo é difícil ver obras do Almada Negreiros que não fossem assinadas, porque, embora se debruçasse em áreas da publicidade e decoração, o que é certo, é que apesar de tudo tinha um estatuto de “belas-artes” muito mais assumido o que lhe dava outro tipo de reconhecimento. Acho que a obra de Cruz Caldas é importante porque tem esse reconhecimento numa certa unidade, dentro daquilo que é um potencial moderno. Agora do ponto de vista gráfico vejo obras de muita qualidade, agora também reconheço que algumas delas, por outro lado, são muito tradicionais, principalmente ligadas ao folclore, mas antevijo que nessas obras há uma forte influência do cliente. A importância dele tem a ver que dentro de um ambiente que não é propício a muitas vezes grandes rasgos, que é a publicidade, e muitas vezes num país atrasado e culturalmente

retrógrado, acho que ele fez coisas importantes, e tem coisas importantes, outras cede muito claro e percebe-se.

2- Associa algumas influências/movimentos às obras gráficas publicitárias deste autor?

Acho que não era um autor sem informação, vemos que o Cruz Caldas ao contrário dos mestres litógrafos que fizeram sempre o mesmo durante toda a sua vida, ainda que sendo também litógrafo e trabalhando em publicidade tinha informação, não era apenas aquilo que lhe vinha dentro da oficina, não perpetuava a tradição e uma coisa que achei curioso foi esse confronto entre dois estilos mais ao menos, ou seja, um mais modernista e um mais tradicional, isso também se percebe que há influência de clientes, ou seja, hoje em dia as pessoas acham que o design é fruto da autoria do designer. E em que é catalogado, referenciado como sendo da sua responsabilidade e muitas vezes sabemos que isso é um jogo dialético entre quem encomenda e quem faz.

Nestes dois exemplos (Revista Civilização, e Bom Porto) notam-se influências de Cassandre e *Art Déco*, e neste (Bom porto) um caso mais exemplar de uma espécie de construção cubista, pois vemos muita representação da mesma coisa segundo outro tipo de perspectivas, típicas do cubismo, e a ideia de fundo e forma serem diluídos. Neste exemplo da Brasileira é muito moderno, ainda que a caricatura seja um pouco mais ingênua, em termos de composição é modernista, aproxima-se muito de correntes contemporâneas que surgiam na europa. Este cartaz da Mabor assemelha-se muito à pintura de Amadeu de Sousa Cardoso, os Galgos, é natural que ele tivesse conhecido, que lhe dá esta ideia de movimento e fluidez da representação. Mas, este cartaz da Civilização é sem dúvida um exemplo muito interessante de influência dos movimentos de vanguarda da europa, tipicamente *Art Déco*, nos fluídos e transmutação de cor que era muito dado pelo aerógrafo em que o expoente máximo é o Cassandre... toda a verticalidade e exagero maneirista que tem a representação do corpo humano.

Em termos tipográficos ele tem consciência que está a ser inovador. Por exemplo neste (Escola Primária) lembra um pouco o Plakatstil, no desenho e síntese da forma, e a forma ser o mais importante, pouca decoração, tipograficamente já não tem muito a ver, mas a representação gráfica da figura tem muito essa ideia de síntese Plakatstil. Não que

seja assumidamente deste estilo, mas a ideia de síntese, clareza e o facto de ser evidente sem muito ruído ao seu redor, este cartaz representa bem isso. Já neste da Figueira da Foz também é muito interessante, o facto da figura principal “mandar” num sentido moderno, muito curioso pois a ideia do cartaz ser um cartaz de jogar, um ás , é um conceito mais rebuscado , não é algo que seja apenas mais um cartaz com uma básica fotografia da Figueira da Foz... mesmo a figura feminina representada não está numa posição muito clássica, percorre todo o cartaz cortando-o, e ao mesmo tempo não está enquadrada, tanto os pés e as mãos não aparecem no cartaz o que não é usual em composição, o que neste caso é como um atrevimento compositivo bastante moderno.

Nos cartazes de carnaval nota-se uma influência de Toulouse Lautrec, e nota-se que ele conhecia isso, em termos compositivos neste cartaz (Carnaval – avestruz) porque assemelha-se aos cartazes da *Belle Époque*, do cabaret, do Mucha e do Chéret, principalmente o Chéret, mais a nível cromático, excetuando a tipografia, ele assume sempre um carácter mais geométrico e moderno, mas nota-se que os anos 20 marcaram-no. Este cartaz do Café com Leite, considero dos melhores, tipograficamente e em composição, apesar da sua carga negativa e o que ele representa, nos dias de hoje é muito criticado. É um cartaz aparentemente cubista e ao mesmo tempo *Arte Déco*.

3- Qual a particularidade que mais destacaria na obra deste autor?

É exatamente, ele viver apesar de tudo num meio que não é fácil, hostil... ele conseguir contornar isso, e ter sempre alguma característica de modernidade. Manteve-se muito fiel a uma cultura moderna, ainda que muitas vezes percebamos que isso é abafado, por circunstâncias que neste tipo de compromissos que temos com os clientes se dilui, temos de fazer cedências. O que também acho importante nele, são os conceitos, porque não são conceito literais, e isto já é um cânone completamente diferente da representação de conceito, já não fazemos publicidade só à imagem das belas artes, já é algo que é de comunicação visual e, no caso dele, essa comunicação já assume muita importância. Sendo esta que destaco mais, as formas mais artísticas de dizer as coisas, seja através de uma iconografia muito mais ou até *Art Déco*, muitas vezes até quase “Bahausiano” em termos tipográficos. Mas também como até o próprio conceito, a importância dele também vem muito por aquilo que é o discurso, no caso dele há coisas

que são bastante originais e digamos que fogem um bocadinho ao *cliché*. Acho que é uma das particularidades que acho muito interessantes, não só ligando a questões formais modernas, como trabalhar determinados conceitos que são distintos.

4- Considera pertinente a realização de um documento monográfico sobre o autor de modo a contextualizar a sua obra gráfica, contribuindo para a história de Design Português?

Considero muito importante, até meritório o estudo que está a fazer, só o facto de me ter abordado e dado a conhecer melhor o autor, já me fez reconhecer mais importância do que aquilo que eu lhe atribuí. Acho que faz parte da nossa memória coletiva, não pelo seu aspeto artístico ou apenas formal, mas também da nossa vivência, quase como estudo antropológico, como por exemplo o que eram os bailes de carnaval antigamente, como se tratavam alguns produtos... acho que faz falta às novas gerações entender melhor esse passado. Acho que sim, que é muito importante, e ele é um bom testemunho, porque nos dá isso, uma vivência, e ao mesmo tempo para a nossa área específica do design ele tem, de facto, coisas que merecem esse estudo. Como vimos não só tem influências e se percebe que está conectado, ainda que com os nossos atrasos de país periférico, com os movimentos do resto da Europa, e há representações que podiam equiparar-se com outros trabalhos de outros artistas lá fora.

3.2.6 – Eduardo Aires

1-Que importância atribui à obra gráfica publicitária de António Cruz Caldas, e de que forma foi influente no panorama nacional?

Não te consigo responder à questão. O que posso dizer, é que, confrontado com a pesquisa e o registo que me mostras, reconheço no trabalho de Cruz Caldas, não só diversidade como pertinência, para além disso está associado a marcas reconhecidas a nível nacional e isso parece-me bastante importante. Também consigo reconhecer uma representação gráfica do que é a cultura visual da época, portanto revela que é uma pessoa atenta, com capacidades compositivas bastante finas. Lamento que o corpo do

trabalho dele não tenha uma visibilidade pública de acordo com a sua qualidade e coerência. Até teres entrado no meu ateliê, não me dizia absolutamente nada, o que não me permite responder com eficácia à tua questão.

2- Associa algumas influências/movimentos às obras gráficas publicitárias deste autor?

Parece-me que já respondi um pouco a esta questão, há aqui uma reminiscência ao *Déco* nas litografias dele. Nota-se que tem uma estética muito própria da época, tem um bom traço. Mostra igualmente uma acutilância, uma atenção àquilo que era a cultura visual envolvente, em simbiose com uma linguagem muito pessoal, e pelo que me é dado a observar, com essas influências contemporâneas.

3- Qual a particularidade que mais destacaria na obra deste autor?

Pelo que me é oferecido a observar, é a sua componente, mais eclética, não só em termos das temáticas, pois ele aborda desde as questões mais ligadas à cena cultural e artística, até questões ligadas à indústria. Consigo reconhecer também, em certa medida, alguma reminiscência visual com aquilo que são os traços identitários do construtivismo russo, esta perceção eclética abraça uma narrativa muito associada às questões da representação gráfica da banda desenhada, por exemplo no cartaz da Mabor, tem uma narrativa visual muito detalhada, faz a associação da marca com o pneu. Do pneu com a árvore-da-borracha, com uma afirmação um pouco classicista, o senhor branco coadjuvado por dois negros, esta narrativa descritiva parece que estamos a observar uma vinheta de banda desenhada. É muito interessante.

4- Considera pertinente a realização de um documento monográfico sobre o autor de modo a contextualizar a sua obra gráfica, contribuindo para a história do Design Português?

Enquanto docente, uma das coisas que incentivava os meus alunos a fazer, é recuperar/transportar estes valores, estes autores, para a contemporaneidade. Nesse sentido o teu trabalho é meritório e é extremamente relevante trazer à luz do dia o trabalho de Cruz Caldas, se não fosses tu, ou outros como tu, o seu trabalho passaria (mais) incógnito, no sentido em que não teria visibilidade, e ele merece essa visibilidade, portanto é da maior pertinência. É extremamente rico consolidar, aquilo que é a definição e construção, da história do design português e só te posso aplaudir.

3.2.7 – Francisco Providência

1- Que importância atribui à obra gráfica publicitária de António Cruz Caldas, e de que forma foi influente no panorama nacional?

Conheço Cruz Caldas, vi uma exposição da qual resultou o catálogo lançado pela Câmara Municipal do Porto, e também fui amigo do neto dele, que sempre trabalhou em gráficas. Percebi que Cruz Caldas foi um designer relevante por volta dos anos 30/40 até aos 50 sobretudo pelos anúncios que vi na revista *Civilização*, tanto anúncios como capas, e agora mais tarde como tenho trabalhado com a marca de vinho Niepoort, apercebi-me da ligação dele à construção da própria marca e da criação do logotipo. A sua relevância nacional, quer dizer Lisboa também tinha outros artistas muito conceituados, como Stuart de Carvalhais, Almada Negreiros, entre outros. Mas não sei se embora a publicidade ligada aos vinhos do Porto que deu origem a uma Empresa de publicidade do Porto, a Empresa Técnica de Publicidade (ETP) que era proprietária de umas das maiores máquinas litográficas do país que depois deu origem à empresa do Bolhão, porque embora nessa época o Porto tivesse essa relevância industrial da produção do cartaz, e sobretudo ligada aos vinhos, não sei se podemos dizer que Cruz Caldas tenha tido uma relevância nacional, enfim eu gostaria que sim, que fosse reconhecido isso, mas por ventura ainda faltam muitos estudos por detrás deste autor

.A coleção de cartazes da Empresa do Bolhão poderia ter sido um extraordinário contributo para a história do design português a partir do Porto. Sou uma pessoa muito interessada nestes temas, mas não sou mais que um curioso interessado, portanto

reconheço que tenho pouca informação. Resumindo, conheço pouco, mal e acho que era preciso conhecer mais e, portanto, louvável qualquer trabalho de investigação na arqueologia do design gráfico nacional e portuense sobretudo.

2- Associa algumas influências/movimentos às obras gráficas publicitárias deste autor?

Daquilo que eu conheço nas obras gráficas deste autor há um certo ecleticismo, ele é uma entidade esteticamente próxima do ambiente da revista, que reinventa um certo modernismo, cubismo muito associado a uma espécie de neocolonialismo que é um tema que aparece muito e pode-se ver isso nos vitrais do Café Império (atual Mcdonald's). Portanto esta ideia do progresso associado a uma certa robustez física que também está muito presente nos Jogos Olímpicos dos anos 30, dos alemães que serviram de propaganda nazi em que o corpo humano é representado com grande pujança atlética, e portanto há um ideal de saúde que, de certa forma, se opõe a um certo romantismo tuberculoso do início do século e que depois dá origem a este futurismo, esta ideia de progresso ligado à máquina e ligado ao modernismo. Portanto ele enquadra-se aí, depois faz umas coisas mais anedóticas, umas caricaturas, desenhos publicitários a preto e branco para jornais. A obra dele é, de facto, muito versátil, percebe-se que é alguém que tem um grande domínio do desenho mas que depois não é muito rigoroso nas suas convicções gráficas, ou seja, ele por ventura tal como outros autores do Porto como Camilo Castelo Branco, têm de fazer de tudo para sobreviver, e não se pode dar ao luxo de fazer apenas aquilo que entende constituir uma linguagem de estilo, tem que dar resposta àquilo que lhe mandam, trabalhar nas agências, pressionado por diversas entidades, tem que ganhar notoriedade.

O nível de literacia do seu público é baixo e, portanto, ele depois recorre a esta linguagem um pouco entre o panfletar e o anedótico da revista, um bocadinho de picante, um pouco este ambiente de circo. Mas não quer dizer que não tenha mérito, acho que tem o maior mérito, sobretudo o mérito de constituir um meio de sobrevivência. E, portanto, acho que a sua análise e investigação histórica deve ter isso em consideração com toda a verdade a que tenhamos acesso.

3- Qual a particularidade que mais destacaria na obra deste autor?

Há um acesso por via daquilo que tem sido os ensaios sobre a representação da sua obra, mas há um dado que me parece relevante que é o recurso ao desenho. Na época todos seriam mais ao menos assim, mas é notório do trabalho dele. O desenho é o instrumento de produção por excelência e é quase direto, eles passavam do desenho quase para o corte de papel, ou para a pintura... portanto esse domínio artístico diretamente com a mão acho que é algo que está muito presente, há muitos desenhos a grafite e a sua passagem para outros produtos. Por um lado, essa característica e por outro lado a versatilidade técnica. Talvez se pudéssemos encontrar sinais de uma poética particular, independentemente dessa sua versatilidade de responder ou de querer responder a tudo e a todos, mas isso implicaria uma observação mais atenta e mais refletida da obra que eu não tenho, mas daquilo que conheço compreendo que há uma certa pujança de modernidade, parece que é comparável ao de Almada Negreiros. Infelizmente, Cruz Caldas nasceu no Porto e não em Lisboa, por isso nasceu um pouco longe de tudo.

4- Considera pertinente a realização de um documento monográfico sobre o autor de modo a contextualizar a sua obra gráfica, contribuindo para a história do Design Português?

Claro, muito pertinente. A questão aqui por ventura é a dificuldade de encontrar documentos. Nós temos esta má relação com a memória, valorizamos pouco o que está para trás, deitamos tudo para o lixo e, por isso, é muito difícil depois fazer história. Como não temos exemplos, só nos podemos agarrar aos processos pedagógicos e didáticos aos exemplos estrangeiros, depois parece que Portugal não existiu. Mas claro que acho que é da maior pertinência, de ser um objeto de apoio científico.

3.2.8 – Helena Barbosa

1- Que importância atribui à obra gráfica publicitária de António Cruz Caldas, e de que forma foi influente no panorama nacional?

A obra dele é extremamente importante considerando a qualidade e a representatividade de trabalhos que tem ao nível do design gráfico. Gosto de lhe chamar design gráfico e não design de comunicação, porque na minha opinião qualquer objeto tridimensional, normalmente, também comunica. Cruz Caldas é importante não só pela dimensão a nível de trabalhos que executa dentro desta área, mas também ao nível das diferentes tipologias de artefactos que realiza. Ele tem cartazes, folhetos, capas de revista e livros... e porque o seu desenho é um desenho muito singular, permite muitas vezes, quando não existe uma assinatura perceber que é um trabalho da sua autoria. Consequentemente, o seu trabalho apresenta elementos caracterizadores e será obviamente o ideal para qualquer designer da atualidade, referente à sua atividade que, gostaria de alcançar.

2- Associa algumas influências/movimentos às obras gráficas publicitárias deste autor?

É também importante porque eu acho que reflete, para quem faz investigação de história do design, que é o meu caso, um conjunto de influências que vem dos seus pares, quer a nível internacional, quer a nível nacional, essencialmente, temos influências de Cassandre (internacional), mas também de Almada Negreiros, Bernardo Marques, António Soares, Fred Kradolfer... que eram pessoas que conviviam dentro do mesmo período, e é natural que exista essa contaminação do ponto de vista do desenho.

3- Qual a particularidade que mais destacaria na obra deste autor?

Essencialmente tem a ver com a questão do desenho, porque ele acaba por refletir sempre um desenho que é ordenado, ou seja que recai muito no desenho geométrico ou na geometrização das figuras, o que era normal para a época do ponto de vista daquilo que eram as influências, e nesse contexto, é talvez por isso que seja possível reconhecer bem o trabalho dele. A nível da paleta cromática, é uma pessoa que é muito abrangente e, normalmente, na produção que faz acaba por utilizar muita cor, não é um autor monocromático ou com uma paleta reduzida e, claramente, faz uso dessa variada paleta, sendo estas escolhas algo que também o caracterizam. Já agora uma situação que eu acho interessante referir é a forma como ele assina os seus trabalhos, que nunca é da

mesma maneira, por um lado mostra essa criatividade inerente à sua prática, mas depois quem reconhece as suas assinaturas facilmente consegue identificar os seus trabalhos.

4- Considera pertinente a realização de um documento monográfico sobre o autor de modo a contextualizar a sua obra gráfica, contribuindo para a história do Design Português?

Infelizmente o trabalho dele não é muito conhecido e ainda bem que a Tina está a fazer este trabalho de investigação, porque realmente é um dos autores que merece claramente ser reconhecido e divulgado. É um trabalho muito pertinente sem dúvida, e vou fazer o meu comentário mais ao nível daquilo que é a o conhecimento dos/das designers pela sua distribuição geográfica. Normalmente conhece-se mais o trabalho de designers de Lisboa e menos do Porto, portanto, acho que é importante também a esse nível, perceber o que também se fazia aqui no Porto. Aliás, porque como alguma da produção do design gráfico foi realizada pela Gráfica do Bolhão, isso também mostra uma outra vertente relacionada com a história na área da impressão, sendo que esta parceria entre o Cruz Caldas e a Gráfica do Bolhão revela que havia um interesse de ambas as partes. Além disso, esta gráfica era considerada uma das melhores do Porto, o que torna interessante perceber a necessidade que nós enquanto designers primamos pela qualidade da execução do nosso trabalho. Essa relação próxima com a Gráfica do Bolhão diz muito sobre a necessidade de Cruz Caldas querer garantir um valor acrescentado na reprodução dos seus trabalhos.

3.2.9– João Nunes

1- Que importância atribui à obra gráfica publicitária de António Cruz Caldas, e de que forma foi influente no panorama nacional?

Não conhecia António Cruz Caldas de forma “integrada” na cultura portuense ou no panorama nacional ligado às artes gráficas, mas através das imagens a que fui tendo

acesso aqui e ali reconheço o seu trabalho, algumas peças recordo-me de já as ter visto, outras de as associar ao tempo e movimento gráfico em que se integram.

2- Associa algumas influências/movimentos às obras gráficas publicitárias deste autor?

Não posso emitir opinião sobre este aspeto, mas a qualidade gráfica e ilustrativa dos seus trabalhos, permitem-me inferir estarmos na presença de um ARTISTA GRÁFICO do seu tempo. Terá sido influenciado pela escola do Bolhão, certamente, mas deve também ter sido um dos seus animadores e continuadores.

3- Qual a particularidade que mais destacaria na obra deste autor?

Neste cartaz PORTO À VISTA nota-se um uso seguro e inovador da tipografia o domínio da cor um uso minimalista de elementos narrativos, uma modernidade que deve ter sido diferenciadora no seu tempo. Esta é uma das peças da qual tinha uma memória visual.

4- Considera pertinente a realização de um documento monográfico sobre o autor de modo a contextualizar a sua obra gráfica, contribuindo para a história de Design Português?

A história do movimento gráfico português está ainda a ser construída (como esta abordagem da Tina Moreiras demonstra) e é de extrema importância que estes autores tenham as suas monografias, integradas na história do design português para que o percebamos melhor e para o valorizarmos.

3.2.10 – Laura Castro

1- Que importância atribui à obra gráfica publicitária de António Cruz Caldas, e de que forma foi influente no panorama nacional?

Apercebi-me do trabalho de Cruz Caldas antes desta fase já da exposição do Arquivo, depois do legado, quando se fez aquela primeira exposição que até foi bastante abrangente e que teve lugar na Casa Museu Guerra Junqueiro. Foi a família que na altura

nos procurou e talvez o professor Rui Mendonça tenha tido alguma influência. E lembro-me que o espólio estava todo em casa de uma das filhas, fomos lá, passei lá várias tardes a tentar seleccionar as suas obras, era difícil porque realmente era mesmo muita coisa. Apercebi-me aí que ele tinha um papel importante no campo da publicidade com a ligação à Empresa do Bolhão. Achei muito interessante também todo o trabalho que ele tinha para teatros, os tais telões. Mas algo que é muito mal conhecido é a prática da caricatura e os prémios de caricatura. Portanto, ele foi uma personagem, não sei até que ponto podemos dizer influente, porque a sua obra tem um alcance diferente de uma obra artística. De maneira que eu admito que ele tivesse influenciado os colaboradores e se calhar as pessoas que foram conhecendo o trabalho dele mas não consigo avaliar muito isso. Mas que é alguém com uma obra vasta e muito importante aqui no Porto, ligada a várias instituições, disso sim tive consciência na altura que descobri a sua obra.

2- Associa algumas influências/movimentos às obras gráficas publicitárias deste autor?

Não consigo identificar de um modo aprofundado, mas aquilo que eu noto é que ele tem um trabalho muito conotado com uma prática modernista, isto é, depuração das formas, às vezes alongamento, muito esquemático, mas também a introdução da cor de um forma muito simples e em campos simples. Vejo que ele tinha conhecimento certamente daquilo que era a linguagem modernista, mais abrangente, não só publicitária, mas da arte modernista e isso acho que se nota nos trabalhos dele. Nota-se também uma certa estilização da forma que aparece muito, mas um movimento ou influência específicos não lhe posso dizer com certeza.

3- Qual a particularidade que mais destacaria na obra deste autor?

A ideia que tenho é que a melhor parte da obra dele é a publicidade, porque vejo o que ele fazia para teatros e caricaturas. São coisas muito específicas, que têm uma linguagem muito própria, mas eu julgo que ele na publicidade tem trabalhos de facto bons, fortes e com uma presença importante. Julgo que é mesmo a vertente mais importante e assinalável. Mas sem esquecer também as capas das revistas, principalmente para a *Civilização*, aí eu julgo que quando nós olhamos para artistas

portugueses que têm influência nacional, quer dizer impacto nacional como Stuart de Carvalhais, Bernardo Marques... figuras que tiveram um trajeto artístico mais marcante e também são autores de algumas dessas capas, eu penso que as capas de Cruz Caldas são extraordinárias, e nesse aspeto também considero o seu trabalho de ilustração muito bom, e não o considero inferior ou secundário relativamente a outros artistas.

4- Considera pertinente a realização de um documento monográfico sobre o autor de modo a contextualizar a sua obra gráfica, contribuindo para a história de Design Português?

Absolutamente. Quando os trabalhos académicos começam a abordar estas figuras é uma mais-valia para um conhecimento geral visto que depois de finalizada a investigação esta se encontrará disponível no repositório e facilita a pesquisa. Por outro lado, os catálogos das exposições que se fizeram, têm tiragens pequenas, desaparecem de circulação e pouca gente tem acesso a eles... são materiais que se perdem muito facilmente. Enquanto uma tese ou um trabalho académico que seja, tem um impacto enorme, portanto acho mesmo importante.

3.2.11- Rui Mendonça

1- Que importância atribui à obra gráfica publicitária de António Cruz Caldas, e de que forma foi influente no panorama nacional?

Eu acho que relativamente a isso não tenho informações suficientes sobre tal assunto, pois não fiz um estudo mais aprofundado sobre o caso, mas vivi de proximidade com os herdeiros do Cruz Caldas, através da colaboração com Laura Castro com a qual organizei um material que visualmente fosse sedutor e ao mesmo tempo explicasse e fosse identificador do percurso rico de Cruz Caldas. Mas vejo nestes estudos que estão agora a ser feitos pelos mais jovens a possibilidade de finalmente se repor alguma verdade. Porque na época o que se falava fundamentalmente era de alguns autores como hoje, os erros repetem-se. Hoje alguém escreve sobre design e fala sobre 2, 3, 5...10

autores mas possivelmente não tem a frieza nem a decência para identificar quem são efetivamente os autores que marcaram ou que foram importantes na época. É evidente que os mais visíveis são os que influenciam mais. A prova é que Cruz Caldas não foi profundamente estudado, não foi publicado, divulgado... e através das pequenas publicações sobre este, das quais não foram devidamente divulgadas, não vejo que a sua obra tenha influenciado diretamente alguém.

2- Associa algumas influências/movimentos às obras gráficas publicitárias deste autor?

A ideia de qual foi a influência dele é um pouco mais difícil de identificar, pois apenas recentemente o material tem vindo a ser estudado, portanto ele não influenciou diretamente gerações vindouras, mas as pessoas que conheceram estes trabalhos de alguma maneira inspiraram-se de forma pouco significativa. Quando eu olho para as obras dele vejo um conjunto de trabalho que acho que se aproximam de autores importantes como Amarelhe relativamente ao desenho, e Cassandre, o que é normal que essa influência o pudesse contagiar, e o que considero mais evidente, quer ao nível da forma e composição, quer ao nível da tipografia, pois as suas obras têm uma relação muito próxima com as obras deste.

3- Qual a particularidade que mais destacaria na obra deste autor?

Principalmente a diversidade na tipografia e a ilustração. Pode-se observar também ângulos geométricos, ângulos agressivos, valores cromáticos fortes, alguma fantasia na utilização da cor e da tipografia, simetria, movimento, imprevisibilidade ... portanto acho que é de facto um autor interessante.

4- Considera pertinente a realização de um documento monográfico sobre o autor de modo a contextualizar a sua obra gráfica, contribuindo para a história de Design Português?

Muito, muito importante.

3.3 – Referências Editoriais

No contexto desta investigação entendeu-se por visualidade a capacidade de inculcar uma dinâmica visual ao projeto editorial. Neste sentido são apresentados um total de quatro referências que funcionaram como casos de estudo que coadjuvam o aspeto gráfico do projeto a desenvolver.

Inside/Outside é um projeto editorial dedicado à vida e carreira do designer português Eduardo Aires, da autoria do mesmo e do seu atelier. Este livro não só é uma compilação dos seus projetos mais proeminentes, como também uma reflexão acerca do seu processo criativo e uma análise do cenário cultural no design de comunicação português (Inside-Outside, 2013)

A escolha desta obra recai sobre alguns aspetos visuais que se acharam pertinentes para a integração no projeto prático, tais como a composição tipográfica e o uso da tipografia *Sabon*, os elementos de relevo e ainda o seu aspeto harmónico, simples e cuidado.



Fonte: (Retiradas de <http://www.eduardoaires.com/editions/portfolio/inside-outside/>)

Figura 69- Inside Outside – Whitestudio, 2013

A segunda referência é *David Lynch - Someone Is In My House*. Este livro reúne pinturas, fotografias, desenhos, esculturas e instalações de Lynch e fotos de seus filmes. Muitas dessas obras revelam os fundamentos obscuros por detrás dos filmes frequentemente macabros de Lynch. Outros exploram o seu fascínio pela textura e técnicas de colagem. Todo o estilo característico de Lynch - surreal, elegante e até mesmo humorístico. Uma introdução da jornalista de música e biógrafa de Lynch, Kristine McKenna, juntamente Stijn Huijts, oferece novas informações e perspectivas sobre a vida e carreira de Lynch (Bisschop, 2018).



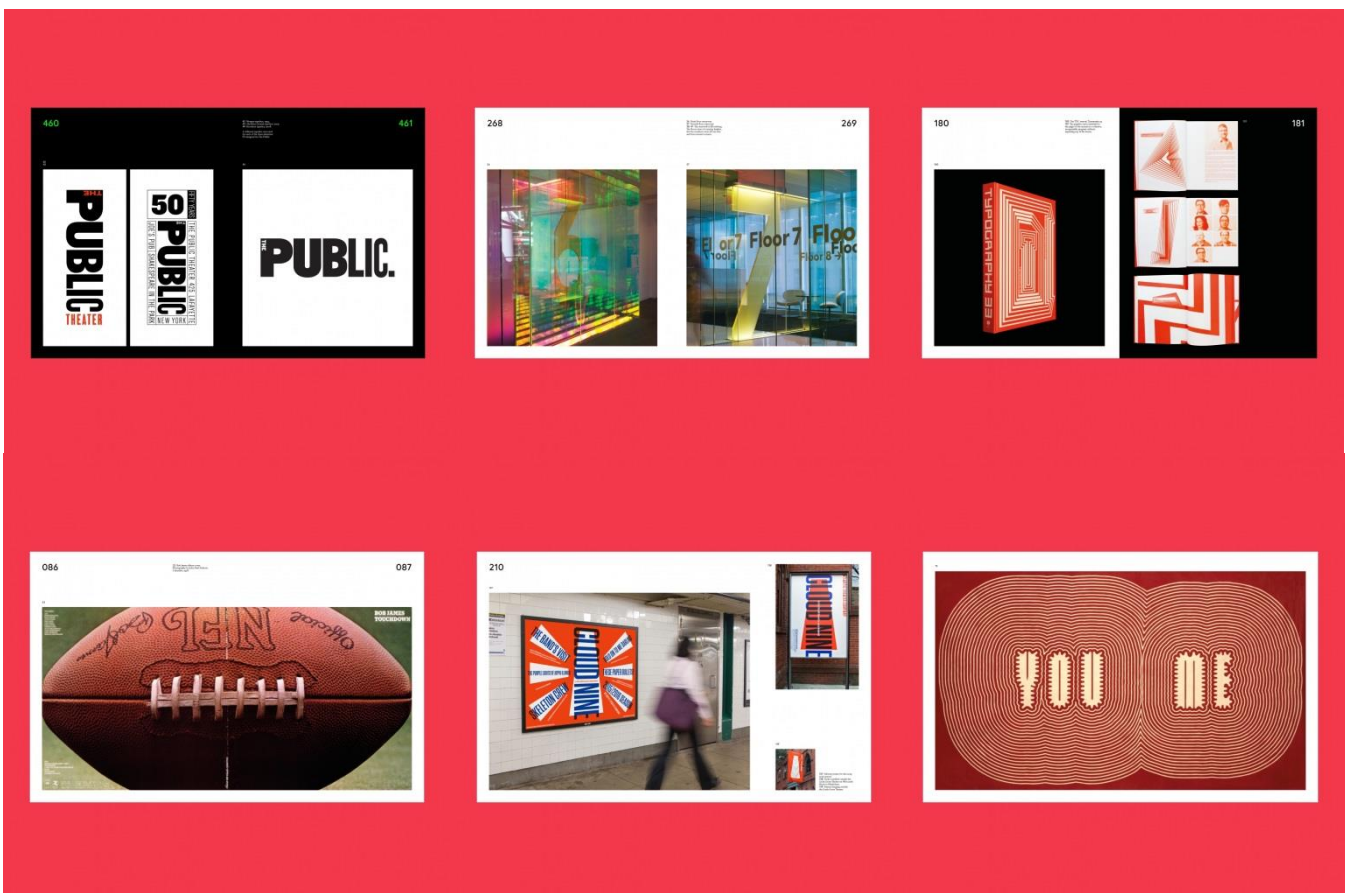
Fonte: (Retiradas de <https://www.behance.net/gallery/74458123/David-Lynch-Someone-is-in-my-house>)

Figura 70- David Lynch - Someone is in my house (2018)

Apesar deste autor não ser designer de profissão, a escolha desta referência deve-se ao facto de este projeto editorial pertencer à categoria de monografia. Deste modo, achou-se pertinente apresentá-la como referência, dos quais os elementos visuais que se destacam para o projeto prático são, o tipo de encadernação e costura das páginas, o pequeno detalhe vermelho em tecido das páginas e ainda a sua cor preta no miolo.

O terceiro exemplo, a monografia da designer Paula Scher é também um registo visual do tecido urbano contemporâneo de Nova Iorque, indelevelmente transformado pela abordagem inovadora da designer no desenvolvimento de ambientes e no design de identidade: do MoMA às escolas como a Charter; da High Line para Shake Shack. Os seus logotipos para corporações globais e instituições culturais cimentaram a sua reputação como uma gigante do design de identidade. Uma grande parte é dedicada aos cartazes de motivação social e política da designer, ilustrações do *New York Times* e projetos publicitários. (Scher, P., Brook, T., & Shaughnessy, A., 2018).

Tomou-se esta referência monográfica pelos aspetos visuais cromáticos das páginas, pela disposição das mesmas e pelo aspeto de continuidade.

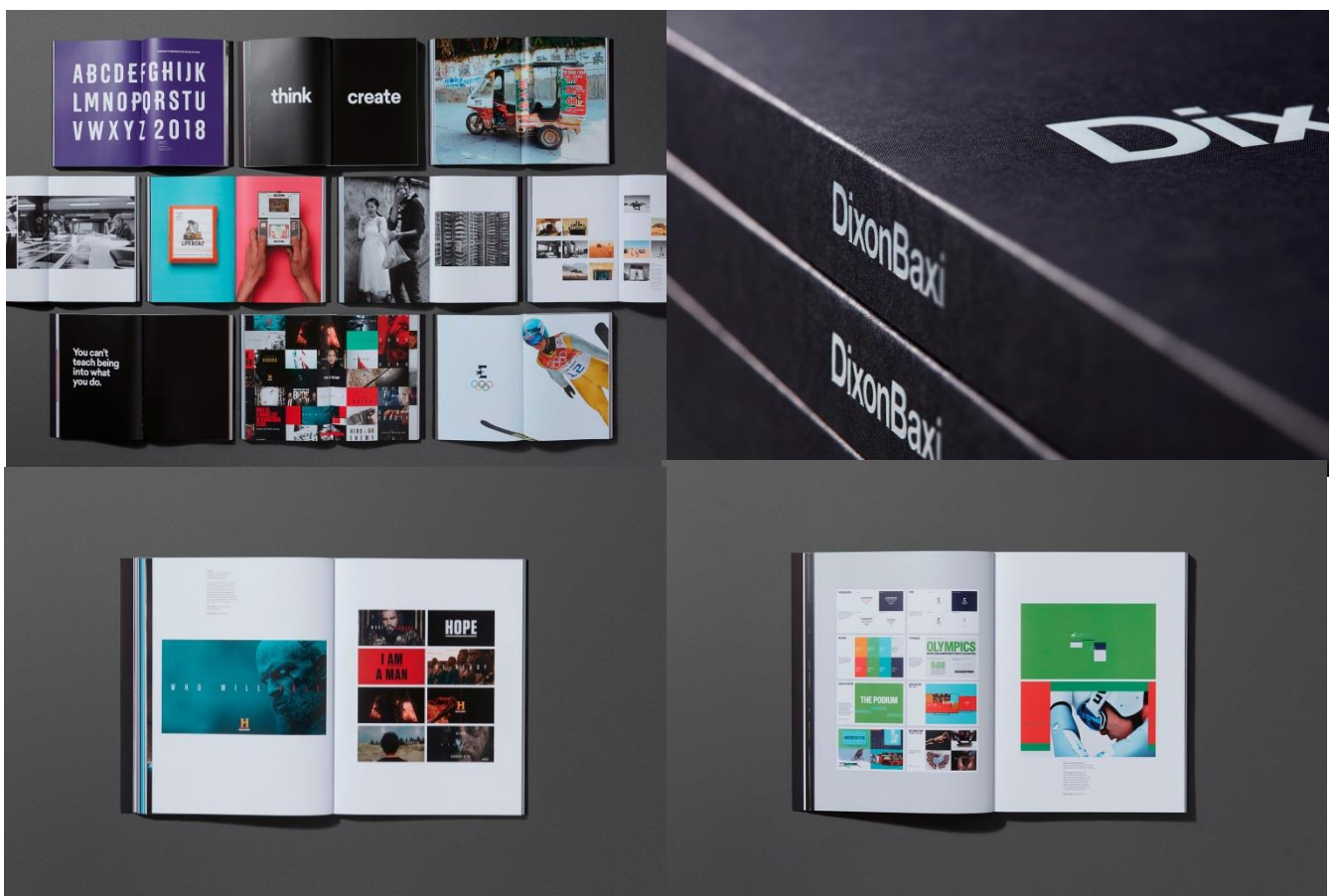


Fonte: (Retiradas de <https://www.creativeboom.com/resources/paula-scher-works/>)

Figura 71 – Paula Scher Works(2018)

O último exemplo é a monografia do estúdio DixonBaxi, A monografia de 300 páginas é um apinhado de uma das principais agências de *branding* de Londres. É um reflexo do estúdio hoje, sobre o mais recente trabalho, processo e os *insights* por trás dele. A maior parte do trabalho do estúdio são experiências digitais, deste modo que um livro é uma oportunidade de organizar e criar um objeto que incorpore o que fazem. (DixonBaxi, 2018)

O principal aspeto visual que se destacou dessa referência foi a capa em tecido e o seu título serigráfico, apesar do restante aspeto ser aliciante pela sua composição, cor, diversidade cromática e pela sua organização.



Fonte: (Retiradas de <https://dixonbaxi.com/work/dixonbaxi-monograph/>)

Figura 72 - DixonBaxi Monograph | DixonBaxi. (2018),

3.4- Desenvolvimento Projetual

“Rules can be broken but never ignored”⁷ (Jury, 2004, p. 3)

No desenvolvimento do projeto, foram estabelecidas etapas de seleção. As etapas incluem a escolha do conteúdo a ser apresentado, formato do documento, grelhas, tipografia e cor. Os aglomerados dos conteúdos têm como finalidade estabelecer as regras iniciais na criação do documento para que este seja construído em bases sólidas e coerentes para obter resultados pretendidos.

3.4.1- Conteúdo

Inaugurando as seleções pertinentes para a monografia, o conteúdo foi a primeira etapa a ser tratada. Iniciando uma análise de obras monográficas para entender de que modo estas estavam estruturadas, concluiu-se que a esta deveria organizar-se pela ordem do seguinte gráfico:



Fonte: (Autoria própria)

Gráfico 3- Conteúdo do projeto

A primeira parte, de abertura da monografia, será introduzida com a vida do autor, ou seja, um texto descritivo da sua vida e todo o contributo pertinente ao longo da sua atividade profissional incidindo na vertente gráfica, pela qual se desdobrou em inúmeras e diversificadas atividades.

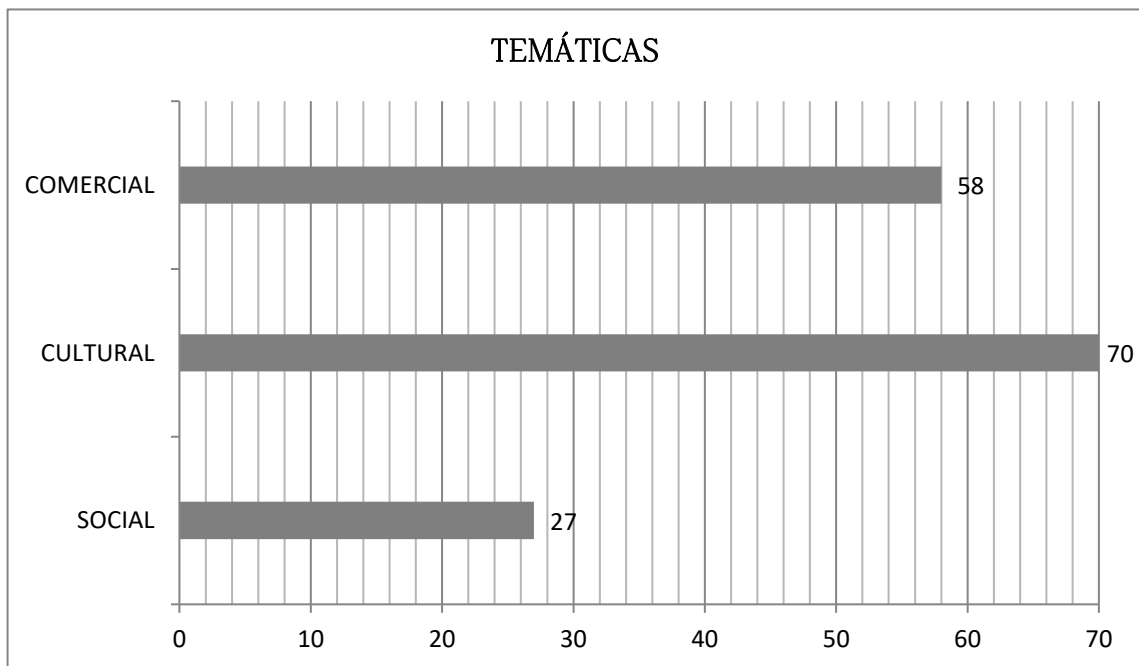
A segunda parte recairá sobre a obra do autor, mais especificamente o cartaz publicitário, que é o tema principal, e pela qual esta monografia será criada. É pretendido uma mostra de cartazes publicitários do autor dos quais foram previamente recolhidos, analisados e selecionados dentro de algumas normas estabelecidas. A recolha dos cartazes foi feita através do espólio doado ao Arquivo Municipal do Porto, que conta com

⁷ T.L. “As regras podem ser quebradas, mas nunca ignoradas”



Fonte: (Autoria própria)

Figura 74 – divisão dos cartazes por categorias



Fonte: (Autoria própria)

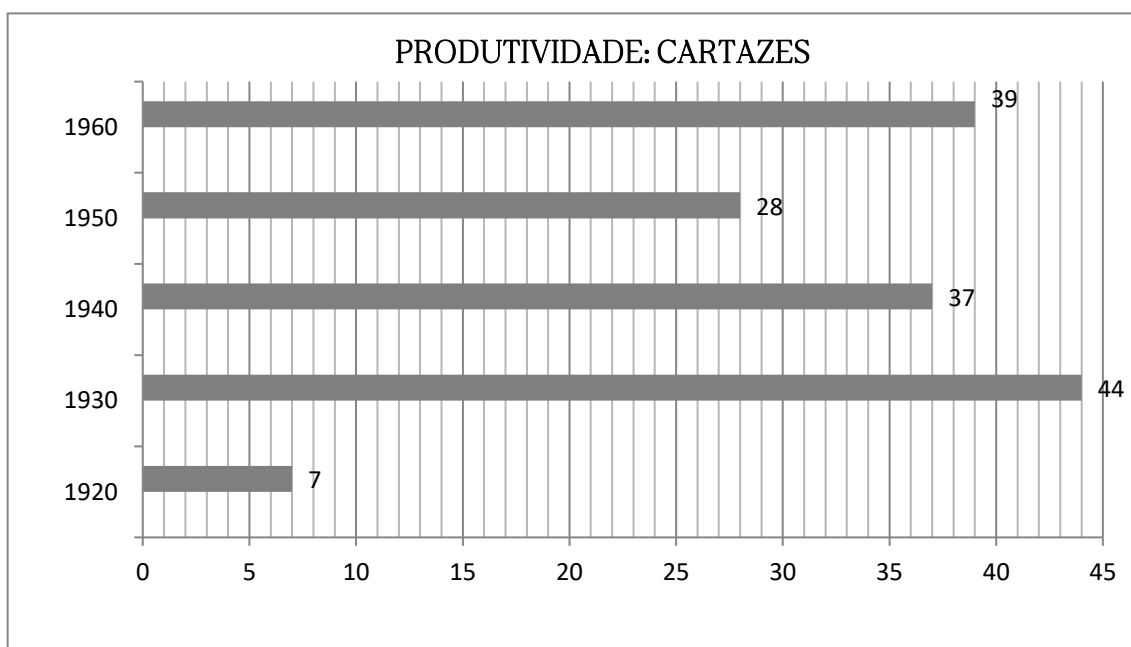
Gráfico 4- Categorização dos cartazes por temáticas

Foi feito um segundo gráfico dividido por décadas para compreender o fluxo criativo do autor ao longo da sua carreira profissional.



Fonte: (Autoria própria)

Figura 75 – Divisão dos cartazes por década



Fonte: (Autoria própria)

Gráfico 5- Produtividade dos cartazes por décadas

Posteriormente à análise e categorização dos cartazes, a forma destes se apresentarem no segundo capítulo foi um ponto a focar. Para uma melhor compreensão, as três temáticas principais foram subdivididas como o gráfico indica, para que estas se enquadrassem numa leitura mais fácil dentro de cada temática onde serão apresentados por ordem cronológica da sua criação. Tentou-se assim agrupar as subcategorias de modo a complementarem as categorias principais, pois por falta de elementos para criar outra categoria, decidiu-se integrar a temática política dentro da temática social, pois achou-se dispensável a criação de uma nova por esta apenas conter um elemento. Logo, decidiu-se inserir na categoria de comercial todos os elementos que revertissem à venda de qualquer produto, incluindo uma subcategoria de lazer, pois esta impinge a venda de produtos tais como revistas ou ainda propaganda de emissões de rádio. Na categoria cultural, foram inseridos todos os elementos que incitassem eventos ou acontecimentos desta categoria, excetuado a subcategoria de Carnaval, que por esta conter um número generoso de cartazes, achou-se por bem que esta fosse individual. Por fim na categoria social, foram inseridas as subcategorias que de um modo abrangente fazem parte deste todo, voltando a repetir a subcategoria de lazer pois esta remete para elementos que promovem eventos sociais.



Fonte: (Autoria própria)

Gráfico 6- Subdivisões das temáticas principais

Por último será apresentada uma cronologia comparativa dividida em quatro colunas, nomeadamente: Eventos (Político-Culturais) nacionais e internacionais,

Eventos Artes e Design, que se situam nas balizas temporais de 1898 e 1975, ou seja o tempo de vida do autor, para deste modo incorporá-lo numa linha temporal de acontecimentos político-sociais da época, mas também de eventos artísticos relacionados com a temática em causa. Esta cronologia é dividida entre o panorama internacional e nacional, sendo o internacional referenciado através das obras de John Barnicoat e Richard Hollis referentes à história do Design Gráfico e o nacional através da Cronologia Design Gráfico em Portugal no Século XX de Gonçalo Falcão, A. Jaime Ceia e José Bártolo inserida no livro *José Brandão, Designer – Cultura e prática do Design gráfico*.

3.4.2_ Formato

“Desde que o homem existe que há uma tentativa de conferir harmonia naquilo que cria através de proporção. Tal acontece em sistemas matemáticos, cartografia, arte renascentista, planos militares, na arquitetura e também na tipografia” (Hurlburt, 1978, p. 9).

O formato da monografia é referente à segunda etapa da construção do projeto. Para tal, foi efetuada uma análise a diversas monografias de outros autores para obter um tamanho adequado onde esta se pudesse inserir. “O formato tem um grande impacto na comunicação e perceção da mensagem que pretendemos transmitir” (Pequito, 2017 p. 139). Na conceção da monografia procurou-se que o formato não interferisse excessivamente com o conteúdo, o seu foco principal. Deste modo, procurou-se encontrar um formato equilibrado, tendo em consideração tanto questões ambientais, como orçamentais. Procurou-se também que o formato escolhido fosse o mais compatível possível com a impressão em *offset*. O tamanho que se considerou adequado foi 17x22,5cm. Tomando como exemplo o formato *offset* 70x100 podemos verificar que é possível imprimir o número máximo de 16 páginas, detendo um desperdício reduzido.



Fonte: (Autoria própria)

Figura 76 – Exemplos de formatos testados

3.4.3 – Grelhas

“O uso da grelha como um sistema de ordenação é a expressão duma atitude mental na medida em que mostra que o desenhista concebe o seu trabalho em termos que são construtivos e orientados para futuro. (...) Trabalhar com o sistema de grelhas significa submeter-se a leis de validade universal. (...) O desejo de adotar uma atitude positiva para o futuro o reconhecimento da importância da educação e o resultado do trabalho pensado num espírito construtivo. Cada trabalho visual criativo é uma manifestação do carácter do desenhista. É um reflexo do seu conhecimento, habilidade, e da sua mentalidade.” (Brockmann 1982, p. 10)

Para a execução deste projeto editorial recorreu-se ao programa Adobe InDesign (versão CC 2018), tendo as imagens sido tratadas no programa Adobe Photoshop (versão

CC 2018). Cada página possui as dimensões de 17x22,5cm, uma configuração que, deixando 1,25cm nas margens laterais exteriores e 2cm na margem interna, se traduz numa área útil de 13,5x20cm. Para organização de blocos de texto e imagem, a página foi dividida em seis colunas e 12 filas, separadas entre si por uma goteira de 0,4cm resultando numa grelha constituída por 72 campos. A utilização de uma grelha com 6 colunas oferece uma grande flexibilidade na manipulação do conteúdo, permitindo diversas abordagens compositivas.

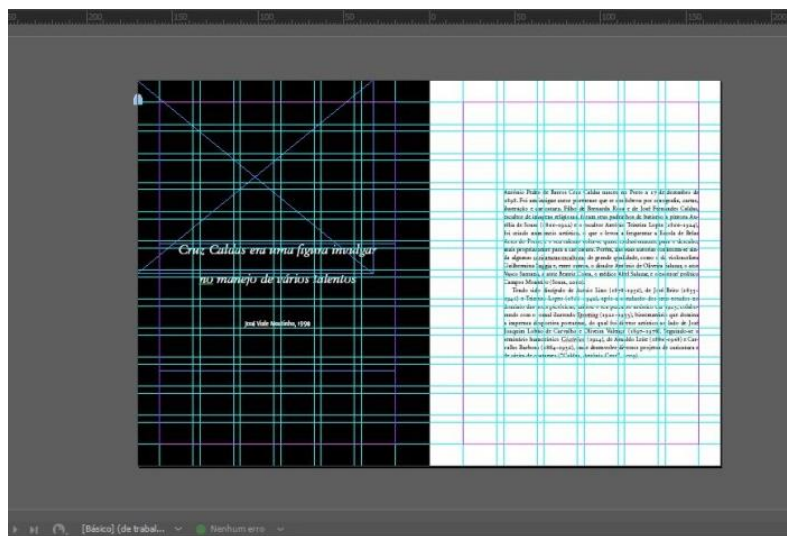


Figura 77 – Aplicação da grelha em dupla página

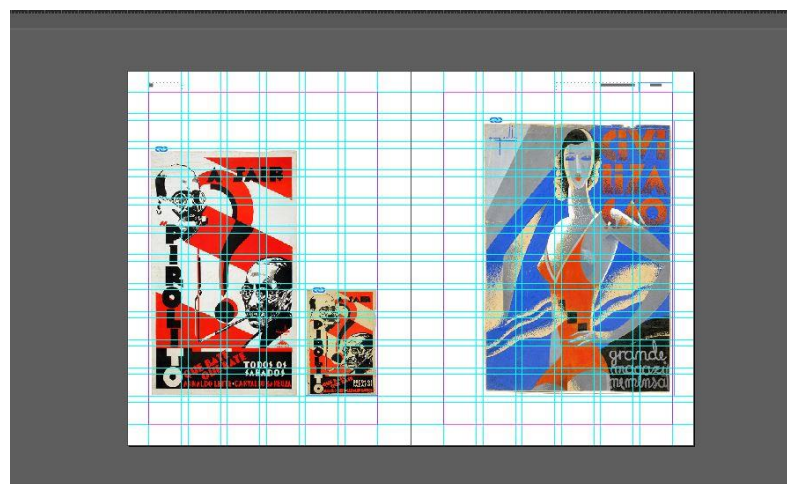


Figura 78 – Aplicação da grelha em dupla página de exibição de cartazes

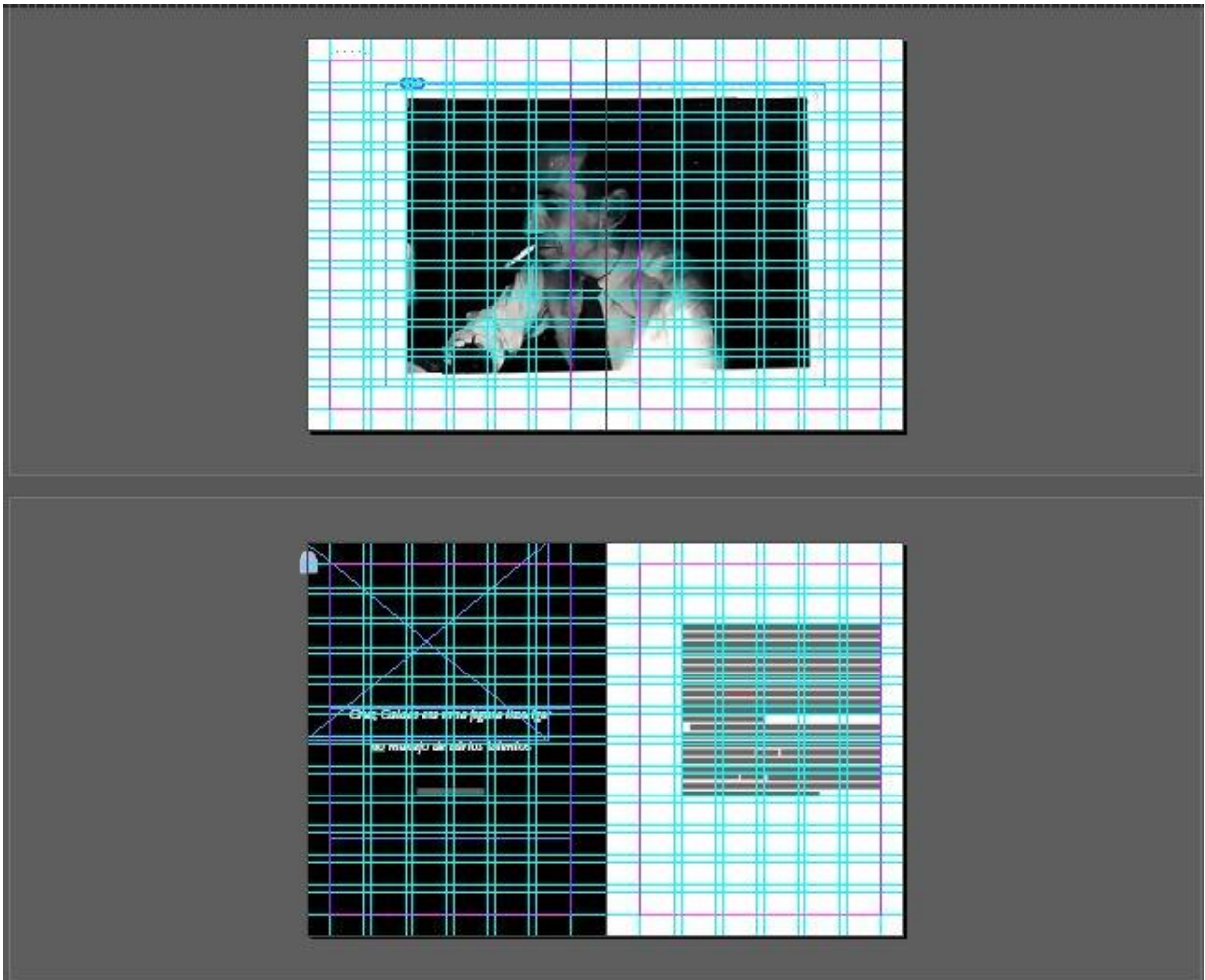


Figura 79 – Visualização do ficheiro da publicação no *software* Adobe InDesign.

3.4.4- Tipografia

“Tipografia é uma arte que pode ser deliberadamente mal utilizado. É um ofício pelo qual o significado de um texto (ou a sua ausência) pode ser esclarecido, honrado e compartilhado, ou conscientemente disfarçado.” (Bringhurst, 1992, p. 17)

A escolha do tipo de letra certo é crucial para o sucesso de qualquer projeto gráfico, uma vez que a tipografia influencia a maneira como interpretamos qualquer mensagem. Para este projeto editorial utilizou-se a família de tipos de letra Merriweather Sans, por Eben Sorkin e Sabon desenhada por Jan Tschichold e originalmente fundida pela Stemple Foundry. Pretendia-se que as famílias tipográficas escolhidas não interferissem com o protagonismo do conteúdo, mas que fossem polivalentes e legíveis através dos diversos componentes e escalas de informação presentes na página.

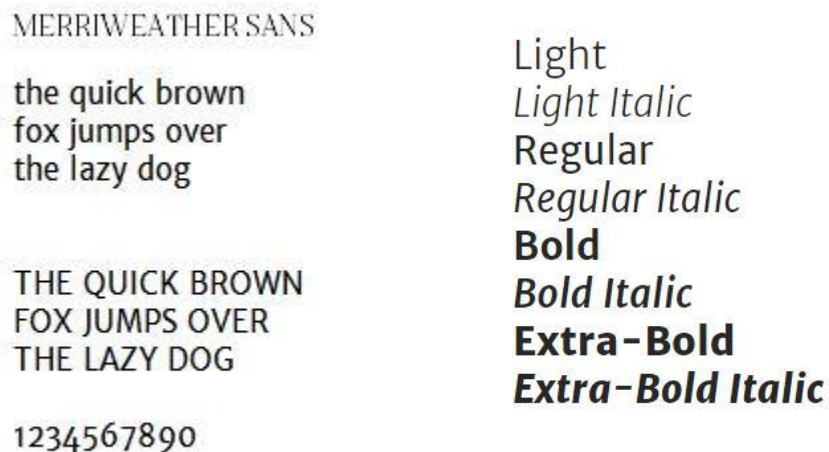


Figura 80- Tipo de letra Merriweather Sans



Figura 81- Tipo de letra Sabon

Estas famílias foram escolhidas tendo em conta a sua aplicabilidade funcional. Tomou-se a decisão de atribuir a cada família a sua função, diferentes corpos, entrelinhamento, cor, entre outros, de modo a criar um aspeto harmónico e elegante.

Recorreu-se à escolha destas tipografias, por contraste morfológico (serifado vs não serifado), cor da mancha criada e compatibilidade rítmica. Assim, a tipografia Sabon foi aplicada em corpo de texto e títulos, por oposição à Merriweather Sans que surge aplicada nas legendas, número de página e identificação de categorias nos cabeçalhos. Após várias experiências obtiveram-se as decisões compositoras finais que se apresentam de seguida:

Ficha técnica

Fonte: Sabon Bold/Roman

Cor: Cinzento (c = 0 m = 0 y = 0 k = 90)

Corpo: 8 pt, entrelinhamento: 12 pt.

A ideia de construção deste livro surge com componente prática da investigação de Me em Design da Escola Superior de Media Ar do Instituto Politécnico do Porto no decorrer lectivo de 2018–2019, da autoria de Tina M sob orientação do professor Vitor Quelhas e coorientação da professora Marta Fernar

Figura 82 – Tipografia aplicada

Títulos de capítulos

Fonte: Sabon Bold

Cor: Cinzento (c = 0 m = 0 y = 0 k = 90)

Corpo: 34 pt, entrelinhamento: 49 pt.

ANTÓNIO
CRUZ CALDAS

Figura 83 - Tipografia aplicada

Corpo de texto

Fonte: Sabon Roman/Italic

Cor: Cinzento (c = 0 m = 0 y = 0 k = 90)

Corpo: 9,5 pt, entrelinhamento: 13,5 pt.

António Pedro de Barros Cruz Caldas nasceu no Porto a 17 de dezembro de 1898. Foi um insigne autor português que se desdobrou por cenografia, ilustração e caricatura. Filho de Bernarda Rosa e de José Fernandes, foi escultor de imagens religiosas, foram seus padrinhos de batismo a pintora Júlia de Sousa (1866–1922) e o escultor António Teixeira Lopes (1866–1934). Foi criado num meio artístico, o que o levou a frequentar a Escola de Artes do Porto, e o seu talento volta-se quase exclusivamente para o desenho, mais propriamente para a caricatura. Porém, das suas autorias conhecem-se algumas caricaturas-esculturas de grande qualidade, como o da violonista Guilhermina Suggia e, entre outros, o ditador António de Oliveira Salazar.

Figura 84 - Tipografia aplicada

Citações de destaque

Fonte: Sabon Italic

Cor: Branco (c = 0 m = 0 y = 0 k = 0)

Corpo: 21 pt, entrelinhamento: 49 pt.

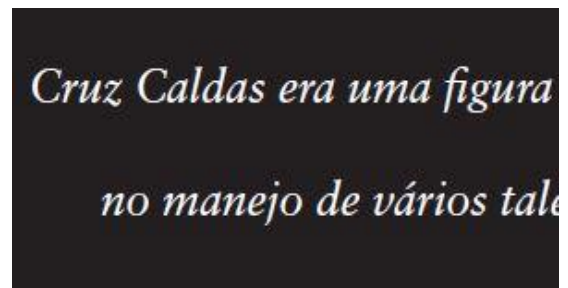


Figura 85 - Tipografia aplicada

Legendas

Fonte: Merriweather Sans Regular/ Bold

Cor: Cinzento (c = 0 m = 0 y = 0 k = 70)

Corpo: 5,5 pt / 5 pt, entrelinhamento: 8 pt

1. Cruz Caldas no dia do seu casamento com Lucília Augusta 1927
60 × 85 mm
2. Cruz Caldas no campeonato de tiro de guerra no Serra do Pilar 1928
113 × 165 mm

Figura 86- Tipografia aplicada

Índice de imagens

Fonte: Merriweather Sans Bold

Cor: Cinzento (c = 0 m = 0 y = 0 k = 70/60)

Corpo: 7 pt, entrelinhamento: 8 pt

- 135 - Federação dos Amigos da Escola Primária, Porto
1929
4,90x7,10 mm
- 136 - Propaganda da União Nacional
1934
14,0x9,9 mm

Figura 87- Tipografia aplicada

Cronologia (Anos e Títulos)

Fonte: Merriweather Sans bold

Cor: Preto (c = 0 m = 0 y = 0 k = 100)

Corpo: 11 pt, entrelinhamento: 13 pt

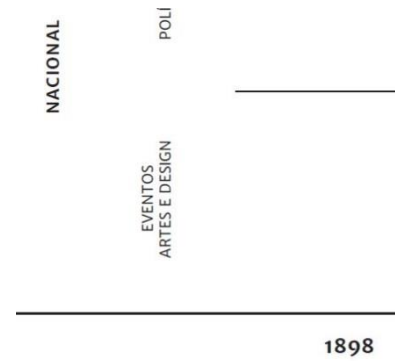


Figura 88- Tipografia aplicada

Cronologia (Eventos)

Fonte: Merriweather Sans regular/ italic

Cor: Cinzento (c = 0 m = 0 y = 0 k = 80)

Corpo: 7,5 pt, entrelinhamento: 13 pt

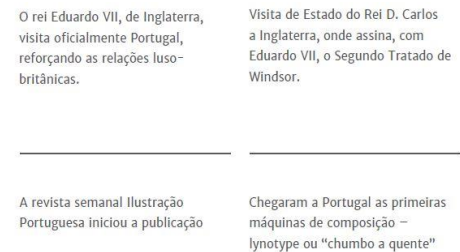


Figura 89- Tipografia aplicada

Número de página

Fonte: Merriweather Sans

Cor: Cinzento (c = 0 m = 0 y = 0 k = 60)

Corpo: 6 pt.

14

Figura 90- Tipografia aplicada

Categorias

Fonte: Merriweather Sans

Cor: Cinzento (c = 0 m = 0 y = 0 k = 60)

Corpo: 6 pt.

COMERCIAL Lazer

Figura 91- Tipografia aplicada

3.4.5- Papéis

Na escolha dos papéis teve-se em consideração a dimensão e divisão do miolo em cadernos, assim como a melhor adequação das suas características técnicas à reprodução dos diversos conteúdos propostos. Estes subdividem-se em três partes distintas que levaram à realização de várias experiências em diversos tipos e gramagens de papel.

Decidiu-se que a escolha de papéis diferenciados para cada uma das partes, para além de as dividir, potenciaria o resultado final desejado. Na primeira parte, dado o carácter maioritariamente textual do conteúdo, assim como pela sua extensão elegeu-se o papel Munken Pure 90 gramas, pelas suas características de tonalidade, suavidade e conforto de leitura. Para a segunda parte, referente aos cartazes publicitários, optou-se pelo papel Couché Silk 120 gramas. Este tipo de papel, pelas suas características de menor absorção da tinta, permite destacar os cartazes, ao mesmo tempo que garante uma maior fidelidade cromática. Por último, para a cronologia utilizou-se o papel CLK 115 gramas. Este papel diferencia-se dos restantes pela sua constituição, cor e textura.

Esta variedade de papéis permite diversificar o miolo, atribuindo uma experiência sensorial a cada parte deste projeto. Porém, antes destas escolhas finais efetuaram-se um conjunto de testes em diversos papéis e gramagens.



Figura 92- Experiências em diversos papéis



Figura 93- Experiências em diversos papéis

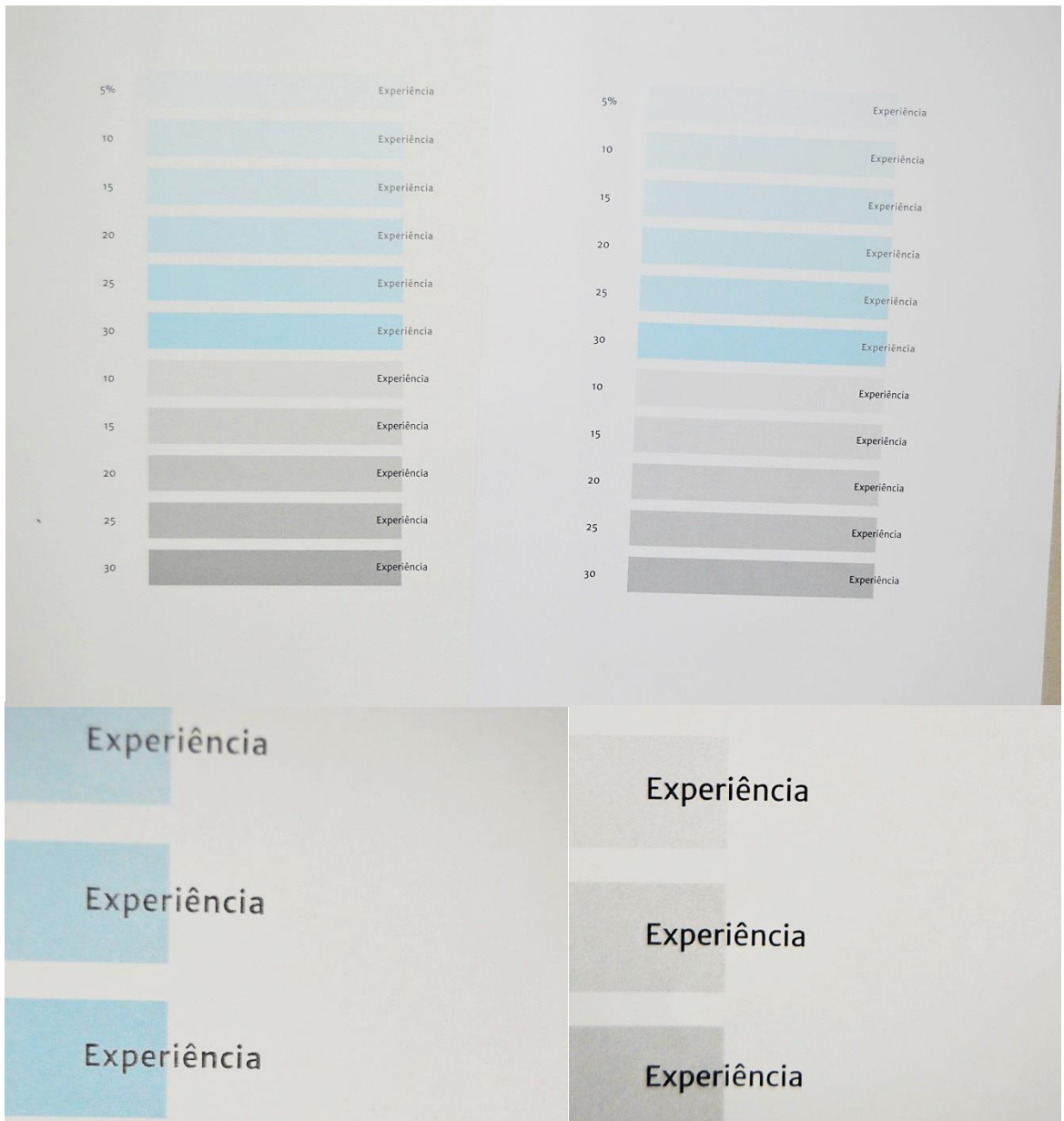


Figura 94 – Experiência tipográfica nos papéis escolhidos (Muken pure e Cuché silk) por cima das nuances aplicadas em algumas páginas

3.4.6- Capa, encadernação e acabamentos.

Para este projeto editorial optou-se pelo uso de uma capa dura, de cartão revestida a tecido preto, e contendo o título centrado em baixo relevo. Esta escolha final tem como objetivo maximizar a durabilidade da publicação protegendo o miolo. Procurou-se ainda que a mesma se apresentasse formalmente sóbria, simples e elegante seduzindo o possível leitor na descoberta deste autor e dos seus cartazes publicitários.

Iniciou-se o processo de impressão do miolo do projeto em cadernos de quatro e cinco folhas, tendo sido dobradas para posterior cosedura. Após a cosedura dos cadernos, estes foram aparados à medida e colados à capa.

A capa é constituída por um núcleo de cartão prensado dividido em três partes, capa, lombada e contracapa, todas revestidas a tecido preto. Para a gravação do título na capa produziu-se uma zincogravura que, posteriormente, foi aplicada em baixo relevo. Para maximizar a sua notoriedade foi adicionado uma pequena película por cima da gravação, adicionando-lhe um brilho subtil.

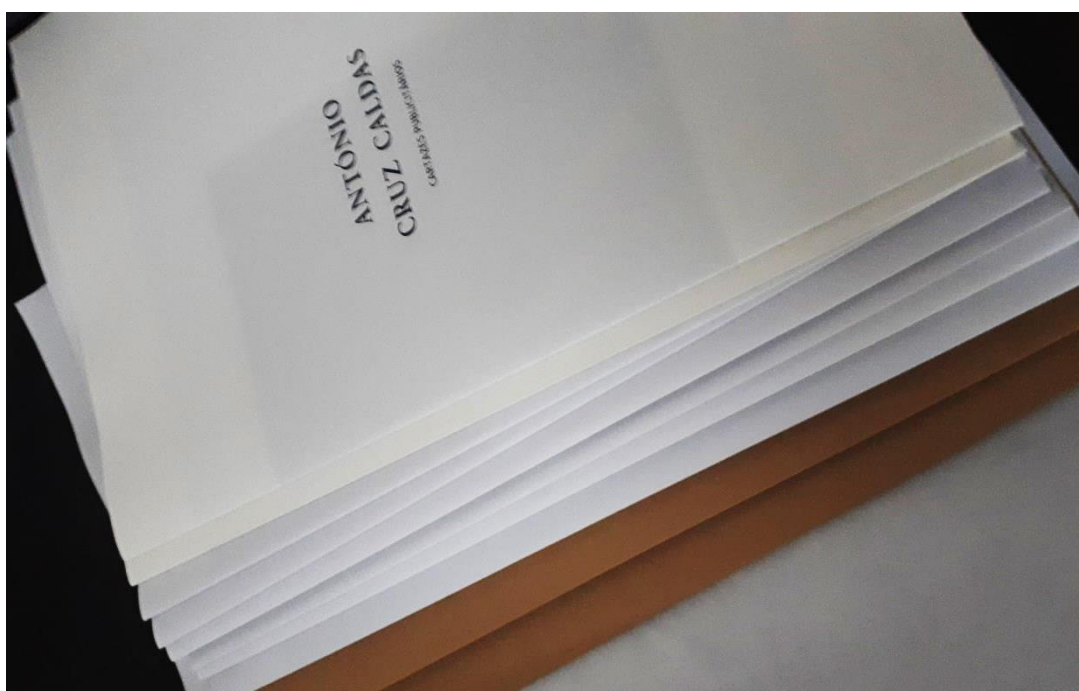


Figura 95 – Cadernos



Figura 96 – Placa de Zinco com título em espelho



Figura 97 – Capa sem miolo



Figura 98 – Relevo do título

3.4.7- Síntese processual

O projeto foi sofrendo alterações ao longo do percurso, principalmente na forma de o apresentar ao público e na sua utilização. O objetivo era que o projeto fosse o mais simples possível, mas ao mesmo tempo repleto de pequenos detalhes que não precisam de títulos para serem entendidos, como por exemplo, inicialmente era previsto que este tivesse índice e separatas para todas as categorias e subcategorias. Porém, com o afunilar da investigação e dos vários desenvolvimentos projetuais decidiu-se simplificar, não inserindo um índice. Deixou-se que os diferentes papéis escolhidos servissem de separatas às partes principais. Adicionaram-se, de forma simples e discreta, subcategorias no canto superior direito da publicação para auxílio na interação e melhor compreensão dos conteúdos.

A publicação sofreu também alterações no que toca à legendagem das imagens. Inicialmente estas conviviam com o conteúdo referente, mas constatou-se que nos casos de páginas com mais imagens estas tornariam a fruição da composição de um modo mais complexo. Nesse sentido, optou-se inicialmente por enumerá-las e adicionar uma lista de imagens. Por fim, decidiu-se apenas adicionar um índice de imagens com a legenda de cada obra, contendo apenas a respetiva página em que esta se encontra inserida, reduzindo assim a quantidade de elementos textuais ao lado do conteúdo imagético. Para destacar o índice de imagens, ao invés de colocar, por exemplo mais um título, adicionou-se à página uma *nuance* de ciano (10%). Esta opção compositora quebra o ritmo originado pelas páginas brancas evidenciando ao que essa categoria terminou. Pela mesma razão, também se atribuiu uma *nuance* de preto (15%) à síntese processual do desenvolvimento dos cartazes que surge após as entrevistas e antes da segunda parte – Cartazes Publicitários 1929–1968.

Foram várias foram as experiências tipográficas levadas a cabo, relativamente a tamanhos, mancha, entrelinha e cor. Também na escolha dos papéis foram efetuados vários testes em relação à cor, textura e gramagem para que estes fossem adequados à dimensão e conteúdo do projeto.

Para que o protótipo de projeto final correspondesse de forma o mais fidedigna possível a uma produção profissional recorreu-se às Encadernações Ana & Carvalho na ajuda técnica no processo de encadernação. Todo este procedimento em torno do projeto, escolhas, experiências, erros e vitórias deram ao projeto o acabamento desejado.

3.4.7- Registo fotográfico do projeto

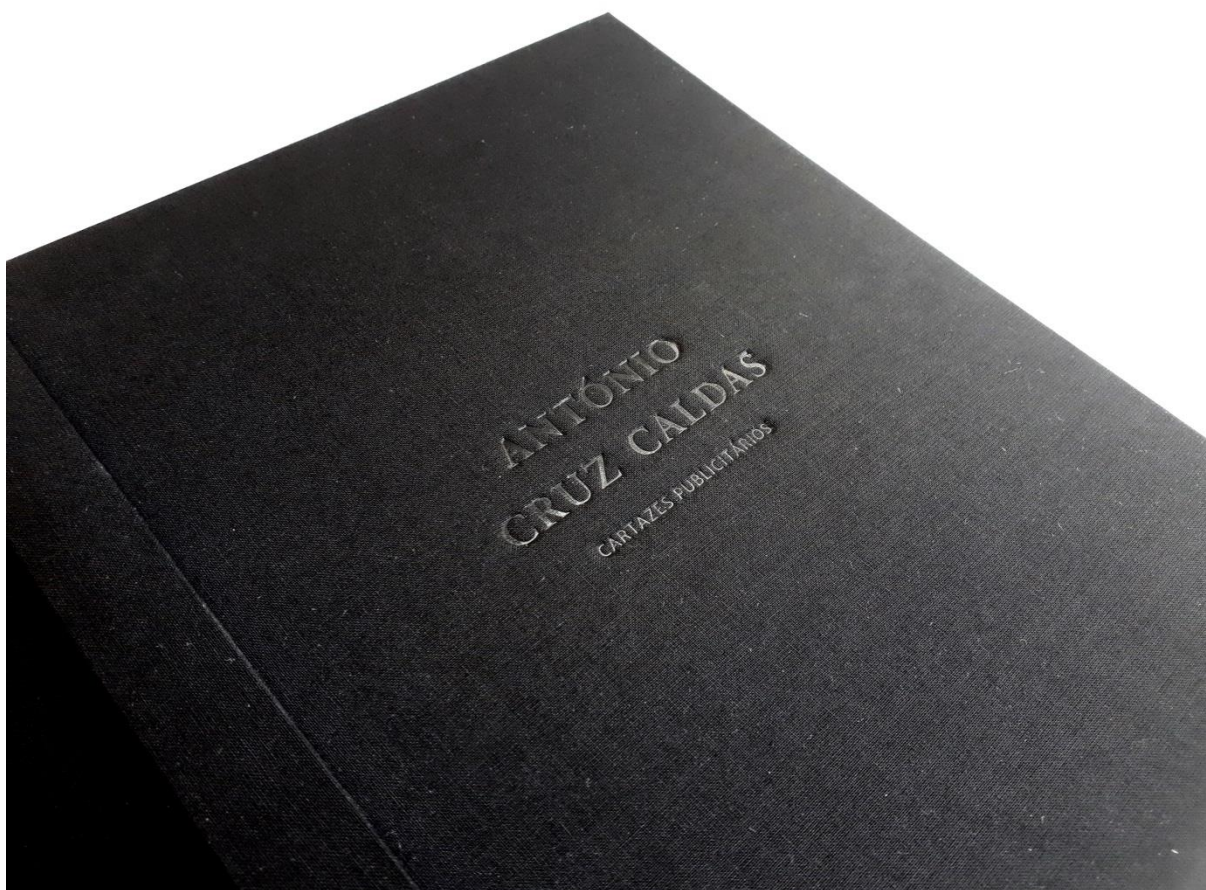


Figura 99 – relevo do título

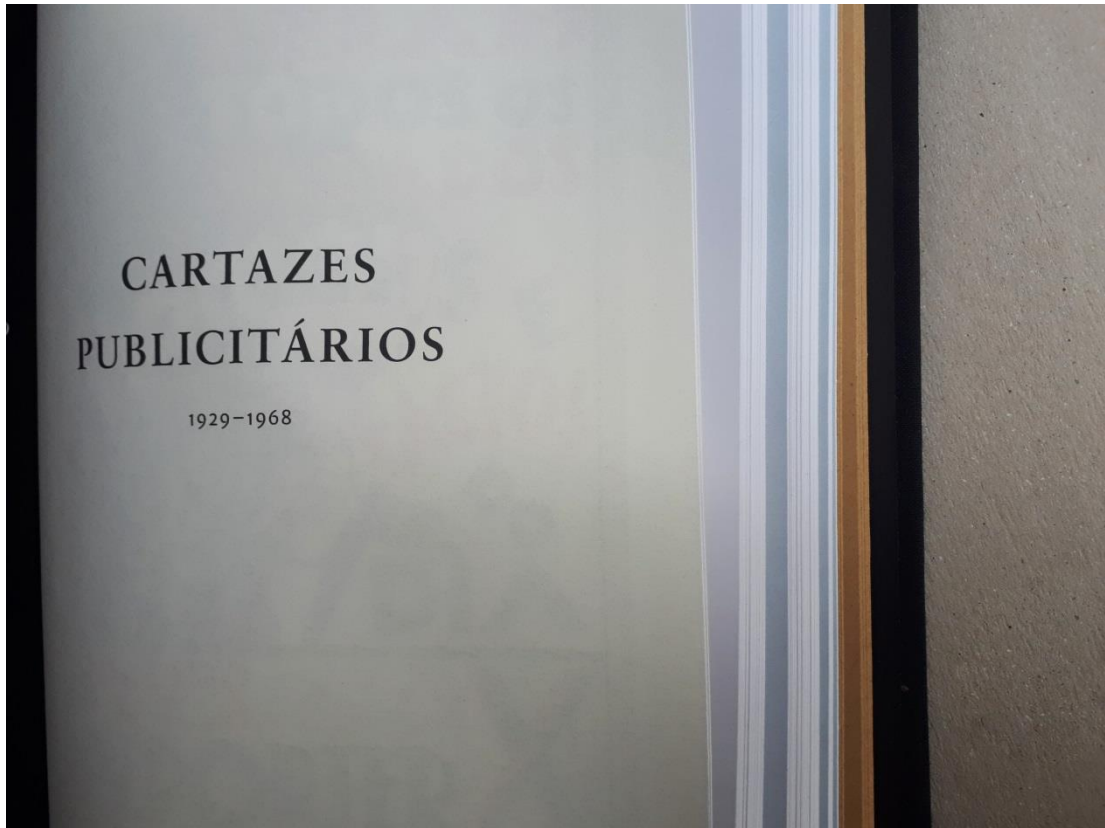


Figura 100 – Início da mostra dos cartazes



Figura 101 – Dupla página com cartaz e esboco

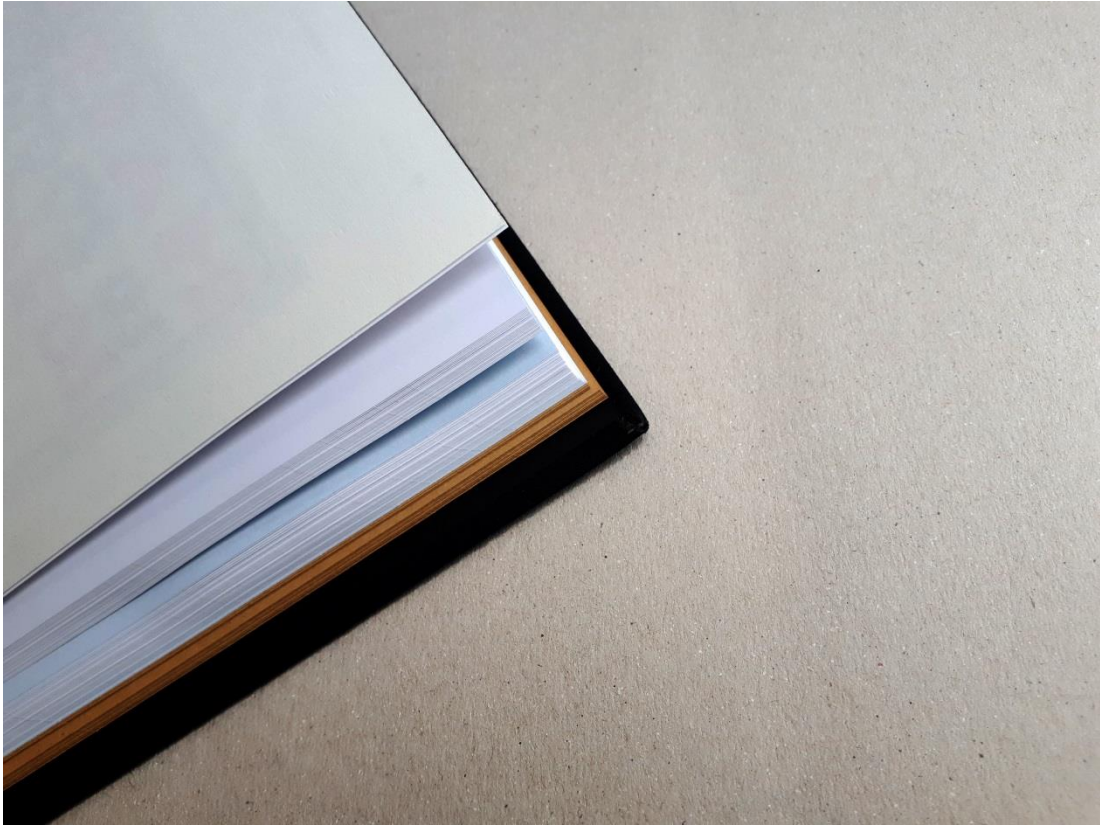


Figura 102 – Detalhe do miolo

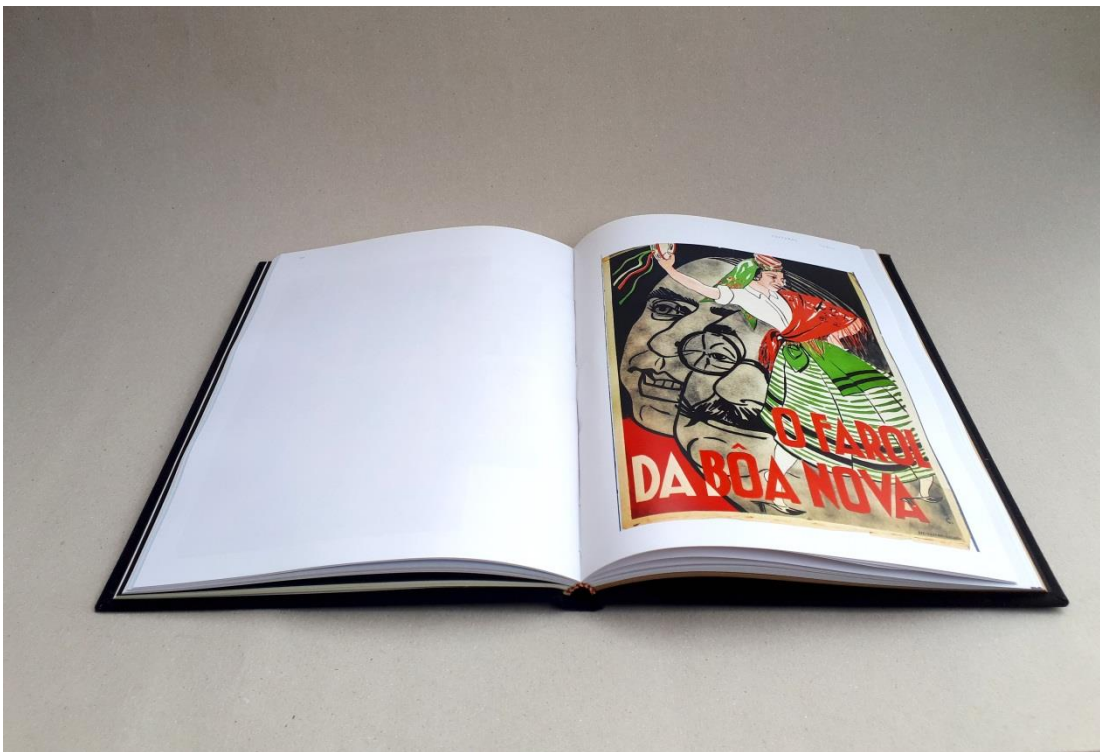


Figura 103 – Dupla página com mostra de um cartaz



Figura 104 – Detalhe do miolo com publicação fechada

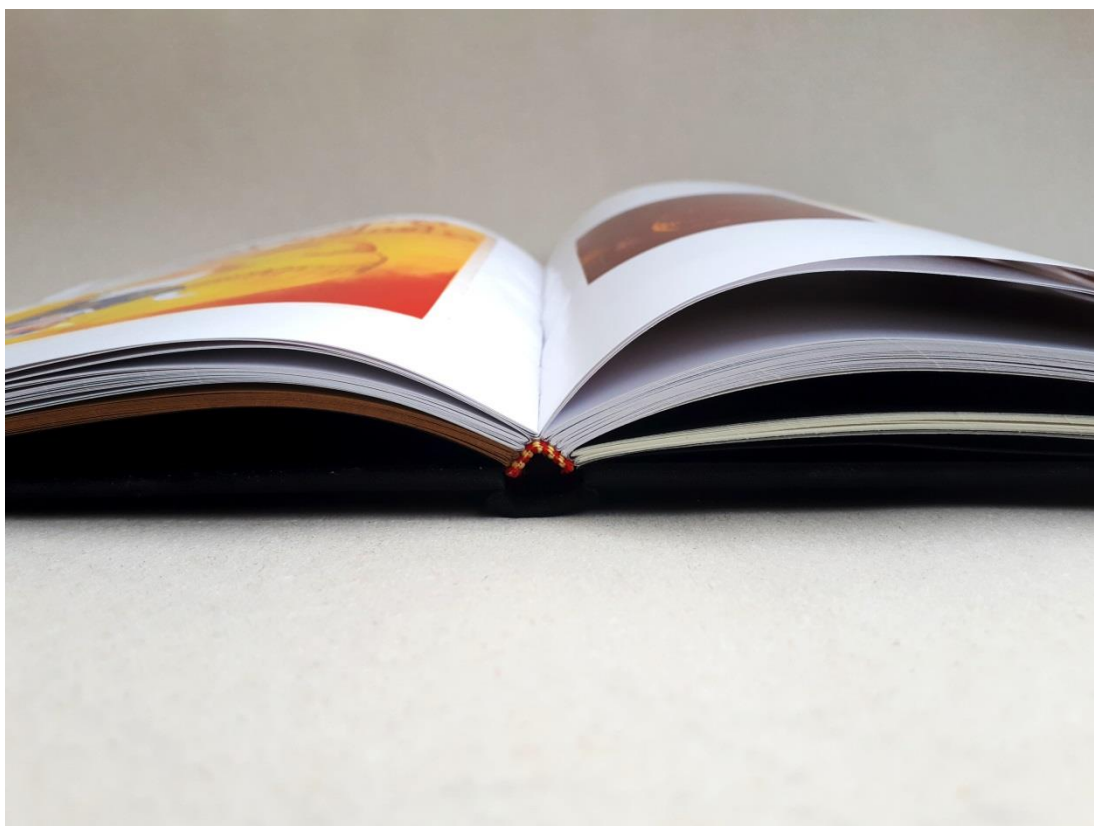


Figura 105 – Detalhe da abertura e da fita



Figura 110 – Vista superior da publicação
semiaberta



Figura 111 – Vista superior da publicação
semiaberta e detalhe da fita



Figura 112 – Páginas de entrada da publicação



Figura 113- Projeto em luz natural



Figura 114 – Dupla página de mostra de cartazes



Figura 115 – Dupla página com citação do autor e separata da 2.^a parte do projeto



Figura 116 – Relação do projeto com a mão



Figura 117 – Relação do projeto com a mão em dupla página

CONCLUSÃO

No decorrer de todo este processo a descoberta da obra de um autor que ninguém recordava e o desejo de a documentar, comunicar e homenagear do mesmo modo que outros autores como objetivo, foi a grande motivação transversal a todas as etapas percorridas. Para tal, o design editorial foi a solução para alcançar esse objetivo, através da construção de uma monografia intitulada *António Cruz Caldas: Cartazes Publicitários*.

Uma pesquisa transversal às áreas do cartaz e do design português revelou uma lacuna no que diz respeito ao estudo do autor em questão. A pouca informação sobre António Cruz Caldas foi um obstáculo para a investigação, observaram-se poucas informações publicadas em livros e *websites*. Encontrou-se apenas um catálogo resultado de uma exposição realizada para o centenário do seu nascimento em 1998. Estas informações motivaram o desenvolvimento do segundo capítulo desta investigação contendo uma breve história do cartaz publicitário, sendo este o tema abordado na obra gráfica do autor, tanto a nível internacional como nacional inserido nas balizas temporais de 1898–1975. Os cartazes publicitários portugueses transformaram-se ao longo das décadas sem, no entanto, se cingir a um estilo ou estética que se possa considerar identitária ou homogénea ao longo do século XX. Resultam, então, de uma mescla de influências internas e externas, que se manifestam numa vasta gama de estilos.

Após a recolha e análise das obras do autor e a fundamentação sobre o cartaz, cimentou-se uma base de informações sobre o artefacto que, coadjuvada pelos depoimentos obtidos através de entrevistas a um conjunto reconhecido de especialistas confirmaram a relevância do autor e do projeto prático desenvolvido.

O estudo comparativo entre os cartazes dos contemporâneos nacionais e internacionais do autor em estudo evidenciou várias influências de diversos movimentos e autores. Dessa análise conclui-se que António Cruz Caldas foi um autor que soube conviver com as demais influências, adaptando-se às mudanças sócio- culturais e estéticas ao longo do seu percurso.

Cruz Caldas, o artista gráfico, caricaturista e ilustrador vagamente conhecido, debruçado também na área publicitária quase sempre entendida como uma arte de segunda, ou *comercial art* como outros a intitulam, não se destacou do mesmo modo que o de outros artistas, com o estatuto belas-artes, se fez sobressair como por exemplo Almada Negreiros. Através da diversidade e pertinência das suas obras, muitas vezes associado a marcas de renome, é possível reconhecer a cultura visual da época pela acutilância da cultura envolvente, em simbiose com a sua linguagem pessoal, a dimensão, diversidade gráfica e todas as tipologias que realizou, iniciam consciência para a sua relevância enquanto artista individual.

Sem perpetuar a tradição das oficinas de litografia, Cruz Caldas pelo seu traço caracterizador opunha-se ao tradicional através do modernismo, para além dos seus traços tracionais, por ventura, fruto do gosto de quem encomendava, conseguia sempre impor uma singularidade particular, resultando num confronto de estilos possível de observar em diversos dos seus cartazes. Várias são as influências perceptíveis nas suas obras, predominantemente *Art Déco*, associado ao expoente deste movimento Cassandre, através da transmutação de cor dado pelo aerógrafo, forma, composição e tipografia.

Nas suas obras nota-se um certo ecletismo, uma entidade próxima ao ambiente de revista onde reinventa um certo modernismo, uma perspetiva e composição cubista, geometrização das formas, figura humana associado ao progresso futurista que resplandecesse saúde e se opõe a um “romantismo tuberculoso”. Comparável a Amarelhe, António Soares e Almada Negreiros pelo seu desenho como instrumento de produção por excelência, mas também a Bernardo Marques, Fred Kradolfer, pelo seu estilo compositor, a Chéret, Toulouse-Lautrec e Mucha pelos seus cartazes de carnaval que relembram o ambiente cabaret da *Belle-Époque*.

Cruz Caldas apresenta aspetos destacáveis nas suas obras para além do seu desenho e traço particular, uma variada e abrangente paleta cromática, abordagem de conceitos e um discurso visual que fogem ao *cliché*, uma narrativa descritiva da representação gráfica, simetria, movimento, um certo maneirismo dos ângulos entre outros. Características que fazem parte da identidade de um autor que por infelicidade foi caindo no esquecimento com o passar do tempo.

Para tal, serve este projeto para relembrar um nome que diz alguma coisa, ou um cartaz que trás lembranças efémeras, para que a partir de agora todos possam associar este autor às suas obras e admirar o seu contributo na área publicitária.

Verifica-se que o cartaz nacional foi influenciado pelo cartaz internacional. Porém, nem sempre foi possível identificar com rigor as influências entre autores nacionais dificultando a resposta à questão sobre quem terá influenciado quem. Dadas as limitações temporais e âmbito académico deste processo de investigação, não era objetivo inicial desta investigação efetuar uma análise exaustiva e profunda sobre o cartaz publicitário português. Este projeto de investigação procura, no entanto, ser um contributo para o conhecimento e divulgação dos cartazes publicitários de António Cruz Caldas, despoletando o seu reconhecimento e contribuindo para futuras investigações na área do cartaz publicitário.

Relativamente ao projeto editorial, após a fundamentação do conceito monográfico de diversos exemplares nacionais e referências apelativas que sustentaram as decisões para a construção do documento prático, fica a noção de que o formato se mostra um meio suficiente na mostra das obras deste autor equiparando aos outros exemplares monográficos, que optam também por formatos mais portáteis e acessíveis ao público. A escolha e diversidade dos materiais amplifica a experiência sensorial atribuindo um maior dinamismo quando comparado com monografias semelhantes.

Ao nível do conteúdo foram realizados todos os objetivos pretendidos e expostos nesta investigação, as três partes da publicação cumprem a função atribuída de um modo simples e eficaz.

Sendo assim, conclui-se que este autor foi relevante com uma vasta obra gráfica merecedora de futuras e detalhas investigações.

Em termos de perspetivas futuras são diversificadas as possibilidades que o presente projeto de investigação oferece, dentro da temática do cartaz, várias são as investigações já feitas em torno do mesmo, mas ainda existem várias lacunas a preencher, tal como a descoberta de mais autores ou cartazes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adams, M.(2008). Color Design Workbook: A Real World Guide to Using Color in Graphic Design. Rockport Publishers.

Afonso, A. (2015). 1899- 1975, *Efemérides / Acontecimentos Históricos Mundiais* Retirado de <http://knoww.net/historia/cronologia/1899-efemerides-acontecimentos-historicos-mundiais/>

Aires, E. (2013) *inside outside – Whitestudio* Retirado de <http://www.eduardoaires.com/editions/portfolio/inside-outside/>

Almeida, V. (2009) *O Design em Portugal, um Tempo e um Modo A institucionalização do Design Português entre 1959 e 1974* – Tese de Doutoramento em Design de Comunicação. Retirado de <https://repositorio.ul.pt>

Armstrong, H. (2009). Graphic design theory: readings from the field (1st ed). New York: Princeton Architectural Press.

Baptista, R. (1998) – Sobre alguns cartazes da ETP de Raul de Caldevilla, 1916 – 1923, Lisboa.

Barbosa, H. (2011) *Uma história do design do cartaz português do século XVII ao século XX*. Tese de Doutoramento em Design. Retirado de <https://ria.ua.pt>

Barnicoat, J. (1972) Posters a Consice History, Thames & Hudson world of art, London.

Bártolo, J. (2016) Colecção Designers Portugueses. Retirado de <https://esad.pt/pt/news/colecao-designers-portugueses>

Bastos, J. M., & Jornal Tornado. (2017). "O Palco e a Cidade" – cem anos de teatro no Porto. Retirado de: <https://www.jornaltornado.pt/palco-cidade-cem-anos-teatro-porto/>

Birsall, D. (2005) Notes on Book Design, New Haven & London: Yale University Press

Bissop, T. (2018) David Lynch- someone is in my house. Retirado de <https://www.behance.net/gallery/74458123/David-Lynch-Someone-is-in-my-house>

- Bosshard, R. (2000) *The Typographic Grid*, Zurich: Niggli.
- Branco, R. (2014) *O Porto encanta, Porto à Vista. Uma exposição de ilustrações e publicidade à moda antiga* Retirado de:
<https://www.oportoencanta.com/2014/07/porto-vista-uma-exposicao-de.html>
- Bridgewater, P. (1999). *Introdução ao Design gráfico*. Estampa.
- Scher, P., Brook, T., & Shaughnessy, A. (2018). *Paula Scher–Works*. Retirado de
<https://books.google.pt/books?id=5h4JuAEACAAJ>
- Cabral, M. (1995); *Sebastião Rodrigues Designer*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- Caldas, António Cruz. *1897-1975 GISA – PRODUTOR* (2009) Retirado de
<http://gisaweb.cm-porto.pt/creators/30548/>
- Cardoso, D. (2014) *Imagem e Propaganda em Portugal durante a Segunda Guerra Mundial*- Tese de Mestrado em História Moderna e Contemporânea. Retirado de
<https://repositorio.iscte-iul.pt>
- Carter, R., Meggs, P. B., Day, B., Maxa, S., & Sanders, M. (2014). *Typographic Design: Form and Communication*. Retirado de <https://books.google.pt/books?id=YHATBwAAQBAJ>
- Carvalho, L. (1992) *Recordando Thomaz de Mello, Exposição homenagem*, Estoril-Sol, S.A.
- Castro, L (1998) *António Cruz Caldas*. Câmara Municipal do Porto.
- Ceia, A. (2014) *José Brandão, Designer, Cultura e prática do design gráfico*. Fundação Calouste Gulbenkian.
- Coelho, N. (2013) *O design de embalagem em Portugal no Século XX. Do funcional ao simbólico: o estudo de caso da saboaria e perfumaria Confiança*. Tese de doutoramento. Retirado de <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/23803>
- Coutinho, A. (2015) *o cartaz é uma arma! Um estudo da produção cartazística do mrpp entre 1974 e 1976* _ Tese de Mestrado Retirado de
https://sigarra.up.pt/fbaup/pt/pub_geral.pub_view?pi_pub_base_id=37828

Christie's (2014) Collecting Guide: 19th and 20th century posters | Retirado de https://www.christies.com/features/Collecting_Posters-5054-1.aspx

Cruz Caldas in Artigos de apoio Infopédia, Porto: Porto Editora, 2003-2019. Retirado de: [https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\\$cruz-caldas](https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/$cruz-caldas)

DixonBaxi. (2018), DixonBaxi Monograph, Retirado de <https://dixonbaxi.com/work/dixonbaxi-monograph/>

Fonseca, I. (2017) – *Design Editorial: Produção da revista científica digital TPU - Território, Planeamento e Urbanismo*- Tese de Mestrado em Design de Comunicação na Universidade de Lisboa. Retirado de <https://www.repository.utl.pt>

Fiell, C. (2003). *Graphic Design for the 21st Century*. Ed. Taschen.

Fragoso, M. (2012). *Design gráfico em Portugal: Formas e expressões da cultura visual do século XX*. Ed. Livros Horizonte.

França, J. A. (1979). *O Modernismo na Arte Portuguesa*. Instituto de Cultura e Língua Portuguesa.

Gallery, P. (2019) *Original vintage posters from around the globe*. Retirado de <https://www.internationalposter.com/>

Gomez, B., & Vit, A. (2009). *Graphic design: a visual guide to the language, applications, and history of graphic design*. Beverly, Mass: Rockport Publishers.

Guercio, G. (2006). *Art as existence: The artist's monograph and its project*. Cambridge, Mass: MIT Press.

Guimarães, G. (2001) *Vinho de Adão, Uvas de Eva. A mulher na arte publicitária*, Vila nova de Gaia, Ramos Pinto.

Haslam, A. (2006) *Book Design*, London: Laurence King Publishing

Heitlinger, P. (1995) - *Sebastião Rodrigues coleção designers portugueses*, Edição Fundação Calouste Gulbenkian.

Heller, S., & Pettit, E. (2000). *Graphic Design Time Line: A Century of Design Milestones*.
Obtido de <https://books.google.pt/books?id=pBWfHUiFuawC>

Henriques, A. (2011) - *Fred Kradolfer : Designer Gráfico influenciador e influenciado em Portugal* – Tese de Mestrado em Design de Comunicação Retirado de
<https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/3657>

Hollis, R. (1998). *Graphic Design a Concise History*, Editions: Thames and Hudson,

Hurlburt, A. (1986). *Layout: o design da página impressa*. NBL Editora.

Ilk Design & Designer (2004) *Ilk Flottante*. Retirado de
<https://www.ilklottante.com/work/design-designer/>

Jury, D. (2004). *About Face*. RotoVision, Switzerland.

Leite, J. (2012) *ETP, Restos de Colecção: - Estúdio Técnico de Publicidade*. Retirado de
<http://restosdecolecção.blogspot.com/2012/07/etp-estudio-tecnico-de-publicidade.html>

Lobo, T. (2009)- *Ilustração em Portugal I*, IADE edições, Lisboa.

Lobo, T. (2001) *Cartazes Publicitários: Colecção da Empresa de Bolhão, Cartazes Publicitários 1910-1950*. Lisboa: Edições Inapa.

Lopes, M. (2018) *Ruas com História* Retirado de:
<https://ruascomhistoria.wordpress.com/2018/12/17/recordamos-hoje-o-caricaturista-ilustrador-e-publicitario-cruz-caldas-no-dia-em-que-passa-mais-um-aniversario-do-seu-nascimento/>

Lupton, E. (2004). *Thinking with type*. Princeton Architectural Press, New York.

Manaças, Victor (2005) - *Percursos Do Design Em Portugal* – Tese de Doutoramento em Design de Equipamento na FBUP.

Marques, A. H. de Oliveira (1975) – *300 anos do cartaz em Portugal*, Ed. Biblioteca Nacional de Lisboa.

- Marques, B., & Centro de Arte Moderna (1989). Bernardo Marques: Fundação Calouste Gulbenkian, Centro de Arte Moderna, Lisboa.
- Maza, R. (1998) *História de la Publicidad*. Espanha: Editorial Eresma & Celeste Ediciones.
- Mello, T. (1986), *Falando do Ofício*. Lisboa, Soclip Editora.
- Mendonça, R. (2007) – *O cartaz e a escola: um estudo centrado nos autores e no curso de design das Belas Artes do Porto. Tese de Doutoramento em Design de Comunicação*. Retirado de https://sigarra.up.pt/fbaup/pt/teses.tese?p_aluno_id=96860&p_processo=16681
- Moura, M. (2012). *O Design da História do Design - Arquitetura e Design*, Retirado de http://www.artecapital.net/arq_des-85-o-design-dahistoria-do-design
- Moura, M. (2010). *O Big Book: Uma Arqueologia do Autor no Design Gráfico*. Dissertação de Doutoramento. Retirado de https://sigarra.up.pt/fbaup/pt/teses.tese?p_aluno_id=96916&p_processo=16692
- Muller-Brockmann, J. (1992) *Sistemas de grelhas, um manual para desenhistas gráficos*, GG: Barcelona.
- Munsterberg, M. (2009). *The Biography—Writing About Art*. Retirado de <http://writingaboutart.org/pages/biography.html>
- Sousa, O. (2010) *As caricaturas da primeira República*, Edições Tinta da China,Lda.
- Pequito, I. (2017) – *Design Editorial aplicado a Revistas de Design Gráfico Português – Tese de Mestrado em Design de Comunicação* Retirado de <https://www.repository.utl.pt>
- Perdigão, C. de A. M. J. de A. (1998). Bernardo Marques, 1898-1998: obra gráfica, Centro de Arte Moderna José de Azeredo Perdigão, Lisboa, Centro de Arte Moderna José de Azeredo Perdigão.
- Pinharanda, J. (2006), *Equilíbrio e Indisciplina* [Catálogo da Exposição na Galeria Diário de Notícias], Lisboa, Diário de Notícias.

- Pinheiro, B. (2005) *Sempre Fixe [1926-1932]* Retirado de <http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/Periodicos/SempreFixe/SempreFixe.htm>
- Pinto, A. (1997) *Publicidade: Um Discurso de Sedução*. Porto: 7 Coleção Linguística, Porto Editora.
- Poster, a brief history of the. Retirado de <https://www.internationalposter.com/a-brief-history-of-the-poster/>
- Quintela, P. (2015) Bártolo, José, *Design Português*, 10.
- Raimes, J., & Bhaskaran, L. (2007). *Retro Graphics: A Visual Sourcebook to 100 Years of Graphic Design*. Chronicle Books.
- Ramos, I. (2014) *100 anos de design no cartaz de cinema português: 1912 – 2012*-Tese de Mestrado em Design Retirado de <https://ria.ua.pt>
- Roberts, L. Thrift, J. (2002) *The designer and the grid*, New York: Rotovision,
- Rocha, C. & Nogueira, M. M., (1997). *Design Gráfico: Panorâmica das Artes Gráficas II*. Plátano Edições Té
- Samara, T. (2005) *Publication Design Workbook: A Real-World Design Guide*. Rockport Publishers.
- Santos, M. (2006) – *O Grafismo dos Cartazes Político-partidários em Portugal 1969-1980* – Tese de Mestrado em Design Retirado de <https://www.repository.utl.pt>
- Santos, R. A. (2003), “O Design em Portugal no Século XX” in Fernando Pernes
- Pernes, F. (2002) *Século XX, Panorama da Cultura Portuguesa, Arte(s) e Letras II*, Volume 3, Porto, Edições Afrontamento Lda. e Fundação de Serralves
- Silva, A. (2017) *Privado/Público: Colecionadores de design gráfico português* – Tese de Mestrado em Design de Comunicação. Retirado de <https://www.repository.utl.pt>
- Silva, A. F. (2008) *os cartazes americanos dos anos 60: consumíveis*. Tese de mestrado em Design de Multimédia. Retirado de <https://ubibliorum.ubi.pt>

Silva, J. P. (2002) – *Design.Intro*- Tese de Mestrado em Educação Multimédia. Retirado de <https://repositorio-aberto.up.pt/>

Silva, J. (2012) Fred Kradolfer, design de comunicação, Ed. Empresa Nacional Casa da Moeda.

Silva, S. (2000); Sena da Silva, 60 anos de Ofício. Paços de Ferreira, C.M. de Paços de Ferreira.

Silva, V. (1999) BOTELHO: CENTENÁRIO DO NASCIMENTO, Ed. Lisboa. Câmara Municipal, Fundação Arpad Szenes.

Sottomayor, F. (2016) – *Eduardo Coquet, Preservação e Memória* - Dissertação De Mestrado em Design Gráfico e Projetos Editoriais Retirado de <https://repositorio-aberto.up.pt>

Sousa, S. R. L. (2017) - *Grafismo Publicitário Português 1904 – 1957*. Tese de Mestrado em Design, Núcleo de Especialização, Comunicação na Escola Superior de Artes e Design. Retirado de <https://comum.rcaap.pt>

Sturken, M., & Cartwright, L. (2009). Practices of looking: an introduction to visual culture (2nd ed). New York: Oxford University Press.

Tschichold, J. (1991) The Form of the Book, Washington: Hartley & Marks,

Vieira, J. (2006). Homenagem dos artistas portugueses a Almada Negreiros. Ed. Bertrand.

Vieira, J. (2010) Almada Negreiros fotobiografias século XX. Ed. Temas e Debates.

Vieira, J. (1998), Portugal Século. XX, Crónica em Imagens- 3º Vol. Lisboa, Círculo de Leitores.

Vieira, J. (1999) - Portugal Século XX: Crónica em Imagens: 1910-1920. Lisboa: Círculo de Leitores.

Viva (2017), *O grande porto “As marcas que ficam: a publicidade em Cruz Caldas”* retirado de: <https://www.viva-porto.pt/Geral/casa-do-infante-inaugura-as-marcas-que-ficam-a-publicidade-em-cruz-caldas.html>

Weill, A. (2004). Discoveries: Graphic Design: A History. Retirado de <https://books.google.pt/books?id=ggx0QgAACAAJ>

Wilson, A. (1993) The Design of Books, San Francisco: Chronicle Books.

XX, Século - *a construção de uma nova sociedade* Retirado de <https://www.pcp.pt/partido/programa/70.html>

Zapatero, Y. (2007) Editorial Design, London: Laurence King Publishing,