

**M**

**MESTRADO**

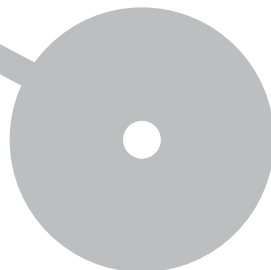
MESTRADO EM DESIGN  
ESPECIALIZAÇÃO EM DESIGN GRÁFICO

# Estágio no Studio Eduardo Aires

## Prática e método no processo autoral em design

Bárbara Pinto Santiago Di Bernardo

[09/2025]



Politécnico do Porto  
Escola Superior de Media Artes e Design

Bárbara Pinto Santiago Di Bernardo

**Estágio no Studio Eduardo Aires: Prática e método no processo autoral em design**

Relatório de Estágio

**Mestrado em Design – Especialização em Design Gráfico**

Orientação: Prof. Doutor José Pedro Serapicos de Borda Cardoso

Vila do Conde, setembro de 2025

Bárbara Pinto Santiago Di Bernardo

**Estágio no Studio Eduardo Aires: Prática e método no processo autoral em design**

Relatório de Estágio

Mestrado em Design – Especialização em Design Gráfico

**Membros do Júri**

Presidente

Prof.<sup>a</sup> Doutora Marta Sofia Bento Pires Fernandes

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

Vogal - Orientador

Prof. Doutor José Pedro Serapicos de Borda Cardoso

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

Vogal - Arguente

Prof. Doutor Nuno Duarte Martins

Escola Superior de Design – Instituto Politécnico do Cávado e do Ave

Vila do Conde, setembro de 2025

## AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, Professor Doutor José Pedro Serapicos, pelo acompanhamento atento, pela constante disponibilidade e, sobretudo, pelo incentivo ao longo do meu percurso.

Ao Studio Eduardo Aires, pela forma generosa como me acolheram, pela atenção ao meu trabalho, pela oportunidade e pela confiança depositada em mim durante todo o estágio.

À minha família e namorado, por estarem sempre presentes e por me terem acompanhado em cada etapa deste caminho.

## RESUMO ANALÍTICO

Este relatório documenta e reflete criticamente sobre o estágio curricular realizado no Studio Eduardo Aires (SEA), no âmbito do Mestrado em Design Gráfico da ESMAD. A experiência teve como duplo propósito: consolidar competências técnicas e teóricas num contexto de prática profissional, e aprofundar uma reflexão sobre a temática da autoria em design. A escolha do SEA decorreu do interesse em observar e experienciar, num ambiente colaborativo e exigente, como se articulam decisões criativas e responsabilidades ao longo da prática projetual.

A vivência permitiu compreender a importância de uma postura metodológica crítica e adaptativa, mais do que de um estilo autoral formalmente reconhecível. Com base na análise de projetos concretos, o relatório explora as dinâmicas de coautoria, negociação e contributo partilhado que caracterizam a prática contemporânea.

Este estágio reforçou a compreensão do design enquanto disciplina permeável e em constante transformação, onde o autor se manifesta tanto nos gestos visíveis quanto nos processos menos evidentes, confirmando a complexidade e riqueza do fazer autoral na atualidade.

Palavras-chave: Studio Eduardo Aires; Design Gráfico; Autoria; Autoria Partilhada; Metodologia de Projeto; Processo Criativo.

## ABSTRACT

This report documents and critically reflects on the curricular internship undertaken at Studio Eduardo Aires (SEA) as part of the Master's in Graphic Design at ESMAD. The experience had a dual purpose: to consolidate technical and theoretical skills within a professional practice context, and to deepen the understanding of authorship in design. SEA was chosen due to the interest in observing and experiencing, within a collaborative and demanding environment, how creative decisions and responsibilities are articulated throughout the design process.

The practical experience fostered an understanding of the importance of a critical and adaptive methodological approach, rather than a formally recognizable authorial style. Based on the analysis of concrete projects, the report explores the dynamics of co-authorship, negotiation, and shared contribution that characterize contemporary design practice.

This internship reinforced the understanding of design as a permeable and constantly evolving discipline, where authorship manifests in both visible gestures and less evident processes, confirming the complexity and richness of contemporary authorial practice.

Keywords: Studio Eduardo Aires; Graphic Design; Authorship; Shared Authorship; Project Methodology; Creative Process.

## ÍNDICE

1	Introdução	12
2	Enquadramento	14
2.1	Perspetivas Sobre Autoria	15
2.2	Designer Como Autor	18
2.3	Autoria Partilhada	28
3	Studio Eduardo Aires	32
3.1	Entidade Acolhedora	33
3.2	O Espaço	35
3.3	Processos e Metodologias SEA	38
3.4	Cronograma	40
4	Prática Projetual	41
4.1	Esporão	42
4.1.1	Herdade do Esporão	44
	Azeites – Caixas de Transporte	45
	Azeites – Tubos	51
	Vinho Defesa	56
4.1.2	Quinta dos Murças	61
	Vinho Assobio	62
4.2	Livraria Lello	70
4.3	Candeeiro Bouro	75
4.4	Bolhão	81
4.5	Águas do Douro e Paiva	88
4.6	Arquivo	96
5	CONCLUSÃO	98
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	100

## Lista de ilustrações

Figura 1. Logótipo Studio Eduardo Aires	33
Figura 2. SEA – Sala Futura	35
Figura 3. SEA – Sala de Trabalho	36
Figura 4. SEA – Jardim	37
Figura 5. Prática Projetual – Cronograma	40
Figura 6. Esporão – Mapa das Regiões Vitivinícolas	43
Figura 7. Esporão – Torre Herdade do Esporão	44
Figura 8. Herdade do Esporão – Azeites   Nova identidade	45
Figura 9. Herdade do Esporão – Azeites   Caixa antiga	46
Figura 10. Herdade do Esporão – Azeites – Rótulo atual	46
Figura 11. Herdade do Esporão – Azeites – Caixas de Transporte   Testes	47
Figura 12. Herdade do Esporão – Azeites – Caixas de Transporte   Proposta final	48
Figura 13. Herdade do Esporão – Azeites – Caixas de Transporte   Testes de variações cromáticas	49
Figura 14. Herdade do Esporão – Azeites – Caixas de Transporte   Proposta enviadas ao cliente	49
Figura 15. Herdade do Esporão – Azeites – Tubos   <i>Layout</i> da versão anterior	51
Figura 16. Herdade do Esporão – Azeites - Tubos   Esboços e apontamentos manuais do processo	52
Figura 17. Herdade do Esporão – Azeites - Tubos   Testes de impressão	52
Figura 18. Herdade do Esporão – Azeites - Tubos   <i>Mockups</i> do processo de evolução	53
Figura 19. Herdade do Esporão – Azeites - Tubos   Preparação da Arte Final	54
Figura 20. Herdade do Esporão – Azeites - Tubos   Arte Final	55
Figura 21. Herdade do Esporão – Defesa   Propostas enviadas (Opção A- Esquerda, Opção B - Direita)	56
Figura 22. Herdade do Esporão – Defesa   Estudos de <i>layout</i>	57
Figura 23. Herdade do Esporão – Defesa   Exemplo de testes de <i>layout</i>	58
Figura 24. Herdade do Esporão – Defesa   Processo de trabalho em Photoshop	58
Figura 25. Herdade do Esporão – Defesa   <i>Mockups</i> para o Mercado Português	59
Figura 26. Herdade do Esporão – Defesa   <i>Mockups</i> para o Mercado Brasileiro	60

Figura 27. Esporão – Quinta dos Murças	61
Figura 28. Quinta dos Murças – Assobio   Redesign (2023) Garrafa 750ml	62
Figura 29. Quinta dos Murças – Assobio   Testes de rótulo (rótulo antigos versus rótulo novo)	63
Figura 30. Quinta dos Murças – Assobio   Testes de contrarótulo para grandes formatos (3L e 5L)	63
Figura 31. Quinta dos Murças – Assobio   Testes de rótulos para grandes formatos (3L e 5L)	64
Figura 32. Quinta dos Murças – Assobio   Testes de impressão de Pack para grandes formatos (3L e 5L)	65
Figura 33. Quinta dos Murças – Assobio   <i>Layout</i> Pack garrafa de 3L	66
Figura 34. Quinta dos Murças – Assobio   <i>Layout</i> Pack garrafa de 5L	66
Figura 35. Quinta dos Murças – Assobio   Referências Caixa Tripack	67
Figura 36. Quinta dos Murças – Assobio   <i>Layout</i> Tripack Madeira	67
Figura 37. Quinta dos Murças – Assobio   <i>Mockups</i> Tripack Madeira	68
Figura 38. Livraria Lello – Pop Collection	70
Figura 39. Livraria Lello – Pop Collection   Exemplos de imagens geradas com IA	71
Figura 40. Livraria Lello – Campanha Pop Collection   <i>Mockup</i>	72
Figura 41. Livraria Lello – Campanha Pop Collection   <i>Mockup</i>	72
Figura 42. Livraria Lello – Expansão   Referências	73
Figura 43. Livraria Lello – Expansão   Exemplo de referências visuais (Tate e Maus Hábitos)	74
Figura 44. Candeeiro Bouro	75
Figura 45. Candeeiro Bouro – Caixa   Referências Visuais	76
Figura 46. Candeeiro Bouro – Caixa   Desenhos	77
Figura 47. Candeeiro Bouro – Caixa   Testes de maquetização	78
Figura 48. Candeeiro Bouro – Caixa   <i>Mockup</i> 1	79
Figura 49. Candeeiro Bouro – Caixa   <i>Mockup</i> 2	79
Figura 50. Mercado do Bolhao – Nova Identidade Visual	81
Figura 51. Mercado do Bolhao – Editorial   Tratamento de Referências Bibliográficas	82
Figura 52. Mercado do Bolhao – Editorial   Teste Tabela	83
Figura 53. Mercado do Bolhao – Editorial   Teste Tabela + Texto	84

Figura 54. Mercado do Bolhao – Editorial   Teste Tabela + Tabela	84
Figura 55. Mercado do Bolhao – Editorial   Índice Antigo	85
Figura 56. Mercado do Bolhao – Editorial   Teste Índice 1	85
Figura 57. Mercado do Bolhao – Editorial   Teste Índice 2	86
Figura 58. Mercado do Bolhao – Editorial   Índice Aprovado	86
Figura 59. Mercado do Bolhao – Editorial   Teste de Impressão índice Aprovado	87
Figura 60. AdDP – Mapa	88
Figura 61. AdDP – Editorial 30 anos   Teste Texto com Grelha	89
Figura 62. AdDP – Editorial 30 anos   Teste Texto + Imagem 1	90
Figura 63. AdDP – Editorial 30 anos   Teste Texto + Imagem 2	90
Figura 64. AdDP – Editorial 30 anos   Teste Texto + Texto 1	91
Figura 65. AdDP – Editorial 30 anos   Teste Texto + Texto 2	91
Figura 66. AdDP – Editorial 30 anos   Testes para Capa	92
Figura 67. AdDP – Editorial 30 anos   Testes de Capa	93
Figura 68. AdDP – Editorial 30 anos   StoryBoard	94
Figura 69. Arquivo SEA	96
Figura 70. Arquivo SEA	97

## Glossário

**Branding** - Conjunto de estratégias e elementos que definem e constroem a identidade de uma marca.

**Briefing** - Documento ou reunião que resume as informações essenciais sobre um projeto.

**Copywriter** - Profissional responsável pela criação de textos persuasivos para fins de publicidade, marketing e outros materiais de comunicação.

**Feedback** - Comentários ou opiniões (positivas ou negativas) dados como resposta a um trabalho, proposta ou desempenho, com o objetivo de melhorar ou ajustar o resultado final.

**Mockup** - Representação visual realista de como um produto ou design final será apresentado.

**Stakeholders** - Indivíduos, grupos ou organizações que têm interesse direto ou indireto num determinado projeto, podendo influenciar ou ser impactados pelas respectivas decisões, processos e resultados.

**Spot Colors** - Cores específicas e pré-misturadas utilizadas na impressão (fora do sistema CMYK), garantindo fidelidade e consistência em tons especiais.

**Storyboard** - Série de ilustrações ou imagens organizadas em sequência para representar visualmente uma história, cena ou conceito, normalmente usada no planeamento de vídeos, anúncios ou animações.

**Swatches** - Amostras de cores ou materiais utilizadas para apresentar e testar as opções de design. No design gráfico, refere-se a paletas de cores disponíveis num programa ou documento.

**Terroir** - Conjunto de fatores naturais e humanos de uma região – como o solo, o clima e as práticas locais – que influenciam as características de um produto agrícola, especialmente o vinho.

# 1 INTRODUÇÃO

O presente relatório foi desenvolvido no âmbito da Unidade Curricular de Projeto/Estágio/Dissertação do Mestrado em Design da Escola Superior de Media Artes e Design (ESMAD). O mesmo tem como finalidade documentar, analisar e refletir criticamente sobre a experiência de estágio realizado no Studio Eduardo Aires (SEA), localizado no Porto.

A decisão de realizar o estágio num estúdio de design gráfico surgiu da vontade de consolidar os conhecimentos técnicos e teóricos adquiridos ao longo da formação, através de uma vivência prática que proporcionasse o contacto direto com os processos, metodologias e desafios inerentes à prática profissional. A oportunidade de colaborar com uma equipa experiente, envolvida em projetos reais com grande visibilidade e relevância, revelou-se fundamental para compreender a complexidade do exercício do design enquanto atividade coletiva e contextual.

Simultaneamente, a escolha do SEA como entidade de acolhimento foi motivada pelo interesse em aprofundar a investigação que tenho vindo a desenvolver em torno da questão da autoria no design gráfico. Num ambiente colaborativo e exigente como o do estúdio, torna-se possível observar, em situação concreta, de que forma se distribuem as decisões criativas, como se definem responsabilidades e onde se situam os contributos autorais ao longo do processo. Esta experiência permite, assim, confrontar a reflexão teórica com a prática diária, explorando as múltiplas formas de autoria que emergem nos diferentes momentos do projeto.

O estágio assume, por isso, um duplo propósito: por um lado, o de expandir e aplicar competências técnicas e criativas num contexto real; por outro, o de desenvolver uma perspetiva crítica sobre os modos de fazer em design, com especial atenção às dinâmicas de coautoria, colaboração e negociação que caracterizam a prática contemporânea.

Este relatório encontra-se estruturado de forma a acompanhar essa trajetória. Após esta introdução, segue-se um enquadramento teórico que contextualiza o debate em torno da autoria no design gráfico, estabelecendo as bases conceptuais da investigação. A terceira secção é dedicada à apresentação do Studio, descrevendo a sua metodologia de trabalho, organização e o cronograma do estágio. Na quarta parte, é feita

uma exposição dos projetos desenvolvidos durante o estágio, acompanhada de reflexões, questionamentos e aprendizagens que surgiram ao longo do processo. Finalmente, a conclusão sintetiza os principais contributos da experiência para o desenvolvimento da minha prática enquanto designer, com especial enfoque na problemática da autoria.

## 2 ENQUADRAMENTO

A presente secção tem como objetivo enquadrar a problemática da autoria, explorando a sua relevância no contexto do design gráfico contemporâneo. Longe de se tratar de uma questão resolvida ou estática, a autoria continua a ser alvo de reflexão por parte de diversos pensadores e autores, sendo reconfigurada à luz das transformações sociais, técnicas e culturais que atravessam a prática da disciplina.

A abordagem proposta organiza-se em três momentos distintos, embora interligados. Num primeiro momento, será explorado o conceito de autoria enquanto construção teórica, a partir dos contributos de autores como Roland Barthes e Michel Foucault, que desconstruíram a figura tradicional do autor como génio criador individual, propondo uma visão mais descentralizada e interpretativa da produção de sentido. De seguida, esse enquadramento será aplicado ao campo do design gráfico, analisando-se como a noção de autoria foi sendo integrada no discurso da disciplina. Serão discutidos textos e exemplos que evidenciam tanto a valorização da autoria individual como as tensões inerentes a essa perspetiva num campo marcado por práticas colaborativas e condicionantes técnicas. Por fim, será abordada a ideia de autoria partilhada, característica da prática contemporânea, em que os projetos resultam da articulação entre múltiplos intervenientes.

Este percurso teórico não visa apresentar uma conclusão definitiva, mas antes contribuir para uma leitura mais atenta e informada do modo como o tema da autoria atravessa a prática do design e se manifesta, de forma concreta, em contextos colaborativos como aquele que experienciei durante o estágio no Studio Eduardo Aires. Assim, o enquadramento aqui desenvolvido procura fornecer ferramentas críticas para pensar a prática projetual à luz das questões da autoria, reconhecendo a complexidade e atualidade desta discussão no seio da disciplina.

## 2.1 Perspetivas Sobre Autoria

Roland Barthes, no seu ensaio seminal *The Death of the Author* (1968), propõe uma rutura radical com a noção tradicional de autoria, que concebe o autor como figura central na interpretação de uma obra literária. Para Barthes, esta perspetiva limita a pluralidade de significados de um texto, uma vez que subordina a sua interpretação às intenções e à biografia do autor. Barthes argumenta que a escrita é uma prática simbólica que transcende o criador, priorizando a linguagem e os múltiplos sentidos que emergem da interação entre o texto e o leitor.

“As soon as a fact is narrated no longer with a view to acting directly on reality but intransitively, that is to say, finally outside of any function other than that of the very practice of the symbol itself, this disconnection occurs, the voice loses its origin, the author enters into his own death, writing begins.” (Barthes, 1968, p. 142)

Na sua perspetiva, quando um facto é narrado sem a intenção de intervir diretamente na realidade, estabelece-se uma rutura que emancipa o texto da sua origem autoral. Esta desconexão simboliza o que Barthes denomina A Morte do Autor, ou seja, a separação entre o texto e a figura do autor enquanto fonte única de sentido. A partir deste momento, a escrita adquire autonomia, deixando de ser um reflexo das intenções do autor para se tornar um espaço onde diferentes vozes, referências e discursos se cruzam. Esta multiplicidade torna o texto aberto a diversas interpretações, colocando o leitor no centro do processo de construção de significado. Para o teórico, esta descentralização do autor permite que o texto funcione como um espaço de liberdade interpretativa, desafiando a ideia de que o significado está contido nas intenções de quem escreve.

Nesta análise, Barthes encontra em Stéphane Mallarmé, um dos maiores poetas simbolistas<sup>1</sup> franceses, um precursor desta visão. Mallarmé defendia que a essência da poesia não residia no autor, mas na própria linguagem, e via a escrita como um processo

---

<sup>1</sup> Stéphane Mallarmé (1842-1898), um dos principais poetas do Simbolismo, propôs uma nova abordagem para a poesia, afastando-se da clareza objetiva. O autor via a poesia como uma forma de expressão indireta, usando símbolos complexos para evocar sensações e significados que só poderiam ser compreendidos por um leitor atento, que interpretasse os sentidos ocultos. Mallarmé acreditava que a poesia deveria transcender a experiência sensorial imediata, criando um espaço intelectual onde o significado surgisse através da interpretação simbólica. (Mambrol, 2020)

que subordinava o autor às palavras. Para Barthes, esta visão é essencial, pois ilustra a ideia de que "é a linguagem que fala, e não o autor". Mallarmé, através de uma depuração radical da linguagem na sua poesia, procurava transcender o autor, retirando o "eu" criador do centro da obra. Este processo abria espaço para que as palavras interagissem de forma autónoma, permitindo que o significado emergisse de maneira independente. Tanto Mallarmé como Barthes rejeitam, assim, a conceção tradicional de autoria como a fonte única e definitiva do significado de uma obra.

A Morte Do Autor, enquanto conceito proposto por Barthes, teve um impacto profundo nos estudos literários e culturais, redefinindo a relação entre autor, texto e leitor. A abordagem implica que os textos devem ser lidos sem a tentativa de identificar intenções ou uma "verdade" autoral, abrindo caminho para teorias subsequentes como a Desconstrução de Jacques Derrida<sup>2</sup> e a Intertextualidade de Julia Kristeva<sup>3</sup>. Em última instância, Barthes redefine a autoria como um elemento secundário no processo de produção textual, propondo que A Morte do Autor marca simultaneamente o nascimento de uma leitura mais aberta, democrática e pluralista, onde o texto deixa de pertencer ao autor e passa a pertencer a todos os seus leitores.

O ensaio *What Is an Author?* (1969), de Michel Foucault, frequentemente interpretado como uma resposta ao influente texto de Roland Barthes, foi inicialmente apresentado como uma palestra na *Société Française de Philosophie*. Neste trabalho, o autor revisita as concepções convencionais da autoria, propondo uma análise que questiona a sua centralidade no discurso.

---

<sup>2</sup> Jacques Derrida (1930–2004) nasceu num subúrbio da Argélia (então parte da França), numa família sefardita judia. Após a Segunda Guerra Mundial, iniciou os seus estudos em filosofia, ingressando na *École Normale Supérieure* em 1952. Derrida destacou-se nos anos 1960 ao desenvolver a Desconstrução, uma abordagem crítica que analisa os textos, mostrando como estes frequentemente contêm tensões internas e múltiplos sentidos que desafiam interpretações unívocas ou hierárquicas. A desconstrução não destrói o texto, mas revela as instabilidades presentes na sua estrutura, questionando pressupostos e revelando como significados emergem e se transformam a partir do contexto e da linguagem. (Lawlor, 2006)

<sup>3</sup> Julia Kristeva (1941-), pensadora búlgara que se estabeleceu em França, introduziu o conceito de Intertextualidade, que explora as interligações entre um texto e outros, assim como a sua relação com o contexto em que é produzido. Kristeva defende que os textos não são entidades isoladas ou autossuficientes, mas sim construções resultantes de um diálogo contínuo com outros textos e com os contextos sociais e culturais. Para Kristeva, o autor não cria de forma independente, mas reorganiza e transforma discursos já existentes, de modo que o texto se torna um espaço em que diversas vozes se cruzam, interagem e refletem as dinâmicas culturais e históricas. (Raj, 2015)

Foucault propõe que o autor não é uma figura fixa ou universal, mas uma função discursiva, isto é, um mecanismo que organiza, regula e delimita a produção e circulação de discursos. Em vez de tratar o autor como o criador original de um texto, Foucault questiona as condições históricas, culturais e institucionais que sustentam essa figura.

A “função-autor”, conceito central no texto, descreve o autor como uma construção social que varia historicamente e não é necessária em todos os tipos de discurso. Um exemplo claro pode ser observado ao compararmos a literatura e a ciência em diferentes períodos históricos, como a Idade Média e a modernidade, e como o contexto de cada um influenciou o entendimento sobre a autoria. Na Idade Média, por exemplo, a literatura circulava muitas vezes de forma anónima, enquanto na ciência, a identificação do autor era fundamental para conferir legitimidade ao discurso. Com o surgimento da modernidade e a introdução das leis de direitos de autor, a função-autor na literatura assume um papel central. Já na ciência, a autoria individual tende a desaparecer, com o foco a deslocar-se para o método e a contribuição para o conhecimento coletivo.

Foucault também distingue entre autores que produzem obras específicas e os “iniciadores de práticas discursivas”, como Marx<sup>4</sup> e Freud<sup>5</sup>, que não só criaram textos, mas fundaram campos inteiros de discurso (Marxismo, Psicanálise). Estes autores estabeleceram regras e possibilidades para futuros desenvolvimentos discursivos, criando um impacto mais profundo do que o de autores literários convencionais.

Assim, a função-autor revela-se não como uma essência fixa, mas como uma construção cultural e histórica que reflete as relações de poder e as práticas discursivas de uma sociedade. Desta forma, o autor não é “eliminado”, mas situado como parte de uma rede mais ampla de significados e sistemas de controlo discursivo.

---

<sup>4</sup> Karl Marx (1818-1883) foi um filósofo e economista alemão, criador do Marxismo, uma teoria que analisa a sociedade através das relações económicas e da luta de classes. Marx defendia que a estrutura económica de uma sociedade influencia diretamente a sua organização social e política, e que o conflito entre as classes sociais seria a força motriz das mudanças sociais. O Marxismo enfatiza a transformação social e política através da ação revolucionária e a construção de uma sociedade mais justa e igualitária. (Kolley, 2024)

<sup>5</sup> Sigmund Freud (1856-1939) foi um médico e neurologista austríaco, fundador da psicanálise, um método terapêutico baseado na livre associação e na análise da vida psíquica. A sua teoria revolucionou a compreensão do funcionamento da mente humana, destacando a importância dos processos inconscientes na formação do comportamento e dos sintomas psicológicos. As suas ideias transformaram a compreensão da mente humana e exerceram um impacto significativo em várias áreas, desde a psicologia à literatura e às artes. (Burton, 2015)

## 2.2 Designer Como Autor

O conceito de "designer como autor" adquiriu maior relevância no design gráfico pós-moderno, particularmente a partir da década de 1990. Nesta fase, a prática do design passou a ser reconhecida não apenas como uma execução das intenções do cliente, mas também como uma forma de expressão pessoal do próprio designer.

Rick Poynor, na sua obra *No More Rules: Graphic Design and Postmodernism* (2003), analisa a evolução do conceito de autoria no design gráfico, influenciado pelas ideias de Roland Barthes. Como mencionado anteriormente, Barthes propôs que, ao se desvincular a autoria da obra, a interpretação do texto seria descentralizada, permitindo múltiplas leituras e conferindo ao leitor ou espectador o papel de criador do significado. Embora a "morte do autor" tenha sido um conceito controverso e radical, Poynor observa que, na prática, a figura do autor – ou, no caso do design gráfico, do designer – tornou-se progressivamente mais proeminente.

Efetivamente, o autor verifica que, nos anos 1980 e 1990, designers como Tibor Kalman<sup>6</sup>, David Carson<sup>7</sup> e Neville Brody<sup>8</sup> não só desafiaram as expectativas tradicionais, como também se destacaram, ganhando reconhecimento internacional pela sua criatividade e impacto na cultura visual. A emergência do "designer como autor" refletiu uma transformação significativa na profissão, onde a personalidade e a visão dos designers passaram a ser tão valorizadas quanto as suas criações. (Poynor, 2003)

Na sua obra, Poynor destaca o designer Bruce Mau como um exemplo emblemático dessa transformação. De facto, para Mau, a autoria no design só se concretiza através de uma relação profunda com o conteúdo, o que exige o envolvimento

---

<sup>6</sup> Tibor Kalman (1949-1999) foi um designer gráfico e ativista social. Fundador do estúdio M&Co, em 1979, Kalman integrou a responsabilidade social na sua prática, desafiando as convenções do design gráfico pós-moderno. O seu trabalho destacou-se pela fusão entre estética e ética, especialmente na criação da revista *Colors*, que se tornou uma plataforma para discutir questões sociais através do design. (The One Club For Creativity, 2004)

<sup>7</sup> David Carson (1955-) é um designer gráfico autodidata, conhecido por desafiar as convenções do design editorial com uma abordagem diferenciada e livre de restrições rígidas. A sua atitude irreverente é evidente em projetos como a direção de arte da revista *Ray Gun* e o trabalho para *Transworld Skateboarding*. Carson também se destacou noutras vertentes do design, como *branding*, *packaging* e pranchas de *surf*, mantendo-se uma referência relevante no design gráfico contemporâneo. (Gosling, 2019)

<sup>8</sup> Neville Brody (1957-) é um designer gráfico e tipógrafo britânico, amplamente reconhecido pelas suas capas de discos na cena musical independente dos anos 1980 e pelo trabalho como diretor de arte da Fetish Records e da revista *The Face*. Em 1990, cofundou a biblioteca de fontes FontFont, consolidando-se como uma figura central na tipografia digital e nas inovações do design gráfico contemporâneo. (Hue And Eye, 2024)

do designer desde as etapas iniciais do projeto. Assim, segundo esta perspectiva, o designer não deveria limitar-se ao papel de executor, mas atuar como um colaborador no desenvolvimento da mensagem.

Bruce Mau assumiu a figura do designer como autor independente, intervindo de forma ativa e decisiva na concepção e desenvolvimento dos seus projetos. A sua colaboração com o arquiteto Rem Koolhaas na obra monumental S,M,L,XL<sup>9</sup> é particularmente reveladora dessa abordagem. Longe de se limitar à função de apresentação ou organização visual, o design gráfico aqui constitui parte essencial da argumentação e da experiência de leitura. Mau participou desde os estágios iniciais do projeto editorial, contribuindo para uma estrutura narrativa fragmentada e densa, onde texto, imagem e grafismo operam em conjunto na construção de significado. Nesta perspectiva, o design deixa de ser um suporte visual para tornar-se um elemento coautor do discurso. (Poynor, 2003)

Simultaneamente, Poynor menciona outros designers que participaram ativamente na redefinição do papel do designer. Kalman, com o seu trabalho na revista *Colors*, e Carson, com o estilo visual disruptivo em *Ray Gun*, trouxeram a ideia de que o designer poderia ser uma figura autoral, não só transmitindo uma mensagem, mas questionando e modelando o conteúdo. Ellen Lupton e J. Abbott Miller fundiram design e a escrita<sup>10</sup>, criando um modelo no qual o designer também se torna um "autor gráfico", um conceito que foi aprofundado em publicações como *Design Writing Research: Writing on Graphic Design*.

Rick Poynor (2003) analisa o anseio dos designers em se afirmarem como autores, argumentando que essa ambição está, em grande parte, ligada ao desejo de

---

<sup>9</sup> S, M, L, XL apresenta o trabalho de Rem Koolhaas e do seu estúdio, o Office for Metropolitan Architecture (OMA), explorando a prática arquitetônica através de uma estrutura fragmentada que combina gráficos, ensaios, desenhos e outros elementos visuais e textuais. O livro adota uma abordagem temporal inspirada no cinema, prolongando imagens para revelar detalhes normalmente despercebidos, além de incluir ideias inacabadas e resultados ambíguos. Mais do que uma obra convencional, insere-se num fluxo cultural urbano que acolhe tanto invenção e colaboração quanto banalidade e excesso, refletindo a complexidade e a imprevisibilidade do ambiente urbano contemporâneo. (Mau, 2000)

<sup>10</sup> Ellen Lupton (1963-) e J. Abbott Miller (1963-) são designers, escritores e curadores que exploraram a interseção entre design gráfico e teoria crítica. Em 1989, Miller fundou o estúdio Design/Writing/Research em Manhattan, um espaço multidisciplinar onde desenvolveram projetos editoriais e expositivos que uniam forma e conteúdo. A abordagem teórica e prática do estúdio culminou na publicação de *Design Writing Research: Writing on Graphic Design* (1996), uma coletânea de ensaios que consolidou a sua influência no campo do design gráfico e na discussão sobre o designer enquanto autor. (Poynor, 2003)

elevar o seu status profissional e intelectual. Contudo, ressalta que, comumente, o controlo sobre o conteúdo textual permanece fora do alcance dos profissionais da área, o que torna a reivindicação de autoria limitada e muitas vezes superficial, sendo questionada a legitimidade da mesma.

“Designers as authors realize that despite some influence emanating from the domain of visual image and typographic form, a truly powerful weapon is to control the words themselves, and therefore more of the message.” (McCarthy, citado em Poynor, 2003)

Ainda na análise do conceito de autoria, o mesmo autor examina como algumas equipas criativas, nomeadamente a Tomato<sup>11</sup> e a Fuel<sup>12</sup>, adotam uma abordagem comum, priorizando a identidade coletiva em detrimento das contribuições individuais. Nos projetos desses coletivos, a autoria é compartilhada de forma a consolidar a imagem do grupo e a valorizar o esforço colaborativo. (Poynor, 2003)

Na série *Abstract* da Netflix, Paula Scher reforça a sua visão sobre o design como um esforço colaborativo, afirmando: “Ideas can be triggered by working with my team. I see more than I would if I was just doing it all by myself.”. Scher sublinha a importância de se afastar da ideia tradicional de autoria isolada, destacando como a troca constante de ideias e a interação com outros profissionais alargam o horizonte criativo do designer. Este modelo reflete uma conceção contemporânea do processo criativo, em que a primazia do coletivo se sobrepõe à individualidade.

No fecho do seu capítulo sobre autoria, Poynor reflete que, apesar da dimensão ainda incipiente da autoria no design como ramificação da disciplina, o seu potencial de crescimento é inegável. O autor argumenta que as problemáticas levantadas em torno

---

<sup>11</sup> O coletivo Tomato, fundado em 1991, distinguiu-se pela sua abordagem interdisciplinar e colaborativa, que diluía a fronteira entre projetos comerciais e autorais. A sua filosofia de trabalho privilegiava o processo criativo e a experimentação, enfatizando a partilha de autoria como elemento central da identidade do grupo. Esta perspetiva refletiu-se em publicações como *Process* (1996) e *Bareback* (1999), nas quais a ausência de créditos individuais reforça a noção de criação coletiva e desafia as convenções tradicionais de autoria no design. (Poynor, 2003)

<sup>12</sup> O coletivo de design Fuel, fundado em 1991, adotou uma abordagem de autoria coletiva, mas mantendo a distinção entre trabalhos comerciais e autorais. Com uma estética de simplicidade gráfica e clareza, contrastava com as tendências mais expressivas da época. Publicações como *Pure Fuel* (1996) e *Fuel Three Thousand* (2000) exploraram uma linguagem visual minimalista, propondo uma nova abordagem ao design editorial. (Poynor, 2003)

da autoria são, por vezes, sobrestimadas, e questiona a premissa de que a figura do autor restringe, necessariamente, a liberdade interpretativa do leitor. Pelo contrário, num cenário contemporâneo de dispersão da autoridade em vastas entidades corporativas, o autor individual – através do desenvolvimento de invenções literárias e gráficas complexas – emerge como um agente que capacita o leitor. Essa perspetiva final sugere que a autoria, longe de ser uma imposição hierárquica, pode fomentar uma exploração mais rica, aberta e reflexiva do mundo, contrariando a opacidade das autoridades corporativas e reafirmando o papel do designer como mediador crítico na construção de significado.

No ano de 1996, num texto amplamente reconhecido como seminal na discussão do tema, Michael Rock<sup>13</sup> explora a extensão do termo “autor”, descrevendo-o como alguém que reformula e reinterpreta a comunicação visual. No entanto, segundo Rock, a procura por uma "autoria" no design é problemática, já que a própria natureza colaborativa e dinâmica do design – que muitas vezes envolve múltiplos profissionais e um diálogo constante entre o criador e o cliente – limita a plena ascensão de uma figura autoral singular e de autoridade indiscutível. Assim, ao invés de glorificar a figura do designer como único responsável pela criação, o conceito de autoria no design deve ser entendido de forma mais plural, reconhecendo as várias camadas de interpretação e colaboração que fazem parte do processo.

Mais tarde, em *Fuck Content* (2009), Rock sentiria a necessidade de reforçar a sua posição. Assim, expande o conceito de “Designer as Author” e crítica a visão tradicional de autoria no design gráfico, na qual o designer é visto apenas como executor ou transmissor de conteúdo. Para Rock, a verdadeira autoria no design não se limita à criação de conteúdo, mas envolve um processo ativo de interpretação e transformação do conteúdo existente. O designer é autor na medida em que molda, organiza e dá forma a esse conteúdo. Desta forma, a autoria no design está mais relacionada com a forma do que com o conteúdo propriamente dito, que pode ser genérico ou pré-existente.

A questão central, conforme destaca, é a conceção equivocada de que, sem um conteúdo profundo, o design se reduz a um estilo vazio, sem substância. O autor retoma

---

<sup>13</sup> Michael Rock é cofundador e diretor criativo da 2x4, um estúdio de design interdisciplinar sediado em NYC. É Crítico Sénior na *Yale School of Arte* e Professor na *Columbia University Graduate School of Architecture*. (2x4, s.d.)

a famosa frase de Paul Rand, "There is no such thing as bad content, only bad form", para reforçar que a responsabilidade do designer é dar forma ao conteúdo, de modo a comunicar de forma eficaz e impactante.

“As a popular film critic once wrote, “A movie is not what it is about, it’s how it is about it.” Likewise, for us, our What is a How. Our content is, perpetually, Design itself.” (Rock, 2009)

Por último, o autor faz uma analogia entre o trabalho do designer e o de um diretor de cinema, como Alfred Hitchcock, cujos filmes são marcados por uma estética própria, que transcende a narrativa em si. Assim como Hitchcock impõe uma assinatura estética nos seus filmes, o designer, ao manipular elementos como tipografia, cores e formas, cria uma experiência sensorial que comunica algo além do conteúdo. Desta forma, o design deixa de ser apenas um veículo de transmissão de informação e torna-se uma forma de expressão.

De modo complementar à reflexão de Michael Rock sobre a autoria no design, Andrew Blauvelt<sup>14</sup> exemplifica na sua prática profissional uma conceção ampliada e autónoma do designer como autor. Enquanto Rock destaca a autoria como um processo ativo de interpretação e transformação da forma, Blauvelt sustenta que o design deve ser compreendido como uma disciplina capaz de gerar significado por si mesma, independentemente de comissões, funções sociais prescritivas ou mídias específicas. (Fuller, 2022)

A trajetória multifacetada de Blauvelt – que abarca curadoria, ensino, escrita e administração – traduz essa visão em prática, evidenciando um exercício de autonomia crítica que transcende as fronteiras tradicionais do design gráfico. Como o próprio observa, “Whether I’m thinking about how to frame an artist’s work in a show, or plan a budget, or organize a program, those still feel like design decisions,” indicando que a

---

<sup>14</sup> Blauvelt (1964 - ) não se limitou a escrever teoricamente sobre essas ideias – a sua carreira multifacetada, que abrange prática profissional, ensino, investigação histórica, crítica e curadoria, exemplifica essa busca pela autonomia do design que ele mesmo definiu. Desde o seu papel como diretor do departamento de design do Walker Art Center até a sua atual posição como diretor do Cranbrook Art Museum, Blauvelt tem cultivado espaços onde o design pode florescer enquanto forma cultural independente, articulando temas como identidade, interseccionalidade e representatividade, elementos essenciais para expandir o alcance da autoria no design. (Fuller, 2022, AIGA Eye On Design)

autoria não se restringe à criação formal, mas permeia todos os aspectos da produção cultural e institucional. Dessa forma, Blauvelt amplia e materializa o conceito de autoria defendido por Rock, ao demonstrar como o design pode assumir um papel ativo na construção de significado cultural, não apenas como forma, mas como prática crítica e estratégica. (Fuller, 2022)

Adicionalmente, a perspectiva de Bruno Latour (2008) representa uma redefinição radical da autoria, distanciando-se da noção tradicional de criação e controle absolutos.

O autor identifica cinco vantagens essenciais associadas ao conceito de design. Em primeiro lugar, a sua humildade conceptual, em contraste com a grandiosidade de termos como "construção", reside na consciência de que o design trabalha sobre algo pré-existente, recusando a ideia de uma origem total ou autossuficiente. Em segundo lugar, mais do que um gesto heroico de rutura, o design requer precisão e atenção aos detalhes, privilegiando uma relação crítica e cuidadosa com o passado. Em terceiro lugar, destaca-se a sua natureza interpretativa, na medida em que a análise de qualquer artefacto desenhado incide, inevitavelmente, sobre o significado – seja este simbólico ou comercial. Em quarto lugar, o design é, por natureza, um processo de redesenho contínuo; nunca começa do zero, ou seja, melhora ou remedia algo já existente, tornando-o mais utilizável, aceitável ou sustentável. Por fim, salienta a dimensão ética intrínseca, que liga diretamente o design à questão do "bom versus mau design". Para Latour, essa dimensão normativa estende a questão do design à esfera política, uma vez que "todos os designs são 'colaborativos'", mesmo quando nem todos os colaboradores são visíveis. (Latour, 2008)

Assim, para Latour, projetar não significa construir algo completamente novo ou promover uma rutura radical, mas sim atuar com precaução, responsabilidade e consciência das múltiplas interdependências envolvidas. O designer deixa de ser um criador isolado para se tornar um mediador que reinventa o já existente com novos propósitos, assumindo um compromisso ético face às consequências da sua ação.

A redefinição da autoria e do papel do design é um ponto de convergência crucial para Rock, Blauvelt e Latour. Longe da figura individualista e isolada do criador, estes pensadores propõem uma conceção de autoria que é intrinsecamente relacional e distribuída.

O conceito de “designer como produtor”, proposto por Ellen Lupton em 1998, surge como uma resposta crítica ao modelo tradicional de autoria no design, que associa o designer a um papel isolado de criador individual. Inspirada pela teoria de Walter Benjamin<sup>15</sup>, nomeadamente o seu ensaio *The Author as Producer*, Lupton defende que o designer deve transcender a sua função de executor técnico e tornar-se um produtor ativo no processo de criação e divulgação cultural.

Para Benjamin, no entendimento de Lupton (1998), o autor não deve ser visto apenas como um criador de conteúdo, mas como alguém que questiona e se envolve nos sistemas de produção e distribuição que moldam a receção do seu trabalho. Lupton adota essa visão e propõe que os designers contemporâneos, com o surgimento das tecnologias digitais, têm agora a oportunidade de controlar não apenas o conteúdo que criam, mas também os meios e as condições materiais que possibilitam a sua produção. Isto implica uma reconfiguração do papel do designer, que deixa de ser apenas um criador e passa a ser um mediador entre a tecnologia, os processos produtivos e as dinâmicas sociais.

O conceito de “designer como produtor” também destaca a importância de uma prática mais colaborativa. Ao assumir o controlo sobre os meios de produção e envolver o público no processo, o designer contribui para converter os consumidores em participantes ativos, ecoando a proposta de Benjamin de “transformar leitores ou espectadores em colaboradores”. Assim, o papel do designer é reinterpretado não apenas como criador, mas como alguém que facilita a construção coletiva de significado, tornando o design uma prática mais democrática e socialmente comprometida. (Lupton, 1998)

Em “The Designer as Producer” (2002), Margolin, numa visão semelhante à de Lupton, destaca o papel crescente dos designers como agentes empreendedores no contexto das mudanças tecnológicas e económicas. O mesmo, argumenta que a desmaterialização dos produtos e a redução dos custos de produção abriram espaço para

---

<sup>15</sup> Walter Benjamin (1892–1940) foi um filósofo, crítico literário e teórico alemão, conhecido pelo seu trabalho sobre estética, teoria da cultura e pela crítica das relações entre arte, tecnologia e sociedade. Influenciado pelo marxismo, Benjamin desenvolveu uma teoria crítica sobre a modernidade, destacando a importância das condições materiais e sociais na produção cultural. O seu ensaio “*O Autor como Produtor*” propôs uma reflexão sobre a transformação das práticas artísticas e a produção cultural, especialmente no contexto das novas tecnologias de comunicação e as mudanças no papel do autor. (Lupton, 1998)

que os designers assumam responsabilidades além da criação estética, passando a atuar no desenvolvimento, produção e gestão de produtos.

O mesmo acrescenta que, ao adotar uma postura empreendedora, os designers podem explorar nichos de mercado negligenciados pelas grandes indústrias, criando produtos mais sustentáveis e responsivos às necessidades sociais e culturais. (Margolin, 2002)

As reflexões de Lupton e Margolin são particularmente relevantes para a compreensão da autoria no design contemporâneo, visto que ambos desafiam visões individualistas e sublinham a importância do papel social do designer. Lupton, ao enfatizar a colaboração do designer com o público, partilhando o poder de produção e reconectando o processo criativo aos seus fundamentos materiais, e Margolin, ao posicionar o designer como um catalisador de transformação, mais do que um simples criador estético ou funcional. Ambas as propostas sugerem que o design deve ser entendido como uma prática que envolve o designer em processos mais amplos de transformação social e cultural.

Na sua tese "Poeta, ou aquele que faz: a poética como inovação em design", Francisco Providência oferece uma análise profunda sobre a autoria no design, abordando-a sob uma perspectiva ontológica<sup>16</sup>. Providência não considera a autoria apenas como uma prática técnica, mas como um recurso simbólico e cultural, que confere significado e identidade aos objetos projetados. Destaca como a disciplina equilibra dois sistemas aparentemente opostos: a abordagem pragmática da Engenharia e a introspecção poética da Arte, argumentando que esse equilíbrio é o que confere ao design a sua singularidade.

Providência usa a figura do militar romano<sup>17</sup> como metáfora para questionar e rejeitar a ideia tradicional de autoria, em favor de uma concepção mais coletiva e

---

<sup>16</sup> Providência investiga a natureza essencial e fundamental da autoria neste campo de saber, questionando o que constitui a autoria em si e como ela se manifesta na prática do design. Esta abordagem transcende a descrição superficial, procurando as raízes existenciais e conceituais do papel do autor no design.

<sup>17</sup> "Se o autor clássico (militar romano que conquistava novo território para o império, Gasset) é o processo de apropriação, compilação, conjugação e produção de informação, então será inevitavelmente colectivo na medida em que, não só traduz a comunidade cultural de onde ascende, como a sua formação é composta por um esforço colectivo que convoca uma quantidade de informação que a transcende, como ainda a aplicação da informação produzida dependerá da capacidade social de o receber, adoptando-o, ou não, em tempo útil." (Providência, 2012, pp. 104)

integrada ao contexto social e cultural. No pensamento clássico, a autoria é muitas vezes vista como uma ação isolada e individual, em que o autor é comparado a um conquistador que toma posse de ideias, conhecimentos ou territórios.

Posteriormente, contrapõe esta dimensão coletiva com a função-autor singular (à luz de Foucault), que, através de um poder intrínseco de seleção e combinação de conhecimento, é capaz de redefinir mentalidades e desenhar o futuro, à semelhança das utopias que, materializadas, trazem novidade ao mundo.

Portanto, Providência sublinha que o autor, seja ele individual ou coletivo, é um produto da comunidade que o valida, e a sua criatividade e autoria são intrinsecamente moldadas pela percepção social.

Em suma, o autor reflete que o design vai além da simples utilidade prática. A forma é criada com um uso eficiente dos recursos disponíveis e a técnica é aplicada com o objetivo de construir algo esteticamente significativo, atribuindo à obra um valor cultural que ultrapassa a sua função imediata. Embora o design seja uma resposta temporária e em constante evolução, ele concretiza-se numa solução que, mesmo podendo parecer aleatória – como acontece na arte –, resulta, na verdade, de um processo rigoroso e de constantes compromissos e limitações.<sup>18</sup> Assim, a autoria no design, para o autor, surge como uma teia complexa de intenções pessoais, trabalho colaborativo e interpretações culturais, sempre em interação com os aspetos materiais e funcionais da forma.

Com base nas reflexões dos vários autores apresentados, pode-se compreender a autoria no design como um conceito dinâmico e multifacetado, que transcende o simples ato de projetar objetos funcionais ou visuais.

O conceito manifesta-se como um processo coletivo, simbólico e crítico, profundamente enraizado na cultura e na capacidade de propor novas leituras e interações com o mundo. Como bem ressalta Shaughnessy (2005), “The more sensitive

---

<sup>18</sup> “O objecto do designer não prescinde da sua funcionalidade prática (ainda que o não exalte hegemonicamente), lê a forma com base na maior economia de meios para a sua construção (elegendo criativamente o sistema construtivo), e não descarta o pretexto técnico, servindo-se dele para a sua edificação estética, atribuindo uma finalidade cultural à obra, capaz de superar a sua contingência funcional. O resultado sempre provisório e aberto, precipitar-se-á na solução final projectando a ilusão de uma total arbitrariedade, com que frequentemente se identifica a liberdade artística – o artista será livre no domínio de liberdade da sua obra (Siza), construída com muito esforço, na negociação continuado de submissões e dependências.”

you become to the world around you, the better you will function”. Esta sensibilidade ao que nos rodeia é o que permite ao designer desempenhar um papel autoral não apenas como solucionador de problemas, mas também como criador de significados, propondo alternativas culturais e estéticas que ressoem com as necessidades humanas e os desafios contemporâneos.

## 2.3 Autoria Partilhada

“If, contrary to what Roland Barthes once famously wrote, the author is not dead, the idea of a sole creator working alone has certainly lost credibility and appeal.” (Spampinato, 2014)<sup>19</sup>

A autoria partilhada, no contexto do design contemporâneo, reflete uma mudança paradigmática na prática criativa, afastando-se da figura do autor individual para privilegiar dinâmicas colaborativas e cocriativas. Conforme discutido por Vega et al. (2021)<sup>20</sup>, o design é atualmente compreendido como uma prática situada, emergente e relacional, na qual os projetos se desenvolvem através da interação contínua entre múltiplos agentes – designers, utilizadores, profissionais de outras áreas, materiais e outros *stakeholders*. Esta abordagem valoriza o processo em detrimento do resultado final, reconhecendo que o conhecimento e as soluções emergem da colaboração e da negociação entre diferentes perspetivas e saberes.

“We’re in an open, forever shifting, sharing economy right now. Creativity is not something you own or are crowned for birthing... The author is now a body of people, not an individual.” (Lydia Pang, citada em Fletcher, 2018)

O excerto de Lydia Pang ilustra com clareza a mudança de paradigma na forma como a autoria é entendida na contemporaneidade. Em consonância com o que defendem Vega et al. (2021), a criatividade é hoje concebida como um esforço coletivo, onde múltiplas vozes se entrelaçam para gerar ideias. A noção de posse exclusiva é questionada, dando lugar a uma visão mais aberta e partilhada da criação, onde o autor se dilui no seio de um coletivo criativo.

---

<sup>19</sup> Francesco Spampinato é investigador e autor do livro *Come Together: The Rise of Cooperative Art and Design* (2014), no qual analisa o surgimento de práticas artísticas e de design baseadas na colaboração, na coautoria e em estruturas horizontais de produção criativa. A sua obra destaca a crescente perda de centralidade da figura do autor individual em favor de processos coletivos e interdisciplinares.

<sup>20</sup> Vega et al. (2021) analisam os modos como a autoria partilhada se manifesta em contextos colaborativos de criação, envolvendo múltiplos agentes – humanos e não humanos – como profissionais, investigadores, ferramentas e materiais. O seu trabalho contribui para uma compreensão ampliada da prática criativa, destacando a importância da interação entre diferentes contributos na definição dos processos e resultados.

A equipa de design interna é, muitas vezes, o primeiro e mais evidente palco da autoria partilhada, demonstrando como a autoria se distribui dentro de um estúdio ou equipa.

O estúdio internacional Pentagram exemplifica de forma notável este modelo. A sua estrutura organizacional é horizontal, e todos os parceiros têm uma voz ativa nas decisões estratégicas e na gestão dos projetos. Cada parceiro lidera a sua equipa de forma autónoma, mas inserido num coletivo que partilha ideias, valores e responsabilidades. Esta lógica, assente na confiança mútua e na troca constante, promove uma autoria distribuída e processual, distanciando-se do modelo centrado num único criador. O próprio espaço físico do coletivo, concebido em planta aberta, reflete esta filosofia colaborativa, incentivando o contacto informal entre equipas e potenciando a emergência de ideias num ambiente de partilha. (Eye on Design, 2017, 2018)

Outro caso a salientar é o estúdio Porto Rocha, conhecido por valorizar a diversidade cultural da equipa e por ver a colaboração interna como o motor do processo criativo. Numa palestra aquando do KIKK Festival<sup>21</sup> (2023), os fundadores destacaram que o êxito do estúdio reside na genuína valorização das contribuições individuais, que são reconhecidas publicamente, reforçando a ideia de que o sucesso resulta de um esforço coletivo.

Alargando o campo da autoria partilhada para além da equipa de design interna, torna-se essencial considerar o papel do cliente enquanto potencial coautor. Como apresentado por Shaughnessy (2005)<sup>22</sup>, a relação entre designer e cliente é, por natureza, colaborativa, quase um “casamento” que exige equilíbrio para ser produtivo. Consequentemente, o cliente transcende o estatuto de mero destinatário do trabalho, afirmando-se como um parceiro que questiona, desafia e molda ativamente o processo criativo, assumindo, assim, um papel indireto de coautor.

A complexidade dos projetos de design contemporâneo alarga ainda mais a rede de autoria partilhada a outros especialistas, cujas contribuições são indispensáveis para a concretização do projeto. Fotógrafos, ilustradores, programadores, *copywriters*, técnicos de impressão, consultores, entre outros, integram o ecossistema criativo. Estes

---

<sup>21</sup> O KIKK Festival é um festival internacional de culturas digitais e criativas que acontece anualmente em Namur, na Bélgica.

<sup>22</sup> No capítulo 7, *Clients*, de *How to be a Graphic Designer Without Losing Your Soul*.

profissionais trazem os seus próprios conhecimentos, técnicas e visão e influenciam diretamente o resultado final.

No entanto, a autoria no design pode transcender a mera interação humana. Efetivamente, é possível reconhecer que entidades não-humanas também desempenham um papel ativo na produção de conhecimento e na forma da prática. Materiais, ferramentas, objetos e até os próprios espaços de trabalho, podem atuar como coautores. Estes elementos, com a sua capacidade de moldar e influenciar a direção da pesquisa ou do projeto, proporcionam novas experiências e reformulam questões existentes, influenciando tanto o desenrolar do processo como a maneira como ele é conceptualizado. (Vega et al.,2021)

Num cenário de autoria cada vez mais distribuída, a perspectiva de Vilém Flusser<sup>23</sup>, particularmente no seu ensaio *The Factory*<sup>24</sup>, torna-se muito pertinente. Flusser já evidenciava que, numa sociedade pós-industrial, marcada pela automação e pela presença crescente dos robôs, assiste-se a uma nova forma de interdependência entre humanos e sistemas tecnológicos. O designer, nessa ótica, deixa de ser um criador isolado para assumir o papel de coordenador de fluxos invisíveis que atravessam diversas camadas do processo criativo.

Esta interdependência entre o designer e os sistemas digitais ganha uma nova dimensão com a ascensão da Inteligência Artificial (IA) na prática do design. Se a figura do criador isolado já vinha a ser erodida, a IA questiona não só quem cria, mas fundamentalmente o que significa criar. A autoria, outrora percebida como expressão intencional de um sujeito, transforma-se num processo híbrido e complexo, onde agentes humanos e não-humanos se relacionam em redes de produção. A provocação de Flusser, de que o design carrega na sua origem sentidos de astúcia, mediação e manipulação, adquire, assim, um significado ainda mais agudo: o design, talvez, sempre foi menos sobre autoria individual e mais sobre a articulação de forças culturais, tecnológicas e sociais, com a IA a tornar essa articulação mais evidente e inerentemente instável. (Liao, 2023)

---

<sup>23</sup> Vilém Flusser (1920-1991) foi um influente filósofo e teórico, nascido em Praga, escreveu extensivamente sobre os impactos da tecnologia e do design na sociedade. Na sua obra *The Shape of Things: A Philosophy of Design*, através do uso recorrente de metáforas e analogias, o autor propõe uma profunda reflexão sobre o papel do design na construção da cultura e do nosso futuro.

<sup>24</sup> Ensaio presente na obra *The Shape of Things: A Philosophy of Design* de Vilém Flusser, 1999.

Face a este cenário de autoria progressivamente distribuída, que dissolve a distinção entre criador e ferramenta na sua essência, impõe-se uma questão central: como atribuiremos valor e responsabilidade à criação numa era verdadeiramente híbrida e coletiva? As implicações éticas e filosóficas desta simbiose emergente permanecem, assim, um campo vasto e urgente de investigação no design contemporâneo, desafiando as nossas concepções mais tradicionais sobre autoria.

### 3 STUDIO EDUARDO AIRES

“There is no style, there is no futile formalism, there is no mannerism used to exhaustion and, nevertheless, a language can be recognized. It may seem paradoxical: it is not about developing formal models, but about adopting a stance that integrates the elements at play while functioning as an answer to a specific problem; it is the operation and not the content of the operation that allows for the definition of the identifiable features of a specific work. Experience and methodology override any sort of formalism and ensure the unity of a designer’s oeuvre and the coherence that may or may not exist in its production.” (Eduardo Aires, 2013, p.61)

A investigadora procura, neste texto, refletir sobre a vivência das metodologias do Studio Eduardo Aires através da experiência proporcionada pelo estágio. Mais do que uma descrição objetiva dos processos, esta é uma leitura que emerge do contacto direto com a prática, em que a rotina e os desafios do dia a dia acabam por ser a manifestação concreta desses métodos de trabalho.

Eduardo Aires é uma figura incontornável do design gráfico contemporâneo, reconhecido pelo seu rigor metodológico e pela forma como integra conhecimento técnico a uma visão estratégica. A sua obra equilibra experiência histórica, mestria tipográfica e sensibilidade material, resultando num estilo depurado e eloquente.

O seu percurso reflete uma diversidade de influências culturais que moldaram uma perspetiva plural sobre o design. Iniciou a sua carreira profissional em 1987 num estúdio com António Modesto, e em 1995 fundou o White Studio, consolidando a sua abordagem autoral. O seu método baseia-se na interação entre texto, imagem e suporte, sempre orientado por um conceito estruturante, evitando soluções arbitrárias ou estilísticas.

Rejeitando a ideia de um estilo pessoal fixo, defende que o design deve responder à especificidade de cada projeto, privilegiando o método e a estratégia sobre a expressão individual. (Aires, 2013)

### 3.1 Entidade Acolhedora



Figura 1. Logótipo Studio Eduardo Aires

Durante o período de estágio, foi possível observar e compreender os processos criativos que definem o trabalho do SEA. Para além das metodologias de trabalho, algo que se destacou desde cedo foi a colaboração constante dentro da equipa. Efetivamente, embora os projetos sejam inicialmente atribuídos a um membro específico, é comum que passem por todos ao longo do processo. Cada contribuição, por mais subtil que seja, agrega valor e amplia a visão sobre o trabalho em curso, resultando em soluções mais refinadas. A troca contínua de ideias constituiu um fator essencial, evidenciando que a colaboração coletiva contribui significativamente para a qualidade e valorização do trabalho criativo.

A equipa é composta por Eduardo Aires (Fundador e Diretor Principal), Helena Sofia (Diretora Criativa), Joana Teixeira (Senior Designer), Raquel Piteira (Senior Designer), Anastasia Potapenko (Designer), Vera Jiménez (Designer) e Alexandre Campelo (Estagiário), cada um desempenha um papel essencial no desenvolvimento dos projetos, garantindo a excelência nas soluções criativas.

No decurso do estágio, uma das características mais relevantes foi o tratamento dado aos estagiários como membros efetivos da equipa, com responsabilidades atribuídas desde o início. A participação em projetos revelou-se determinante para assegurar uma aprendizagem contínua, não limitada a funções secundárias.

Foi disponibilizado, no primeiro dia, um caderno destinado à documentação de anotações, desenhos e processos, o qual permaneceu como parte integrante do arquivo da instituição. Adicionalmente, os colaboradores são convidados a redigir, no início e no

fim da experiência, uma nota no caderno *welcome*: a primeira expressando expectativas e a segunda refletindo sobre o percurso desenvolvido. Tal prática revela-se significativa, por possibilitar a construção de um registo coletivo de testemunhos que contribuem para a memória e identidade do espaço.

Em última instância, a experiência desenvolvida no SEA contribuiu não apenas para o alcance de objetivos profissionais, como também foi determinante na consolidação dos conhecimentos e competências adquiridos durante a formação académica da estagiária. A interação contínua com a equipa e o contacto direto com os projetos possibilitaram o aprofundamento da prática profissional da estagiária, algo alcançado graças ao envolvimento diário e ao ambiente colaborativo promovido pela instituição.

### 3.2 O Espaço

Desde o início da experiência, verificou-se a impressionante dimensão e grandiosidade do estúdio.

A primeira área de contacto é a Sala Futura (figura 2.), destinada à exposição de trabalhos. Embora ainda não esteja em pleno funcionamento, já se vislumbra o seu potencial como um espaço vibrante para a apresentação de projetos ao público.



Figura 2. SEA – Sala Futura

A partir daí, o estúdio estende-se numa sensação de continuidade e vitalidade. Segue-se uma pequena sala de reuniões, um espaço mais focado e intimista, na qual, por norma, decorrem as sessões Studio Weekly<sup>25</sup>, as apresentações de novos projetos, o debate de propostas e as reuniões com clientes.

---

<sup>25</sup> Sessões que envolvem a presença dos principais intervenientes do estúdio para discussão do progresso dos diferentes projetos em desenvolvimento.

A sala de trabalho (figura 3.) é o coração do estúdio. Organiza-se em torno de uma ampla mesa central, onde os membros da equipa se dispõem em posições contíguas e face a face, promovendo a proximidade e facilitando a comunicação interpessoal, essencial à partilha de ideias e à superação de impasses nos projetos. A imponência do espaço, com tetos altos, é acentuada por uma parede revestida com blocos de madeira que se estendem quase até o teto, exibindo com destaque diversas obras do estúdio e um arquivo de livros auxiliares à prática.



Figura 3. SEA – Sala de Trabalho

O espaço prolonga-se ainda para a copa e para o jardim (figura 4.), áreas pensadas para momentos de pausa e convívio. Finalmente, a sala de arquivo reúne trabalhos anteriores, uma mesa de corte e elementos diversos, como garrafas utilizadas em maquetes, testemunhando a história e o processo criativo do estúdio.

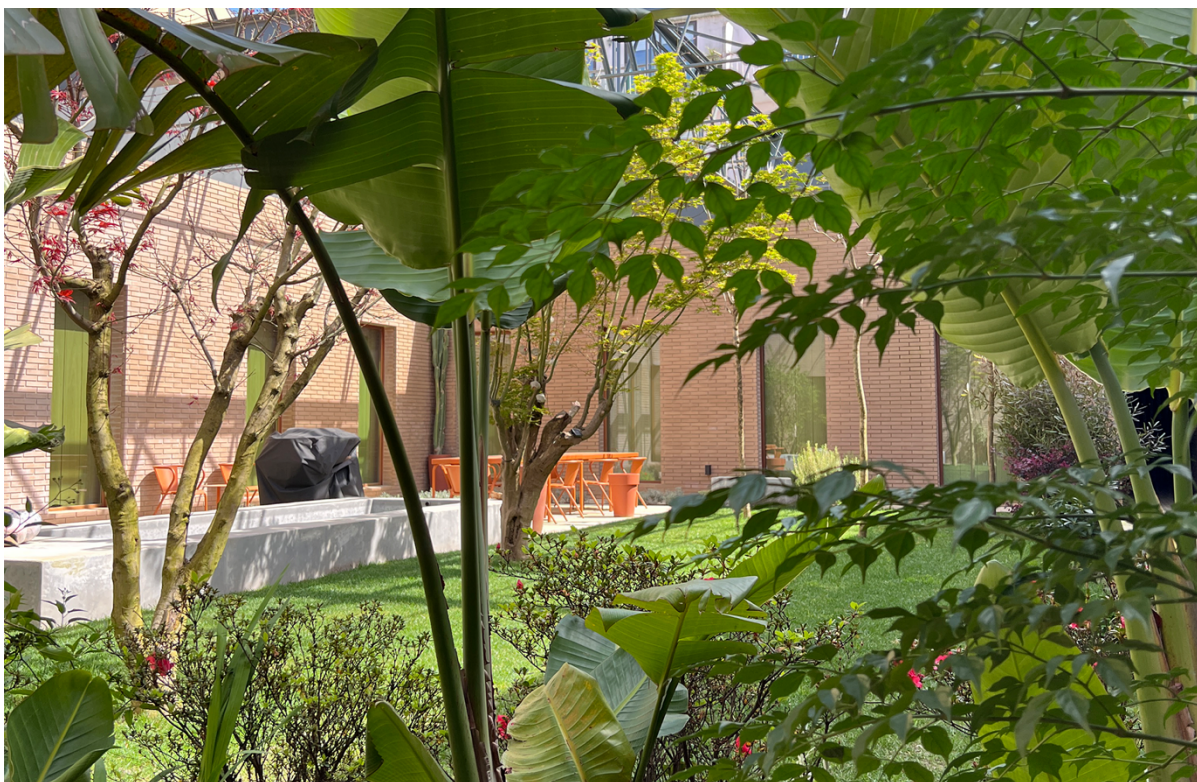


Figura 4. SEA – Jardim

Além do espaço físico, o ambiente não físico do local também se distingue pela sua energia. Na maioria dos dias, a prática decorre ao som de música, contribuindo para a criação de uma atmosfera mais envolvente e estimulante. A escolha das músicas é colaborativa, permitindo que cada membro da equipa contribua com as suas preferências, o que torna o ambiente mais pessoal e acolhedor. Outro aspeto que contribui para essa atmosfera é a relação entre as pessoas. Existe uma proximidade saudável e um espírito de colaboração que torna o local num espaço de partilha e crescimento. O ambiente é informal, mas de enorme respeito mútuo, onde todos se sentem à vontade para expressar ideias, discutir e aprender.

### 3.3 Processos e Metodologias SEA

O Studio funciona de segunda a quinta-feira com um horário estabelecido das 9h às 18h, e uma pausa para almoço entre as 13h e as 14h. Às sextas o horário de funcionamento é apenas da parte da manhã, até às 13h. Durante o período de estágio, a investigadora seguiu esse mesmo horário, com exceção das sextas, dedicadas exclusivamente à redação da tese. A permanência no estúdio durante três meses possibilitou a compreensão da dinâmica de trabalho e da organização da equipa, que se adapta ao ritmo das diferentes fases do projeto, respeitando os prazos estabelecidos. A instituição acolhe uma ampla variedade de trabalhos de distintas áreas do design gráfico, com níveis variados de complexidade e requisitos. A abordagem ao processo criativo é flexível, ajustando-se às especificidades de cada conceção.

Nos projetos de maior dimensão, nos quais a entidade solicitante não tenha histórico como cliente anterior, o processo inicia-se com uma reunião na qual o *briefing* é apresentado a toda a equipa. Após esta reunião, os membros dispõem de um período definido – geralmente um dia, embora, em alguns casos, apenas uma manhã ou tarde – para realizar pesquisas, desenvolver propostas e explorar soluções criativas. No final desse período, realiza-se uma nova reunião para partilha dos resultados entre todos. Nesta fase, os diretores criativos, Eduardo e Sofia, determinam qual colaborador será responsável pelo desenvolvimento do projeto, considerando fatores como a relevância das propostas e a disponibilidade do membro da equipa. Todos os membros acompanham o progresso do projeto, trocando ideias e sugestões que contribuem para o aprimoramento do trabalho. Esta colaboração contínua assegura que o resultado final beneficie da experiência e do contributo coletivo da equipa.

Em projetos de menor complexidade ou perante clientes já estabelecidos, o *briefing* não é necessariamente partilhado com a equipa toda, sendo entregue diretamente a determinado colaborador, ou pelos diretores criativos ou por uma das designers séniores. Contudo, a colaboração entre os membros da equipa continua a ser uma constante, com trocas de *feedback* e uma ajuda mútua que pode levar à delegação do projeto a outra pessoa, caso seja necessário.

Para garantir uma boa organização dos projetos em curso, os colaboradores utilizam a ferramenta *Trello*, que permite criar listas com o estado dos trabalhos, como

“prioritários”, “em curso”, “em espera”, “enviados” e “em produção”. Este sistema facilita o acompanhamento do progresso de cada projeto e assegura que todos os membros da equipa saibam exatamente qual é o estado de cada tarefa.

Com o objetivo de assegurar o acesso e a partilha segura e eficiente de documentos, os projetos são armazenados na plataforma Dropbox. Nesta, os materiais de trabalho são estruturados em pastas, cada uma identificada por um código específico seguido do nome do cliente ou entidade, o que otimiza a gestão dos recursos.

Adicionalmente, a equipa tem acesso a um calendário partilhado, ferramenta essencial para a gestão de tempo e organização das tarefas. Este calendário, coordenado pelos diretores criativos e acessível a todos os membros da equipa, centraliza informações cruciais, como prazos de entrega de projetos, agendamento de reuniões e datas limite para a submissão de propostas a concursos, assegurando que todos estejam alinhados e informados sobre os compromissos do estúdio.

A rigorosa organização e o planeamento cuidadoso constituem, sem dúvida, a base do reconhecimento e sucesso do estúdio. Torna-se evidente que a excelência no design não se esgota na criação visual ou na produção gráfica, mas revela-se também na aptidão para gerir processos complexos, otimizar recursos e liderar equipas com eficácia. Assim, confirma-se que a competência estratégica e organizacional é tão determinante quanto a dimensão criativa na consolidação de um estúdio de design de referência.

### 3.4 Cronograma

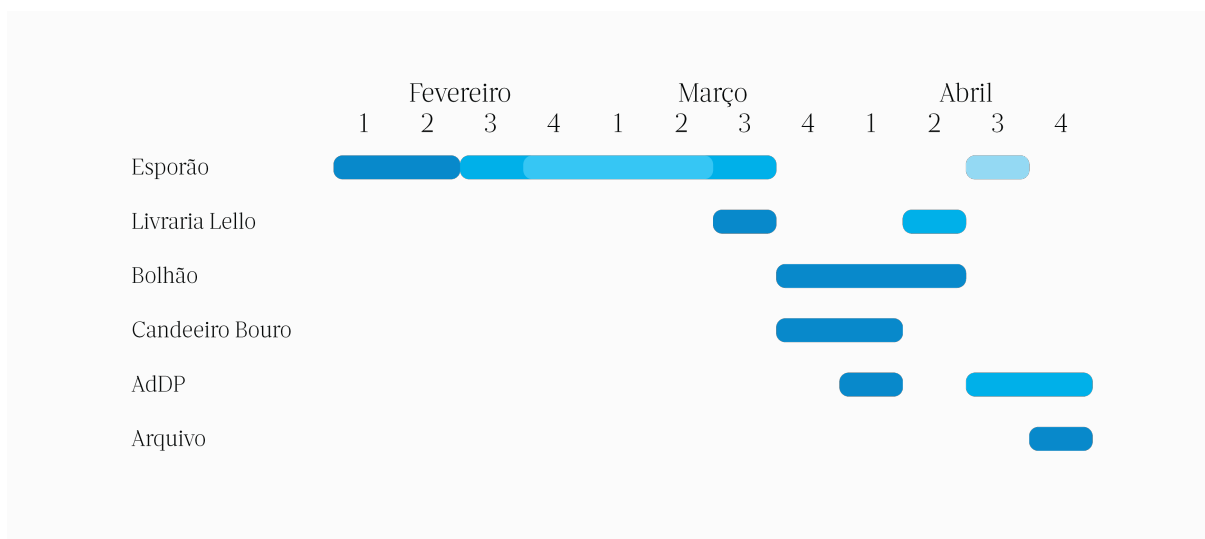


Figura 5. Prática Projetual – Cronograma

O cronograma apresentado acima sistematiza a distribuição temporal dos projetos desenvolvidos ao longo dos três meses de estágio no SEA. Importa sublinhar que o plano não foi previamente delineado, sendo que a prática se foi moldando de forma orgânica, em resposta às necessidades reais do estúdio e ao ritmo específico de cada projeto em curso. Esta abordagem flexível proporcionou uma integração mais autêntica na dinâmica de trabalho, permitindo um acompanhamento próximo e uma maior percepção do funcionamento quotidiano de um estúdio de design gráfico contemporâneo.

A diversidade de projetos, tanto em termos de áreas de atuação como nas múltiplas microdisciplinas do design, refletiu uma prática exigente e multifacetada. Esta variedade implicou contextos de intervenção distintos, exigindo uma constante adaptação a diferentes metodologias, escalas de trabalho e interlocutores.

Esta dinâmica reforçou a percepção do design enquanto prática colaborativa e processual, onde os papéis se diluem e se redesenham conforme as exigências dos contextos. Paralelamente, a estagiária consolidou competências técnicas e criativas, ao mesmo tempo que aprimorou capacidades organizacionais e de comunicação, essenciais no contexto profissional.

## 4 PRÁTICA PROJETUAL

O presente capítulo visa oferecer uma avaliação crítica e aprofundada da prática desenvolvida pela investigadora. Os casos analisados ilustram a diversidade de experiências adquiridas no contexto do estágio, o qual se caracteriza por uma abordagem multidisciplinar ao design e por uma sólida consciência autoral e curatorial.

Durante o período de estágio, foi possível colaborar em trabalhos para diferentes contextos culturais e institucionais, tendo a participação integrado áreas como o design editorial e a identidade visual. Esta diversidade possibilitou a exploração de várias disciplinas e microdisciplinas do design, num contexto profissional exigente, no qual a atenção ao detalhe, a coerência formal e a clareza comunicacional se revelaram fundamentais.

Importa referir que o grau de envolvimento variou conforme os projetos: em alguns casos, o acompanhamento ocorreu desde a fase inicial até à conclusão; noutros, a integração na equipa deu-se em momentos intermédios de desenvolvimento; e, em determinadas situações, a responsabilidade recaiu sobre etapas iniciais, sem participação na finalização, devido à duração limitada do estágio.

O Studio revelou-se, neste sentido, um espaço de aprendizagem ativa e contínua, no qual se gradualmente adquiriu maior responsabilidade e autonomia, sempre apoiado por uma estrutura colaborativa e exigente.

Cada projeto é apresentado de forma individual, incluindo a contextualização do cliente, os objetivos definidos, a abordagem metodológica, o desenvolvimento conceptual e as soluções propostas. Cada entrada é acompanhada por uma breve reflexão crítica, destinada a identificar não apenas os conhecimentos adquiridos, mas também os questionamentos suscitados por cada trabalho.

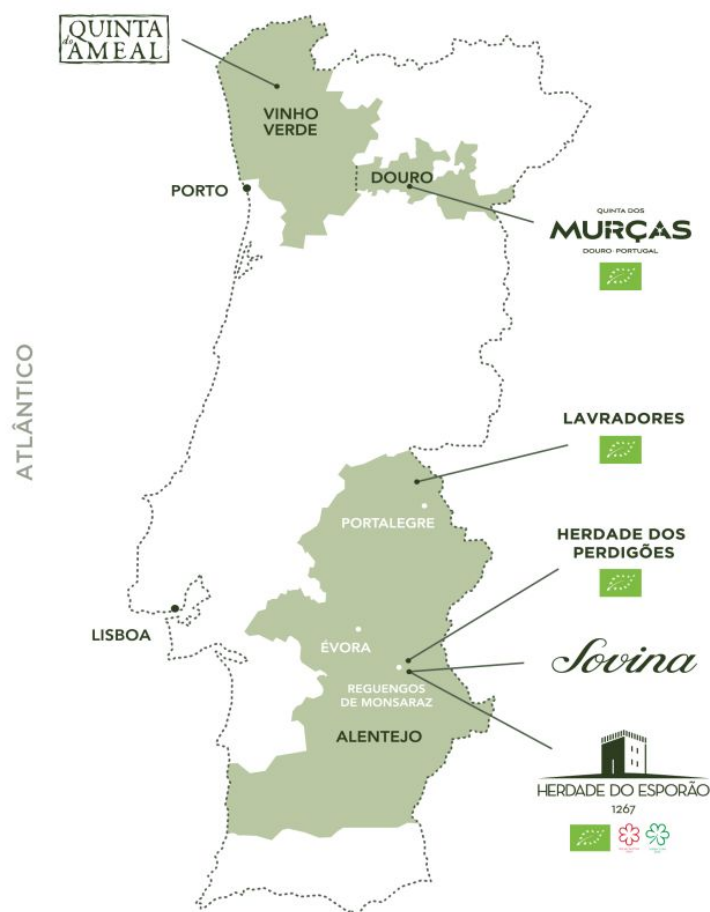
## 4.1 Esporão

A Esporão é uma referência na produção de vinhos e azeites em Portugal, com uma forte ligação à tradição e ao território Alentejano. Situada na Herdade do Esporão, próxima de Reguengos de Monsaraz, a propriedade mantém os seus limites praticamente inalterados desde 1267, sendo um símbolo de herança histórica e cultural.

Fundada oficialmente em 1973 por José Roquette e Joaquim Bandeira, a marca lançou o seu primeiro vinho em 1985 e iniciou a exportação quatro anos depois, chegando hoje a mais de 50 mercados internacionais. Em 1997, expandiu-se para a produção de azeites, consolidando a sua presença no setor agroalimentar.

Para além da produção de vinho e azeite, a Esporão preserva um importante património histórico, onde se incluem a Torre do Esporão, o Arco do Esporão e a Ermida de Nossa Senhora dos Remédios. A Herdade dos Perdigões, adquirida em 1995, acrescenta, ainda, uma dimensão arqueológica relevante, com vestígios de civilizações pré-históricas que habitaram a região há milhares de anos. (Esporão, s.d.)

A colaboração entre Eduardo Aires e a Esporão teve início em 2008, quando João Roquette, CEO da empresa, procurava um designer gráfico capaz de traduzir as mudanças estratégicas da marca. Para Roquette, Eduardo destacou-se não apenas pela sua experiência, mas também pela sua paixão pelo vinho e pela abordagem comprometida que trazia ao seu trabalho. Com o tempo, a parceria tornou-se crucial para a evolução da empresa, com Eduardo a integrar uma visão que ressoava com os objetivos da mesma. (Aires, 2013)



Fonte: Esporão (2025). [Imagem compartilhada via LinkedIn]. LinkedIn.

Figura 6. Esporão – Mapa das Regiões Vitivinícolas

Conforme se observa no mapa apresentado (figura 6.), a marca está presente em várias regiões, como o Alentejo, o Douro e o Vinho Verde, oferecendo uma gama diversificada de produtos. Recentemente, tem procurado alinhar a sua filosofia – “Fazer os melhores produtos que a Natureza proporciona.” – com práticas sustentáveis, visando a obtenção de certificações biológicas.

Durante o estágio, procedeu-se à integração em diversos projetos desenvolvidos para diferentes propriedades da empresa, como a Quinta dos Murças e a Herdade do Esporão, experiência que proporcionou um acompanhamento detalhado dos processos criativos e produtivos, a serem posteriormente descritos.

#### 4.1.1 Herdade do Esporão

A Herdade do Esporão, localizada na sub-região de Reguengos de Monsaraz, no Alentejo, é a principal propriedade agrícola do grupo. Com cerca de 1840 hectares, integra áreas de vinha, olival e montado, bem como zonas de conservação e uma albufeira com funções ecológicas e de apoio à produção. Toda a sua atividade agrícola está certificada em modo de produção biológico, refletindo o compromisso da empresa com a sustentabilidade e a valorização do território. (Esporão, s.d.)



Fonte: Esporão (s.d.). Quem somos. Retirado a 3 junhos, 2025, de Esporão website: <https://esporao.com/pt/quem-somos>

Figura 7. Esporão – Torre Herdade do Esporão

## Azeites – Caixas de Transporte

No âmbito da prática projetual, procedeu-se à colaboração com o departamento dos Azeites da Herdade do Esporão. O contributo concentrou-se, sobretudo, na área do design de embalagem, com particular incidência na adaptação de peças gráficas pré-existentes, em resposta ao recente redesign do rótulo.



Figura 8. Herdade do Esporão – Azeites | Nova identidade

O primeiro projeto centrou-se na reformulação das caixas de transporte, que exigiam um alinhamento visual com a nova identidade, assegurando a coerência gráfica da marca em todos os pontos de contacto. A tarefa em questão implicou a análise da caixa anterior (figura 9., página seguinte) e a compreensão dos elementos estruturantes da nova imagem (figura 10., página seguinte).



# Graphic Design/Desenho Gráfico (Outside View/Vista Exterior)

Colour/Color/Parinte	Cor 1 / Colour 1	Cor 2 / Colour 2	Cor 3 / Colour 3	Cor 4 / Colour 4	Cor 5 / Colour 5	Cor 6 / Colour 6	Cor 7 / Colour 7	Cor 8 / Colour 8
	Preto							

Additional Comments/Observações:

V.E:

Artwork No/Código :  
**NA130719**  
Customer/Cliente :  
**ESPORÃO**  
Reference/Referência :  
**C11173**  
**CX SA AZ BIO DOP N ALENTEJO**  
**(500 ml) 6 un**

Date/Data :  
**05/11/2024**  
Versão :  
**2**  
Artist/Desenhador :  
**Ana Rita Pereira**  
**MF265089**  
External Size/Dim.Ext. :  
-  
Internal Size/Dim.Int. :  
**230x151x180**  
Cad File/Cortante :  
**QA114719**  
Material/Qualidade :  
**B – Castanho/Castanho**  
Barcode Number(s)/  
Código de barras nº:  
**6 56 01989 97274 5**

Site/Planta :  
**DS Smith Lisboa**

Approved/Aprovado  
Sign/Assinatura :

Date/Data :



Disclaimer: All contents of this print miniature are to be fully approved by e-mail or fax prior to any final production of printing plates. It is the responsibility of the customer to Q.C. all elements of the print miniature, as we will not accept responsibility for any consequential loss claims. Please Note: This printcard is for layout and content only. Colours may not accurately represent those to be used in Production. Artworks that does not proceed to plate will be recharged at cost after 60 days

Figura 9. Herdade do Esporão – Azeites | Caixa antiga

ESPORÃO AZEITES 2024 - AZEITE COBRANÇOSA 500ML PT

Este azeite é feito apenas com a variedade de azeitona Cobrançosa, nascida em Trás-os-Montes e bem adaptada ao Alentejo. Apresenta notas herbáceas, com um sabor ligeiramente amargo e picante. Extrado a frio no nosso lagar, na Herdade do Esporão.

This olive oil is made exclusively from Cobrançosa olives which, though native to the Trás-os-Montes in northeast Portugal, have adapted especially well to the Alentejo. Its herbaceous notes are accompanied by a touch of spice and a hint of tartness. Cold-extracted at our mill in the Esporão estate.

Cette huile d'olive est élaborée avec la variété d'olive Cobrançosa, originaire de Trás-os-Montes, mais particulièrement bien adaptée à l'Alentejo. Elle présente des notes herbacées, avec une saveur légèrement amère et piquée. Extrair à froid dans notre moulin à Herdade do Esporão.

**DECLARAÇÃO NUTRICIONAL / NUTRIÇÃO ENERGÉTICA / ENERGY VALUES**

Por 100 ml / Per 100 ml / Per 100 ml

Energia / Energy / Energie 3379kJ 807kCal

Lipídios dos quais: / Fat of which: / Maites des graisses: 91,2 g

Saturados / Saturated / Saturés 13,1 g

Ácidos gordos monoinsaturados / Monounsaturated / Monoinsaturés 75,8 g

Ácidos gordos poliinsaturados / Polyunsaturated / Polyinsaturés 2,1 g

Carboidratos dos quais: / Carbohydrate of which: / Glucides des: 0 g

Açúcares / Sugar / Sucre 0 g

Proteínas / Protein / Protéines 0 g

Sól / Salt / Sel 0 g

HERDADE DO ESPORÃO  
1267  
48 MM

**AZEITE VIRGEM EXTRA 500ml**  
EXTRA VIRGIN OLIVE OIL - 18 FL OZ  
HUILE D'OLIVE VERGE EXTRA

**AZEITE DE CATEGORIA SUPERIOR, OBTIDO DIRECTAMENTE DE AZEITINHAS UNIVARIETAIS POR PROCEDIMENTO MECÂNICO: SUPERIOR CATEGORY OLIVE OIL OBTAINED DIRECTLY FROM OLIVES AND OBTAINED BY MECHANICAL MEANS.**

**HUILE D'OLIVE DE CATEGORIE SUPERIEURE OBTENUE DIRECTEMENT DES AZEITINES D'UNIVARIETAIS PAR DES PROCES MECANIQUE.**

**CONSERVAR AO ABRIGO DA LUZ E DO CALOR.**  
STORE IN A COOL DARK PLACE.  
A CONSERVER BOUTEILLE FERMÉE À L'ABRI DE LA LUMIÈRE ET DE LA CHALEUR.

PRODUZIDO POR / PRODUCED BY / PRODUIT PAR:  
**ESPORÃO S.A.** 7300-989 REGUENGOS DE MONSARAZ, PORTUGAL  
PROZDUZIDO POR PORTUGAL

PRODUCT OF PORTUGAL / PRODUIT DU PORTUGAL

**CAMPANHA LUTE BY CONSUMER DE PREFERÊNCIA**  
**ANTES DO FIM DE VER GARRAFA**  
D'AVANT LA FIN DE VOTRE BOUTEILLE (SEE BOTTLE)  
RECUITE / D'AVANT LE CONSOMMER DE PREFERENCE  
AVANT EN (VOIR BOUTEILLE)

**COBRANÇOSA MONOVARIETAL**

EXTRA VIRGIN OLIVE OIL - AZEITE VIRGEM EXTRA - HUILE D'OLIVE VERGE EXTRA

**16,9 FL OZ** PORTUGAL **500ml**

A BARRA DEVE FICAR A 20MM DO FUNDO DA GARRAFA.

243MM TOTAL (3MM DE SOBREPÓSICÃO)

**CORES DE IMPRESSÃO**

IMBREM 2024 C  
PREM  
IMBREM

**TODOS OS ELEMENTOS REPRESENTADOS A MAGENTA DEVERÃO SER IMPRESSOS A BRANCO.**

**AS MIRAS DEFINEM O CENTRO DA GARRAFA. ESTA COR NÃO DEVERÁ SER IMPRESSA**

Figura 10. Herdade do Esporão – Azeites – Rótulo atual

A caixa, produzida em cartão e papel kraft, mantinha a presença de uma mancha de cor – elemento já utilizado na versão anterior – que, nesta nova proposta, foi ajustada em conformidade com o redesign do rótulo. As cores atribuídas a cada tipo de azeite foram atualizadas, tal como as tipografias escolhidas para a informação impressa, de modo a assegurar uma continuidade visual com a nova identidade e reforçar a coerência entre o conteúdo gráfico e o suporte físico da embalagem.

Um fator determinante neste projeto – e que implicou inúmeros testes (figura 11.) – foi a definição da hierarquia e da dimensão da informação, especialmente na face frontal da caixa. Esse processo exigiu várias iterações, com impressões em escala real, que me permitiram compreender variáveis como: “Azeite Virgem Extra” e “Portugal” detêm um valor informativo equivalente – identificando, respetivamente, o tipo de produto e a sua origem – e, por isso, deviam ser tratados com o mesmo peso visual, garantindo equilíbrio e clareza na composição; o nome do azeite, sendo o elemento principal, deveria destacar-se claramente em relação aos restantes elementos, surgindo em maiores dimensões; ao colocar “Azeite Virgem Extra” na linha abaixo das designações em outras línguas, criava-se uma forma visual semelhante a um triângulo invertido, que guiava naturalmente o olhar do utilizador. Estas dimensões foram sempre instruídas e discutidas com a Joana, designer responsável, mantendo-se uma comunicação contínua ao longo de todo o processo. Desta forma, o projeto funcionou como um exercício de treino visual e metodológico, que contribuiu para moldar a abordagem a desafios e projetos subsequentes.



Figura 11. Herdade do Esporão – Azeites - Caixas de Transporte | Testes



Figura 12. Herdade do Esporão – Azeites – Caixas de Transporte | Proposta final

Após a conclusão do *layout* da caixa (figura 12.), foram realizados testes às variações cromáticas da mancha (figura 13., na página seguinte), que correspondem às diferentes referências de azeite. Inicialmente, previu-se a utilização de duas cores no sistema gráfico: a cor da mancha e o preto, destinado à informação situada fora dessa mancha, como o logótipo da Herdade do Esporão e o código de barras. A informação inserida dentro da faixa de cor seria apresentada pela ausência de impressão, revelando a tonalidade natural do papel kraft.

Contudo, verificou-se que, nas barras com menor densidade cromática, essa informação se tornava praticamente ilegível. Para superar esta limitação, optou-se pela introdução de um tom acastanhado, que garantisse a legibilidade necessária. Para evitar aumentar o número total de cores utilizadas, esse tom substituiu o preto inicialmente previsto. Assim, a nova proposta, asseguraria o contraste entre a barra e o texto para todas as referências, recorrendo sempre a duas cores (figura 14., na página seguinte). Esta solução permitiu conciliar as exigências funcionais do projeto com os princípios de sustentabilidade da marca, reduzindo o impacto da impressão sem comprometer a clareza da comunicação.

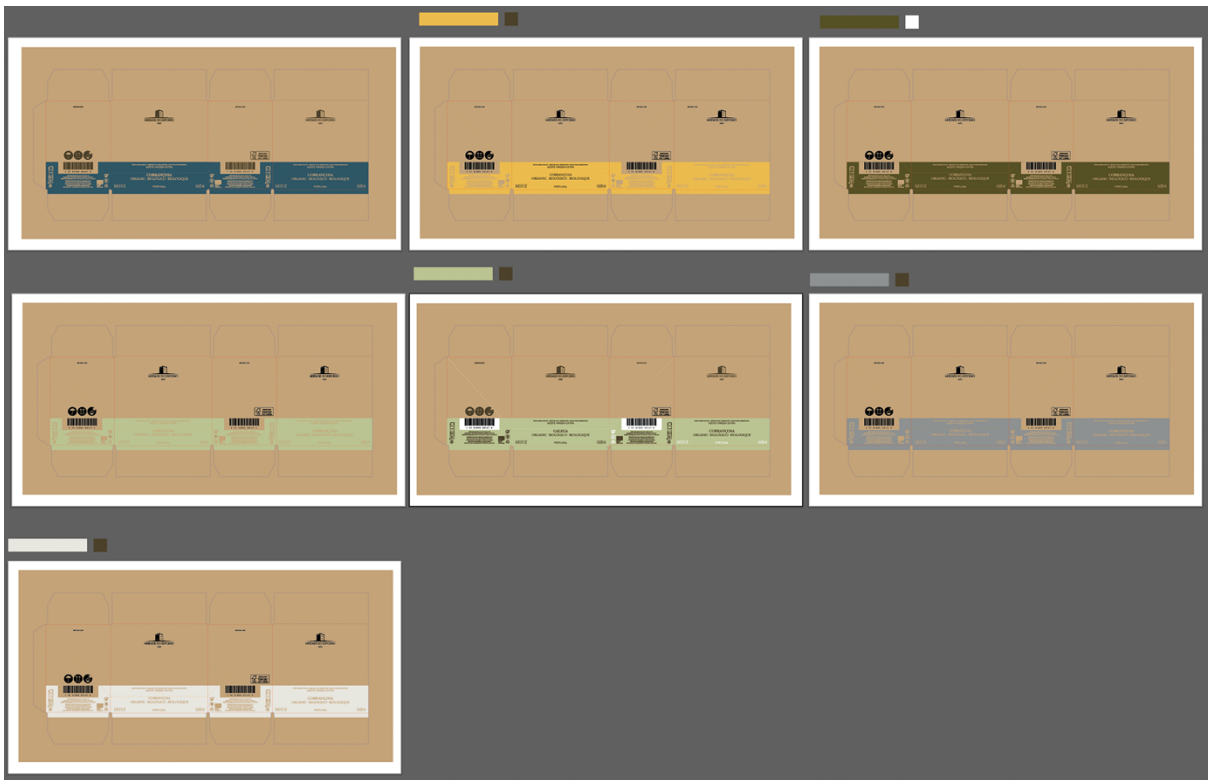


Figura 13. Herdade do Esporão – Azeites - Caixas de Transporte | Testes de variações cromáticas



Figura 14. Herdade do Esporão – Azeites - Caixas de Transporte | Proposta enviadas ao cliente

Por fim, foi desenvolvido o ficheiro de apresentação destinado à equipa do Esporão, detalhando todas as alterações, especificidades e o *layout* final da caixa. Esta etapa reforçou a importância de uma comunicação clara com o cliente e a necessidade de uma organização rigorosa dos materiais de entrega, ambos pilares fundamentais do trabalho de um designer. O ficheiro de apresentação foi enviado e a aprovação do design foi obtida já nas fases finais do meu estágio. Só após essa confirmação foi possível avançar com a produção da arte final, tarefa que ficou a cargo de outro colaborador.

Em retrospectiva, o acompanhamento próximo da Joana pautou-se por uma rigorosa orientação para a experimentação prática, em que cada solução só podia ser validada com base em testes concretos, preferencialmente impressos, e não em meras suposições. Esta abordagem fomentou uma postura meticulosa e orientada por evidências, fundamental para a qualidade e funcionalidade do resultado final.

Este exercício de atenção ao detalhe, de antecipar necessidades e pensar soluções para além das solicitações do cliente, revelou-se essencial para consolidar uma sensibilidade própria enquanto designer. Para além disso, confrontar desafios como o equilíbrio entre legibilidade e sustentabilidade – minimizando o uso de cores sem comprometer a comunicação – aprofundou a compreensão do delicado equilíbrio entre função, estética e responsabilidade ambiental.

Estas experiências rigorosas e cuidadosas não só foram decisivas para o sucesso do projeto, como se tornaram referências fundamentais para os exercícios que se seguiram.



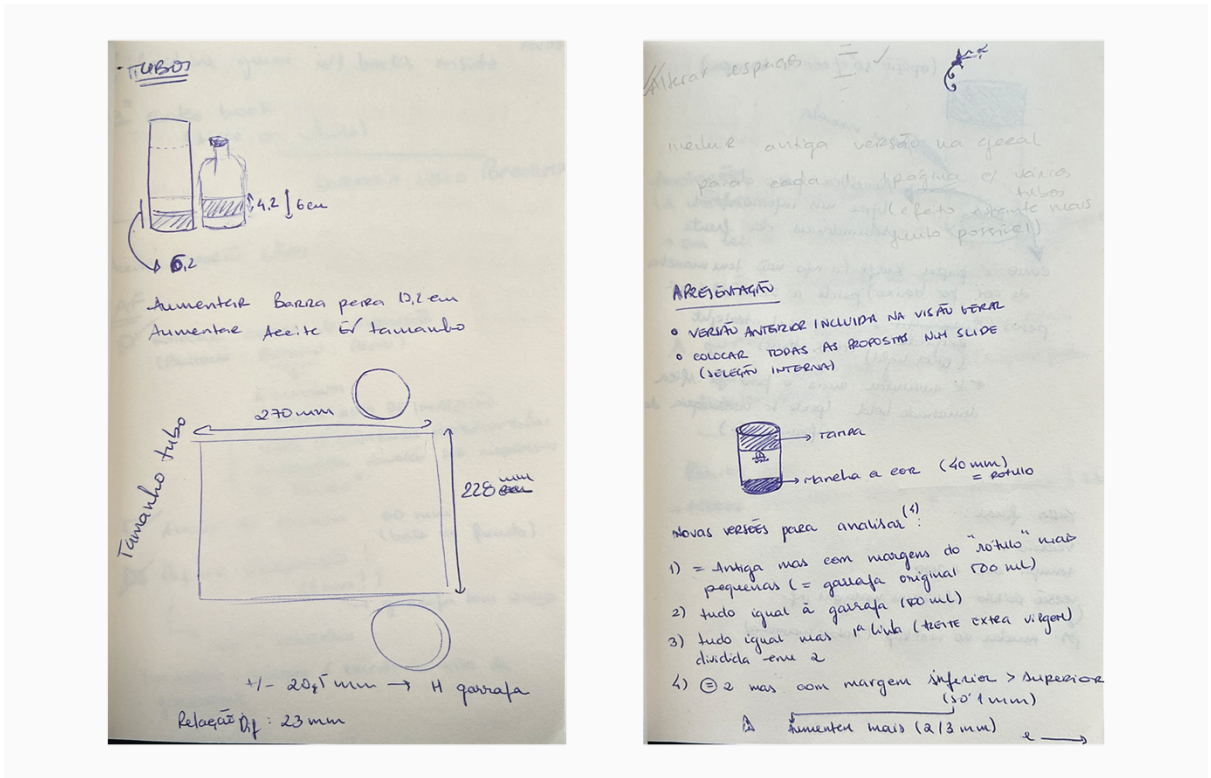


Figura 16. Herdade do Esporão – Azeites - Tubos | Esboços e apontamentos manuais do processo



Figura 17. Herdade do Esporão – Azeites - Tubos | Testes de impressão



Figura 18. Herdade do Esporão – Azeites - Tubos | *Mockups* do processo de evolução

Após a aprovação por parte do cliente, produziu-se a arte final do tubo (figura 20., próxima página). A tarefa, realizada pela primeira vez, permitiu uma compreensão do grau de rigor necessário na preparação de ficheiros para impressão, de forma a garantir uma comunicação clara com a equipa de produção.

A arte final foi organizada em duas camadas distintas: uma contendo os elementos técnicos e instruções de produção; outra exclusivamente com os conteúdos destinados à impressão. Esta separação demonstrou-se fundamental para uma comunicação eficaz com a equipa técnica e para a minimização de erros durante o processo de produção.

Um dos principais desafios foi a representação dos elementos gráficos a branco sobre papel kraft, dado que essa cor não se visualiza corretamente em ambiente digital. Para contornar este problema, representei o branco com a cor magenta, acrescentando a indicação “todos os elementos representados a magenta devem ser impressos a branco”. Esta estratégia não só assegurou a legibilidade do ficheiro como também facilitou a correta interpretação por parte da equipa de impressão.

Adicionalmente, foram configuradas as *swatches* (figura 19.) de forma a representar com precisão as tonalidades Pantone e o branco técnico (representado a magenta), definidos como *spot colors*. Esta prática, comum na produção gráfica profissional, garantiu uma leitura clara do ficheiro e o respeito pelas especificidades técnicas do projeto. Através deste processo, aprofundou-se o conhecimento sobre as exigências técnicas da arte final, e refletiu-se o papel do designer como mediador entre a intenção gráfica e a sua concretização material.

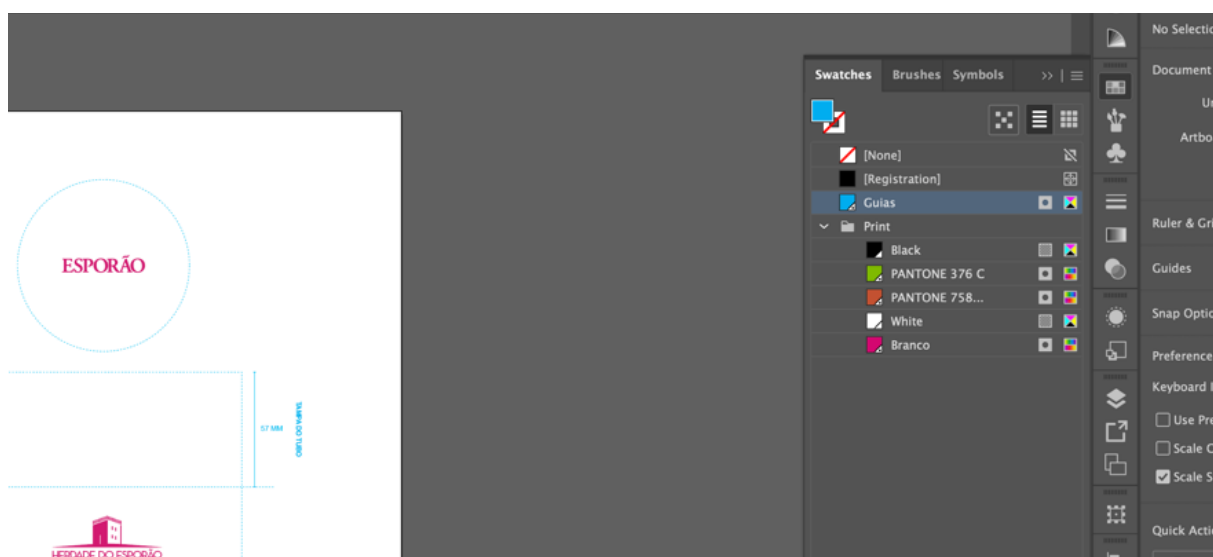


Figura 19. Herdade do Esporão – Azeites - Tubos | Preparação da Arte Final

**ESPORÃO 2025 AZEITES TUBOS**  
**IMPRESSÃO SOBRE CARTÃO KRAFT**



**TAMPA DO TUBO** 57 MM

**TUBO** 228 MM

**HERDADE DO ESPORÃO**  
1267

**DECLARAÇÃO AUTÉNTICA**  
 O produto aqui representado é genuíno e autêntico, sendo de origem portuguesa e produzido em Portugal. É um produto que representa a tradição e a qualidade do Esporão.

Nome do Produto	10,9 FL. OZ.
Volume Líquido	317,6 mL
País de Origem	Portugal
Marca	ESPORÃO
Conteúdo Líquido	10,9 FL. OZ.
Volume Líquido	317,6 mL
País de Origem	Portugal
Marca	ESPORÃO

**AZEITE EXTRA VIRGEM**  
 O produto aqui representado é genuíno e autêntico, sendo de origem portuguesa e produzido em Portugal. É um produto que representa a tradição e a qualidade do Esporão.

**ORGANIC EXTRA VIRGIN OLIVE OIL - HUILE D'OLIVE VERGE EXTRA BIO**  
**AZEITE VIRGEM EXTRA BIO**

**BIOLOGICO ORGANIC**

10,9 FL. OZ. PORTUGAL 500ml

270MM

60 MM



**TODOS OS ELEMENTOS REPRESENTADOS A MAGENTA DEVERÃO SER IMPRESSOS A BRANCO.**

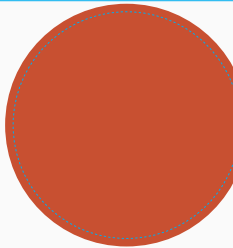


Figura 20. Herdade do Esporão – Azeites - Tubos | Arte Final

## Vinho Defesa

No âmbito da colaboração contínua com a Esporão, o estúdio desenvolveu o redesign da linha de vinhos Defesa (Herdade do Esporão), que inclui as referências Tinto, Branco e Rosé. Desse trabalho, surgiram duas propostas gráficas promissoras (figura 21.), que serão futuramente submetidas a estudos de mercado, em Portugal e no Brasil, para aferir a sua eficácia comunicativa junto do público consumidor.



Figura 21. Herdade do Esporão – Defesa | Propostas enviadas (Opção A- Esquerda, Opção B - Direita)

Antecedendo a realização desses testes, a Esporão solicitou a inclusão dos selos de certificação obrigatórios em cada rótulo – o selo Biológico, aplicável ao mercado português, e o selo Orgânico, destinado ao mercado brasileiro –, de modo a garantir que a avaliação das propostas fosse feita com base em versões completas e tecnicamente plausíveis.

Consequentemente, surge a tarefa de desenvolver 24 *mockups*: 12 por proposta (A e B), correspondendo a dois *mockups* por cada uma das três garrafas, para os dois mercados. Para cada rótulo, foi desenvolvida uma versão com o selo em verde (cor principal) e outra a uma cor secundária, adaptada para assegurar o contraste necessário com os elementos gráficos envolventes.

O processo teve início com a análise minuciosa dos manuais de normas dos selos, onde foram identificadas as dimensões mínimas, margens de segurança e possibilidades cromáticas. Com base nessas diretrizes, conduziram-se estudos de *layout* (figuras 22 e 23.) para garantir a integração dos selos de forma coerente com a composição gráfica previamente definida, respeitando os seus equilíbrios e hierarquias. Após validação interna, procedeu-se à produção dos *mockups* finais (figuras 24, 25 e 26.), que foram enviados à equipa Esporão para posterior avaliação.



Figura 22. Herdade do Esporão – Defesa | Estudos de *layout*

Embora à primeira vista esta tarefa possa parecer predominantemente técnica, exigiu rigor metodológico, domínio das normas específicas de certificação e atenção minuciosa ao detalhe gráfico. Este processo proporcionou um entendimento mais aprofundado sobre a integração harmoniosa de elementos regulamentares, sem comprometer a integridade da identidade visual da marca, evidenciando como a pormenorização das decisões gráficas, nomeadamente em termos de cor, posicionamento e legibilidade, constitui um fator determinante para a consistência e eficácia da comunicação do produto final.



Figura 23. Herdade do Esporão – Defesa | Exemplo de testes de *layout*

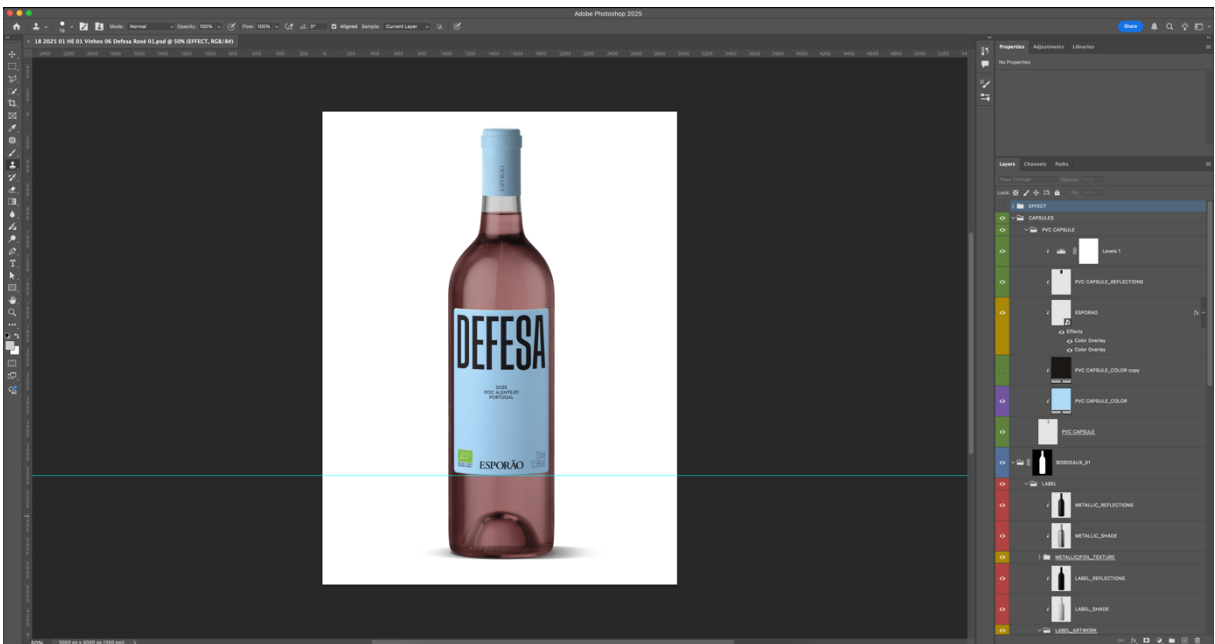


Figura 24. Herdade do Esporão – Defesa | Processo de trabalho em Photoshop



Figura 25. Herdade do Esporão – Defesa | Mockups para o Mercado Português



Figura 26. Herdade do Esporão – Defesa | Mockups para o Mercado Brasileiro

#### 4.1.2 Quinta dos Murças

A Quinta dos Murças é uma das propriedades emblemáticas do universo Esporão, localizada na sub-região do Baixo Corgo, no Douro. Reconhecida pela diversidade dos seus *terroirs*, práticas de viticultura de precisão e compromisso com a sustentabilidade, esta quinta produz vinhos que combinam tradição e inovação, refletindo a riqueza e complexidade da região. (Esporão, s.d.)



Fonte: Esporão (s.d.). Douro. Quinta dos Murças. Retirado a 3 junho, 2025, de Esporão website: <https://esporao.com/pt/origins/douro>

Figura 27. Esporão – Quinta dos Murças

## Vinho Assobio

O Assobio, reconhecido pela sua qualidade e distinção, destaca-se no portfólio da Quinta dos Murças como uma referência de gama média-alta.

Durante o período de estágio, procedeu-se à adaptação do rótulo, contra-rótulo e embalagens pack deste produto para os grandes formatos de 3L e 5L. Para a execução deste trabalho, foram consultados o material gráfico desenvolvido para as garrafas de 750ml e 1,5L, bem como as orientações constantes do manual de normas da marca.



Figura 28. Quinta dos Murças – Assobio | Redesign (2023) Garrafa 750ml

A complexidade desta tarefa residu em transpor a identidade visual para formatos significativamente maiores, algo que exigiu mais do que uma simples ampliação da informação. Implicou uma reavaliação minuciosa da hierarquia da informação e da legibilidade dos elementos, especialmente no que diz respeito à fotografia central do rótulo, que, segundo o manual de normas, não poderia ultrapassar dois quartos e meio da altura total do rótulo.

Para tal, foram necessários inúmeros testes, incluindo a realização de impressões em escala real para aplicação nas garrafas, permitindo uma avaliação fidedigna da sua perceção visual no suporte final (figuras 29, 30 e 31., próximas páginas).



Figura 29. Quinta dos Murças – Assobio | Testes de rótulo (rótulo antigos versus rótulo novo)



Figura 30. Quinta dos Murças – Assobio | Testes de contrarótulo para grandes formatos (3L e 5L)



Figura 31. Quinta dos Murças – Assobio | Testes de rótulos para grandes formatos (3L e 5L)

Adicionalmente, desenvolveu-se o *layout* das embalagens pack para os vinhos Assobio de 3L (figura 33., próxima página) e 5L (figura 34., próximas página). Tal processo teve como ponto de partida a identidade visual já estabelecida, bem como as embalagens anteriores, no intuito de compreender a estrutura e as dimensões preexistentes.

Considerando o contacto prévio com o projeto e a familiaridade com os seus requisitos, este processo revelou-se fluido e expedito, embora tenha exigido, uma vez mais, a realização de vários testes de impressão (figura, 32.) para ajustar as medidas e refinar o design.

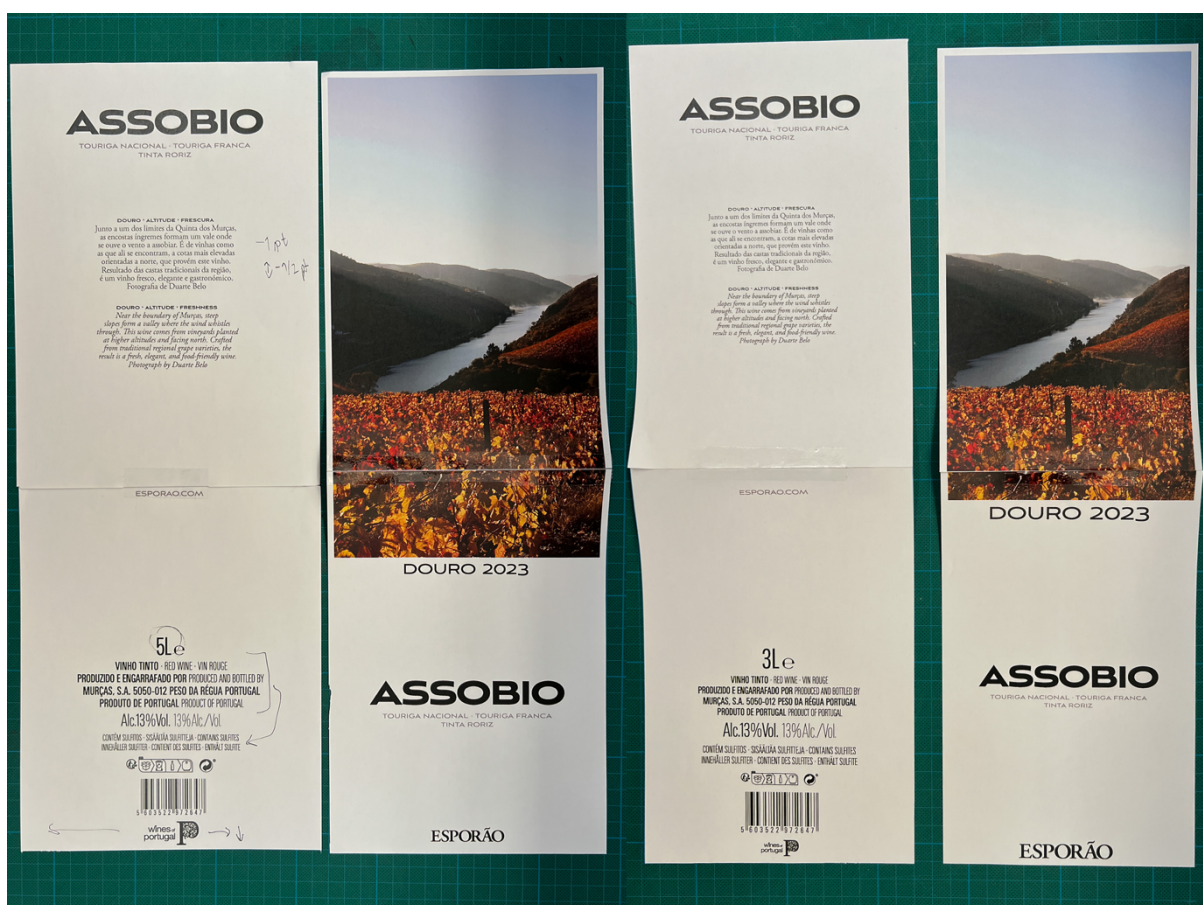


Figura 32. Quinta dos Murças – Assobio | Testes de impressão de Pack para grandes formatos (3L e 5L)



Finalmente, foi desenhada uma embalagem de madeira tripack para a garrafa de 750ml, tendo como base a versão anterior e a caixa de tripack em cartão (figura 35.).



Figura 35. Quinta dos Murças – Assobio | Referências Caixa Tripack

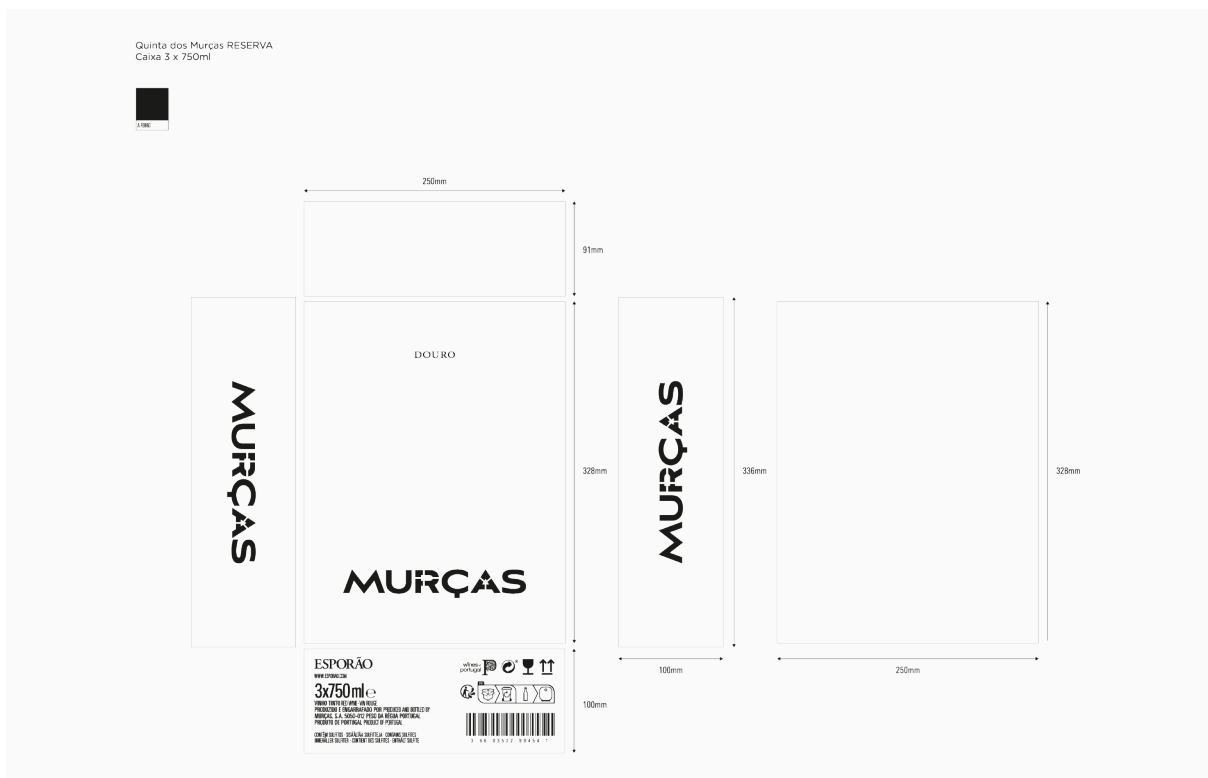


Figura 36. Quinta dos Murças – Assobio | Layout Tripack Madeira



Figura 37. Quinta dos Murças – Assobio | *Mockups* Tripack Madeira

Após dada como concluída a presente fase de trabalho, o mesmo seguiu para outra colaboradora, a Anastasia, que ficou responsável pela criação de *mockups* (figura 37.) e preparação da apresentação para envio ao cliente.

Os trabalhos desenvolvidos para a linha Assobio abrangeram diversas vertentes do design, reforçando a importância do rigor e da precisão na transposição visual de um produto para distintos formatos. Entre os desafios encontrados, o mais significativo foi a adaptação proporcional dos elementos gráficos para embalagens de maior dimensão, assegurando a legibilidade e a coerência visual. Este processo evidenciou a capacidade intrínseca do design de potenciar a identidade e a percepção de qualidade de um produto, sublinhando a imprescindibilidade da consistência transversal a diversos formatos e suportes para a consolidação da marca.

A colaboração com a Esporão representou uma oportunidade de grande valor no desenvolvimento de competências técnicas e críticas. Ao longo do processo, houve uma grande envolvimento em múltiplas etapas de projeto – desde a adaptação gráfica de embalagens à elaboração de artes finais – atravessando suportes diversos e respondendo a exigências específicas.

Mais do que um exercício individual, estas experiências permitiram compreender o design como um processo eminentemente colaborativo. Este trabalho conjunto manifesta-se não apenas entre os diferentes membros da equipa do estúdio, mas também nas interações com os técnicos das gráficas – cuja interpretação dos ficheiros exige clareza e precisão – e com os clientes, cujos *feedbacks* orientam, desafiam e refinam as decisões tomadas. Neste sentido, o design não é apenas o produto final, mas o resultado de uma rede de diálogo constante entre diferentes agentes.

Estes processos evidenciaram ainda a importância de testar, ajustar e reiterar. A impressão e a maquetização tornaram-se fases fundamentais, permitindo avaliar o comportamento do design nos suportes físicos. Verificou-se, nesse contexto, que os ajustes óticos e a atenção ao detalhe, por mais subtis que possam parecer, são determinantes na perceção final de uma peça, contribuindo para o seu equilíbrio visual e eficácia comunicativa.

O trabalho com a Esporão, enquanto marca com uma identidade sólida e um portefólio vasto e diversificado, evidenciou a complexidade de articular unidade e diferenciação dentro de um mesmo universo gráfico. Apesar da heterogeneidade dos produtos – vinhos de distintas gamas, azeites, embalagens –, a Esporão mantém uma identidade de marca coesa, assente em valores como a sustentabilidade, a qualidade e o respeito pela origem. Simultaneamente, cada produto afirma uma identidade própria, materializada através de escolhas gráficas específicas. Esta tensão entre coerência e singularidade constituiu um dos aspetos mais ricos da prática projetual com a marca.

Em síntese, a colaboração possibilitou a integração de diversas vertentes do design e, sobretudo, a reflexão sobre o papel desta disciplina enquanto prática relacional, composta por decisões técnicas e sensíveis, enraizadas no diálogo entre pessoas, ideias e contextos.

## 4.2 Livraria Lello

Fundada em 1906 no Porto, a Livraria Lello é reconhecida internacionalmente como uma das livrarias mais emblemáticas, não apenas pelo seu valor histórico, mas também pela sua relevância cultural contemporânea (Livraria Lello, s.d.). Nos últimos anos, a instituição tem vindo a consolidar-se enquanto marca editorial, desenvolvendo projetos que articulam de forma integrada literatura, património e design. Neste processo de afirmação, destaca-se a colaboração contínua com o Studio Eduardo Aires, que tem assegurado a coerência estratégica e a inovação na comunicação visual e no design editorial da Livraria.

A Pop Collection (figura 38.), coleção de clássicos literários de bolso da Livraria, é um projeto resultante da renovação da identidade visual da marca. Caracteriza-se por uma abordagem gráfica sofisticada, acabamentos cuidadosos e uma paleta cromática expressiva. (Studio Eduardo Aires, s.d.)



Fonte: Studio Eduardo Aires (s.d.). The Pop Collection. Retirado em 9 de maio, 2025, de Studio Eduardo Aires website: <https://eduardoaires.com/projects/project/the-pop-collection.html>

Figura 38. Livraria Lello – Pop Collection

Neste domínio, surgiu a necessidade de desenvolver uma campanha digital com o objetivo de atrair um público mais jovem. Consequentemente, foi atribuída a tarefa de gerar diversas imagens, recorrendo a ferramentas de IA (figura 39). Algumas destas imagens foram posteriormente editadas em Photoshop, quer pelo responsável do projeto, quer pela estagiária, de modo a garantir a coerência com a identidade gráfica da coleção. Este processo possibilitou a criação de composições apelativas, posteriormente incluídas na apresentação submetida ao cliente (figuras 40 e 41).

O presente trabalho evidenciou o papel do designer enquanto curador e intérprete visual, mesmo em contextos mediados por IA. A intervenção humana revelou-se, assim, fundamental para assegurar a intencionalidade comunicacional das imagens produzidas, sublinhando a relevância do pensamento crítico e da sensibilidade estética no processo de mediação entre tecnologia e design.



Figura 39. Livraria Lello – Pop Collection | Exemplos de imagens geradas com IA



Figura 40. Livraria Lello – Campanha Pop Collection | *Mockup*



Figura 41. Livraria Lello – Campanha Pop Collection | *Mockup*

O segundo desafio surgiu no âmbito da expansão física da Livraria, que prevê a criação de um novo espaço contíguo ao edifício principal, integrando quatro valências: uma loja de merchandising, um café, um auditório e um observatório. A intenção seria alargar estes novos pontos de contacto com o universo Lello, proporcionando uma experiência imersiva e contínua aos visitantes.

Neste contexto, foi atribuída a tarefa de realizar uma pesquisa exploratória (figura 42), com o objetivo de compreender como outras instituições culturais – como museus, fundações e espaços criativos – comunicam superfícies semelhantes das suas marcas. A análise centrou-se nas estratégias de extensão de marca, avaliando se estes locais se inserem numa identidade única ou assumem identidades visuais próprias, complementares à marca principal.

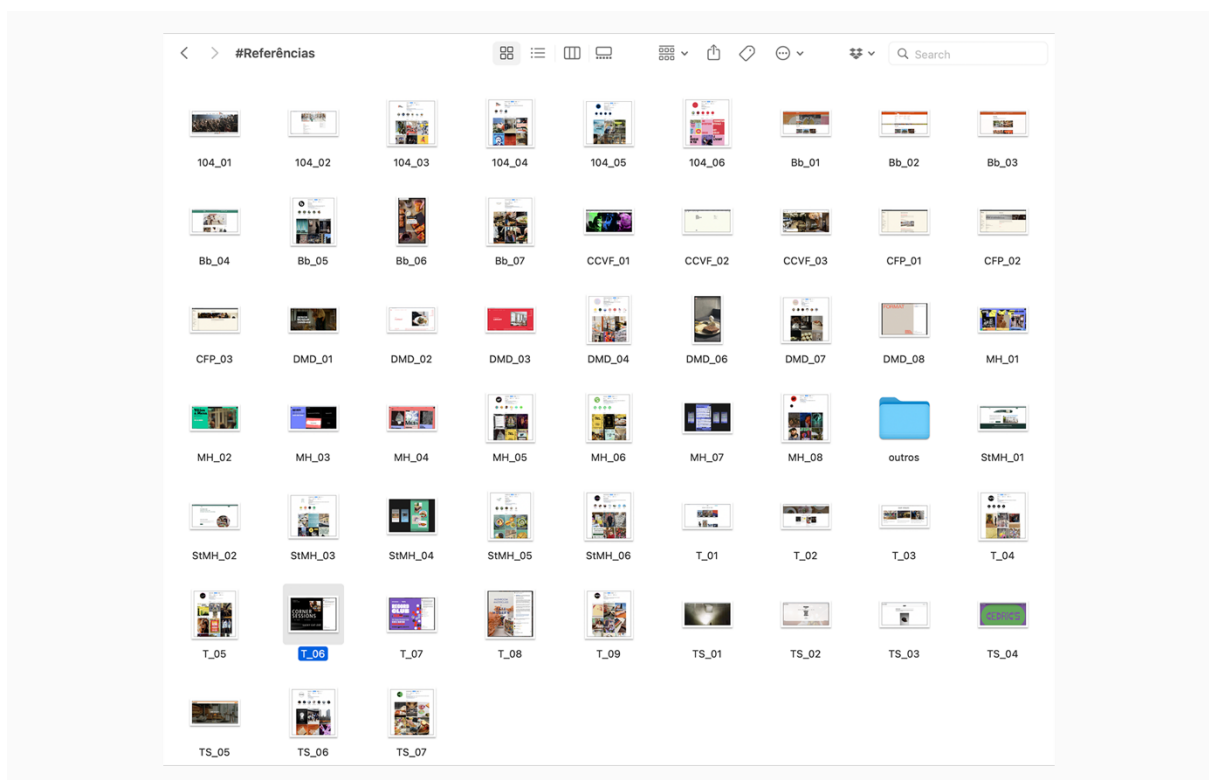


Figura 42. Livraria Lello – Expansão | Referências

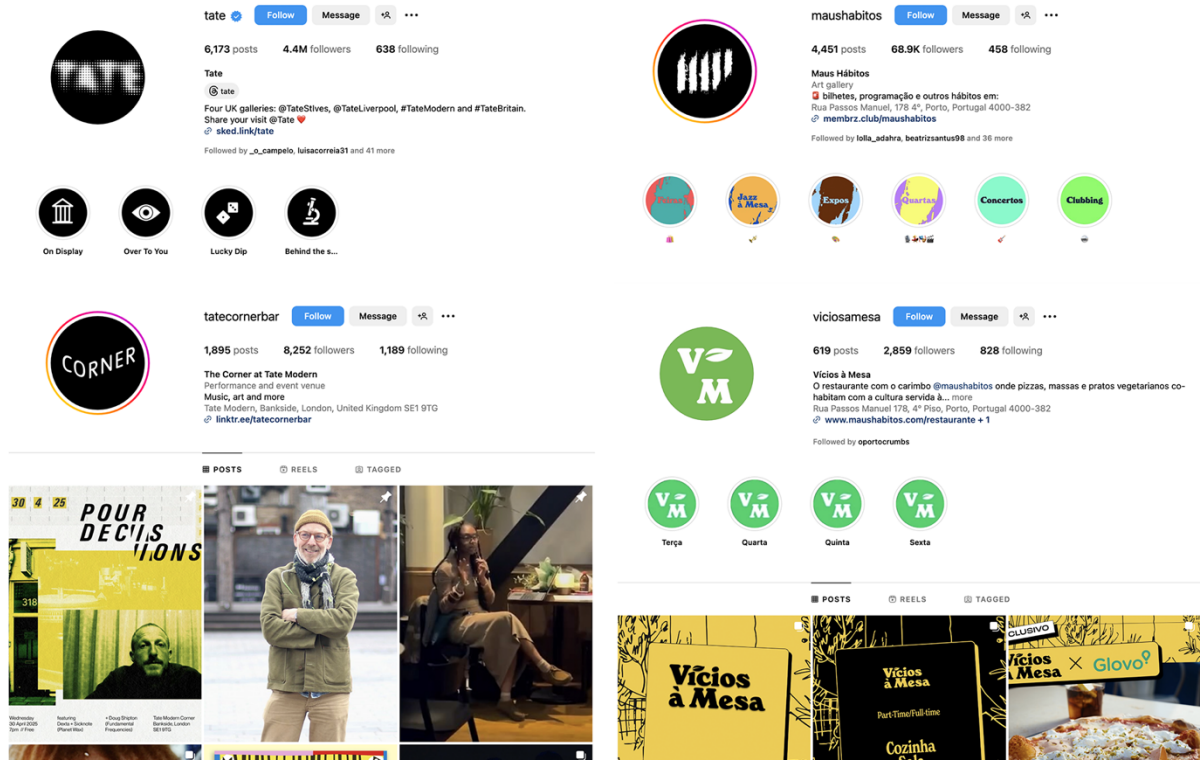


Figura 43. Livraria Lello – Expansão | Exemplo de referências visuais (Tate e Maus Hábitos)

Através da figura 43. são destacados dois exemplos elucidativos: tanto no Tate Modern como no Maus Hábitos, os restaurantes – respetivamente o The Corner e o Vícios à Mesa – mantêm uma comunicação própria, com identidades visuais e canais de divulgação independentes, apesar de estarem integrados na marca principal. Esta estratégia de autonomização permite criar experiências diferenciadas para públicos específicos, mantendo ao mesmo tempo a coerência do espaço cultural global. Estes casos ilustram como a segmentação comunicacional, mesmo dentro de um mesmo organismo, pode potenciar a personalização e a valorização de cada valência.

Este processo levou a um aprofundamento da visão do design enquanto disciplina interdisciplinar, que ultrapassa a criação gráfica para abraçar a análise estratégica de marca, comunicação visual e experiência do utilizador. A pesquisa revelou a importância do designer como mediador entre as expectativas do cliente, as necessidades do público e as possibilidades do projeto. Ao apresentar exemplos concretos de outras instituições culturais, foi possível sustentar e legitimar a proposta do estúdio junto do cliente.

### 4.3 Candeeiro Bouro

O candeeiro Bouro (figura 44.) é uma peça desenhada por Eduardo Souto de Moura, originalmente concebida no âmbito da reabilitação do Convento de Santa Maria do Bouro – hoje Pousada Mosteiro de Amares – uma intervenção iniciada no final da década de 1980 (Pestana Stories, s.d).

Recentemente, foi solicitado ao SEA o desenvolvimento de uma caixa capaz de transportar esta peça, agora relançada como edição limitada, fruto da colaboração entre o arquiteto e o antiquário João Moura Martins.



Figura 44. Candeeiro Bouro

Visto não existir qualquer proposta definida aquando da atribuição do projeto, foi possível desenvolver o conceito desde a sua génese. A partir das diretrizes conceituais internas, procedeu-se a uma fase de pesquisa visual (figura 45) e teórica, seguida pela exploração de esboços (figura 46), que evoluíram para maquetes tridimensionais (figura 47). Todo este processo foi realizado em articulação com Raquel, designer sénior e coordenadora do projeto, mantendo-se uma colaboração contínua que assegurou o alinhamento entre conceito, estrutura e comunicação visual.



Fontes:

1ª Fila - <https://www.behance.net/gallery/77212103/FLOS-Barber>,

<https://mx.pinterest.com/pin/162059286585482618/>, <https://www.seachange.studio/work/twyg-skincare>

2ª Fila - <https://www.pinterest.com/pin/148829962678546403/>, <https://studiolem.co.kr/deluna-editorial-packaging-design>, <https://www.are.na/block/24926843>

3ª Fila - <https://www.behance.net/gallery/86148733/StrangeLove-Lo-cal-Soda/modules/498577647>, <https://www.behance.net/gallery/86148733/StrangeLove-Lo-cal-Soda/modules/498577647>, <https://designwanted.com/deaf-technology-products-empowered-design/>

Figura 45. Candeeiro Bouro – Caixa | Referências Visuais

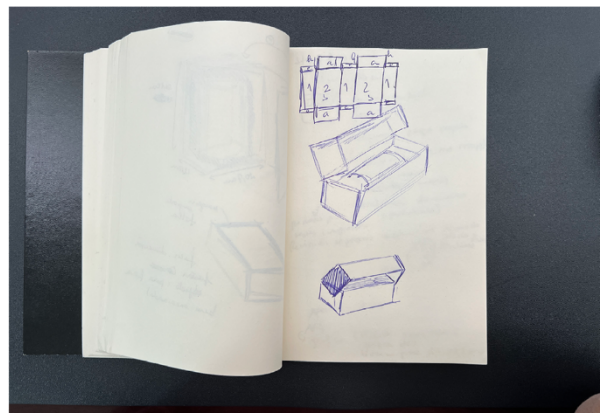
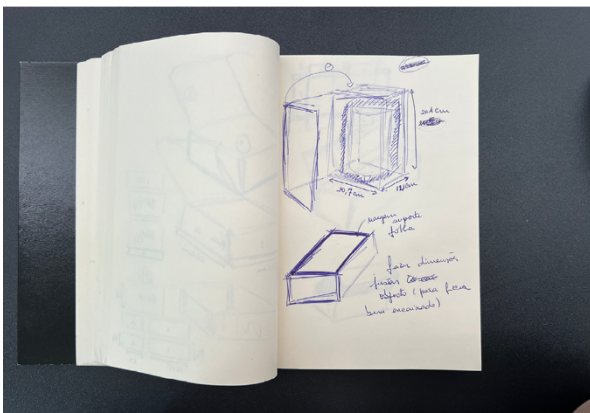
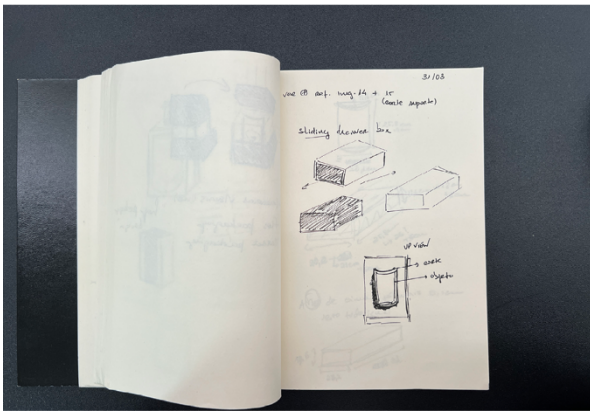
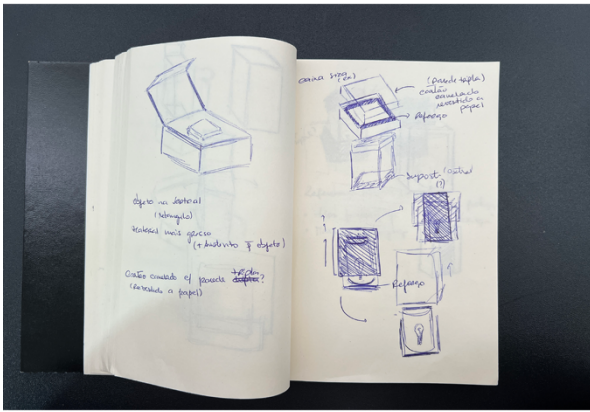
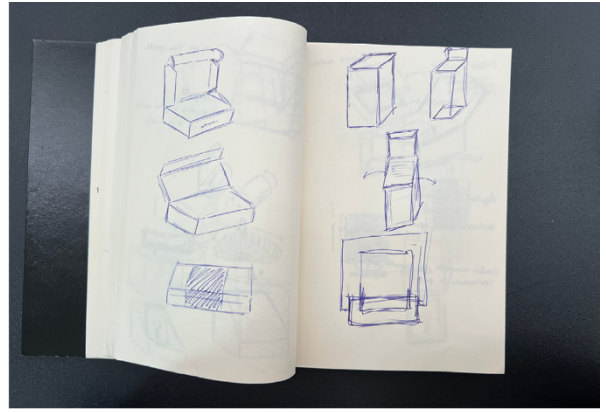
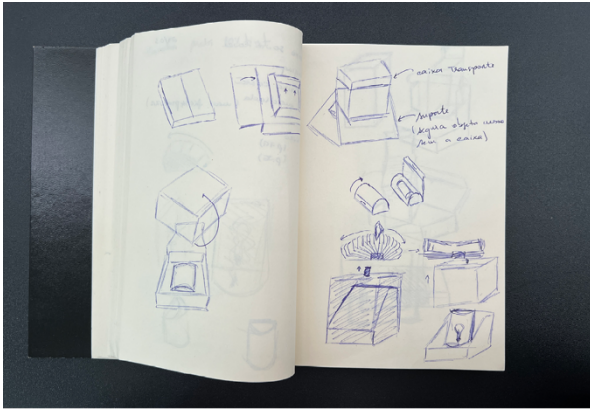


Figura 46. Candeiro Bouro – Caixa | Desenhos

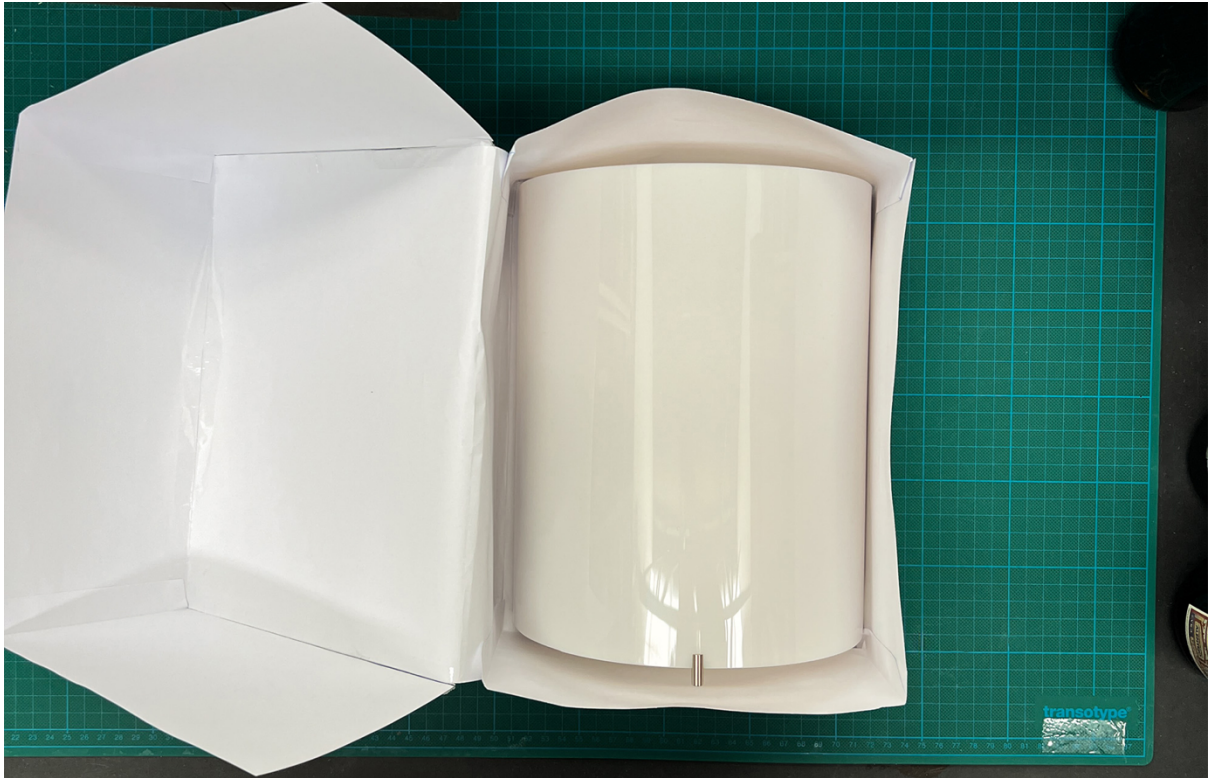


Figura 47. Candeeiro Bouro – Caixa | Testes de maquetização

O exercício culminou na execução de dois *mockups* funcionais (Figuras 48 e 49, página seguinte), que serviram como base para futuras etapas do processo. Por um lado, foram importantes para a validação interna, funcionando como suporte tangível para discussão e avaliação da proposta. Por outro, tinham como objetivo servir de ferramenta para o contacto com o Fernando, consultor gráfico da Forward Consulting<sup>26</sup>, responsável por analisar a viabilidade técnica da embalagem, incluindo aspetos como materiais adequados ao orçamento, resistência estrutural e possíveis adaptações de soluções já existentes no mercado. Até ao final do estágio, estas validações ainda não tinham ocorrido, e o projeto permanecia dependente destas decisões para prosseguir.

---

<sup>26</sup> A Forward Consulting é uma empresa de consultoria especializada na área das artes gráficas e embalagens. Eles atuam como intermediários entre o cliente e os fornecedores, procurando as melhores soluções técnicas para cada projeto, encaminhando o trabalho para empresas que reúnem as melhores condições técnicas, e supervisionando todo o processo para garantir qualidade e minimizar erros. (Forward Consulting, s.d.)



Figura 48. Candeeiro Bouro – Caixa | *Mockup 1*



Figura 49. Candeeiro Bouro – Caixa | *Mockup 2*

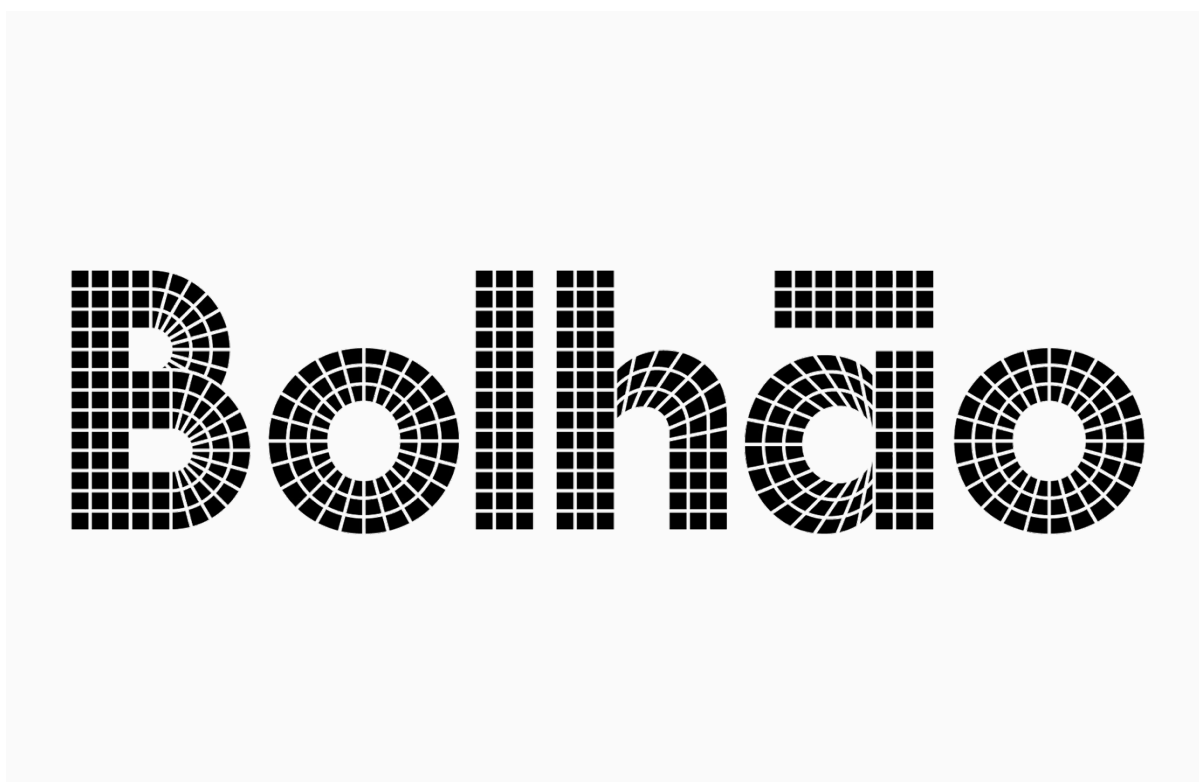
Neste projeto, a conceptualização da embalagem foi abordada não apenas como um invólucro, mas como um elemento que, para além de garantir a proteção do produto, funciona como elo entre o utilizador e o candeeiro. Considerou-se de que forma a abertura e a estrutura da embalagem poderiam valorizar a peça, com um design que, pela sua simplicidade intrínseca, não desviasse o foco, mas orientasse a atenção para o objeto principal.

Este exercício possibilitou o aprofundamento do entendimento sobre os desafios do design de embalagem, com especial ênfase na necessidade de alinhar função, forma e identidade, sem descurar as condicionantes orçamentais.

#### 4.4 Bolhão

O projeto de reabilitação do Mercado do Bolhão, assinado pelo arquiteto Nuno Valentim (FAUP), teve como base o edifício originalmente projetado, entre 1914 e 1917, por António Correia da Silva. A intervenção respeitou o seu valor patrimonial, ao mesmo tempo que integrou exigências contemporâneas como a acessibilidade, o conforto e uma relação mais fluida com a cidade. O mercado reabriu ao público em setembro de 2022, devolvendo o edifício à vida quotidiana da cidade e aos seus habitantes. (Medeiros, 2024)

Entre os intervenientes destaca-se o Studio Eduardo Aires, responsável pela atual identidade visual do mercado (figura 50.). Esta incorpora elementos emblemáticos da marca Porto., fortalecendo a relação simbólica e visual entre o mercado e a cidade. A marca baseia-se numa estrutura em grelha que evoca os tradicionais azulejos portuenses, adaptando-se às formas do edifício. (Studio Eduardo Aires, s.d.)



Fonte: Studio Eduardo Aires (s.d.). Mercado do Bolhão. Retirado em 19 de maio, 2025, de Studio Eduardo Aires website: <https://eduardoaires.com/projects/project/mercado-do-bolhao.html>

Figura 50. Mercado do Bolhao – Nova Identidade Visual

Neste contexto, foi solicitado ao Studio uma publicação editorial dedicada ao projeto de reabilitação – uma obra que reúne testemunhos e experiências de profissionais envolvidos no projeto. Embora o editorial já estivesse em desenvolvimento aquando da minha prática, tive oportunidade de colaborar em algumas fases do processo.

Uma das primeiras tarefas consistiu em preparar os textos recebidos em documentos word, escritos pelos diversos profissionais envolvidos. Foram atribuídos estilos aos diferentes elementos do texto (títulos, subtítulos, transcrições, corpo de texto), criando uma estrutura clara e organizada que facilitasse a sua migração para o ficheiro de InDesign. Esta etapa, embora discreta, revelou-se fundamental para garantir a eficiência no processo de paginação e coerência na aplicação do sistema gráfico ao longo da publicação.

No campo da organização de conteúdo, procedeu-se ao tratamento e à sistematização de algumas referências bibliográficas (figura 51), garantindo a aplicação rigorosa das normas de citação ao longo dos diferentes capítulos. Esta dimensão, por vezes pouco visível no resultado final, revelou-se crucial para a construção de uma narrativa credível e bem fundamentada.

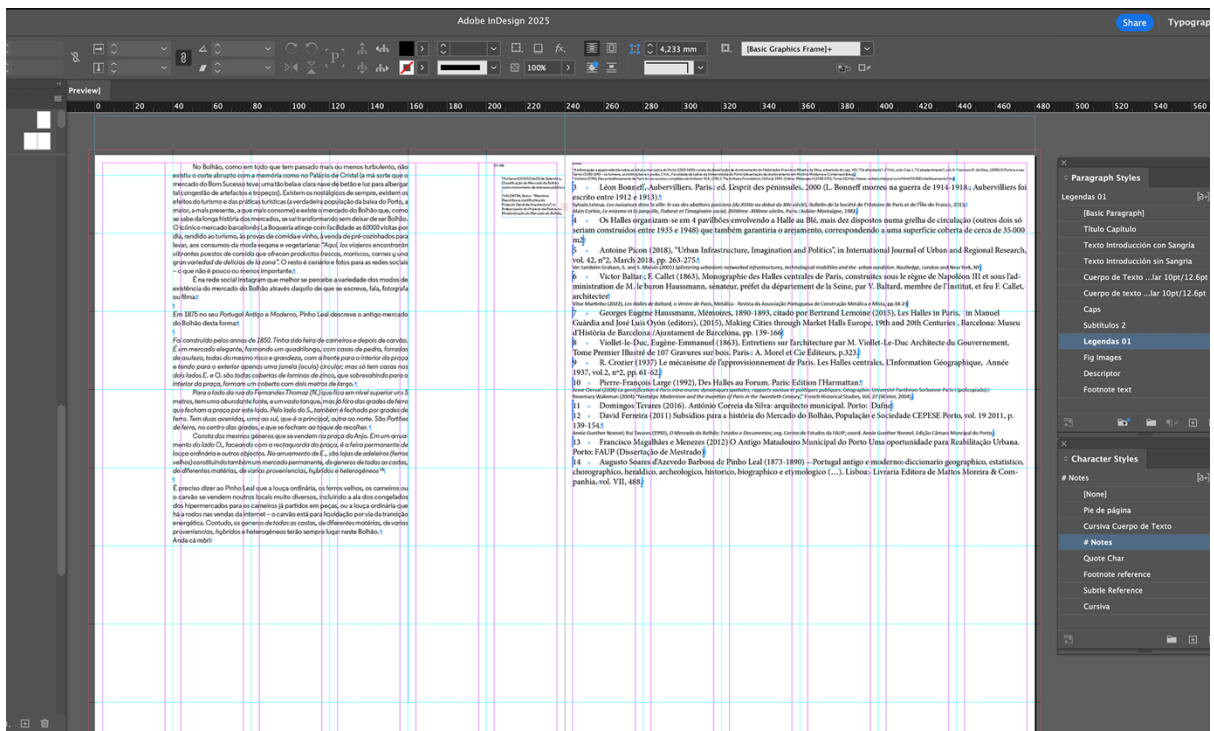


Figura 51. Mercado do Bolhao – Editorial | Tratamento de Referências Bibliográficas



Resumo da Apresentação do Mercado do Bolhão  
 O Mercado do Bolhão é um dos mercados mais antigos de Portugal, com uma história que remonta ao século XV. Este espaço urbano, situado no centro da cidade do Porto, é um dos pontos de encontro mais importantes da comunidade local. A sua reconstrução e requalificação têm sido alvo de várias intervenções ao longo dos anos, visando melhorar as condições de higiene, segurança e acessibilidade para os seus utilizadores.

**O RUJUDO**  
 A reabilitação é um compromisso

Em torno da reabilitação de um edifício como o Mercado do Bolhão, um ícone do Porto (semelhante ao país), existe, naturalmente, extremo ruído; desde logo político no debate em torno dos projetos elaborados nas últimas décadas. No entanto, nesta análise em três atos a sua reabilitação não é desse ruído que nos ocupamos, mas daquele que tem emanado da própria reabilitação. A ideia de compromisso começa desde logo com a noção de classificação de Património que tem, naturalmente, o objetivo de proteger atribuindo (igualmente) uma marca de qualidade a um edifício ou conjunto de edifícios, a uma cidade ou a um lugar, mas pode ter igualmente, efeitos perversos, acabando por bloquear a ação e condicionando a evolução desses mesmos lugares. É muito interessante a associação que Hélio Pinho faz numa conferência no Porto sobre reabilitação, da palavra património à palavra matrimónio – não se se por mera associação fonética ou se porque, de facto, é possível associar a ideia de património à ideia de compromisso; disse ele. Mas a verdade é que também no dicionário, a ideia de património associada a um conjunto de bens que alguém recebe por herança ou transmissão; ou seja, trata-se de um facto sucessório que é necessário assumir e, portanto, de enorme responsabilidade: um compromisso.

No âmbito da reabilitação é muitas vezes necessário entender que o património de um dado edifício representa ainda um legado cuja recuperação garantirá a consciência histórica que um conjunto social tem deste, pelo que esse compromisso é eticamente inquestionável.

O caso do Bolhão é singular no sentido em que a consciência da sua importância enquanto legado e da necessidade da sua reabilitação foram já dados adquiridos inquestionáveis. Mas não há dúvida que a existência de quatro projetos e das inúmeras vacilações até ao presente momento, mostram a ambiguidade que pode acompanhar o sentido da reabilitação. A este tema refere-se recentemente Beatriz Ramos "de forma muito pertinente e a sua avaliação prende-se com o que está na base da reabilitação, que é conservar algo e reabilitar; ou seja, não fazer de novo. Neste contexto, há tantos termos quantas abordagens: para a palavra conservar, o dicionário propõe proteção e manutenção; também a regeneração pode ser: restabelecimento do que estava construído. Paradoxalmente, quando referidas ao passado, estas palavras e os seus sinónimos podem indicar conceitos opostos: fala-se de proteger o passado ou de manter o passado? Para Beatriz Ramos isto pode ser um problema, porque dois anos de história mostram-nos a possibilidade de viver com o passado, mas o entendimento errado destes termos, pode levar a ignorar o facto de que não podemos viver sem futuro. Não podemos ser protegidos da evolução, caso contrário, será necessário proteger a reabilitação desta contradição.

É inquestionável que não a adequação do modelo político e programático aos objetivos da reabilitação do Mercado do Bolhão conduziu ao excelente resultado da ação arquitetónica aqui analisada e que esse sucesso só poderia ter lugar no âmbito de uma decisão política instruída de conhecimento arquitetónico e respeito pela singularidade da empreitada em curso.

No âmbito da arquitetura, que é aquele que nos diz respeito, interessa explorar a enorme dimensão de um trabalho desta natureza da sensibilização para a intensidade e rigor necessários à eficácia nas avaliações e tomada de decisões no sentido de atingir os objetivos propostos, do compromisso ético do arquiteto, mas também daquele que pretende tornar clara as suas ações a quem delas beneficia. Ao examinar, numa primeira abordagem, a valorização do Património, analisada comento a um momento, salientam-se as considerações de Alois Riegl e Françoise Choay, que redefiniram e ampliaram a reflexão sobre este tema, encontrando leituras convergentes. Riegl fez uma clara distinção entre os monumentos intencionais daqueles não intencionais para ele "no sentido mais antigo e verdadeiramente original do termo", monumento é uma obra criada pela mão do homem com o intuito preciso de conservar para sempre presente e viva na consciência das gerações futuras a lembrança de uma ação ou destino. Nesse sentido, o monumento relaciona-se com a manutenção da memória coletiva de uma sociedade ou de um grupo. Também para Françoise Choay, "a natureza alévia do seu propósito é essencial: não se trata de apresentar, de dar uma informação neutra, mas de tocar, pela emoção, uma memória viva. [...]"

Pinho, Hélio. 2016. 198p. Conferência de Património Cultural em Portugal. 2016. 198p. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=...>

Ramos, Beatriz. 2016. 198p. Conferência de Património Cultural em Portugal. 2016. 198p. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=...>

Riegl, Alois. 1903. La cultura moderna das civilizações. São Paulo: Martins Editora, 1989. 298p.

**1**  
 Quadro de Áreas

	Piso -1 (Cave)	Piso 0 (Ternado)	Piso 1 (Passadizo)	Piso 2 (Escalão)	Piso 3 (Coberturas)	Cobertura	Área (m²)
Circulação Vertical Nova	157,40	100,80	95,50	90,00			458,50
Escadas Existentes e Ativos		394,90	394,30	511,00			1300,20
Construções Ternado		2 961,80					2 961,80
Restante Área do Ternado		1 336,40					1 336,40
Galeria				1 645,50			1 645,50
Novo Passadizo			231,30	158,90			390,20
Cave	3 378,50						3 378,50
Tanet	1 122,20						1 122,20
Lópis de Rua		696,20	1 114,50	1 082,40	1 134,80		4 228,30
Restauração				1 005,70	801,70		1 807,40
Talhoz/ Pitaneias							627,30
Áreas de Apoio			1 353,60				1 353,60
Áreas Técnicas		238,10	75,20				313,30
Cozinha de Apoio/ Condicionada				280,90			280,90
Inst. Sanitárias		205,30		69,30	202,30		476,60
Área de Administração				458,70			458,70
Cobertura						3 093,70	3 093,70
	4 896,70	7 760,50	2 777,80	4 567,70	2 138,60	3 309,70	25 235,00

Figura 53. Mercado do Bolhao – Editorial | Teste Tabela + Texto

Desenhos gerais			Desenhos Parciais e de Pormenor		
1.02	Implantação	1:1000	2.01	Escadas e Escadas	
1.02	Demolições - Planta Piso 0	1:200	2.02	Passagem Central - Passadizo e Elevadores	1:300 / 1:5
1.03	Demolições - Planta Piso 1	1:200	2.03	Entrada Sul - Ativo, Elev. e Escadas / Escada de Serviço (Norte)	1:300 / 1:5
1.04	Demolições - Planta Piso 2	1:200	2.03	Entrada do Metro	1:50 / 1:20 / 1:5
1.05	Demolições - Planta Piso 3	1:200	2.04	Escalões Comerciais	
1.06	Demolições - Planta Devaio	1:200	2.04	Ternado Central e Lateral	1:50 / 1:10 / 1:2
1.07	Demolições - Planta de Cobertura	1:200	2.05	Talho Tipo, Peixaria Tipo 1 e 2, Cozinha de Típias	1:50 / 1:5
1.08	Demolições - Alçados	1:200	2.06	Banheiros e Instalações Sanitárias	
1.09	Demolições - Cortes (1, 2, 3 e 4)	1:200	2.06	Instalações Sanitárias Público - Piso 0	1:50 / 1:5
1.10	Demolições - Cortes (5, 6, 7 e 8)	1:200	2.07	Instalações Sanitárias Público - Piso 2/3	1:50 / 1:5
1.11	Demolições - Planta Logas Exteriores	1:200	2.08	Banheiros Comerciantes - Piso -1	1:50 / 1:20 / 1:5
1.12	Planta Gerais / Organograma	1:100	2.09	Banheiros Funcionários e Banheiros Comerciantes Mob. Condicionada - Piso -1	1:50 / 1:5
1.13	Planta Piso -1 e Piso Técnico	1:200	2.10	Administração	1:300 / 1:150 / 1:5
1.14	Planta Piso 0 (Ternado)	1:200		Áreas de Apoio	
1.15	Planta Piso 1	1:200	2.11	Sala de Corrido	1:50 / 1:5
1.16	Planta Piso 2	1:200	2.12	Resíduos Sólidos	1:50 / 1:5
1.17	Planta Piso 3	1:200			
1.18	Planta Devaio	1:200			
1.19	Planta Cobertura	1:200			
1.20	Alçados	1:200			
1.21	Cortes (1,2,3 e 4)	1:200			
1.22	Cortes (5,6,7 e 8)	1:200			
1.23	Planta Logas Exteriores	1:200			
1.24	Planta Pavimentos Ternado	1:200			
1.25	Pormenor Construtivo Geral	1:50 / 1:10			

Figura 54. Mercado do Bolhao – Editorial | Teste Tabela + Tabela

Introdução	Alameda Rui Moreira	15	1 Da Praça ao Mercado do Bolhao	O Bolhao e o seu autor Daniela Sousa	55	2 Lugar e designio	Da concepção ao autor Enrique Fotografico	105	3 Imaterial e material	Valor humano e organizacional Sobre a identificação do Mercado do Funchal Municipal Catarina Mendes Francisco Rocha Afonso	140
				Da Praça ao Mercado do Bolhao David Ferreira	65		Marcadas Alvaro Domingues	120		Bolhao contínuo, inovando. Breve história de um processo Pedro Baptista	150
				30 Anos, 4 Projetos Rita Machado Lima	75		Condição, o Bolhao e a cidade Gaujo Correia	105			
4 Projecto	Do projecto de reabilitação do mercado do Bolhao Memória Descritiva do projecto Descrição do projecto Obras Enunciado fotografico 2 Rui Moreira	15	5 Identidade	Processo de transformação Alameda Sofia Inês Maria Sá	55	6 Epilogo	Antes - Depois Enunciado fotografico 1	55	Apêndice	Enunciado fotografico 3	55
	Engenharia do Mercado do Bolhao Inês Carolina Sousa	25		Mercado Temporário Inês Carolina Sousa	65						
	Regeneração do Mercado do Bolhao Projecto de Equipamento Rui Moreira	35		Nova Imagem Rui Moreira	45						

Figura 55. Mercado do Bolhao – Editorial | Índice Antigo

									Introdução	Alameda Rui Moreira		
										15		
									1 Da Praça ao Mercado do Bolhao	O Bolhao e o seu autor Daniela Sousa	Da Praça ao Mercado do Bolhao David Ferreira	30 Anos, 4 Projetos Rita Machado Lima
										55	65	75
									2 Lugar e designio	Da concepção ao autor Enrique Fotografico	Marcadas Alvaro Domingues	Condição, o Bolhao e a cidade Gaujo Correia
										105	120	105
									3 Imaterial e material	Valor humano e organizacional Sobre a identificação do Mercado do Funchal Municipal Catarina Mendes Francisco Rocha Afonso	Bolhao contínuo, inovando. Breve história de um processo Pedro Baptista	
										140	150	
									4 Projecto	Do projecto de reabilitação do mercado do Bolhao Memória Descritiva do projecto Descrição do projecto Obras Enunciado fotografico 2 Rui Moreira	Engenharia do Mercado do Bolhao Inês Carolina Sousa	Regeneração do Mercado do Bolhao Projecto de Equipamento Rui Moreira
										15	25	35
									5 Identidade	Da nova a identidade Alameda Sofia Inês Maria Sá		
										55		
									6 Epilogo	Antes - Depois Enunciado fotografico 1		
										55		
									Apêndice	Enunciado fotografico 3		
										55		

Figura 56. Mercado do Bolhao – Editorial | Teste Índice 1

Introdução	Alcorta Ru Alcorta	15	1 Da Praça ao Mercado do Bolhao	O Bolhao e o seu autor Domingo Soares	55	2 Lugar e designio	Da situação existente Enzois Intergalactic 1	105	3 Imaterial e material	Valor humano e reorganização Sobres a actualização do Mercado de Freguesia Municipal Célia Monteiro, Francisco Rocha Antunes	145
				Da Praça ao Mercado do Bolhao David Ferreira	65		Mercado Alvaro Domingues	125		Bolhao continuo, inovando Bom trabalho de conjugação Pablo Rogério	135
				30 Anos, 4 Projectos Para Mercado Lame	75		O culto, a pilónia e a obra Crista Corral	135			
4 Projecto	Do projecto de reabilitação do Mercado do Bolhao Arquitetura Desportiva do projecto Desporto Turismo Obras Ensois Intergalactic 2 Rosa Almeida	15	5 Identidade	Da marca à identidade Eduardo Aires Rafaela Lúcia	55	6 Epilogo	Ensois Intergalactic 3	85	Apêndice	Antes - Depois Ensois Intergalactic 4	55
	Engenharia no Mercado do Bolhao João Carlos Ferreira	25									
	Higienização no Mercado do Bolhao Projecto de Equipamento João Carlos Ferreira	35									

Figura 57. Mercado do Bolhao – Editorial | Teste Índice 2

Introdução	Alcorta Ru Alcorta					4 Projecto	Do projecto de reabilitação do Mercado do Bolhao Arquitetura Desportiva do projecto Desporto Turismo Obras Ensois Intergalactic 2 Rosa Almeida		Engenharia no Mercado do Bolhao João Carlos Ferreira	Higienização no Mercado do Bolhao Projecto de Equipamento João Carlos Ferreira	
		15						35	25	35	
1 Da Praça ao Mercado do Bolhao	O Bolhao e o seu autor Domingo Soares		Da Praça ao Mercado do Bolhao David Ferreira		30 Anos, 4 Projectos Para Mercado Lame	5 Identidade	Da marca à identidade Eduardo Aires Rafaela Lúcia				
		55	65		75		55				
2 Lugar e designio	Da situação existente Enzois Intergalactic		Mercado Alvaro Domingues		O culto, a pilónia e a obra Crista Corral	6 Epilogo	Antes - Depois Ensois Intergalactic 3				
		105	125		135		85				
3 Imaterial e material	Valor humano e reorganização Sobres a actualização do Mercado de Freguesia Municipal Célia Monteiro, Francisco Rocha Antunes		Bolhao continuo, inovando Bom trabalho de conjugação Pablo Rogério			Apêndice	Ensois Intergalactic 4				
		145	135				55				

Figura 58. Mercado do Bolhao – Editorial | Índice Aprovado



Figura 59. Mercado do Bolhao – Editorial | Teste de Impressão índice Aprovado

Este projeto possibilitou o aprofundamento do entendimento sobre a área do design editorial, especialmente no que diz respeito à relação entre estrutura e conteúdo, bem como ao papel do designer como mediador da informação. Foi analisado até que ponto a forma poderia amplificar ou inibir a clareza da mensagem, considerando como pequenas decisões gráficas influenciam a leitura e a experiência do utilizador.



Recentemente, no contexto da celebração dos 30 anos da empresa, a entidade contactou o SEA com o pedido de uma publicação editorial assinalando este marco significativo.

O livro comemorativo propõe-se a retratar, maioritariamente através de imagens, o percurso da água – desde a sua recolha, passando pelo tratamento, até à sua distribuição.

Neste contexto, procedeu-se à colaboração com a designer responsável pelo projeto, prestando apoio em determinadas fases. Inicialmente, a intervenção centrou-se na experimentação gráfica com diferentes composições textuais (figuras 61 a 65), processo durante o qual emergiu a ideia de representar visualmente a fluidez da água. Foram exploradas dinâmicas compositivas que sugerissem movimento ao longo das páginas, sem comprometer a legibilidade ou a hierarquia da informação. Esta abordagem exigiu um equilíbrio cuidadoso entre conteúdo e forma, entre ritmo gráfico e clareza comunicativa.

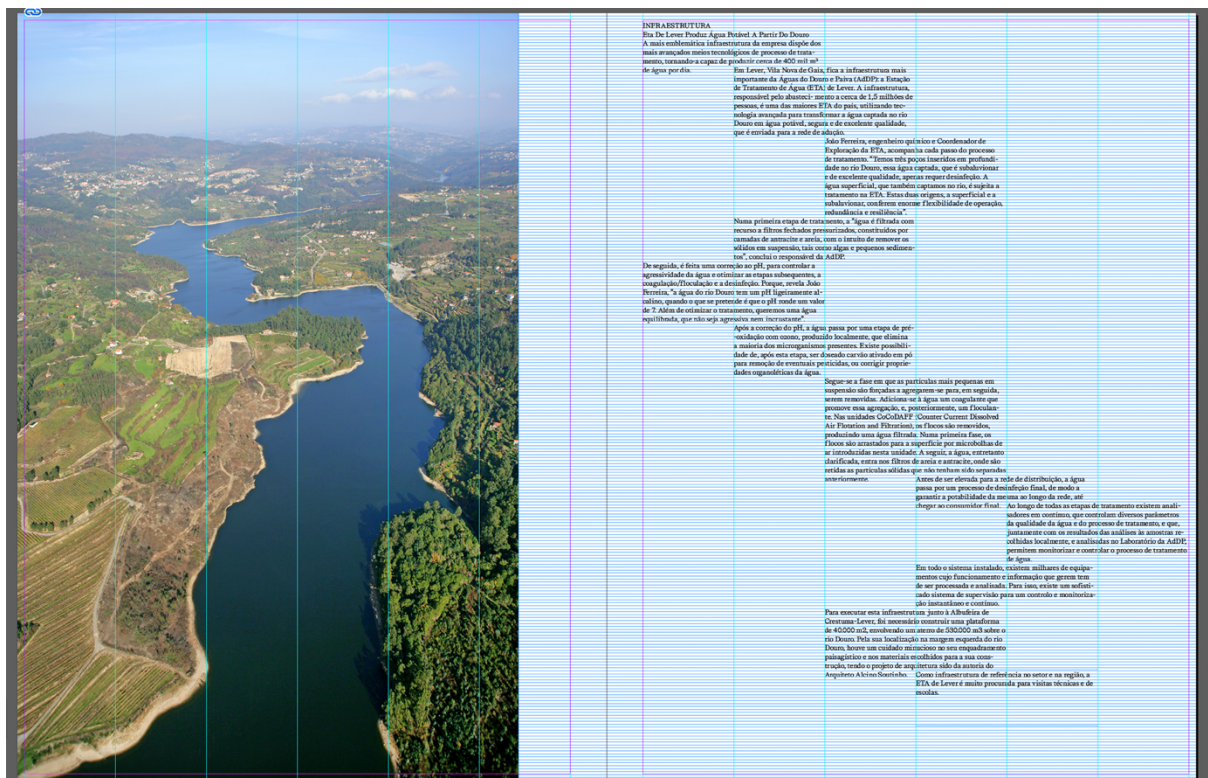


Figura 61. AdDP – Editorial 30 anos | Teste Texto com Grelha



**INFRAESTRUTURA**

**Éta De Leve Produz Água Potável A Partir Do Douro**  
 A mais emblemática infraestrutura da empresa dispõe dos mais avançados meios tecnológicos de processo de tratamento, tornando-a capaz de produzir cerca de 400 mil m<sup>3</sup> de água por dia.

Em Leve, Vila Nova de Gaia, fica a infraestrutura mais importante da Água do Douro e Paiva (AdDP) a Estação de Tratamento de Água (ETA) de Leve. A infraestrutura, responsável pelo abastecimento a cerca de 1,5 milhões de pessoas, é uma das maiores ETAs do país, utilizando tecnologia avançada para transformar a água captada no rio Douro em água potável, segura e de excelente qualidade, que é enviada para a rede de abastecimento.

João Ferreira, engenheiro químico e Coordenador de Expansão da ETA, acompanha cada passo do processo de tratamento. "Temos três poços inseridos em profundidade no rio Douro, essa água captada, que é subterrânea e de excelente qualidade, apenas requer desinfecção. A água superficial, que também captamos no rio, é sujeita a tratamento na ETA. Entre duas origens, a superficial e a subterrânea, confirmamos sempre a flexibilidade de operação, redundância e confiabilidade".

Numa primeira etapa de tratamento, a água é filtrada com microbolhas e filtros finos, sendo posteriormente, construídos por camadas de areia e carvão, com o intuito de remover os sólidos em suspensão, tais como algas e pequenos sedimentos", conclui o responsável da AdDP.

De seguida, é feita uma correção ao pH, para controlar a acidez da água e otimizar as etapas subsequentes, a coagulação/floculação e a desinfecção. Depois, revela João Ferreira, "a água do rio Douro tem um pH ligeiramente alcalino, quando o que se pretende é que o pH esteja um valor de 7. Além de otimizar o tratamento, geramos uma água equilibrada, que não só apresenta um tratamento".

Após a correção do pH, a água passa por uma etapa de pré-oxidação com ozônio, produzido localmente, que elimina a maioria dos microrganismos presentes. Existe possibilidade de após esta etapa, ser dosado carvão ativado em pó para remoção de eventuais pesticidas, ou corrigir propriedades organolépticas da água.

Segue-se a fase em que as partículas mais pequenas em suspensão são floculadas a aglomerar-se para, em seguida, serem removidas. Adiciona-se à água um coagulante que promove essa aglomeração, e, posteriormente, um floculante. Nas unidades CoCoAlF (Coarse Coarse Dissolved Air Filtration and Filtration), os flocos são removidos, produzindo uma água filtrada. Nesta primeira fase, os flocos são armados para a superfície por microbolhas de ar introduzidas nesta unidade. A seguir, a água, retentamente clarificada, entra nos filtros de areia e carvão, onde são retidas as partículas sólidas que não tenham sido separadas anteriormente.

Antes de ser enviada para a rede de distribuição, a água passa por um processo de desinfecção final, de modo a garantir a potencialidade de reserva ao longo da rede, até chegar ao consumidor final.

Ao longo de todas as etapas de tratamento existem analisadores em contínuo, que controlam diversos parâmetros da qualidade da água e do processo de tratamento, e que, juntamente com os resultados das análises in situ, recolhem amostras, e analisadas no Laboratório da AdDP, permitem monitorizar e controlar o processo de tratamento de água.

Em todo o sistema instalado, existem milhares de equipamentos cujo funcionamento e manutenção que gera tensões de ser processada e analisada. Para isso, existe um sofisticado sistema de supervisão para um controlo e monitorização instantânea e contínua.

Para encantar esta infraestrutura junto à Albufeira de Caramelo Leve, foi necessário construir uma plataforma de 40.000 m<sup>2</sup>, envolvendo um sítio de 500.000 m<sup>2</sup> sobre o rio Douro. Para esta localização na margem esquerda do rio Douro, houve um cuidado minucioso no seu enquadramento paisagístico e nos materiais escolhidos para a sua construção, tendo o projeto de arquitetura sido da autoria do Arquitecto Alvaro Siza.

Como infraestrutura de referência no setor e na região, a ETA de Leve é muito procurada para visitas técnicas e de estudos.

Figura 62. AdDP – Editorial 30 anos | Teste Texto + Imagem 1



**TECNOLOGIA**

**Águas do Douro e Paiva Na Vanguarda Da Digitalização**  
 Empresa pública tem investido na área da Inteligência Artificial em diversos domínios. A ideia é conseguir garantir um serviço de qualidade e económico com as práticas mais modernas.

A Inteligência Artificial (IA) tem vindo a deixar a sua marca nas mais diversas empresas e organizações, sejam elas de caráter público ou privado. Também na Água do Douro e Paiva (AdDP) a sua implementação é já bem visível.

De resto, há vários processos e dinâmicas em curso no seio da instituição onde a tecnologia digital é a maior protagonista, e que têm uma aposta contante nos seus investimentos que parece ter vindo para ficar. Conforme refere António Borges, presidente desta entidade, "o elevado grau de maturidade que a empresa atingiu na área da digitalização permitiu avançar, com grandes evidências, na área da IA".

A demonstrar isto mesmo está, segundo António Borges, toda uma rede ampla e bem apercebida que a AdDP foi desenvolvendo com tempo e de forma progressiva.

"A infraestrutura tecnológica da empresa, construída ao longo das últimas décadas, assenta numa rede contínua de fibra ótica, com mais de 473 km, exclusivamente dedicada ao abastecimento de água, que se controla por vários municípios e integra duas centenas de instalações, onde operam mais de 4.000 equipamentos laboriais e informáticos", explica o responsável máximo da empresa.

O sistema da AdDP consegue, na prática, fazer uma tele-gestão 100% virtual, disponível em tempo real e acessível em dispositivos móveis, que permite gerir mais de 47.000 variáveis. A operacionalidade deste sistema de tele-gestão e automação é assegurada por múltiplas barreiras de cibersegurança, garantindo elevada flexibilidade, fiabilidade e segurança.

No fundo, com todo isto, o que a AdDP quer demonstrar, perante os seus clientes e sociedade, é que se encontra na vanguarda digital, assegurando aos cidadãos uma melhor eficiência, qualidade e fiabilidade no serviço prestado.

Neste momento, segundo António Borges, a empresa está alçada "a consolidar uma nova Sala de Comando na ETA de Leve, num investimento de quase meio milhão de euros, que contempla a modernização integral do espaço, bem como a atualização dos sistemas de Tele-gestão, Comunicação e Videovigilância, com o objetivo de garantir as melhores condições de controlo e supervisão das infraestruturas críticas responsáveis pelo abastecimento."

Figura 63. AdDP – Editorial 30 anos | Teste Texto + Imagem 2

**Infraestrutura**  
**Ita de Lever produz água potável a partir do rio Douro**  
 A mais emblemática infraestrutura da empresa dispõe dos mais avançados meios tecnológicos de processo de tratamento, tornando a capaz de produzir cerca de 400 mil m<sup>3</sup> de água por dia.

Em Lever, Vila Nova de Gaia, fica a infraestrutura mais importante de Água do Douro e Paiva (ADDP), a Estação de Tratamento de Água (ETA) de Lever. A infraestrutura, responsável pelo abastecimento a cerca de 1,5 milhões de pessoas, é uma das maiores ETAs do país, utilizando tecnologia avançada para transformar a água captada no rio Douro em água potável, segura e de excelente qualidade, que é enviada para a rede de abastecimento.

João Ferreira, engenheiro químico e Coordenador de Exploração da ETA, acompanha cada passo do processo de tratamento. "Temos três pontos inseridos em profundidade no rio Douro, essa água captada, que é subutilizada e de excelente qualidade, apenas requer desinfecção. A água superficial, que também captamos no rio, é sujeita a tratamento na ETA. Estas duas origens, a superficial e a subutilizada, conferem enorme flexibilidade de operação, robustez e resiliência".

Numa primeira etapa de tratamento, a "água é filtrada com recuo e Filtrou fechados pressurizados, constituídos por camadas de areia e carvão, com o intuito de remover os sólidos em suspensão, tais como algas e pequenos sedimentos", conclui o responsável da ADDP.

De seguida, é feita uma correção no pH, para controlar a agressividade da água e otimizar as etapas subsequentes, a coagulação/floculação e a desinfecção. Para isso, revela João Ferreira, "a água do rio Douro tem um pH ligeiramente alcalino, quando o que se pretende é que o pH esteja um valor de 7. Além de otimizar o tratamento, queremos uma água equilibrada, que não seja agressiva nem incrustante".

Após a correção do pH, a água passa por uma etapa de pré-oxidação com ozono, produzido localmente, que elimina a matéria dos microrganismos presentes. Existe possibilidade de, após esta etapa, ser dosado carvão ativado em pó para remoção de ecorrências pontuais, ou corrigir propriedades organolépticas da água.

Segue-se a fase em que as partículas mais pequenas em suspensão são forçadas a aglomerarem-se para, em seguida, serem removidas. Adiciona-se à água um coagulante que promove essa aglomeração, e posteriormente, um floculante. Nos unidades CoDAFF Counter Current Disolved Air Flotation and Filtration, os flocos são removidos, produzindo uma água filtrada.

Numa primeira fase, os flocos são arrastados para a superfície por microbolhas de ar introduzidas nesta unidade. A seguir, a água, entretanto clarificada, entra nos filtros de areia e carvão, onde são retidas as partículas sólidas que não tenham sido separadas anteriormente.

Atos de ser elevada para a rede de distribuição, a água passa por um processo de desinfecção final, de modo a garantir a possibilidade de consumo ao longo da rede, até chegar ao consumidor final.

Ao longo de todas as etapas de tratamento existem analisadores em continuo, que controlam diversos parâmetros da qualidade da água e do processo de tratamento, e que, juntamente com os resultados das análises in amostra recolhidas localmente, e analisadas no Laboratório da ADDP, permitem monitorizar e controlar o processo de tratamento.

Em todo o sistema instalado, existem milhares de equipamentos cujo funcionamento e informação que geram tem de ser processado e analisado. Para isso, existe um sofisticado sistema de supervisão para um controlo e monitorização instantâneo e continuo.

Para executar esta infraestrutura junto à Albufeira de Cristina-Lever, foi necessário construir uma plataforma de 40.000 m<sup>2</sup>, envolvendo um aterro de 500.000 m<sup>3</sup> sobre o rio Douro. Pela sua localização na margem esquerda do rio Douro, houve um cuidado minucioso no seu equiparamento paisagístico e nos materiais escolhidos para a sua construção, tendo o projeto de arquitetura sido da autoria do Arquitecto Álvaro Siza.

Como infraestrutura de referência no setor e na região, a ETA de Lever é muito procurada para visitas técnicas e de escolas.

Figura 64. AdDP – Editorial 30 anos | Teste Texto + Texto 1

**INFRAESTRUTURA**  
**Ita De Lever Produz Água Potável A Partir Do Douro**  
 A mais emblemática infraestrutura da empresa dispõe dos mais avançados meios tecnológicos de processo de tratamento, tornando a capaz de produzir cerca de 400 mil m<sup>3</sup> de água por dia.

Em Lever, Vila Nova de Gaia, fica a infraestrutura mais importante de Água do Douro e Paiva (ADDP), a Estação de Tratamento de Água (ETA) de Lever. A infraestrutura, responsável pelo abastecimento a cerca de 1,5 milhões de pessoas, é uma das maiores ETAs do país, utilizando tecnologia avançada para transformar a água captada no rio Douro em água potável, segura e de excelente qualidade, que é enviada para a rede de abastecimento.

João Ferreira, engenheiro químico e Coordenador de Exploração da ETA, acompanha cada passo do processo de tratamento. "Temos três pontos inseridos em profundidade no rio Douro, essa água captada, que é subutilizada e de excelente qualidade, apenas requer desinfecção. A água superficial, que também captamos no rio, é sujeita a tratamento na ETA. Estas duas origens, a superficial e a subutilizada, conferem enorme flexibilidade de operação, robustez e resiliência".

Numa primeira etapa de tratamento, a "água é filtrada com recuo e Filtrou fechados pressurizados, constituídos por camadas de areia e carvão, com o intuito de remover os sólidos em suspensão, tais como algas e pequenos sedimentos", conclui o responsável da ADDP.

De seguida, é feita uma correção no pH, para controlar a agressividade da água e otimizar as etapas subsequentes, a coagulação/floculação e a desinfecção. Para isso, revela João Ferreira, "a água do rio Douro tem um pH ligeiramente alcalino, quando o que se pretende é que o pH esteja um valor de 7. Além de otimizar o tratamento, queremos uma água equilibrada, que não seja agressiva nem incrustante".

Após a correção do pH, a água passa por uma etapa de pré-oxidação com ozono, produzido localmente, que elimina a matéria dos microrganismos presentes. Existe possibilidade de, após esta etapa, ser dosado carvão ativado em pó para remoção de ecorrências pontuais, ou corrigir propriedades organolépticas da água.

Segue-se a fase em que as partículas mais pequenas em suspensão são forçadas a aglomerarem-se para, em seguida, serem removidas. Adiciona-se à água um coagulante que promove essa aglomeração, e posteriormente, um floculante. Nas unidades CoDAFF Counter Current Disolved Air Flotation and Filtration, os flocos são removidos, produzindo uma água filtrada.

Numa primeira fase, os flocos são arrastados para a superfície por microbolhas de ar introduzidas nesta unidade. A seguir, a água, entretanto clarificada, entra nos filtros de areia e carvão, onde são retidas as partículas sólidas que não tenham sido separadas anteriormente.

Atos de ser elevada para a rede de distribuição, a água passa por um processo de desinfecção final, de modo a garantir a possibilidade de consumo ao longo da rede, até chegar ao consumidor final.

Ao longo de todas as etapas de tratamento existem analisadores em continuo, que controlam diversos parâmetros da qualidade da água e do processo de tratamento, e que, juntamente com os resultados das análises in amostra recolhidas localmente, e analisadas no Laboratório da ADDP, permitem monitorizar e controlar o processo de tratamento.

Em todo o sistema instalado, existem milhares de equipamentos cujo funcionamento e informação que geram tem de ser processado e analisado. Para isso, existe um sofisticado sistema de supervisão para um controlo e monitorização instantâneo e continuo.

Para executar esta infraestrutura junto à Albufeira de Cristina-Lever, foi necessário construir uma plataforma de 40.000 m<sup>2</sup>, envolvendo um aterro de 500.000 m<sup>3</sup> sobre o rio Douro. Pela sua localização na margem esquerda do rio Douro, houve um cuidado minucioso no seu equiparamento paisagístico e nos materiais escolhidos para a sua construção, tendo o projeto de arquitetura sido da autoria do Arquitecto Álvaro Siza.

Como infraestrutura de referência no setor e na região, a ETA de Lever é muito procurada para visitas técnicas e de escolas.

Figura 65. AdDP – Editorial 30 anos | Teste Texto + Texto 2

Foi também desenvolvida a elaboração de propostas exploratórias de capa (figura 66), a partir de fotografias disponibilizadas pela própria entidade. As imagens fornecidas representavam infraestruturas, paisagens e elementos naturais, servindo de base para refletir visualmente a dimensão territorial e humana da atividade da Águas do Douro e Paiva. As capas testadas procuraram captar a essência do percurso da água, integrando elementos gráficos que reforçassem a identidade do projeto e a sua ligação à missão da empresa.

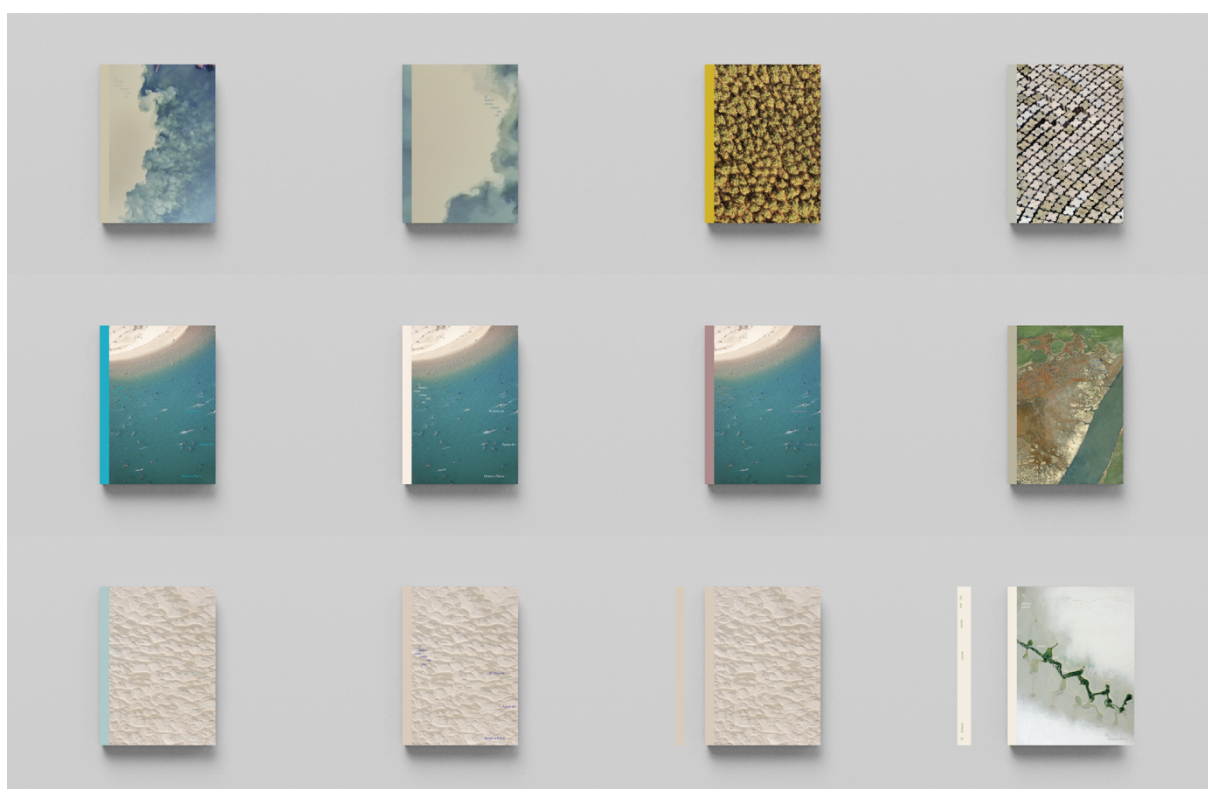


Figura 66. AdDP – Editorial 30 anos | Testes para Capa



Figura 67. AdDP – Editorial 30 anos | Testes de Capa

Algumas das propostas desenvolvidas, tanto no âmbito das configurações gráficas para o invólucro editorial como nos testes de layout, foram incorporadas no ficheiro de apresentação interna submetido à apreciação de Eduardo Aires, conforme ilustram as figuras 62, 64 e 67, distribuídas ao longo deste capítulo. Esta seleção refletiu o reconhecimento do seu potencial conceptual e gráfico, contribuindo para o processo de tomada de decisão e validação das direções visuais a seguir no projeto.

Adicionalmente, procedeu-se à elaboração de um storyboard para um vídeo (figura 68, na página seguinte), a ser filmado e editado por Alexandre Delmar, com o objetivo de documentar o processo de produção do livro pelo Studio. O vídeo seria apresentado na festa de comemoração da empresa e de lançamento do editorial, prevista para o final do mês de maio. Este exercício implicou a organização visual das principais etapas do projeto editorial, articulando momentos do processo criativo com a materialização gráfica do objeto final – configurando um exercício de síntese e narração visual.

30 ANOS  
ÁGUAS DO DOURO E PAIVA  
BTS STORY BOARD

RESCATE ANÁLISE DO CONTEÚDO  
05s - 15s

Uma das primeiras imagens de arquivo para o projeto em um momento  
de grande importância para a história da empresa.  
A imagem mostra um momento de trabalho em equipe, com um profissional  
de uma das áreas de trabalho.



TESES E DISCUSSÃO  
25s - 40s

Um momento de discussão e debate, com um profissional  
de uma das áreas de trabalho, apresentando um projeto  
para o restante da equipe.



MÚNIZ  
45s - 1m

Revisão de uma das imagens de arquivo.



Ficha  
1m25s - 1m30s

Um momento de trabalho em equipe, com um profissional  
de uma das áreas de trabalho, apresentando um projeto  
para o restante da equipe.



ABERTURA  
0s - 05s

Revisão de uma das imagens de arquivo e projeto  
de trabalho.  
Um momento de trabalho em equipe.



EXPLICAÇÃO  
15s - 25s

Um momento de trabalho em equipe, com um profissional  
de uma das áreas de trabalho, apresentando um projeto  
para o restante da equipe.



APRESENTAÇÃO PROPOSTA  
1m - 1m25s

Um momento de trabalho em equipe, com um profissional  
de uma das áreas de trabalho, apresentando um projeto  
para o restante da equipe.



VISUALIZAÇÃO  
1m35s - 1m25s

Um momento de trabalho em equipe, com um profissional  
de uma das áreas de trabalho, apresentando um projeto  
para o restante da equipe.



STUDIO  
EDUARDO  
AIRES  
04.2025

Figura 68. AdDP – Editorial 30 anos | StoryBoard

Esta prática projetual sublinha, portanto, não apenas a aplicação de conhecimentos técnicos, mas também a expansão dos limites da prática profissional, evidenciando a adaptabilidade e o valor da transdisciplinaridade no campo do design. Destacou-se pela liberdade criativa concedida, favorecendo a exploração de novas abordagens e a ampliação das fronteiras da prática.

Importa referir que o período de estágio foi concluído antes da data do evento, não sendo possível observar os produtos finais deste projeto. No entanto, o próprio processo constituiu uma aprendizagem significativa e um marco no percurso formativo.

## 4.6 Arquivo

Um dos trabalhos que merece destaque foi a organização do arquivo do Studio. Embora o processo de autoria seja colaborativo – envolvendo colaboradores, fornecedores, clientes e outros profissionais –, o designer mantém um papel fundamental como curador do próprio trabalho. Essa curadoria manifesta-se na relação estabelecida com o público e a comunidade, bem como na forma como o trabalho é exposto.

Neste sentido, a organização do trabalho torna-se fundamental, não só para gerir eficazmente essa dimensão comunicacional, mas também para garantir uma estrutura interna que facilite o acesso e a gestão dos projetos. Este sistema de organização, iniciado por um estagiário anterior, foi continuado e aprimorado, permitindo fortalecer a memória do SEA e a identidade autoral num contexto coletivo.

Adicionalmente, a organização do arquivo contribui para a eficiência interna, facilitando a coordenação da equipa e a reutilização de materiais. Esta prática valoriza o património criativo do atelier e sustenta a continuidade e coerência do trabalho futuro.



Figura 69. Arquivo SEA



## 5 CONCLUSÃO

A realização do estágio no Studio Eduardo Aires constituiu uma etapa fundamental na consolidação de competências técnicas, conceptuais e metodológicas, permitindo articular a formação teórica com a experiência prática num contexto profissional exigente e culturalmente estimulante. A integração numa equipa coesa, guiada por um pensamento estratégico e crítico sobre o design gráfico, revelou-se determinante para o amadurecimento de uma prática projetual mais consciente, reflexiva e situada.

Neste ambiente, a interação com marcas de identidade consolidada, como a Esporão, evidenciou que a eficácia do design não reside apenas na invenção formal, mas sobretudo na capacidade de formular respostas visualmente articuladas, específicas e sintonizadas com universos simbólicos preexistentes. Esta experiência reforçou a compreensão de que a consistência metodológica no trabalho de estúdio não resulta de um estilo gráfico autoral e reconhecível, mas sim da integração crítica das variáveis contextuais e comunicacionais de cada projecto.

A experiência tornou evidente um paradoxo estrutural no campo do design: enquanto o artefato final é altamente visível e comunicativo, os processos que o sustentam – investigação, análise, iteração, negociação – permanecem frequentemente invisibilizados. Esta assimetria desafia as formas tradicionais de reconhecimento do valor e da autoria no âmbito projetual, obrigando a repensar a autoria não apenas como instância de expressão individual, mas como um campo ético e relacional, onde se torna necessária a valorização coletiva das contribuições e responsabilidades envolvidas.

Em síntese, o estágio permitiu operacionalizar uma reflexão crítica sobre a autoria enquanto problema epistemológico, cultural e profissional. No contexto do design contemporâneo, o autor não se configura como um sujeito isolado, mas como um nó ativo numa rede densa de relações – humanas e não humanas – que atravessam e informam o projeto. Esta rede inclui clientes, colegas, referências gráficas, públicos e sistemas técnicos, cuja interação influencia decisivamente os resultados comunicacionais.

O designer-autor revela-se, assim, menos como criador de formas do que como mediador de significados. É nesta mediação – entendida como uma coautoria

contingente – que se manifesta a sua agência e a sua responsabilidade. Esta visão descentralizada da autoria, próxima das perspectivas propostas por autores como Michael Rock, Bruno Latour ou Andrew Blauvelt, propõe um entendimento mais expandido do design como prática situada, distribuída e cocriada.

Neste quadro, torna-se pertinente questionar: será a autoria, no design, uma construção conceptual em permanente transformação ou uma ficção necessária à legitimação do trabalho do designer? A força desta questão reside não na possibilidade de uma resposta definitiva, mas na sua capacidade de reabrir o debate sobre as formas de reconhecimento, valorização e inscrição do contributo do designer na cultura projetual contemporânea. Manter este questionamento ativo é, em si mesmo, um gesto de crítica e de compromisso com uma prática de design mais ética, reflexiva e consciente.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

2x4. (s.d.). *About. 2x4*. Retirado a 3 março, 2025, de 2x4 website:

<https://2x4.org/about/>

Águas do Douro e Paiva (s.d.). *A AdDP*. Retirado a 19 maio, 2025, de AdDP website:

<https://www.addp.pt/quem-somos/a-addp/>

Aires, E. (2013). *Inside Outside*.

Almeida, M. J. (2021). *Old World vs New World*. Retirado a 5 março, 2025, de Maria João Almeida website: <https://www.mariajoaodealmeida.com/velho-mundo-versus-novo-mundo/>

Barthes, R. (1968). *The Death of the Author*. Incluído em *Image-Music-Text*. Londres, Fontana Press, 1977.

Burton, E. S. (2015). *Sigmund Freud*. Institute of Psychoanalysis - British Psychoanalytical Society. Retirado em 2 de fevereiro, 2025, de Institute of Psychoanalysis website: <https://www.psychoanalysis.org.uk/>

Dooley, M. (1998). *Critical conditions: Zuzana Licko, Rudy VanderLans, and the Emigre spirit*. Emigre. Retirado em 2 de fevereiro, 2024, de Emigre website: <https://www.emigre.com/Essays/Emigre/CriticalConditionsandtheEmigreSpirit>

Esporão (2025). *[Imagem compartilhada no LinkedIn]*. Retirado a 14 abril, 2025, de Esporão LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/esporario/posts/1234567890>

Esporão. (s.d.). Alentejo. Herdade do Esporão. Retirado a 23 abril, 2025, de Esporão website: <https://esporario.com/pt/origins/alentejo>

Esporão (s.d.). Sobre a Quinta dos Murças. Retirado a 23 abril, 2025, de Esporão website: <https://esporao.com/pt/sobre-a-quinta-dos-murcas>

Esporão (s.d.). Uma Breve História. Retirado a 12 fevereiro, 2025, de Esporão website: <https://esporao.com/pt/artigos/a-brief-history>

Eye on Design, 2017. “Pentagram’s 40-Year Spirit of Collaboration Reigns in Their NYC Studio.” AIGA. Disponível em: <https://eyeondesign.aiga.org/pentagrams-40-year-spirit-of-collaboration-reigns-in-their-nyc-studio>

Eye on Design, 2018. “Epicly Long: How Pentagram Chooses Its New Partners.” AIGA. Disponível em: <https://eyeondesign.aiga.org/epicly-long-how-pentagram-chooses-its-new-partners>

Fletcher, G. (2018). The messy truth: Authorship in the digital age. It’s Nice That. Retirado em 20 de março, 2025, de It’s Nice That website: <https://www.itsnicethat.com/features/gemma-fletcher-authorship-in-the-digital-age-graphic-design-021018>

Flusser, V. (1999). *The shape of things: A philosophy of design* (pp. 43–50). Reaktion Books

Foucault, M. (1969). *Qu’est-ce qu’un auteur?* *Bulletin de la Société Française de Philosophie*, 63(3) (pp. 73–95)

Foucault, M. (1977). *Language, Counter – Memory, Practice Selected Essays and Interviews, What is an Author* (D. F. Bouchard (ed.)). Cornell University Press.

Forward Consulting (s.d.). Apresentação. Retirado em 17 de maio, 2025, de Forward Consulting website: <http://forward.pt/PT/apresentacao/>

Fuller, J. (2022). *Andrew Satake Blauvelt Elevated Graphic Design Far Beyond Notions of “Problem Solving”*. Retirado em 26 de junho, 2025, de AIGA Eye on Design website: <https://eyeondesign.aiga.org/andrew-satake-blauvelt-elevated-graphic-design-far-beyond-notions-of-problem-solving/>

Fuller, J. (2022). *Andrew Blauvelt is the best example of designer as author*. Retirado em 26 de junho, 2025, de Jarret Fuller website: <https://www.jarrettfuller.blog/2022/08/andrew-blauvelt/>

Gosling, E. (2019). *Anti-grid Design Icon David Carson Says Computers Make You Lazy + Indie Magazines Needs to Liven Up*. Retirado em 10 de fevereiro, 2025, de Eye On Design website: <https://eyeondesign.aiga.org/anti-grid-icon-david-carson-on-why-computers-make-you-lazy-and-indie-mag-design-needs-to-liven-up/>

Hue And Eye. (2024). *Neville Brody. Discovering A Design Pioneer*. Retirado em 10 de fevereiro, 2025, de Hue And Eye website: <https://www.hueandeye.org/neville-brody/>

João Moura Martins. (s.d.). Info. Retirado em 6 de maio, 2025, de João Moura Martins website: <https://joaomouramartins.com/info/>

KIKK Festival, 2023. "Porto Rocha: Discussing Collaboration and Teamwork." Palestra apresentada por Leo Porto e Felipe Rocha no KIKK Festival, 19/12/2023. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=Eilr\\_RAGSI0](https://www.youtube.com/watch?v=Eilr_RAGSI0)

Kolley, A. M. (2024). *The Concept Of Marxism*. Hitit University. Faculty Of Economics And Administrative Sciences.

Latour, B. (2008). *A Cautious Prometheus? A Few Steps Toward a Philosophy of Design (with Special Attention to Peter Sloterdijk)*. Networks of Design Meeting of the Design History Society, Falmouth, Cornwall.

Lawlor, L. (2006). *Jacques Derrida*. Stanford University. Retirado em 24 de janeiro, 2025, de The Stanford Encyclopedia of Philosophy website:  
<https://plato.stanford.edu/entries/derrida/#Dec>

Liao, H. (2023). On the Word Design: An Etymological Essay”, by Vilém Flusser and John Cullars (1995). Retirado em 10 de junho, 2025, de Medium website:  
<https://medium.com/@harry90522/on-the-word-design-an-etymological-essay-by-vil%C3%A9m-flusser-and-john-cullars-1995-f5fd5a1701c8>

Livraria Lello. (s.d.). Sobre nós. Retirado em 21 de maio, 2025, de Livraria Lello website:  
<https://www.livrarialello.pt>

Lupton, E. (1998). *The Designer as Producer* in Steven Heller (ed.), *The Education of a Graphic Designer* (pp. 159–162). Allworth Press.

Mambrol, N. (2020). *Stéphane Mallarmé and French Symbolism*. Retirado em 24 de janeiro, 2025, de Literary Theory and Criticism website:  
<https://literariness.org/2020/12/13/stephane-mallarme-and-french-symbolism/>

Margolin, V. (2002). *The designer as producer*. ICSID News.

Mau, B. (2000). *Life Style Bruce Mau* (pp. 332–338). Phaidon.

Medeiros, C., Reis, T. (2024). Reabilitação do Bolhão vale prémio internacional de arquitetura a professor da FAUP. Retirado em 19 de maio, 2025, de Universidade do Porto website:  
<https://noticias.up.pt/2024/08/28/reabilitacao-do-bolhao-vale-premio-internacional-de-arquitetura-a-professor-da-faup/>

Moura, M. (2011). O Big Book: uma arqueologia do autor no design gráfico. [Tese de Doutoramento. Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto].

Pestana Stories. (s.d.). Pousada Mosteiro Amares. Retirado em 6 de maio, 2025, de Pestana Stories website: <https://stories.pestana.com/pousada-mosteiro-amares/>

Poynor, R. (2003). *No More Rules: Graphic Design and Postmodernism* (pp. 118-147). Laurence King Publishing.

Press, R. (Diretor), Steingart, M. (Produtora) (2017). *Paula Scher: Design gráfico* (Temporada 1, Episódio 6) [Série documental]. Em *Abstract: The Art of Design*. Netflix.

Providência, F. (2012). Poeta, ou aquele que faz a poética como inovação em Design. [Tese de Doutorado. Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro].

Raj, P. E. (2015). *Interrogating Julia Kristeva's concept of intertextuality*. Research Journal of Humanities and Social Sciences, 3 (pp. 77–80)

Rock, M. (2009). *Fuck content*. – 2x4. 2009. Retirado em 21 de novembro, 2024, de 2x4 website: <https://2x4.org/ideas/2009/fuck-content/>

Rock, M. (1996). *Designer as author* – 2x4. 2009. Retirado em 21 de novembro, 2024, de 2x4 website: <https://2x4.org/ideas/1996/designer-as-author/>

Shaughnessy, A. (2005). *How to be a Graphic Designer Without Losing Your Soul*. London: Laurence King Publishing.

Spampinato, F. (2014). *COME TOGETHER: The Rise of Cooperative Arte and Design*.

Studio Eduardo Aires (s.d.). *The Pop Collection*. Retirado em 9 de maio, 2025, de Studio Eduardo Aires website: <https://eduardoaires.com/projects/project/the-pop-collection.html>

Studio Eduardo Aires (s.d.). Mercado do Bolhão. Retirado em 19 de maio, 2025, de Studio Eduardo Aires website:  
<https://eduardoaires.com/projects/project/mercado-do-bolhao.html>

The One Club For Creativity (2004). *ADC ALL OF FAME. TIBOR KALMAN*. Retirado em 10 de fevereiro, 2025, de The One Club For Creativity website:  
<https://www.oneclub.org/adc-hall-of-fame/-bio/tibor-kalman/>

Vega, L., Aktas, B. M., Latva-Somppi, R., Falin, P., & Valle-Noronha, J. (2021). Shared authorship in research through art, design, and craft.