



UNIVERSIDADE D
COIMBRA

Pedro Alexandre Santos Coelho Granjo
Quintela

O TRABALHO CRIATIVO EM PORTUGAL
UMA ANÁLISE A PARTIR DO CASO DO DESIGN DE
COMUNICAÇÃO

Tese no âmbito do Programa de Doutoramento em Sociologia
orientada pelo Professor Doutor Claudino Cristóvão Ferreira e
apresentada à Faculdade de Economia da Universidade de
Coimbra.

Setembro de 2021



FEUC FACULDADE DE ECONOMIA
UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Pedro Alexandre Santos Coelho Granjo Quintela

O TRABALHO CRIATIVO EM PORTUGAL

UMA ANÁLISE A PARTIR DO CASO DO DESIGN DE COMUNICAÇÃO

Tese de Doutoramento em Sociologia, apresentada à Faculdade de
Economia da Universidade de Coimbra para obtenção do grau de Doutor

Orientador: Prof. Doutor Claudino Cristóvão Ferreira

Coimbra, 2021

Esta investigação foi financiada pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) com a bolsa individual de doutoramento SFRH/BD/84115/2012, no âmbito do Programa Operacional Potencial Humano (POPH), tendo beneficiado de acolhimento científico por parte do Centro de Estudos Sociais (CES) da Universidade de Coimbra.

FCT Fundação para a Ciência e a Tecnologia

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR



Agradecimentos

No momento em que, por fim, concluo este longo trajeto de investigação, reflexão e escrita, não posso nem quero deixar de reconhecer e agradecer os apoios importantes e até, por vezes, imprescindíveis, que me foram concedidos por um leque amplo e diversificado de instituições e de pessoas para a produção desta tese de doutoramento. Com efeito, embora se tenha tratado de um trabalho eminentemente solitário, ele assentou num rede de contactos e colaborações ampla, sendo pois de elementar justiça aqui prestar este reconhecimento e agradecimento.

Começo por agradecer à Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), pelo suporte financeiro que foi decisivo para a prossecução da presente pesquisa.

Estou igualmente grato ao Programa de Doutoramento em Sociologia da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra (FEUC), no qual encontrei importantes estímulos intelectuais e científicos para me ajudarem a pensar e planear este projeto de investigação. Recordo, em especial, os debates e reflexões desafiantes lançados nas aulas dos professores Carlos Fortuna, Sílvia Ferreira, Sílvia Portugal, José Manuel Mendes e Pedro Hespanha, mas também os momentos de partilha, camaradagem e amizade com os meus colegas de doutoramento João Aldeia, Joana Pimentel Alves, José Pedro Arruda, Jennifer Simpson e Beatriz Caitana. Este agradecimento estende-se a outros colegas no Centro de Estudos Sociais (CES) que, com generosidade e paciência, me apoiaram metodologicamente nalgumas etapas decisivas deste percurso: Paula Casaleiro, Francisco Freitas e Alberto Pereira. Muito agradeço ainda ao professor Pedro Costa, que arguiu a minha Comissão de Acompanhamento de Tese (CAT), e cujas críticas construtivas, sugestões e pistas de investigação – de resto, renovadas ao longo dos anos, nos diversos momentos em que nos encontrámos, com palavras de ânimo e de incentivo – constituíram um estímulo a prosseguir com este trabalho. Por fim, devo uma palavra de profundo reconhecimento ao meu orientador, professor Claudino Ferreira, agradecendo-lhe não só todos os ensinamentos, as sugestões e as partilhas, mas também a paciência para as minhas hesitações e demoras, bem como os gestos generosos de estímulo e confiança no trabalho que estava a desenvolver, que se mantiveram constantes ao longo de toda a pesquisa, não deixando espaço para que o desânimo se instalasse.

Agradeço igualmente à Quaternaire Portugal (QP) que, desde o início, incentivou a minha vontade de prosseguir com o meu percurso académico, criando as melhores condições para acomodar as minhas (recorrentes) ausências. Quero, assim, prestar o devido reconhecimento a Elisa Pérez Babo, Ana Barroco e António Manuel Figueiredo, membros do atual e anterior Conselho de Administração da QP. Estes agradecimentos são evidentemente extensíveis a

todos os meus colegas, muito em especial aqueles com quem trabalho em maior proximidade: José Portugal, Artur Costa, Daniel Miranda, Mariana Rodrigues, Rute Afonso, Carlos Fontes, Isabel Antunes e Andreia Magalhães.

Uma palavra de gratidão é também devida a todos os designers, professores e investigadores que, de uma forma muito generosa, aceitaram participar na investigação, conversando comigo, prestando informações, concedendo entrevistas, disponibilizando documentação diversa de que dispunham, cedendo e, por vezes, até apoiando-me no estabelecimento de contactos com terceiros. Estendendo também o meu agradecimento a todos os designers que, com toda a generosidade, aceitaram responder ao inquérito por questionário *online*. Foram efetivamente inúmeros os contactos estabelecidos ao longo desta pesquisa.

Correndo o risco de injustamente me esquecer de alguém, gostaria de agradecer às seguintes pessoas com quem conversei, nalguns casos em mais do que uma ocasião (por ordem alfabética): Alda Rosa, Alexandra Cruchinho, Andreia Almeida, Antero Ferreira, Antónia Guerra, António Lacerda, António Modesto, António Silveira Gomes, Armando Alves, Artur Rebelo, Bárbara Coutinho, Carlos Guerreiro, Carlos Rocha, Carlos Rosa, Cláudia Castelo, Cláudio Rodrigues, Dario Alves, Delfim Sardo, Diana Santa, Dino dos Santos, Duarte Amorim, Eduardo Côrte-Real, Eduardo Nunes, Ema Sara Ribeiro, Francisco Paiva, Francisco Providência, Fernando Costa, Fernando Moreira da Silva, Fernando Oliveira, Gabriel Santos, Gil Maia, Gonçalo Falcão, Hélder Brites, Henrique Cayatte, Heitor Alvelos, Inês Secca Ruivo, João Bicker, João Castro, João Dorminski, João Faria, João Nunes, João Silva, João Sobral, Joana Baptista Costa, Joana Correia, Joana Macedo, Joana Sobral, Jorge Afonso, Jorge dos Reis, José Brandão, José Bártolo, José Machado, José Mendes, Jorge Silva, Júlio Dolbeth, Luís Alvoeiro, Luís Carrôlo, Luís Miguel Castro, Luís Taklim, Manuel Paula, Maria João Bom, Maria João Félix, Maria Helena Souto, Mariana Alpedrinha Valença, Mariana Leão, Mariana Santos, Mário Mandacaru, Mário Moura, Margarida Oliveira, Miguel Carneiro, Miguel Palmeiro, Nilza Paraíba, Nuno Coelho, Nuno Sá Leal, Paulo Seabra, Pedro Serrão, Rafael Lourenço, Ricardo Mealha, Rui Guimarães, Rui Mendonça, Rui Vitorino Santos, Sara Westermann, Sérgio Alves, Sérgio Couto, Sílvia Prudêncio, Sofia Gonçalves, Sónia Matos, Teresa Cardoso, Tiago Navarro Marques e Victor M. Almeida. Estas conversas, nuns casos mais formais e estruturadas, noutros mais livres e descomprometidas, foram cruciais para os resultados alcançados nesta pesquisa. Lamentavelmente, alguns entrevistados acabaram por falecer, não tendo tido oportunidade de tomar contacto com o resultado desta investigação. Presto aqui a minha homenagem aos designers Carlos Rocha, Jorge Afonso e Ricardo Mealha que generosamente aceitaram conversar comigo.

Agradeço igualmente todo o apoio prestado pelas seguintes instituições: AND – Associação Nacional de Designers (nas pessoas de Salete Peixinho e António Lacerda), CCP – Clube de Criativos de Portugal (na pessoa de Maria Lurdes Matta) e CPD – Centro Português de Design (nas pessoas de Alexandra Bertrand e Paula Gris).

Queria ainda expressar o meu reconhecimento aos vários colegas envolvidos no projeto de investigação “Keep it simple, make it fast! Prolegómenos e cenas punk, um caminho para a contemporaneidade portuguesa (1977-2012)”, coordenado pela professora Paula Guerra, no qual tive o privilégio de participar, beneficiando assim de estimulantes cruzamentos e articulações variadas com a minha própria investigação de doutoramento. Em especial, agradeço as generosas demonstrações de incentivo, camaradagem e amizade de Paula Guerra, Paula Abreu, Ana Sofia Oliveira, Tânia Moreira e Gil Fesch.

Por último, não posso concluir sem agradecer muito profundamente a todos os meus familiares e amigos próximos. Num trajeto tão longo como este foi os períodos de ausência foram muito, demasiados. O modo caloroso e generoso como sempre me acolheram em todos os diversos momentos que partilhamos, pessoalmente ou à distância, foram, para mim, extremamente importantes. Espero que, num futuro próximo, possamos multiplicar estes encontros, se possível de modo ainda mais intenso e regular. Embora não faça sentido enumera-los a todos, é justo agradecer a alguns amigos cujo apoio generoso foi, sob diferentes formas, muito relevante para que conseguisse levar por diante esta pesquisa: João Triães, Jorge Vieira e Vânia Rodrigues. Recordo com muitas saudades a memória da minha querida amiga Joana Botelho, que partiu cedo demais e que foi uma cúmplice desta investigação desde a sua primeira hora, com quem pude debater muitas ideias, com quem partilhei dúvidas, hesitações e angústias, beneficiei de sugestões, recebi inúmeros gestos de apoio e incentivo, para além de um sempre generoso acolhimento em sua casa nas várias estadias em Lisboa. Quero, por fim, agradecer toda a compreensão e os gestos, por vezes silenciosos, de incentivo e apoio incondicionais da Marta, da minha mãe Margarida, da Helena e do António, da Ermelinda e do António, e da Helena. Estendo afetuosamente estes agradecimentos ao meu irmão João, à Margarida, e aos meus sobrinhos João e Afonso. Infelizmente não pude discutir este trabalho com o meu pai, João Granjo Pires Quintela, sociólogo, cuja memória gostaria de também aqui evocar, com muita saudade.

RESUMO

Esta investigação ocupa-se do trabalho criativo, procurando perceber sociologicamente a heterogeneidade de situações que o compreendem, o seu modo de organização e funcionamento e a sua importância atual. Centra-se num domínio exemplar do setor cultural e criativo e, em sentido mais amplo, da economia criativa – o design gráfico e de comunicação –, analisando-o à luz das especificidades do contexto português. Como se procura argumentar ao longo da tese, o design constitui hoje um objeto privilegiado quer para compreender e debater a realidade prática do trabalho criativo, quer para problematizar algumas das conceções homogeneizantes e simplificadoras que, no quadro de uma retórica que ainda é hoje hegemónica nos contextos técnico-científicos, políticos, económicos e mediáticos, se têm afirmado sobre o trabalho criativo e sobre o seu concurso para os processos de desenvolvimento socioeconómico na atualidade. Questiona-se, pois, o que representa hoje o trabalho criativo em design gráfico e de comunicação e qual a sua relevância (política, económica, social, cultural) em Portugal; em que situações e sob que condições concretas é atualmente desenvolvido o trabalho dos designers gráficos e de comunicação, identificando os principais vetores de transformação e as grandes mudanças ocorridas nas últimas décadas; quais são as especificidades que distinguem este tipo de trabalho criativo de outras formas de trabalho “não-criativas”; e, por fim, como são, no seu âmbito, concebidas e aplicadas a noção de criatividade e outras noções associadas, como inovação, originalidade, autoria, empreendedorismo.

Para tal, propôs-se um modelo analítico que, compatibilizando uma abordagem micro e macrosociológica, pretendeu captar, na sua complexidade, a multiplicidade e heterogeneidade de discursos, contextos e práticas profissionais em design gráfico e de comunicação em Portugal. Adotando uma perspetiva simultaneamente sincrónica e diacrónica, esta investigação procurou caracterizar o modo como esta área de atividade criativa se foi desenvolvendo no decurso do tempo; quais os seus principais protagonistas; quais os diversos discursos e retóricas (políticos, académicos, empresariais, mediáticos e outros) hoje existentes sobre o setor do design em Portugal, assim como as eventuais medidas e instrumentos de política pública que, no decurso do tempo, foram sendo especificamente dirigidas ao seu desenvolvimento e consolidação; e, por fim, quais os múltiplos contextos de trabalho em design gráfico e de comunicação em Portugal e o tipo de relações socioprofissionais que aqui se constituem e desenvolvem.

Metodologicamente, foram mobilizados distintos instrumentos e técnicas de pesquisa, de forma a obter-se um olhar sociológico mais amplo, multifacetado e complexo acerca do mercado de trabalho em design gráfico e de comunicação em Portugal.

Palavras-chave: trabalho criativo; design; cultura; políticas culturais; história do design.

ABSTRACT

This investigation deals with creative work, seeking to sociologically understand the heterogeneity of situations that comprise it, its mode of organization and functioning and its current importance. It focuses on an exemplary domain of the cultural and creative sector and, in a broader sense, of the creative economy – graphic and communication design –, analyzing it in the light of the specificities of the Portuguese context. As we try to argue throughout the thesis, design is today a privileged object either to understand and debate the practical reality of creative work, or to problematize some of the homogenizing and simplifying conceptions that, within the framework of a rhetoric that is still hegemonic in the technical-scientific, political, economic and media contexts have asserted themselves on creative work and its contribution to the processes of socio-economic development today. It is questioned what creative work in graphic and communication design represents today and what is its relevance (politically, economically, socially, culturally) in Portugal; in which situations and under which concrete conditions the work of graphic and communication designers is currently developed, identifying its main vectors of transformation and the great changes that have taken place in recent decades; what are the singularities that distinguish this type of creative work from other “non-creative” forms of work; and, finally, how, within its scope, the notion of creativity and other associated notions, such as innovation, originality, authorship, entrepreneurship, are conceived and applied.

To this end, an analytical model was proposed which, combining a micro and macro-sociological approach, intended to capture, in its complexity, the multiplicity and heterogeneity of discourses, contexts and professional practice in graphic and communication design in Portugal. Adopting a simultaneously synchronic and diachronic perspective, this investigation sought to characterize the way in which this area of creative activity was developed over time; who are its main protagonists; what are the various discourses and rhetoric (in political, academic, business, media spheres, among others) currently existing about the design sector in Portugal, as well as the possible measures and instruments of public policy that, over time, were being specifically addressed to its development and consolidation; and, finally, what are the multiple contexts of work in graphic and communication design in Portugal and the kind of socio-professional relationships that are constituted and developed in this field.

Methodologically, different instruments and research techniques were mobilized in order to obtain a broader, multifaceted and complex sociological look at the graphic and communication design labour market in Portugal.

Keywords: creative work; design; culture; cultural policies; design history.

Lista de acrónimos e abreviaturas

AA.VV	Vários Autores
ADDICT	Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas
AGD	Alliance of German Designers
AIGA	American Institute of Graphic Arts
AM	Área Metropolitana
AND	Associação Nacional de Designers
APTA	Agrupamento Português de Técnicos de Audiovisual
APD	Associação Portuguesa da Designers
BEDA	Bureau of European Design Associations
BIRD	Banco Internacional de Reconstrução e Desenvolvimento
CAE	Código de Atividades Económicas
CCB	Centro Cultural de Belém
CCDRLVT	Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional de Lisboa e Vale do Tejo
CCDRN	Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte
CEE	Comunidade Económica Europeia
CENA	Sindicato dos Músicos, dos Profissionais do Espetáculo e do Audiovisual
CENCAL	Centro de Formação Profissional para a Indústria Cerâmica
CET	Cursos de Especialização Tecnológica
CDS-PP	Centro Democrático Social – Partido Popular
CHAIA	Centro de História da Arte e Investigação Artística da Universidade de Évora
CIAUD	Centro de Investigação em Arquitetura Urbanismo e Design
CIEBA	Centro de Investigação em Belas Artes
CITAD	Centro de Investigação em Território, Arquitetura e Design
CITAR	Centro de Investigação em Ciência e Tecnologia das Artes
CIS	Inquérito Comunitário à Inovação
CJD	Concurso Jovem Designer

CML	Câmara Municipal de Lisboa
CMP	Câmara Municipal do Porto
CNAEF	Classificação Nacional de Áreas de Educação e Formação
CNP	Classificação Nacional das Profissões
CPAV	Centro Profissional do Sector Audiovisual
CPD	Centro Português de Design
CPP	Classificação Portuguesa das Profissões
CTESP	Cursos de Técnico Superior Profissional
DCMS	Department for Culture, Media and Sport
DGArtes	Direção-Geral das Artes
DGEEC	Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência
DGQ	Direção-Geral da Qualidade
DIY	Do-it-yourself
ECTS	European Credit Transfer and Accumulation System
EFTA	European Free Trade Association
ENED	Encontro Nacional de Estudantes de Design
ESBAL	Escola Superior de Belas Artes da Universidade de Lisboa
EREI	Estratégias Regionais de Especialização Inteligente
ESBAP	Escola Superior de Belas Artes da Universidade do Porto
ESAD-CR	Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha (Instituto Politécnico de Leiria)
ESAD Matosinhos	Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos
ETP	Estúdio Técnico de Publicidade
EUA	Estados Unidos da América
FBAUL	Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa
FBAUP	Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto
FCT	Fundação para a Ciência e Tecnologia
FCG	Fundação Calouste Gulbenkian
FCTUC	Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra
FEDER	Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

FFE	Fundo de Fomento à Exportação
FMI	Fundo Económico Internacional
GDA	Gestão dos Direitos dos Artistas
HDD	Croatian Designers Association
IAC	Instituto de Arte Contemporânea
ICC	Indústrias Culturais e Criativas
ICEP	Investimento, Comércio e Turismo Português
ico-D	International Council of Design
ICOGRADA	International Council of Graphic Design Associations
ICSID	International Council of Societies of Industrial Design
ID+	Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura
INE	Instituto Nacional de Estatística
INII	Instituto Nacional de Investigação Industrial
INSerralves	Incubadora de Indústrias Criativas da Fundação de Serralves
IRS	Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares
LIDA	Laboratório de Investigação em Design e Artes
MADE	Museu do Artesanato e do Design de Évora
MC	Ministério da Cultura
MNSR	Museu Nacional Soares dos Reis
MUDE	Museu do Design e da Moda, Coleção Francisco Capelo
NAAI	Núcleo de Arte e Arquitetura Industrial (INII)
NDI	Núcleo de Design Industrial (INII)
NDITC	Nova Divisão Internacional do Trabalho Cultural
NESTA	National Endowment for Science, Technology and the Arts
NTIC	Novas Tecnologias de Informação e Comunicação
OAC	Observatório das Atividades Culturais
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
QCA III	Quadro Comunitário de Apoio III (2000-06)
QUT	Queensland University of Technology
ON.2	Programa Operacional Regional do Norte (QREN 2007-13)

ONU	Organização das Nações Unidas
OPAC	Observatório Português das Atividades Culturais
PEDIP	Programa Específico de Desenvolvimento à Indústria Portuguesa
Performart	Associação para as Artes Performativas
PLATEIA	Associação de Profissionais das Artes Cénicas
PIB	Produto Interno Bruto
PINC	Pólo de Indústrias Criativas do Parque de Ciência e Tecnologia da Universidade do Porto
PO Regional	Plano Operacional Regional
POC	Programa Operacional da Cultura
Portugal 2020	Acordo de Parceria adotado entre Portugal e a Comissão Europeia, que reúne a atuação dos cinco Fundos Europeus Estruturais e de Investimento – Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional, Fundo de Coesão, Fundo Social Europeu, Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural e Fundo Europeu dos Assuntos Marítimos e Pescas –, para o período entre 2014 e 2020.
PRACE	Programa de Reestruturação da Administração Central do Estado
PREC	Período Revolucionário em Curso
PS	Partido Socialista
PSD	Partido Social Democrata
QNQ	Quadro Nacional de Qualificações
QREN	Quadro de Referência Estratégico Nacional (2007-13)
RA	Região Autónoma
REDE	Associação de Estruturas para a Dança Contemporânea
RGD	Association of Registered Graphic Designers
S/A	Sem Autor
S/D	Sem Data
S/L	Sem Local
S/P	Sem Página
S/T	Sem Título
SEC	Secretaria de Estado da Cultura
SIC	Standard Industrial Classification

SNBA	Sociedade Nacional de Belas Artes
SNI	Secretariado Nacional de Informação
SOC	Standard Occupational Classification
SPN	Secretariado de Propaganda Nacional
STE	Sindicato dos Trabalhadores do Espetáculo
UDesign	Encontro Nacional de Doutoramentos em Design
UE	União Europeia
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
UNDP	United Nations Development Programme
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNIDCOM/ IADE	Unidade de Investigação em Design e Comunicação
VAB	Valor Acrescentado Bruto
2C2T	Centro de Ciências e Tecnologia Têxtil, do ICNOVA - Instituto de Comunicação da NOVA

Agradecimentos	iii
Resumo	vii
Abstract	viii
Lista de acrónimos e abreviaturas	ix
Introdução	1
1. Economia, cultura e criatividade: principais eixos de um debate em torno de uma relação recente	7
1.1. Uma “nova cultura” de consumo numa “nova economia” cultural e simbólica	8
1.2. Das indústrias criativas à economia criativa: um “novo paradigma” de desenvolvimento socioeconómico	16
1.3. Artes, cultura e criatividade em Portugal: principais tendências em matéria de políticas públicas e dinâmicas urbanas e socioeconómicas	31
2. As novas formas de capitalismo avançado: reconfigurações da noção de trabalho e transformações no mercado laboral	57
2.1. O lugar do trabalho na era da economia do conhecimento e da criatividade	61
2.2. Artistas e criativos como figuras modelares do “espírito do novo capitalismo”	85
2.3. Políticas culturais contemporâneas e as questões do trabalho criativo	109
2.4. Emprego, formação e mercado de trabalho no SCC em Portugal	126
3. O design como atividade criativa: caracterização de um objeto de investigação e problematização do trabalho criativo em Portugal	149
3.1. Trabalho criativo em design: um domínio exemplar	156
3.2. Um estudo sobre o trabalho criativo em Portugal: da problemática de investigação às estratégias metodológicas	193

4.	Design em Portugal: emergência, desenvolvimento e institucionalização	211
4.1.	O período de transição democrática e a consolidação do processo de institucionalização do design em Portugal (1974-1985)	222
4.2.	Expansão e “democratização” do design em Portugal num quadro de abertura e modernização do país (finais da década 1980 – início da década de 2000)	233
4.3.	O design português no Novo Milénio: massificação, heterogeneidade, diversificação e precarização	269
4.4.	Síntese conclusiva	319
5.	Modos de ser trabalhador criativo: perfis de carreira, percursos profissionais e formas de gerir e representar a condição de designer gráfico e de comunicação	323
5.1.	A construção tipológica: dimensões e fatores da modelação de uma condição profissional heterogénea e multiforme	325
5.2.	Perfil 1: Designers gráficos e de comunicação que compatibilizam a docência universitária com a prática profissional em <i>atelier</i> próprio ou em regime <i>freelance</i>	334
5.3.	Perfil 2: Designers gráficos e de comunicação que trabalham essencialmente por conta própria (em <i>atelier</i> próprio ou em regime <i>freelance</i>)	341
5.4.	Perfil 3: Artistas plásticos que, sobretudo numa fase inicial do seu percurso, mantiveram uma ligação ao design gráfico, seja enquanto praticantes profissionais, seja como docentes no ensino superior	353
5.5.	Perfil 4: Designers de comunicação especializados em domínios de “nicho” (tipografia e infografia), trabalhando por conta própria (em <i>atelier</i> próprio ou em regime <i>freelance</i>) ou por conta de outrem, e, nalguns casos, mantendo ainda uma atividade pontual como docentes universitários e/ou formadores	357
5.6.	Perfil 5: Designers de comunicação especializados em Direção de Arte, trabalhando por conta própria ou por conta de outrem, em contextos diversificados e, nalguns casos, mantendo uma atividade pontual como docentes universitários e/ou formadores	363
5.7.	Perfil 6: Designers de comunicação “ <i>in-house</i> ”, que trabalham por conta de outrem em departamentos de comunicação de instituições, públicas e privadas, com dimensões diversas e que se inserem em setores de atividade também eles variados, mantendo, nalguns casos, uma atividade pontual enquanto <i>freelancers</i>	368
5.8.	Perfil 7: Designers de comunicação que se dedicam em exclusivo ao ensino e à investigação em design	375

5.9. Um olhar transversal sobre os perfis: condições, estratégias e modos de se ser e se conceber como trabalhador criativo	382
5.10. Síntese conclusiva	411
Conclusões	413
Referências Bibliográficas	431
Anexos	523

INTRODUÇÃO

O debate em torno da relevância – política, cultural, social, territorial e, sobretudo, económica – do chamado setor cultural e criativo (SCC) assumiu grande protagonismo ao longo da última década e meia, nomeadamente no contexto europeu, onde se afirmou como uma das principais agendas da política contemporânea. Trata-se, na verdade, de um processo que se insere num quadro histórico e político-social bastante mais amplo, iniciando-se no contexto do pós II Guerra Mundial, período em que as relações entre economia, arte, cultura e território começam a assumir contornos cada vez mais imbrincados, cujas repercussões, em diferentes planos, se estendem até à atualidade.

Para lá disso, não podemos dissociar estes processos de importantes transformações socioeconómicas que, em paralelo, têm igualmente concorrido para uma profunda reestruturação do sistema capitalista contemporâneo e para a emergência de novos modelos de organização económica. Com efeito, é também neste contexto que a própria economia se tem vindo crescentemente a *culturalizar*, tornando-se cada vez mais relevante a dimensão estética e simbólica associada ao consumo. Simultaneamente, assiste-se à valorização de um conjunto de atributos tradicionalmente associados ao trabalho artístico e intelectual e que, de algum modo, assumem um carácter modelar no contexto do capitalismo avançado em que hoje nos encontramos: empreendedorismo, aprendizagem pela prática, flexibilidade, adaptabilidade, capacidade de inovação, etc.

É justamente neste quadro alargado que a discussão e análise do *trabalho criativo* assumem grande pertinência na atualidade. De um modo geral, este é um domínio em que continuam a ser predominantes as abordagens de cariz macroeconómico, geralmente muito pouco preocupadas em aprofundar as características, condições e modalidades em que este tipo de trabalho se desenvolve. De facto, nos últimos vinte anos têm sido produzidos, sob a égide desta agenda criativa, diversos documentos técnicos e políticos que valorizam o trabalho artístico, intelectual e criativo em virtude do elevado potencial económico que está associado à componente simbólica dos bens e serviços produzidos e à possibilidade de uma rentabilização da propriedade intelectual, da autoria e da originalidade. Para lá disso, este tipo de documentos e discursos recorrentemente identificam um conjunto de características nos profissionais criativos, já referidas, salientando a sua particular importância na atual fase do capitalismo.

Contudo, o trabalho criativo está longe de se revelar uma realidade de fácil tipificação, não sendo igualmente lineares as articulações que, através dele, se tecem entre as esferas cultural e económica. Pesquisas de cariz sociológico realizadas nos últimos anos em diferentes domínios artísticos, culturais e criativos, deram um importante contributo para o enriquecimento e complexificação do conhecimento sobre este tipo de atividades.

Por um lado, demonstram as condições de trabalho precárias em que operam muitos dos profissionais de áreas artísticas, culturais e criativas, denunciando assim as contradições de uma retórica técnica, política e económica excessivamente otimista em torno da agenda criativa. Não deixam, contudo, de salientar que, contrariamente a uma visão unívoca do SCC e dos vários profissionais que nele trabalham, existem relevantes diferenças e especificidades de cada país e de cada um dos subsectores que integram o SCC – em termos históricos, económicos, sociais, políticos, territoriais, institucionais, entre outros – que devem ser também consideradas.

Por outro lado, sublinham os sentimentos e posicionamentos ambivalentes destes atores sociais relativamente à situação profissional. Neste âmbito, tem sido muito apontada como um elemento que justifica as inúmeras situações de *autoexploração* detetadas neste setor a persistência de um certo ideário romântico (e romantizado) associado à noção de criatividade que, argumenta-se, continua a estar bastante patente numa forte valorização das ideias de vocação e de expressividade criativa individual, em diferentes contextos – profissional, educativo/formativo, mediático, entre outros. Simultaneamente, pesquisas recentes têm defendido ainda a necessidade de serem identificados e considerados neste tipo de análises elementos de conflito e resistência que, de algum modo, dão conta de uma realidade mais plural e matizada, no seio da qual é possível mapear posicionamentos bastante diversos que são, em diferentes momentos, assumidos por diversos trabalhadores criativos – incluindo alguns que são bastante críticos relativamente a aspetos relacionados com a retórica hegemónica em torno da agenda criativa, ao modo como se encontra estruturado o mercado laboral nestas áreas e às condições concretas em que conseguem desenvolver as suas carreiras profissionais.

A presente investigação situa-se justamente no contexto desta discussão alargada, procurando contribuir para uma problematização aprofundada de muitas das conceções homogeneizantes e simplificadoras que, apesar de tudo, ainda hoje persistem na retórica – política, económica, mediática e até técnico-científica – em torno da agenda criativa acerca do trabalho criativo e do seu concurso para o desenvolvimento socioeconómico. Esta abordagem adquire uma particular pertinência à luz das características específicas do caso português, na medida em

que, apesar do interesse suscitado, na última década, pelo debate em torno do “potencial criativo” do país, das suas cidades e regiões, tanto no plano técnico-científico, como sobretudo no plano político e mediático, a verdade é que o tema do trabalho criativo continua a ocupar, entre nós, um lugar relativamente obscuro não só ao nível político, como também no plano técnico-científico (incluindo no campo da sociologia e de outras ciências sociais) e ainda na esfera das organizações sócio-laborais ligadas aos vários domínios profissionais que integram o SCC.

A análise desenvolve-se a partir de um domínio específico do SCC que, pelos motivos que se apontam já de seguida, é aqui assumido como um domínio central e, porventura, até exemplar – o design de comunicação¹. Pretende compreender sociologicamente a heterogeneidade de situações que o compreendem, a forma como se tem vindo a transformar o seu modo de organização e de funcionamento e ainda equacionando a sua importância. Simultaneamente, procura-se a partir do estudo deste domínio criativo particular, perceber e debater, numa abordagem diacrónica e sincrónica, quer a realidade prática do trabalho criativo, quer os diferentes discursos e representações que se constituem a seu respeito.

O design é um domínio de atividade criativa que, independentemente de todas as interrogações e controvérsias que ainda subsistem em torno da conceção e delimitação do SCC, tende a ser recorrentemente visto como central e, por vezes, até como exemplar no quadro da chamada economia criativa. Tal centralidade e exemplaridade parecem resultar, no essencial, da conjugação de dois aspetos principais.

Por um lado, historicamente o design sempre operou na charneira entre a arte e o sistema produtivo, onde se confrontam e compatibilizam formas de criatividade diversas e cujos resultados são, em princípio, direcionados para responder às necessidades do mercado. Hoje existe um amplo reconhecimento da sua relevância no contexto da economia contemporânea, sendo a atividade dos designers encarada como decisiva na estruturação dos sistemas de produção e de troca de bens e serviços, ao contribuir para diferenciar produtos e serviços, nomeadamente pelas soluções criativas e/ou inovadoras que propõem em termos de conceção e/ou de comunicação, assegurando assim obtenção de um conjunto de vantagens competitivas e de mais-valias para os clientes/utilizadores.

¹ Nesta investigação aborda-se o campo do design de comunicação de uma forma abrangente e atendendo à forma como esta área se estrutura e desenvolve historicamente, contendo diferentes domínios de especialização. Nesse sentido, é frequentemente utilizada a expressão design gráfico e de comunicação, pretendendo-se assim reconhecer a evolução, sincrónica e diacrónica, deste campo de atividade criativa que, como se argumentará adiante, tem vindo a assumir contornos cada vez mais dilatados e plurais.

Existe, por outro lado, uma ampla percepção de que os designers sempre se organizaram, do ponto de vista laboral, profissional e empresarial, segundo os princípios de economia flexível que regem o *novo espírito do capitalismo* que se afirmou a partir dos anos 70 do século XX. Flexibilidade, espírito empreendedor, pensamento criativo e inovador são algumas das qualidades crescente e recorrentemente atribuídas aos designers no espaço público e mediático, estando também muito vincadamente presentes no seio da própria disciplina, informando assim uma parte muito importante do discurso que é veiculado em diversos *fora* de natureza política, educativa, económica e profissional. Pode-se considerar, neste sentido, que a profissão do designer de algum modo antecipou muita da retórica atual em torno do trabalho criativo.

Conforme foi já referido, esta investigação centra-se num domínio específico do design – o design gráfico e de comunicação – sendo, por isso mesmo, relevante destacar desde já algumas características particulares que motivam esta opção de delimitação do objeto de estudo. Historicamente, o design gráfico e de comunicação encontra-se muito associado ao universo quer das artes gráficas, quer das belas artes, possuindo, portanto, uma estreita relação (estética, processual e até ideológica) com o *core* das atividades que tradicionalmente se inserem na esfera artística. Simultaneamente, o design gráfico e de comunicação esteve, desde sempre, muito vinculado à linguagem e às necessidades da publicidade e, mais recentemente, do *branding* e do marketing. Constitui, por isso, um ponto de observação privilegiado para analisar algumas das transformações decorrentes do processo de desenvolvimento da economia fordista e pós-fordista. Permite ainda, por outro lado, observar as inúmeras tensões geradas por esta estreita proximidade do design ao mercado, que se repercute seja numa postura ética de crítica ao modo de produção capitalista, seja numa vontade de autonomização “para-artística” da atividade criativa dos designers que, embora esteja presente em vários momentos da história da disciplina, se tem vindo nitidamente a agudizar nos últimos anos. Finalmente, este campo particular do design tem vindo ainda a sofrer, nas últimas duas décadas, um conjunto de alterações profundas, que resultam do surgimento de novas tecnologias digitais e, em especial, do advento da Internet, que exigiram adaptações da linguagem do design gráfico a novos suportes comunicacionais e despoletaram o surgimento de novos domínios de ocupação profissional, que se têm vindo a autonomizar (é o caso dos *new media* e do *webdesign*, por exemplo).

Esta investigação visa analisar o trabalho criativo em design gráfico e de comunicação à luz das especificidades do contexto português. Para tal, desenvolveu-se um modelo de análise que compatibiliza uma abordagem micro e macrossociológica, de forma tentar a captar, na sua

complexidade, a multiplicidade e heterogeneidade de discursos e de contextos de prática profissional em que este tipo específico de trabalho criativo se desenvolve, numa análise sincrónica e diacrónica.

Como referido antes, um dos objetivos centrais desta investigação é o de problematizar as conceções homogeneizantes e simplificadoras que se têm vindo a afirmar acerca do trabalho criativo e do seu concurso para o desenvolvimento socioeconómico. Por esse motivo, esta pesquisa procurará evidenciar a diversidade de práticas de trabalho e modalidades de funcionamento existentes no campo do design gráfico e de comunicação em Portugal. Interroga-se ainda acerca do que representa atualmente o trabalho criativo em design gráfico e de comunicação e qual a sua relevância (política, económica, social) no contexto do nosso país; em que situações e sob que condições concretas este trabalho é desenvolvido; quais as especificidades que o distinguem de outros tipos de trabalho “não-criativos”; e ainda, por fim, equaciona como são no seu âmbito concebidas e aplicadas a noção de criatividade e outras associadas – incluindo, designadamente, inovação, originalidade, autoria, independência ou empreendedorismo.

Argumenta-se que uma análise do trabalho criativo deve necessariamente considerar o contexto histórico, social, económico e político, procurando, deste modo, identificar e compreender o sentido de processos de transformação mais amplos que têm vindo a ocorrer nos últimos anos na sociedade portuguesa e não só. Neste sentido, analisam-se, entre outros, aspetos relacionados com o processo de desenvolvimento do design gráfico e de comunicação neste país, identificando alguns dos seus protagonistas em cada momento histórico; a forma como surgiram, evoluíram e se transformaram os diversos discursos e retóricas sobre esta área de atividade, bem como os instrumentos de política pública especificamente dirigidos ao fomento do design em Portugal, concedendo particular atenção à sua inserção no seio da recente agenda criativa. Além disso, procura-se ainda identificar os múltiplos contextos de trabalho em design gráfico e de comunicação e de relações profissionais que aqui se foram desenvolvendo. Por fim, propõe-se uma tipologia de perfis dos principais percursos académicos e profissionais neste domínio criativo, analisando o modo como estes se foram alterando ao longo do tempo.

Tendo em consideração o conjunto de preocupações e objetivos de pesquisa anteriormente enunciadas, estruturou-se esta tese de doutoramento em cinco capítulos – aos quais acresce esta introdução e as conclusões.

Os dois primeiros capítulos procuram sistematizar, de um ponto de vista teórico-conceitual, o “estado da arte” que enquadra a presente investigação. No capítulo 1, aborda-se a evolução

ocorrida, desde a II Guerra Mundial, nos debates teóricos e políticos em torno das imbrincadas relações que se estabelecem entre economia, cultura e criatividade nas sociedades contemporâneas, concedendo uma particular atenção ao modo como se têm vindo a alterar, nomeadamente no contexto europeu e em Portugal, os paradigmas principais em matéria de conceção e intervenção pública para o SCC. Já no capítulo 2 são focados os principais debates teóricos em torno das reconfigurações e transformações na esfera do trabalho, considerando quer uma perspetiva analítica mais ampla, quer centrando a análise especificamente no SCC, reconstituindo assim, em traços largos, a evolução do pensamento e análise sociológica sobre estas matérias. São ainda aqui abordadas, a este propósito, as alterações mais recentemente registadas no plano das políticas públicas para a cultura, bem como dos movimentos e dinâmicas de ação coletiva de trabalhadores das artes, cultura e indústrias culturais e criativas.

O capítulo 3 apresenta uma análise já centrada no domínio disciplinar e de atividade profissional que aqui se pretende investigar de forma mais detalhada – o design. Assim, e após uma breve caracterização da sua origem e evolução histórica, desenvolve-se então uma discussão em torno do conjunto de características que tornam o design num domínio exemplar para o estudo do trabalho criativo, recuperando para esse efeito alguns dos principais estudos e reflexões que, no contexto internacional, têm sido realizados sobre estas matérias. E conclui-se o capítulo retomando aspetos abordados nesta introdução, que são aqui detalhados, com vista a apresentar qual a problemática desta pesquisa de doutoramento e a explicitar quais as estratégias e opções metodológicas que foram sendo seguidas ao longo de todo este percurso investigativo.

Os dois capítulos seguintes consubstanciam o contributo empírico original que resultou de toda a investigação realizada no âmbito da produção desta tese de doutoramento. Assim, apresenta-se no capítulo 4, uma leitura socio-histórica do processo de desenvolvimento do design em Portugal, concedendo um especial enfoque ao período democrático (1974-2018), que é aqui reconstituído a partir essencialmente da análise de diversas fontes documentais, bem como através do tratamento das várias entrevistas realizadas com designers e especialistas em design gráfico e de comunicação. Já o capítulo seguinte (5) centra-se na multiplicidade de percursos académicos e profissionais em design gráfico e de comunicação em Portugal, descritos através de uma proposta tipológica de perfis. Aprofundam-se igualmente aspetos relacionados com as diferentes modalidades, processos e contextos de trabalho neste subsetor criativo, que são aqui distinguidos a partir dos diferentes posicionamentos, conceções e representações dos designers entrevistados.

1. Economia, cultura e criatividade: principais eixos de um debate em torno de uma relação recente

Nas últimas décadas as relações entre economia, cultura e criatividade estruturaram-se de uma forma crescentemente imbrincada, o que se repercutiu nos principais debates – teóricos e políticos – em torno desta questão. Se entre cultura e criatividade estas relações são estreitas e profundas – nomeadamente, em virtude do papel central atribuído à criatividade em atividades relacionadas com reflexão intelectual e criação artística –, note-se que já as relações entre economia, cultura e criatividade têm um caráter distinto, na medida em que não só são mais recentes, como frequentemente assumem alguma ambivalência e até, por vezes, um certo caráter antagónico, que decorre nomeadamente de uma longa tradição histórica que, ainda hoje, tende a conceber-las como domínios autónomos e independentes. Em todo o caso, é inequívoca a tendência para um estreitamento de relações entre cultura, criatividade e economia, sendo inquestionável (i) a grande importância dos bens e serviços culturais no desenvolvimento da atividade económica; (ii) o papel fulcral que conhecimento, criatividade e saber desempenham nas sociedades contemporâneas; e ainda (iii) a crescente relevância da dimensão estética e simbólica associada ao consumo de bens e serviços, através da produção e circulação de um conjunto de “textos” – no sentido atribuído por David Hesmondhalgh (2013), enquanto conteúdos com significado social – que influenciam decisivamente o modo como compreendemos o mundo e nele nos posicionamos. Na discussão a desenvolver ao longo das próximas páginas abordar-se-á, de uma forma necessariamente sintética, estes diferentes aspetos, caracterizando o processo de transformação desta complexa teia de inter-relações e identificando as diferentes perspetivas em questão, bem como as principais polémicas e debates que têm marcado as relações, por vezes tensas, entre economia, cultura e criatividade – que, como se verá, frequentemente assumem contornos mais nítidos quando discutem as implicações políticas destas transformações.

Importa, por outro lado, explicitar, desde já, a opção em iniciar esta reflexão e discussão em finais da década de 1970. Histórica e socialmente, este constitui um período chave na análise de múltiplas e diversificadas transformações que afetarão as sociedades ocidentais contemporâneas, influenciando decisivamente neste aprofundamento das relações entre cultura e economia. Esta delimitação não constitui, contudo, um espartilho para a análise a desenvolver; assim sendo, e sempre que relevante, poderão ser abordados outros períodos históricos, até porque muitos destes aspetos resultam de processos de mudança de cariz

dilatado, não beneficiando portanto de análises excessivamente esquemáticas ou artificialmente compartimentadas em balizas temporais estanques.

Para concluir, importa realçar a importância do debate a desenvolver neste capítulo para uma investigação sobre trabalho criativo no campo do design gráfico e de comunicação. A compreensão do processo de convergência entre cultura e economia – e das suas múltiplas repercussões nos planos teórico, socioeconómico, artístico e político –, constitui um elemento indissociável da crescente relevância que o design tem vindo a assumir nas sociedades contemporâneas, em diferentes âmbitos e dimensões. Simultaneamente, a discussão a desenvolver neste capítulo contribuirá ainda para evidenciar o carácter não linear e, sobretudo, não consensual deste duplo processo de alargamento da noção de cultura e de culturalização da economia que, como veremos, está repleto de tensões e contradições que importa analisar à luz dos diversos discursos, práticas e representações presentes entre os designers gráficos e de comunicação.

1.1. Uma “nova cultura” de consumo numa “nova economia” cultural e simbólica

Num plano macro-analítico, as transformações que têm vindo a ocorrer no campo da cultura podem ser enquadradas num contexto mais alargado, inserindo-se nos processos globais de reestruturação do capitalismo contemporâneo, em curso desde a década de 60 do século XX. Tais mudanças associam-se fundamentalmente à nova etapa de transição da organização socioeconómica de cariz industrial-fordista, hegemónica nas sociedades ocidentais sobretudo até ao pós-guerra, para os novos modelos de capitalismo avançado. Diferentes formulações teórico-conceituais têm sido utilizadas para refletir acerca desta mudança, sendo geralmente atribuído a Fritz Machlup (1962), Alain Touraine (1969) e Daniel Bell (1973) pioneirismo na reflexão acerca das sociedades pós-industriais que, a partir dos anos 1960, começam a adquirir contornos mais nítidos, sobretudo na América do Norte, no Japão e nos principais países da Europa Ocidental. Posteriormente, surgiram várias outras formulações teóricas que, apesar do seu carácter diverso, convergem no objetivo de pensar, num plano macro, as profundas mudanças que caracterizam a contemporaneidade: capitalismo desorganizado (Lash e Urry, 1987), sociedade ou economia do conhecimento, hiper-capitalismo (Rifkin, 2000), hipermodernidade (Lipovetsky e Charles, 2011), capitalismo cognitivo (Boutang, 2011), capitalismo estético (Lipovetsky e Serroy, 2014), modernidade tardia, capitalismo tardio (Mandel, 1999; Sennett, 2006, 2007), modernidade reflexiva (Beck, 1992, 1999; Beck *et al.*,

2000), pós-modernidade (Foster, 1983; Featherstone, 1991; Jameson, 1991), modernidade líquida (Bauman, 2009b), entre outras. De entre elas, a noção de sociedade de informação ou de sociedade em rede, avançada por Manuel Castells (1989, 1996), constitui seguramente uma das mais importantes, conferindo centralidade aos múltiplos impactos relacionados com as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTIC) e, em particular, ao papel da Internet no quadro dos processos de globalização.

Os novos paradigmas de desenvolvimento socioeconómico, descritos pelos diferentes conceitos e abordagens propostas pelos diversos autores, são profundamente marcados por duas ideias chave, estreitamente articuladas entre si, e que importa aqui destacar: por um lado, a centralidade do capital humano que, sob a forma de conhecimento (científico, técnico e tácito), se tornou na força motriz do capitalismo contemporâneo, aliada, por outro lado, ao desenvolvimento das NTIC, num quadro de globalização. Estes grandes processos de mudança tiveram um profundo impacto a diversos níveis, complexificando tremendamente os modelos de organização das sociedades contemporâneas. Foram ainda importantes no erigir de um novo entendimento acerca do papel chave desempenhado pela criatividade, a par do conhecimento, nos processos de desenvolvimento económico. De seguida, abordaremos então algumas das principais mudanças estruturais operadas nos modelos de produção, distribuição e consumo que caracterizam o capitalismo contemporâneo.²

A cultura do consumo está intimamente associada à expansão da produção capitalista, especialmente quando se tornou possível uma standardização que expandiu claramente o mercado de consumidores – desempenhando os média e a publicidade um papel reconhecidamente relevante neste processo (Featherstone, 1991). A partir dos anos 1970, fruto de avanços técnicos e tecnológicos importantes, os mecanismos de conceção e produção industrial tornam-se substancialmente mais ágeis e flexíveis, permitindo introduzir diversos ajustamentos e modelações na oferta de bens e serviços, em função das preferências e apetências particulares de determinados segmentos de público-alvo, tornando assim as produções menos massificadas e mais diversificadas. Num contexto em que o setor do comércio e serviços se torna central nas economias mais avançadas, ocorre uma outra mudança chave no discurso empresarial, passando a valorizar-se a diferença, reconhecendo maior capacidade de agência ao consumidor, permitindo-lhe tomar as opções que melhor se adaptem ao seu próprio estilo de vida.

² Os processos de transformação no modelo de capitalismo contemporâneo e, em particular, os novos modos de organização em rede a que alude Castells (1989, 1996) possuem evidentemente outros ângulos de análise importantes, alguns dos quais serão abordadas no capítulo seguinte, relativamente às alterações registadas na esfera laboral nas sociedades contemporâneas.

Este processo é indissociável da centralidade que os consumos e estilos de vida individuais adquiriram nas sociedades ocidentais do pós-guerra, o que se tem refletido num aumento dos consumos em lazer e cultura, que acompanham o incremento geral dos níveis médios de educação e formação dos cidadãos. Os consumos tornam-se, pois, crescentemente reflexivos³ e os consumidores capazes de influenciar decisivamente os modos de produção. Neste processo, o indivíduo torna-se detentor de uma capacidade de decisão inédita, sendo crescentemente orientado por uma “reflexividade estética”, expressão utilizada por Scott Lash e John Urry (1994), que sublinha justamente um dos elementos centrais que caracterizam o sistema económico e a cultura de consumo contemporânea: o seu carácter crescentemente culturalizado e eminentemente simbólico (Lash e Urry, 1994; Featherstone, 1991; Lipovetsky e Serroy, 2014). Num contexto em que as opções de consumo deixam de se orientar exclusivamente em função da utilidade intrínseca do produto, considerando também (ou sobretudo) a sua dimensão simbólica, o design passa a assumir um papel estratégico na diferenciação de marcas, bens e serviços (Lash e Urry, 1994; Julier, 2008; Bryson e Rusten, 2011; Lipovetsky e Serroy, 2014). Igualmente chave neste processo é o papel desempenhado pelo marketing e a publicidade, difundidos através de uma multiplicidade de suportes mediáticos, envolvendo múltiplos agentes – incluindo designers – que realizam um trabalho de “intermediação cultural”, agindo em contextos distintos e com condições de trabalho muito diversificadas (Bourdieu, 2010a; Bovone, 1997; Nixon, 1997; Soar, 2000, 2002a, 2002c; Nixon e Du Gay, 2002; Cronin, 2004; Ferreira, 2002a, 2006, 2009; O’Connor, 2015).

A transição de uma economia predominantemente industrial, de cariz fordista, para uma nova economia baseada em serviços avançados, que opera em rede, de forma flexível e globalizada, constitui, pois, um elemento crucial na interpretação do crescente interesse pela dimensão cultural e simbólica que é possível associar-se ao novo capitalismo contemporâneo que vai emergir nos anos 1970 e afirmar-se nas décadas seguintes.

Estes processos relacionam-se ainda, por outro lado, com a erosão e o declínio do modelo de organização económica e social de matriz industrial que ocorreu, um pouco por toda a Europa, a partir dos anos 1960 e 1970, levando à transformação e encerramento de centenas de empresas e arrastando para o desemprego milhares de trabalhadores. Face a um tal cenário de crise económica e social, assistiu-se no último quartel do século XX ao desenvolvimento de diversas estratégias de *regeneração* e *requalificação* urbanas que privilegiaram áreas

³ Note-se que a questão da reflexividade nas sociedades contemporâneas extravasa a esfera do consumo, constituindo um elemento central que está presente nos mais diversos aspetos que envolvem a atividade quotidiana dos indivíduos e o modo como estes estruturam a sua identidade (cf. Beck, 1992, 1999; Giddens, 1992, 1994; Beck, Giddens e Lash, 2000).

industriais desocupadas ou decadentes. É, pois, neste contexto que as artes e a cultura – entendidas de um modo cada vez mais amplo – vão assumir centralidade na revitalização social e económica das cidades e regiões do *Norte Global*, criando assim condições para a afirmação de um novo modelo de cidade pós-industrial, capaz de competir num novo cenário de intensa competição interurbana e inter-regional à escala global. A proliferação deste tipo operações de *regeneração urbana* foi crucial para afirmar politicamente uma noção mais abrangente de cultura, no seio da qual as indústrias culturais e, mais tarde, as indústrias criativas, assumiram um papel chave (Bianchini e Parkinson, 1993; Bianchini e Landry, 1995; Landry, 2005; Mommaas, 2004, 2009; Ferreira, 2010). A estes projetos se associa ainda uma nova geração de políticas públicas que propõem uma inédita transversalização intersetorial, articulando simultaneamente cultura, planeamento e gestão urbanas e desenvolvimento económico.

Paralelamente, estabelece-se um novo discurso em torno do impacto económico da cultura – cuja noção sofreu sucessivos alargamentos desde o pós-guerra – que vai condicionar de modo significativo toda uma nova geração de políticas culturais que, após os “dourados” anos 1960, sofre uma forte retração, em resultado da chamada “crise dos anos 70”, questionando a legitimidade e prioridade atribuída a certas políticas públicas, incluindo neste domínio da cultura (Henriques, 2002; Miller e Yúdice, 2002). Ao longo da década de 1980, ocorreu assim uma profunda reorientação das políticas culturais, com o Reino Unido a assumir um papel pioneiro no desenvolvimento de novos métodos de avaliação e fundamentação dos apoios públicos às artes e à cultura, baseados na medição dos seus efeitos e impactos económico-sociais (Bianchini, 1993: 12-13) – uma tendência que se robusteceu nas décadas seguintes (Belfiore, 2002, 2004, 2009; O’Brien, 2010, 2012, 2014, 2015b, 2016). Finalmente, constata-se ainda um claro recuo em medidas de política cultural centradas na valorização de aspetos associados a uma determinada ideia de unidade nacional, ao longo dos anos 1980 e 1990, abrangendo um leque cada vez mais diverso de expressões artísticas e culturais e, simultaneamente, incorporando nas suas estratégias de intervenção múltiplas e diferenciadas dimensões económicas associadas à atividade cultural, incluindo as indústrias culturais que vão adquirir uma relevância crescente no último quartel do século XX.

Com efeito, não é possível dissociar este conjunto de transformações, no plano social, económico e político, do processo de desenvolvimento das indústrias culturais e do que vulgarmente se designa por “cultura de massas”, sobretudo a partir do pós-guerra, em resultado de um conjunto de avanços técnicos e tecnológicos que alteraram profundamente os processos de produção, distribuição e consumo de conteúdos culturais (O’Connor, 2007: 9-

16; Benhamou, 2008: 62-85; Hesmondhalgh, 2013). Ora, será também o desenvolvimento das indústrias culturais que irá despoletar um conjunto de transformações, que se tornarão evidentes a partir do último quartel do século XX, e que vão contribuir para a redefinição quer dos modos de relação dos atores sociais com o universo dos bens culturais (associada a uma tendência para a ecletização dos gostos culturais e para a esteticização dos estilos de vida quotidianos, em especial por parte das novas classes médias urbanas, dos jovens e das mulheres), como para uma alteração dos modos de criação, produção, difusão e distribuição de conteúdos artísticos e culturais.

A ascensão das indústrias culturais irá despertar um aceso debate intelectual, iniciado por membros da Escola de Frankfurt e que, de certo modo, se estende até à atualidade. Com efeito, é incontornável a análise crítica de Theodor Adorno e Max Horkheimer (2006; Adorno, 2003) sobre a natureza consumista da sociedade norte-americana do pós-guerra, apontando diversos riscos às indústrias culturais – que, significativamente, designam no singular, “indústria cultural” – e à ideia de “mercantilização da cultura”. Por um lado, assinalam os riscos de uma instrumentalização da cultura, associados à sua utilização enquanto instrumento de propaganda ideológica, controlo e manipulação da opinião pública, e, deste modo, contribuindo para a supressão de qualquer forma de crítica sistémica ao capitalismo.⁴ Por outro lado, salientam os perigos de uma excessiva estandardização dos processos de produção artística e cultural que, neste novo quadro, tenderiam a uniformizar-se, assemelhando-se uns aos outros, de forma a moldarem-se ao gosto médio do consumidor de massas (cf. igualmente Marcuse, 2011).

A partir de meados os anos 1970, o termo indústria cultural invade o debate público e académico, vulgarizando-se (Hesmondhalgh, 2013: 24; O’Connor, 2011: 27), num contexto politicamente marcado por um agudizar da crítica social, política e artística ao novo capitalismo pós-fordista.

É somente a partir do final dos anos 1970 e, sobretudo, da década de 1980 que vai emergir um novo olhar sobre as indústrias culturais. A obra *Capitalisme et industries culturelles* (Huet *et al.*, 1978) foi uma das primeiras investigações sociológicas sobre este tema, inaugurando um trilho de pesquisa que será aprofundado ao longo dos anos seguintes, com os trabalhos de Bernard Miège (1979, 1987, 1989a, 1989b; Miège *et al.*, 1986), Patrice Flichy (1980), Ramón Zolla (1988), Jean-Guy Lacroix (Lacroix, 1986; Lacroix e Lévesque, 1986; Lacroix e

⁴ Importa compreender que esta visão crítica da *indústria cultural* é profundamente marcada pelo modo eficaz como a artes e a cultura foram utilizadas como veículo de propaganda fascista e nazi durante a II Guerra Mundial – tendo sido Adorno e Horkheimer pessoalmente vítimas do regime nazi, refugiando-se nos EUA durante os anos 1940 (Durham e Kellner, 2006: 4; Hesmondhalgh, 2013: 23-24).

Tremblay, 1997), Gaëtan Tremblay (Tremblay, 1990), Nicholas Garnham (1990), Bill Ryan (1992), entre outros. Estas pesquisas vão enriquecer e aprofundar o debate sobre as indústrias culturais que, significativamente, passam então a ser designadas no plural, de modo a sublinhar justamente a diversidade existente nos vários setores económicos. Simultaneamente, esta opção explicitava um distanciamento crítico relativamente às posições de Adorno e Horkheimer que, sinteticamente, assentam nos três seguintes argumentos: (i) crítica da perspectiva determinística e elitista dos autores da Escola de Frankfurt relativamente ao campo da cultura, profundamente marcada por um certo ‘tom’ nostálgico relativamente às formas pré-industriais de produção cultural; (ii) crítica às insuficiências conceptuais da noção de “indústria cultural”, que não reconhece o carácter complexo e multifacetado do campo das indústrias culturais, que se encontram organizadas de forma relativamente diversa e que competem entre si para obterem a atenção dos consumidores, utilizando para tal uma grande diversidade de estratégias; e, por último, (iii) crítica ao profundo pessimismo de Adorno e Horkheimer acerca do papel da tecnologia, incapaz de reconhecer a sua importância na transformação da prática artística. De forma a superar este conjunto de críticas, esta nova geração de investigadores vai propor novas abordagens às indústrias culturais e aos seus múltiplos modos de funcionamento, apontando para análises detalhadas dos diversos processos de produção existentes nos diversos setores que compõem as indústrias culturais sem, contudo, abandonar uma postura crítica, como argumentou recentemente Tremblay (2008: 69).⁵

A par do desenvolvimento destas pesquisas pioneiras sobre indústrias culturais, surgem outras correntes de reflexão no campo das ciências sociais – em particular com emancipação da sociologia das artes e da cultura (Heinich, 2004), e com o surgimento dos *cultural studies* (Flew, 2012; O’Connor, 2007, 2011; Hesmondhalgh, 2008, 2013) – que vão assumir um papel relevante neste debate, contribuindo para renovar e ampliar não só o pensamento sobre cultura, na sua pluralidade de registos e de contextos, mas também para repensar as próprias políticas culturais.

Com efeito, a partir dos anos 1970 o enfoque analítico da sociologia da arte e da cultura deixa de estar exclusivamente centrado na figura dos artistas e na sua produção, passando também a interessar compreender quais os modos de funcionamento dos diferentes “campos” ou

⁵ Apesar das críticas apontadas a Adorno e Horkheimer, é justo reconhecer o profundo impacto do seu pensamento, que continua a ecoar nos debates contemporâneos sobre indústrias culturais e criativas e os processos de massificação e mercantilização da cultura (Hesmondhalgh, 2013: 25). *The Culture Industry* (Adorno e Horkheimer, 2006) tem, além disso, uma inequívoca importância histórica, que decorre do seu pioneirismo, influenciando decisivamente a reflexão académica e o debate político sobre este tema numa época em que se começava a desenvolver, por toda a Europa, uma nova geração de políticas culturais.

“mundos da arte”, quais os atores envolvidos, as suas múltiplas interações e estruturas internas, mas também as relações que se estabelecem com os diferentes públicos na receção das obras ou acontecimentos artísticas e culturais – e, neste âmbito, vai adquirir uma crescente preponderância a reflexão em torno dos processos de mediação cultural e dos diversos intermediários culturais neles envolvidos.

Neste contexto, o trabalho pioneiro desenvolvido por Pierre Bourdieu, em França, revelar-se-á altamente influente, sendo decisivo no desenvolvimento da sociologia da arte e da cultura (cf. por ex. Bourdieu, 1996a, 1996b, 2010b; Bourdieu e Darbel, 1966), ao mesmo tempo que beneficiará de amplo eco mediático, influenciando na ação de agentes e instituições políticas, culturais e artísticas (cf. Ahearne, 2004; Heinich, 2004, 2007a). A par de Bourdieu, vários outros sociólogos, sobretudo franceses, britânicos e norte-americanos, contribuirão, entre os anos 1970 e 1990, para enriquecer e complexificar a compreensão e análise dos processos de produção, receção e mediação cultural, evidenciando a multiplicidade de agentes e instituições envolvidos, dando assim um contributo importante para a reconceptualização da noção de cultura e da própria ideia de objeto artístico. Podem referir-se, a este propósito, as investigações seminais conduzidas por Howard S. Becker (1982), Raymond Moulin (1967, 1992), Paul DiMaggio e Paul M. Hirsch (1976), Antoine Hennion (1981, 1983, 1989), entre outros. Esquemáticamente, e sem pretender abarcar a riqueza e multiplicidade de perspetivas teórico-metodológicas defendidas por estes autores, diríamos que um traço comum percorre as suas análises: o reconhecimento de que os objetos artísticos e culturais constituem um trabalho coletivo, resultando de uma rede complexa, que envolve diversos agentes e instituições, fundamentais não só para a concretização do processo de criação, mas também para assegurar uma boa receção. Neste sentido, estas diferentes análises e perspetivas sociológicas contribuíram decisivamente para contrariar o ideal romântico – e romantizado – do “génio” que cria isoladamente, sob influência de uma “musa inspiradora”, que persistentemente se afirmou no Ocidente desde o século XVII (Williams, 1983: 82-84), sustentado assim a necessidade de um outro olhar, mais abrangente e crítico, acerca dos processos de criação e dos modos de funcionamento de um campo da arte e da cultura – que, já vimos, está, neste período, em clara expansão.

Também do ponto de vista das políticas culturais, o último quartel do século XX correspondeu a um período de claro alargamento, considerando, cada vez mais, aspetos como a promoção e desenvolvimento das indústrias culturais, à escala internacional, nacional e local.

No plano internacional, destaca-se o extenso relatório publicado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), em 1982, *Cultural Industries: A Challenge for the Future of Culture*, onde se apresenta um diagnóstico do setor, salientando a sua importância do ponto de vista económico, e alerta para a necessidade de serem tomadas medidas de política pública neste domínio. Já no plano nacional, destaca-se em França a ação emblemática de Jack Lang, ministro da cultura entre 1981 e 1992, que deu particular atenção às indústrias culturais, inserindo-as num quadro de intervenção política mais abrangente, que se irá pautar pela grande abertura a diferentes expressões culturais (O'Connor, 2011: 28; Looseley, 1995, 2001).

Paralelamente, surgem no Reino Unido, entre os anos 1980 e 1990, as primeiras iniciativas locais que apontavam uma nova articulação entre cultura e economia, introduzindo o conceito de indústrias culturais na política cultural britânica. Simbolicamente, constitui um marco a experiência pioneira do *Greater London Council* (GLC), que funcionou entre 1981 e 86, e que propôs uma estratégia de intervenção urbana bastante inovadora para a época e que tinha justamente por mote o combate ao “elitismo cultural” e o reconhecimento da crescente relevância na sociedade de formas mais “massificadas” e “populares” de produção artística e cultural (Bianchini, 1987). Noutros países da Europa Ocidental (Alemanha, Holanda, Finlândia, etc.) surgiram no mesmo período dinâmicas semelhantes, que evidenciavam uma progressiva abertura a diversas formas de expressão cultural e artística, acompanhadas por novas agendas políticas na área da cultura que, frequentemente, procuravam articular a aposta nas indústrias culturais com preocupações sociais, inserindo estas iniciativas em projetos de regeneração urbana de natureza mais ampla, conforme referido antes (Bianchini e Parkinson, 1993; Landry, 2005; Mommaas, 2004, 2009; Ferreira, 2010).

Com efeito, os anos 1980 e 1990 constituem, na análise das políticas culturais ocidentais, um período de transição absolutamente decisivo, pois é então que se criam as condições necessárias para que as indústrias culturais viessem a ocupar o centro do debate político, nacional e internacional – o que, como veremos, ocorreu na viragem para o novo século. Emergem e vulgarizam-se então novas abordagens conceptuais à intervenção urbana – tais como “distritos culturais”, “quarteirões culturais”, “*clusters* culturais”, entre outras – que, de diferentes modos, procuram evidenciar as vantagens de ancorar os processos de regeneração e desenvolvimento territorial numa valorização e potenciação dos recursos e ativos culturais e artísticos, articulando de forma inédita *no território* as esferas da economia, da cultura e da criatividade.

1.2. Das indústrias criativas à economia criativa: um “novo paradigma” de desenvolvimento socioeconómico

O debate em torno do potencial das indústrias culturais e criativas e, mais recentemente, da chamada economia criativa emerge em meados dos anos 1990. Inicialmente circunscrito ao Reino Unido e à Austrália, rapidamente se estende a todo o *Norte Global* e, mais recentemente, à América Latina e África (Flew, 2012), alterando, neste decurso, alguns dos fundamentos das políticas públicas contemporâneas.

Na Europa, o termo “indústrias criativas” surge no Reino Unido em 1997, na sequência da vitória eleitoral do *New Labour*. Neste quadro, é criado o *Department for Culture, Media and Sport* (DCMS) que, significativamente, veio substituir o *Department for National Heritage*, num momento charneira em termos políticos, que denota a intenção de introduzir uma rutura com a retórica patrimonialista dos governos conservadores, promovendo uma viragem ideológica de profundo alcance (Hewison, 2011, 2014). Simultaneamente, este novo governo, liderado por Tony Blair, vai procurar capitalizar a experiência de vários municípios ingleses que, como referido, desde há uma década, desenvolviam novas abordagens de política pública local orientadas para o fomento de indústrias culturais locais. Mais do que uma mudança de terminologia – de indústrias culturais para indústrias criativas –, esta alteração correspondeu a uma efetiva reorientação de algumas das prioridades de agenda política, implicando uma profunda redefinição dos instrumentos de política e dos setores de atividade a apoiar.

The Creative Industries Mapping Document, relatório publicado em 1998, apresentava uma primeira proposta de definição de indústrias criativas, muito abrangente e genérica, que incluía “those activities which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have the potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property” (DCMS, 1998). O documento delimitava ainda este novo setor, elencando os treze subsectores que integravam as indústrias criativas: i) Publicidade; ii) Arquitetura; iii) Mercado de Arte e Antiguidades; iv) Artesanato; v) Design; vi) Moda; vii) Música; viii) Cinema e Vídeo; ix) *Software* interativo de lazer; x) Artes performativas; xi) Edição; xii) Serviços de *software* informático; xiii) Televisão e rádio.

A delimitação setorial das indústrias criativas proposta pelo DCMS incluía, assim, vários domínios tradicionalmente não considerados quer pelas políticas culturais, quer nas definições de indústrias culturais – é o caso, notoriamente, dos diversos tipos de *softwares* e jogos informáticos, subsectores estreitamente ligados às novas tecnologias de informação e comunicação, mas também da arquitetura, do design ou da moda. Simultaneamente, esta classificação excluía de forma manifesta uma série de subsectores tradicionalmente associados

ao setor da cultura, como os museus e as galerias de arte, as bibliotecas e arquivos, o património cultural e até mesmo o turismo cultural.

Esta proposta do DCMS foi amplamente criticada, sublinhando diversos autores que as opções de delimitação setorial denotavam, por um lado, uma parca compreensão das especificidades e características próprias do setor cultural (Oakley, 2004; Pratt, 2005; Galloway e Dunlop, 2007) e, por outro, uma clara orientação ideológica no sentido de, através de uma superlativa afirmação do peso económico do setor, justificar politicamente a aposta nas indústrias criativas – nesse sentido, foi estratégica a opção de incluir subsectores ligados à conceção e produção de jogos e outro *software* informático (Garnham, 2005; Hesmondhalg, 2008, 2013; Flew, 2012; Flew e Cunningham, 2010; Tremblay, 2008, 2011a; Hewison, 2014). Como observa Gaëtan Tremblay (2008: 76), ao associar às indústrias culturais atividades tão diversas como a produção de *softwares* e jogos de informáticos, a moda ou o design, estas passaram a beneficiar de um estatuto e “aura” associados ao universo artístico; simultaneamente, também as atividades artísticas e as indústrias culturais passaram a beneficiar de um novo prestígio associado às *performances* económicas excecionais do novo “setor criativo”. Também a excessiva abrangência da noção de indústrias criativas foi criticada, argumentando alguns autores que, ao limite, o novo setor abrangeria todas as áreas da criação e produção humana (Flew, 2002, 2012; Bilton e Leary, 2002; Pratt, 2005; Hewison, 2011, 2014). Finalmente, uma última crítica de fundo apontada prende-se com a abordagem *top down* e *one size fits all* proposta pelo DCMS. Isto é, tratava-se de uma abordagem pouco sensível quer às especificidades de cada região ou cidade, quer às especificidades setoriais (Flew, 2012). De resto, a própria apresentação das indústrias criativas em listagem evidenciava o seu carácter relativamente genérico e *ad hoc* (Flew, 2002), simplesmente enunciando os vários domínios abrangidos, sem estabelecer qualquer hierarquia, delimitação ou outro tipo de especificação.

Os problemas associados a esta abordagem inicial ao setor das indústrias criativas repercutem a estratégia metodológica seguida pelo DCMS que, no relatório de 1998, propõe uma análise por subsector de pendor essencialmente macroeconómico. Recorrendo a diversas fontes estatísticas disponíveis e outros dados complementares, o relatório procurou apresentar, para cada subsector criativo, uma análise estruturada de acordo com a seguinte estrutura comum de indicadores e outros domínios de avaliação:

- Receitas (análise do contributo de cada subsector para a economia nacional em termos de valor agregado);

- Tamanho do Mercado Interno (nuns casos apresentando a distribuição das receitas em função de uma tipologia de serviços ou clientes, noutros fornecendo valores agregados e noutros situações ainda não apresentando quaisquer dados);
- Balança Comercial (análise das exportações);
- Emprego (valores agregados, geralmente especificando a distribuição por empregos em regime *full-time*, *part-time* e *freelance*, apenas pontualmente avançando com alguns dados relativos à distribuição por sexo/género e por localização geográfica);
- Caraterização do Subsetor (bastante heterogénea, segundo os dados disponíveis, incluindo uma caraterização do perfil de atividades realizadas, principais operadores e número de empregos, nuns casos apresentando séries temporais mais extensas, noutros apenas informações relativas a um único ano);
- Análise do Impacto Económico Secundário de cada Subsetor (análise do volume de empresas e de empregos que se encontram dependentes de determinado subsetor);
- Análise do Potencial de Crescimento do Subsetor.

Apesar da estrutura comum, o tipo de análise realizada por subsetor revelou-se, contudo, bastante distinto em termos da sua riqueza e profundidade, com desequilíbrios e incoerências que refletiam a diversidade de fontes de informação utilizadas. Reforçam-se, assim, as críticas de Flew (2002, 2012), que considera que abordagem deste *Mapping Document* constitui, de algum modo, um exercício relativamente superficial, genérico e *ad hoc*, revelando-se incapaz de diferenciar os diferentes domínios de atividade existentes em cada subsetor criativo, bem como refletir as diferentes dinâmicas em termos territoriais, de estrutura etária, por sexo/género, etc.

Em consequência destas críticas, realizaram-se, ao longo dos anos seguintes, vários estudos de “mapeamento das indústrias criativas” nas diversas regiões do Reino Unido, servindo de base à formulação de uma nova geração de políticas públicas, fortemente baseadas na análise das dinâmicas territoriais, existentes ou potenciais (cf. Pratt, 2004). É neste contexto que proliferam estratégias de regeneração urbana “de base cultural”, frequentemente propondo estratégias locais de “clusterização” de indústrias criativas.

Também a abordagem do DCMS foi objeto de revisões e aperfeiçoamentos durante a primeira década de 2000 – isto é, durante o período de governação do *New Labour*.⁶ Logo em 2001 é

⁶ Para uma análise crítica deste período de governação, do ponto de vista das políticas culturais e, em particular, do papel estruturante da retórica em torno da agenda criativa no discurso e na ação política do *New Labour*, cf. Hewison (2011, 2014) e Hesmondhalgh *et al.* (2015). Especificamente acerca da noção de criatividade no contexto das políticas do *New Labour* e da profusão de relatórios, *position papers* e instrumentos de política, cf. Schlesinger (2007) e Neelands e Choe (2010).

publicado um novo exercício de mapeamento das indústrias criativas, uma vez mais levado a cabo pelo DCMS, que tenta responder a algumas das críticas avançadas ao anterior exercício de mapeamento das indústrias criativas no Reino Unido. Embora mantenha, no essencial, a proposta de abordagem, verificam-se melhoramentos na estrutura de organização da informação por subsetor, com novos campos informação dedicados à análise da Dimensão Regional e do Impacto do Comércio Eletrónico, Internet e Tecnologia. Procurou-se ainda densificar e qualificar as fontes de informação utilizadas, investindo na melhoria de algumas das fontes estatísticas utilizadas que, contudo, não resolveram em absoluto algumas das incoerências presentes no exercício de mapeamento das indústrias criativas de 1998. Por outro lado, esta alteração de algumas das fontes estatísticas utilizadas no novo estudo revela-se problemática na análise comparativa dos dados utilizados em 1998 e em 2001 – um aspeto reconhecido, de resto, logo na sua introdução do referido relatório (DCMS, 2001: 5).

Politicamente, contudo, a mensagem chave manteve-se inalterada, sendo até reforçada: as indústrias criativas constituíam um setor da maior importância estratégica para o Reino Unido, sendo responsável por gerar elevados níveis de rentabilidade económica (em 2001, o setor tinha gerado uma receita de cerca de 112,5 bilhões de libras), de emprego (mais de 1.3 milhões de pessoas), exportações (contributo do setor para a balança comercial inglesa rondava os 10,3 bilhões de libras) e que evidenciava ainda níveis de crescimento substancialmente acima da média da economia nacional (aproximadamente 16% *versus* um pouco menos de 6%).

Consequentemente, a primeira década de 2000 vai corresponder a um forte investimento político e técnico-científico na consolidação e desenvolvimento desta aposta nacional nas indústrias criativas da Grã-Bretanha, não só ao nível da ação do governo central, mas também à escala local e regional, com diversas cidades e regiões a realizarem “estudos de mapeamento do setor criativo”, de acordo com uma metodologia de base proposta pelo DCMS, sob a forma de um *tool-kit* (cf. Pratt, 2004; Jayne, 2005). Surgem ainda neste contexto, com maior recorrência e um pouco por todo o país, operações de regeneração urbana de “base cultural” que, em geral, contemplavam idênticas estratégias, soluções e abordagens à “clusterização” de indústrias criativas, replicadas de forma frequentemente acrítica, independentemente das especificidades e idiossincrasias de cada território e comunidade, conforme nota Kate Oakley (2004).

Na segunda metade dos anos 2000 surgem alguns novos relatórios que, em alternativa ao modelo do DCMS, propõem novas metodologias de delimitação do setor criativo, avançando com um entendimento mais nuanciado e complexo das indústrias criativas, nomeadamente ao

considerarem a diversidade de situações existentes entre subsetores (Flew, 2012: 23). Dos vários documentos publicados neste período, destacam-se o estudo da The Work Foundation (2007) e os vários relatórios produzidos pelo NESTA – National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA, 2006; Higgs *et al.*, 2008; Bakhshi *et al.*, 2008, 2013). Toda a publicação e discussão em torno destes diferentes documentos contribui decisivamente para impulsionar uma revisão/atualização da nomenclatura de indústrias criativas utilizada pelo DCMS e, conseqüentemente, suscitando alterações nas metodologias de avaliação e medição do setor, fomentando a realização de análises estatísticas mais “finas” e sofisticadas do setor criativo (O’Brien, 2015a: 453-455).

Com efeito, nestes últimos anos (sobretudo desde 2010), o DCMS tem vindo a trabalhar numa nova proposta de delimitação das indústrias criativas que pretende justamente concretizar este tipo de abordagem mais nuanciada e “fina” do setor criativo. Note-se, por exemplo, que a última revisão da delimitação oficial de indústrias criativas proposta pelo DCMS (2013, 2015) recorre já à noção de “intensidade criativa” e à correspondente metodologia de cálculo da proporção de empresas e de trabalhadores criativos que efetivamente operam em cada setor de atividade económica, inspirando-se assim no trabalho desenvolvido anteriormente por Peter Higgs e Stuart Cunningham, geralmente referido como “Metodologia do Tridente Criativo” (Higgs *et al.*, 2005, 2008), e que foi inicialmente aplicado ao Reino Unido em dois relatórios de outras instituições (Bakhshi *et al.*, 2013; Creative Skillset, 2013). Metodologicamente, esta reorientação do DCMS implicou uma alteração do método de análise das classificações estatísticas utilizadas no Reino Unido, levando à criação de níveis mais desagregados de análise da informação existentes, respetivamente, na *Standard Industrial Classification* (SIC) e na *Standard Occupational Classification* (SOC). Estas alterações possibilitaram distinguir e mensurar aquelas indústrias que podem ser, ou não, classificadas como “criativas”, assim como diferenciar e medir os profissionais que operam dentro e fora das indústrias criativas, realizam atividades consideradas “criativas” e “não-criativas”. Esta alteração levou ainda a uma atualização da nomenclatura utilizada pelo DCMS para descrever estas diferentes situações, passando a distinguir a “Economia Criativa” – designação mais abrangente, que reúne todos os domínios da economia onde estão presentes todas as profissões criativas, dentro e fora das indústrias criativas – das “Indústrias Criativas” – um subconjunto da “Economia Criativa” que inclui apenas aqueles profissionais que trabalham nas “Indústrias Criativas” propriamente ditas, independentemente de se tratarem, ou não, de profissões criativas (DCMS, 2015: 5).

Um dos aspetos mais relevantes que decorre da mais recente revisão da classificação do setor criativo proposta pelo DCMS⁷ prende-se com a redução do número de subsetores que integram as indústrias criativas. Assim, dos 13 subsetores que inicialmente integravam a classificação do DCMS, atualmente apenas 9 grandes grupos integram o domínio das indústrias criativas, a saber: (i) Publicidade e Marketing; (ii) Arquitetura; (iii) Artesanato; (iv) Design: produto, gráfico e moda; (v) Cinema, Televisão, vídeo, rádio e fotografia; (vi) Tecnologias de Informação, *Software* e Serviços de Computação Informática; (vii) Edição; (viii) Museus, Galerias e Bibliotecas; e (ix) Música, Artes Performativas, e Artes Visuais.

A nova classificação de indústrias criativas britânica apresentada pelo DCMS em 2015 apresenta um maior nível de agregação entre subsetores, comparativamente com a anterior classificação (DCMS, 1998, 2001), ao associar num único grupo subsetores que anteriormente estavam autonomizados, a saber: (i) o Design e a Moda; (ii) o Cinema e Vídeo e a Televisão e a Rádio; (iii) o *Software* interativo de lazer e o Serviços de *software* informático; e ainda (iv) Artes Performativas e Música. Por outro lado, esta nova classificação exclui o Mercado de Arte e Antiguidades, subsetor anteriormente considerado. Finalmente, destaca-se ainda a inclusão de referências explícitas a alguns subsetores que eram anteriormente excluídos da definição oficial de indústrias criativas, alguns deles tradicionalmente associados à esfera das artes e da cultura, como os Museus, Galerias e Bibliotecas, que passaram a integrar um grupo criativo autónomo, apesar da sua menor “intensidade criativa”, e as Artes Visuais, agora associadas aos domínios das Artes Performativas e da Música, anteriormente já considerados, embora de forma autónoma.

Por outro lado, importa salientar que estes relatórios do DCMS (2013, 2014, 2015) mantêm a tendência para abordar o setor criativo a partir de uma perspetiva de cariz essencialmente macroeconómico. Com efeito, os grandes vetores de análise continuam a manifestar um carácter eminentemente quantitativo, que se evidencia no tipo de análise da estrutura de Emprego, do contributo do setor em termos de Valor Acrescentado Bruto e das Exportações, embora se reconheça um certo refinamento do ponto vista dos cálculos e estimativas – nomeadamente, com vista o apuramento dos diferentes níveis de “intensidade criativa”. Houve também avanços na análise do emprego no setor criativo, evidenciando uma maior sensibilidade relativamente às principais diferenças registadas, subsetor a subsetor, em função das dimensões território (região), sexo/género e etnia (cf. DCMS, 2014). Persistem, contudo,

⁷ Para uma análise mais detalhada do conjunto restrito de ocupações profissionais e de indústrias consideradas criativas, à luz da nova definição do DCMS, ver os anexos A e B do mais recente relatório publicado por esta organização britânica (cf. DCMS, 2015: 32-33).

algumas insuficiências em matéria dos indicadores estatísticos disponíveis para alguns domínios como os do Artesanato, Música, Moda, Museus e Galerias – um aspeto que foi já, de resto, reconhecido pela própria entidade (cf. DCMS, 2015: 36-39).

Por último, note-se ainda que esta nova abordagem ao setor criativo no Reino Unido, que procura distinguir “Economia Criativa” das “Indústrias Criativas”, contribuiu para, respondendo a parte das críticas formuladas, e centrando-se essencialmente no ajustamento de aspetos de ordem metodológica, manter e até reforçar toda uma retórica oficial em torno da relevância estratégica da agenda criativa para a economia do país. Conclui-se, assim, que as sucessivas “afinações” introduzidas no modelo conceptual proposto pelo DCMS em 1998 não colocam em causa os seus fundamentos essenciais. Mais do que discutir aqui em detalhe a relevância ou a adequação das várias abordagens metodológicas propostas quer pelo DCMS quer por outras instituições britânicas para delimitar e analisar o setor criativo, ou tentar sistematizar as principais conclusões e recomendações apontadas nos diversos relatórios⁸, importa principalmente salientar o papel chave desempenhado pelo DCMS na afirmação do peso do setor criativo na economia britânica, contribuindo decisivamente para colocar as indústrias criativas no centro do debate político contemporâneo.

A ênfase num tipo de análise essencialmente quantitativo, assumindo em geral um perfil de cariz macroeconómico, mais ou menos sofisticado do ponto vista metodológico e/ou conceptual, constitui um outro aspeto decisivo neste processo, sobretudo num contexto em que a produção de *evidências* assume crescente relevância na fundamentação da estratégia e ação políticas, particularmente assinalável no caso do Reino Unido, país pioneiro, desde a década de 1980, na aplicação de políticas públicas baseadas em evidências (*evidence-based policy*). O extenso número de relatórios e de *position papers* sobre indústrias criativas, elaborados nas últimas duas décadas, seja por organismos oficiais (como o DCMS ou o British Council, por exemplo), seja por *think tanks* e outro tipo de entidades independentes (DEMOS, NESTA, The Work Foundation, Creative Skillset, entre outros) ilustra bem tal dinâmica. Como demonstrou Philip Schlesinger (2007), esta profusão de documentos, frequentemente objeto de referenciação e leitura entrecruzada foi absolutamente crucial para criar um discurso coerente e doutrinário acerca desta nova agenda criativa que, conforme referido, foi assumida enquanto um desígnio nacional durante o período de vigência no poder do *New Labour* (1997-2010), mas que, na verdade, mantém forte centralidade no quadro das

⁸ O caso do Reino Unido e o modo como, neste contexto, surgiu e se desenvolveu o debate (académico, técnico e político) em torno da agenda criativa encontra-se hoje amplamente estudado. Boas análises de síntese podem ser encontradas em Flew (2012) e Hewinson (2011, 2014).

estratégias (nacionais, regionais e urbanas/metropolitanas) de intervenção pública inglesas contemporâneas.

A centralidade política das indústrias criativas no Reino Unido permitiu, por outro lado, “alimentar” o desenvolvimento de um amplo debate científico em torno desta temática, com uma extensa produção de artigos, estudos e colóquios, desde o início de 2000, contribuindo decisivamente para a consolidação desta área de trabalho, particularmente no contexto anglo-saxónico.

Finalmente, toda esta dinâmica gerada no Reino Unido em torno do potencial das indústrias criativas foi fundamental para dar visibilidade internacional ao tema, suscitando um crescente interesse por esta nova agenda que rapidamente se tornou numa questão política prioritária. De facto, na última década e meia, a agenda criativa globalizou-se definitivamente, suscitando um crescente interesse não só de diversos países, cidades e regiões, mas também conquistando o entusiasmo de instituições internacionais de referência, como a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OECD, 2005, 2006), as Nações Unidas (UNCTAD e UNDP, 2008, 2010; UNESCO e UNDP, 2013), a União Europeia (KEA European Affairs, 2006, 2019; Comissão Europeia, 2010, 2012a, 2012b) ou a Confederação Internacional de Sociedades de Autores e Compositores (Lhermitte *et al.*, 2015). Como bem observa Justin O’Connor (2011: 39), politicamente a agenda criativa foi, desde cedo, claramente conotada com uma ideia de “modernidade” ou de “futuro promissor”, o que talvez ajude a explicar o modo como rapidamente foi apropriada por governos e partidos políticos com orientações diversas, inseridos em contextos sociais, históricos e políticos distintos.

No contexto da Europa continental, a aposta estratégica no desenvolvimento do setor das indústrias culturais e criativas surge logo no início do novo milénio, acompanhando de perto a evolução do debate pioneiro em torno destas matérias no Reino Unido. Acresce que a emergência desta aposta politicamente estratégica nas indústrias criativas não deve dissociar-se da crescente atenção que vinha já sendo concedida às questões culturais no quadro da ação política União Europeia (UE), nem da necessidade política de fazer face a conjunto de importantes desafios socioeconómicos de natureza mais abrangente que se vinham colocando à UE desde finais do século XX. Logo em 2000 é aprovada a *Estratégia de Lisboa*, que tinha por ambição tornar a Europa “no espaço económico mais dinâmico e competitivo do mundo baseado no conhecimento e capaz de garantir um crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos, e com maior coesão social” (Parlamento Europeu, 2000), e é justamente neste contexto de grande pressão política e social para identificar novos modelos de desenvolvimento e competitividade para o “velho continente” que se deve também

interpretar a grande atenção e centralidade política de que vai beneficiar a nova agenda da criatividade na UE, sendo então encarada como um fator crítico de diferenciação no quadro das economias capitalistas contemporâneas. Como observa Raimund Minichbauer (2011), existem várias articulações entre a *Estratégia de Lisboa* e a emergência de um novo discurso político em torno das indústrias culturais e criativas no espaço da UE, marcando simbolicamente uma profunda reorientação das políticas culturais europeias, crescentemente centradas na dimensão económica da atividade artística e cultural. Sintomaticamente, no mesmo ano em que é aprovada a *Estratégia de Lisboa* é também criado o *Programa Cultura 2000*, que veio agregar e ampliar significativamente a ação desenvolvida pelos três anteriores programas europeus de apoio à atividade cultural.⁹ Com efeito, não só o *Cultura 2000* teve uma vigência mais longa do que os programas anteriores (5 anos), como apresentava objetivos mais amplos e ambiciosos em matéria de cooperação e circulação de criadores, obras artísticas, agentes e instituições culturais. Significativamente, este programa reconhecia ainda, de uma forma bastante explícita, a importância da cultura enquanto fator económico, de integração social e de cidadania.

Em 2006, é publicado o relatório *The Economy of Culture in Europe*, encomendado pela Comissão Europeia, que anuncia o peso económico e o potencial de desenvolvimento do SCC no espaço da UE, fundamentando esta aposta política com uma série de dados macroeconómicos que atestam a inequívoca relevância do setor: um peso estimado de 2,3% do PIB da UE (2003); taxas de crescimento 8,1%, entre 1998 e 2003, acima da média da UE; 4,7 milhões de europeus trabalhavam no SCC (o que correspondia a 2,5% do total de mão-de-obra da UE, em 2003), valor ao qual acresce 1,17 milhões europeus empregados no setor do turismo cultural (KEA European Affairs, 2006). Alternativamente ao modelo britânico do DMCS, este estudo apresentava uma conceção própria do SCC, embora inspirada no modelo dos “círculos concêntricos” do economista australiano David Throsby (2001, 2008). Assim, e de acordo com o modelo conceptual proposto (cf. KEA European Affairs, 2006: 3), o SCC é composto por:

⁹ Tratam-se do *Programa Caleidoscópio* (1996-1999), que visava promover a criação artística e cultural e encorajar a cooperação entre os Estados-Membros; do *Programa Ariane* (1997-1999), que promovia a edição de livros e apoiava a leitura europeia, incluindo através da tradução; e do *Programa Raphaël* (1997-1999), centrado na promoção do património de significado europeu. Estes diferentes programas foram criados na sequência da maior relevância política concedida às questões culturais no seio da UE com os Tratados de Maastrich (1992) e de Amesterdão (1997).

- (i) um núcleo central (*core*), que corresponde às atividades artísticas e culturais¹⁰ cujos *outputs* são exclusivamente culturais, com características não industriais;
- (ii) um primeiro círculo, que corresponde às indústrias culturais¹¹, cujo modo de produção se baseia numa reprodução massificada e os *outputs* se baseiam essencialmente nos direitos de autor;
- (iii) um segundo círculo, que corresponde às chamadas “indústrias e atividades criativas”, cujos *outputs* se baseiam em direitos de autor e noutro tipo de propriedade intelectual (registo de marca, por exemplo), embora estas atividades não sejam essencialmente culturais, estão bastante relacionadas com o *core* e o primeiro círculo de atividades, na medida em que implicam o uso da criatividade e recorrem frequentemente a artistas e outros profissionais ligados às indústrias culturais¹²;
- (iv) e, por fim, num terceiro círculo concentra-se o que é designado de “indústrias relacionadas”¹³, cujos *outputs* não são eminentemente culturais, mas que permitem consumos culturais.

Este relatório constitui um documento central, que contribuiu decisivamente para tornar o apoio às indústrias culturais e criativas num dos elementos chave da política da UE para a cultura e para o desenvolvimento regional. Esta orientação estratégica tem sido sucessivamente reiterada e aprofundada nos últimos anos, estando presente em vários dos seus documentos político-programáticos como o *Green Paper on Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries* (2010), a *European Agenda for Culture & Work Plan for Culture 2011-2014* (2012), mas também em programas de apoio específicos, como o *Programa Europa Criativa 2014-2020 e 2021-2027* que, contrastando com os anteriores *Programa Cultura 2000 e 2006-2013*, conferem um protagonismo acrescido à dimensão económica das atividades culturais e criativas, procurando assim impulsionar as indústrias culturais e criativas europeias, nelas reconhecendo uma importante fonte de postos de trabalho e de crescimento na Europa.

¹⁰ Estão aqui incluídas as artes visuais (artesanato, pintura, escultura, fotografia), as artes performativas (teatro, dança, circo, festivais) e o património (incluindo bens e sítios arqueológicos, património cultural, móvel e imóvel, museus, biblioteca e arquivos).

¹¹ Estão aqui incluídas o cinema e vídeo, a televisão e a rádio, os videojogos, a música, livros e imprensa.

¹² Estão aqui incluídos o design, a arquitetura e a publicidade.

¹³ É o caso, nomeadamente, dos computadores pessoais, dos leitores de MP3 e de outro tipo de suportes de comunicação móvel (como os telemóveis e os *smartphones*, por exemplo).

Mas foi sobretudo ao nível local, regional e nacional que esta agenda da criatividade mais se propagou no espaço europeu – desempenhando as políticas para a coesão da UE um papel crucial a este nível, nomeadamente com a disponibilização de significativos fundos de apoio ao desenvolvimento regional orientados para esta área.¹⁴ Com efeito, nos últimos quinze anos, são inúmeros os casos de países, cidades e regiões europeias que, de forma muitas vezes acrítica, adotaram esta nova retórica da criatividade, apoiando-se num conjunto de metodologias de “mapeamento” e “mensuração” do SCC, bem como em expeditos *tool-kits* de apoio à conceção e desenvolvimento de projetos de intervenção neste domínio – de que são um claríssimo exemplo a proliferação de *hubs*, *clusters* e “quarteirões” culturais e criativos um pouco por toda a Europa.¹⁵ Sugestivamente, Andy Pratt (2009) designou este tipo de processos de transferência dos mesmos modelos de política pública para o fomento do SCC de “políticas ‘Xerox’”, alertando para a necessidade imperativa de uma clarificação dos objetos destas políticas, bem como dos seus objetivos e dos contextos em que estas operam (cf. igualmente Peck, 2011).

Atualmente, o interesse pela agenda criativa atingiu já uma dimensão global, ultrapassando largamente o espaço europeu. Tal dinâmica não significa, contudo, que estejamos perante uma uniformização *tout court* de perspetivas técnico-científicas, orientações políticas ou metodologias de intervenção. Na verdade, existe hoje uma grande diversidade de abordagens que traduzem, desde logo, a grande maleabilidade do conceito de indústrias criativas que, como notam diferentes autores (Cunningham, 2009; Banks e O’Connor, 2009: 366; Flew e Cunningham, 2010; Flew, 2012: 33-34; Kong, 2014: 596; De Beukelaer, 2015; O’Connor e Gu, 2020), tem sido (re)interpretado de modos muito diferenciados, adaptando-se justamente às especificidades dos diversos contextos políticos, históricos e geográficos: da Europa à América do Norte, passando pela Austrália, China e todo o Sudoeste Asiático, América Latina e África.

Esta pluralidade de entendimentos relativamente à definição e delimitação do SCC, reflete-se também numa persistente dificuldade em consensualizar metodologicamente abordagens em

¹⁴ Teremos oportunidade de retomar esta reflexão adiante, a propósito da análise do caso português.

¹⁵ Importa sublinhar que, neste processo de expansão da agenda criativa, participam diversos agentes – técnicos, académicos, consultores, jornalistas, etc. – que têm desempenhado um papel muito relevante de intermediação cultural, ajudando a disseminar esta nova agenda e a gerar o *buzz* “certo” em torno de um conjunto de novos temas e problemáticas – isto é, criando um ambiente conducente a um entendimento alargado da sua atualidade, interesse e pertinência –, mas também participando ativamente, enquanto *experts*, no aprofundamento e desenvolvimento de determinadas temáticas, nomeadamente através da formulação e negociação de propostas de medidas concretas, capazes de influenciar, dentro de certos limites (temporais e contextuais), opções e tomadas de decisão política (cf. Fleming, 2004; Christophers, 2007; Schlesinger, 2007, 2009a, 2009b, 2009c; Prince, 2010; Taylor, 2015; Jakob e van Heur, 2015; Gibson, 2015; Dzudzek e Lindner, 2015; Long e Harding, 2015).

matéria de recolha de indicadores (sobretudo estatísticos) que permitam mensurar a contribuição económica das indústrias criativas (Cunningham, 2009: 18; Banks e O'Connor, 2009: 366). Mais do que uma questão estritamente técnica, trata-se sobretudo de uma questão política, na medida em que, como vimos, o argumento económico constitui hoje um dos principais – senão mesmo o principal – fundamento para o desenvolvimento de políticas públicas orientadas para o apoio à atividade artística, cultural e “criativa”. Banks e O'Connor (2009: 365) e Tremblay (2011b: 264) sugerem mesmo ser deliberada esta reiterada falta de clareza na seleção e tratamento dos indicadores estatísticos, relacionando-a com a urgência de encontrar argumentos económicos que atestem os benefícios dos apoios concedidos ao desenvolvimento das indústrias criativas, de modo a justificar determinadas opções político-ideológicas.¹⁶

Esta é uma questão particularmente sensível quando se trata de análises comparativas internacionais. Tremblay (2008, 2011a, 2011b) ou De Beukelaer (2014a, 2014b, 2015), por exemplo, têm criticado a falta de rigor nos relatórios de *mapping* do SCC à escala mundial realizados por instituições da ONU (cf. UNCTAD e UNDP, 2008, 2010 2015, 2018; UNESCO e UNDP, 2013, 2015, 2018), argumentando que as opções de seleção de determinados subsetores são insuficientemente fundamentadas, para lá de carecerem de adequada ponderação certos aspetos específicos que estão relacionados com as diferentes realidades nacionais, nomeadamente no que toca aos impactos associados no modo como são recolhidos, construídos e calculados os diversos indicadores estatísticos, o que leva mesmo à produção de “resultados aberrantes”, para utilizar a expressão de Tremblay (2008: 78).¹⁷

Um outro aspeto crítico neste “*creative turn*” das políticas públicas prende-se com a crescente centralidade que tem sido atribuída à importância da criatividade nos processos de inovação no campo da ciência e das novas tecnologias. Tal conceção está expressa, mais ou menos claramente, nas delimitações da noção de indústrias criativas de diversos organismos, nacionais e internacionais, onde se propõe um claro alargamento a setores cujos *outputs*

¹⁶ Eleonora Belfiore (2009) analisou como, no Reino Unido, o *New Labour* construiu, ao longo de mais de uma década, toda a sua argumentação política em torno do valor económico e social da cultura e das indústrias criativas. Da análise realizada, conclui existirem enormes fragilidades do ponto de vista da fundamentação empírica de argumentos políticos que, de forma polémica, apelida de mera “*bullshit*”.

¹⁷ A perspetiva geral da ONU acerca da economia criativa tem sido ainda objeto de várias outras críticas. Entre outros aspetos apontados, tem sido bastante criticada a argumentação utilizada em vários relatórios relativamente ao papel que as indústrias criativas podem representar em países do *Sul Global*, em particular naqueles que apresentam níveis de desenvolvimento socioeconómico mais precários, advogando que estas constituem uma oportunidade de desenvolvimento, reforço do bem-estar social e incremento dos níveis de coesão social (De Beukelaer, 2014a, 2014b, 2015; Bouquillion, 2012: 38-39). Como argumenta Bouquillion (2012: 38), trata-se de uma perspetiva bastante redutora e simplista, que tende a apresentar as indústrias culturais e criativas e a economia criativa como uma espécie de panaceia para a resolução de um conjunto vasto e complexo de problemas e conflitos sociais.

poderão não ser tradicionalmente considerados como culturais, mas cujos processo de trabalho ou os bens e serviços desenvolvidos integram, em maior ou menor grau, componentes culturais, artísticas ou criativas. Estamos perante um processo de transformação indissociável da dinâmica de crescente “culturalização da economia” contemporânea (Lash e Urry, 1994) que, como temos vindo a analisar neste capítulo, tem contribuído para tornar a criatividade num elemento central nas nossas sociedades, a par do conhecimento.

Ora, é justamente neste contexto que o design tem vindo a emergir enquanto um dos mais emblemáticos domínios das indústrias criativas, sendo recorrentemente referido em diversos relatórios técnico e nos discursos políticos e mediáticos dedicados ao tema (cf. Pratt e Jeffcutt, 2009: 15; Moor e Julier, 2009: 1; Vinodrai, 2011: 150-151; Bouquillion, 2012: 30). No capítulo 3 vamos analisar, de forma mais detalhada, como, historicamente, o design se constituiu como um domínio de charneira entre a esfera artística e o sistema produtivo, onde se confrontam e compatibilizam formas de criatividade diversas (Dubuisson e Hennion, 1995, 1996; Julier e Moor, 2009a) e cujos resultados são, em princípio, direcionados para responder às necessidades do mercado. Possivelmente por isso, este foi mesmo um dos primeiros domínios criativos que beneficiou de atenção política no Reino Unido, no início da década de 1980, durante o governo conservador de Margaret Thatcher (Bony, 2006; McRobbie, 1998), antecipando assim uma agenda política em torno das indústrias criativas que, como vimos, só viria a emergir uma década depois e num contexto político muito diverso. Inequivocamente, o design mantém hoje uma atratividade política, económica e mediática muito particular que, veremos, tem vindo a ser reforçada, tornando-se num domínio exemplar da nova retórica em torno da criatividade que emergiu e se consolidou nestes últimos anos.

Um dos traços-fortes que caracterizam a evolução recente do design é o seu sucessivo alargamento, evidenciando uma assinalável capacidade de adaptação e resposta às novas exigências do mercado. Com efeito, o design tem incorporado, nos planos retórico e prático, um conjunto de novas agendas políticas, sociais e mediáticas – como, por exemplo, a ecologia e a sustentabilidade ambiental, ou a gestão eficiente e inovadora de territórios, empresas e serviços públicos (Julier, 2004, 2008; Julier e Moor, 2009a). Simultaneamente, tornou-se cada vez mais multi/interdisciplinar, em resultado do crescente interesse de outras áreas do conhecimento por esta atividade (Bony, 2006; Julier, 2008). Finalmente, assiste-se mesmo a um alargamento da noção de design, agora entendido enquanto método de gestão de equipas de trabalho interdisciplinares, fomento da inovação e gestão, em abordagens muito orientadas para a resolução “criativa” de problemas (Kimbell, 2011, 2012; Tonkinwise, 2008). Os

designers têm vindo assim a intervir, cada vez mais, em domínios que tradicionalmente não lhe estavam reservados, nomeadamente ao nível da estratégia, da gestão e do planeamento.

Neste sentido, Philippe Bouquillion (2012: 30) sugere os designers constituem hoje figuras modelares desta nova economia criativa: dotados de competências e ferramentas específicas no domínio da criatividade, podem revelar-se elementos chave no desenvolvimento de abordagens inovadoras em diferentes tipos de organizações e empresas, contribuindo para as diferenciar e tornar mais competitivas. Nesta multiplicidade de áreas em que atuam profissionalmente, muitos designers exemplificam hoje duas ideias centrais da retórica contemporânea acerca da criatividade: por um lado, que as indústrias criativas constituem um dos principais motores (*drivers*) de crescimento das economias contemporâneas; por outro, que o capital humano “criativo” é hoje um elemento fulcral da economia contemporânea, podendo ser beneficentemente colocado ao serviço de setores “não criativos”.

Nesta linha, alguns autores têm vindo mesmo a defender uma reconceptualização do setor criativo, interpretando-o não só a partir dos *outputs* gerados pelas indústrias criativas, mas sobretudo considerando os *outputs* que resultam do trabalho intelectual realizado pelos trabalhadores criativos noutros setores da economia (cf. Higgs *et al.*, 2008; Potts e Cunningham, 2008; Potts *et al.*, 2008; Hearn *et al.*, 2014; Bridgstock e Cunningham, 2016). Como refere O’Connor (2009: 388), estas são propostas teórico-conceituais que, no essencial, apontam para um claro alargamento de alguns dos argumentos “clássicos” das políticas de inovação, reivindicando uma maior integração das indústrias criativas nos sistemas nacionais e regionais de inovação.

No plano técnico-político, verifica-se que a noção de indústrias criativas tem vindo a ser, cada vez mais, substituída por uma noção bastante mais ampla e ambígua de “economia criativa”. Autores como Pratt (2010; Pratt e Jeffcutt, 2009), Oakley (2009a), O’Connor (2009; Banks e O’Connor (2009), Tremblay (2011b) ou Bouquillion (2012) têm acompanhado este subtil processo de transformação, alertando para os sérios riscos associados à crescente perda de relevância política das questões artísticas e culturais – num processo que é, em larga medida, simétrico da crescentemente abrangência atribuída à noção de criatividade que, como vimos antes, tende a ser, cada vez mais, redefinida segundo as conceções da gestão empresarial, tornando-se, na prática, muitas vezes num sinónimo de inovação.

Neste contexto, um dos grandes riscos que a nova retórica da “economia criativa” parece colocar é o de um crescente afunilamento das políticas públicas de apoio às artes e à cultura, visto que somente assumem relevância as atividades culturais e criativas que contribuam, de uma forma mais ou menos direta, para a geração de riqueza económica, seja gerando receitas

próprias, seja através de *inputs* relevantes para outros setores. Gaëtan Tremblay refere ainda um outro risco adicional:

a amálgama das indústrias culturais e das indústrias “criativas” esconde um perigo potencial, o diluir a especificidade das indústrias culturais e de enfraquecer o argumento em favor da intervenção do Estado. As noções de serviço público e de bens de mérito, por exemplo, já abalada por décadas de neoliberalismo, enfrentam o perigo de perder toda a credibilidade por estender-se a áreas com a moda ou os videogames. Desacreditados com reivindicações não justificadas, se tornaria mais difícil usar esses argumentos para legitimar a intervenção estatal nas áreas da radiodifusão, das artes e dos serviços culturais. (Tremblay, 2011b: 264-265).

Num quadro de forte desinvestimento público no apoio à criação artística e ao desenvolvimento de atividades culturais, em larga medida agravado pelo contexto de austeridade e recessão económica que, desde 2008, vem afetando o *Norte Global*, torna-se fundamental reafirmar politicamente a importância da cultura. Neste sentido, vários autores têm sustentado a necessidade de promover um amplo debate acerca da agenda criativa na atualidade, redefinindo os argumentos que a sustentam, tendo por base novos padrões de desenvolvimento que não sejam nem estritamente económicos, nem baseados apenas em argumentos meramente instrumentais (Duxbury, 2004, Duxbury *et al.*, 2007, 2012; Hahn, 2010; Kagan e Hahn, 2011; Kagan e Verstraete, 2011; Kirchberg e Kagan, 2013; Ratiu, 2013). Simultaneamente, importa superar as “fórmulas de sucesso” mais ou menos estereotipadas que, nesta última década e meia, têm condicionado o desenvolvimento das políticas culturais, frequentemente estabelecendo metas, objetivos e indicadores pouco realistas ou adaptados aos contextos locais em que irão concretamente operar (O’Connor e Banks, 2009; Pratt, 2010; O’Connor, 2011; Kong, 2014).

Neste contexto, Tremblay (2011b), Bouquillion *et al.* (2013), Kong (2014), entre outros autores, têm defendido as vantagens de um retomar da noção de indústrias culturais, aprofundando a investigação acerca da sua natureza complexa e multidimensional. Como sustenta Kong (2014: 603), é vital que, perante as fragilidades, ambiguidades e distorções provocadas pelas noções de indústrias criativas e de economia criativa que, cada vez mais, suscitam críticas e desconfianças não só na esfera académica e científica, mas também junto do setor cultural e artístico, não se assista a um “retrocesso teórico” na reflexão sobre as indústrias culturais, retornando a uma visão excessivamente pessimista e crítica de Adorno e Horkheimer (2006; Adorno, 2003), alienando assim um riquíssimo património de reflexão teórico-empírica que resulta das últimas décadas de investigação nesta área. Neste sentido, esta autora propõe um reforço da pesquisa sobre indústrias culturais, retomando assim o

legado de investigação desenvolvido pelos teóricos das indústrias culturais, sobretudo durante os anos 80 e 90 do século passado. Concretamente, Kong (2014: 603-604) identifica quatro dimensões críticas para o aprofundamento e complexificação da investigação, a saber: (i) o trabalho em áreas culturais e criativas, aspeto que será aprofundado no capítulo seguinte; (ii) as relações entre cultura e território, reequacionando a especificidade dos processos de “clusterização” em setores culturais; (iii) a dimensão económica do setor, por um lado, estudando as relações entre empresas de diferentes dimensões e, por outro, analisando os diferentes modo de gestão e organização do trabalho no interior destas organizações; e, finalmente, (iv) a dimensão criativa existente nas indústrias culturais. Será, em suma, através deste investimento teórico e metodológico num aprofundamento analítico do debate em torno das relações e articulações entre arte, cultura e economia que poderá vir a ser possível não só aumentar o conhecimento relativamente aos modos de organização e funcionamento dos diferentes domínios que compõem o SCC, dos múltiplos agentes que neles operam e das relações que estabelecem com os territórios em que intervém, mas também reequacionar criticamente os fundamentos de uma política cultural contemporânea, identificando a partir daí os instrumentos de intervenção que se revelem mais adequados para atingir os objetivos de política pública pretendidos.

1.3. Artes, cultura e criatividade em Portugal: principais tendências em matéria de políticas públicas e dinâmicas urbanas e socioeconómicas

Ao longo deste capítulo procurou-se sinteticamente caracterizar os traços fundamentais que permitem compreender o modo como tem evoluído o debate em torno das relações entre economia, cultura e criatividade, dedicando particular atenção às transformações das políticas culturais, em especial na Europa, após a II Guerra Mundial. Em seguida centramo-nos em Portugal, reconstituindo concisamente o processo de desenvolvimento das políticas e práticas culturais em contexto democrático, de modo a identificar aspetos de convergência com as grandes tendências internacionais, anteriormente analisadas, bem como a reconhecer certas especificidades resultantes de aspetos mais gerais que se relacionam com o processo de transformação histórico-social do país ao longo das últimas quatro décadas.

Importa recordar que, numa aceção moderna, plural e democrática, as políticas culturais surgem em Portugal somente num contexto após a queda do regime do Estado Novo, com a revolução de 25 de abril de 1974. Num contexto nacional marcado por um conjunto amplo e preocupante de debilidades, a muitos e diversos níveis, os primeiros governos provisórios

dedicaram assim pouca atenção às questões da cultura, centrando-se noutros domínios considerados mais prementes (AA.VV., 1984; Santos, 1998). Carlos Fortuna e Augusto Santos Silva (2001: 415) caracterizam este curto período de dois anos (1974-76) como sendo principalmente marcado por uma grande vitalidade da política e da vida pública participada, classificando assim de “espontâneas” as medidas de política cultural que então surgem. Na verdade, a questão da cultura começou efetivamente colocar-se, do ponto de vista da definição das políticas públicas, somente a partir de 1976, com a aprovação da Constituição da República Portuguesa que dedica o seu artigo 42.º à questão da “Liberdade de criação cultural”, estabelecendo o seguinte:

1. É livre a criação intelectual, artística e científica.
2. Esta liberdade compreende o direito à invenção, produção e divulgação da obra científica, literária ou artística, incluindo a protecção legal dos direitos de autor. (Assembleia da República, 1976: 743).

É neste contexto político, social e económico que se dá início a um novo ciclo de políticas públicas para as artes e para a cultura. Este foi, contudo, um processo lento, complexo e progressivo que, à semelhança de outros domínios da transição democrática do país, se caracterizou por frequentes hesitações e até por pontuais recuos. Vários autores identificam três grandes fases no processo de desenvolvimento e consolidação das políticas culturais em Portugal que traduzem uma trajetória morosa e gradual, mas consistente, de convergência do país com as grandes tendências que, a cada momento, marcavam as políticas culturais contemporâneas (Santos, 1998; Coelho, 1999; Silva e Fortuna, 2001; Henriques, 2002; Garcia *et al.*, 2016).

Uma primeira fase corresponde ao período entre 1976 e 1986 que, do ponto de vista das políticas culturais, caracteriza-se ainda por uma forte desestabilização. Trata-se de um período em que a maioria da discussão política se centrou exclusivamente nos grandes domínios do desenvolvimento socioeconómico e de infraestruturização do país, o que culminaria na adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia (CEE), em 1986. A esfera da cultura acabou, assim, “remetida a um plano secundário, sem implicações nas administrações públicas e com penúria de recursos por parte de grupos de associações artísticas e culturais autónomos. Por seu turno, as iniciativas culturais do sector privado, lucrativo ou não, revelavam-se de alcance reduzido, em regra pontuais e tímidas nos objectivos” (Fortuna e Silva, 2001: 416).

A segunda metade dos anos 1980 correspondeu a um período de convergência de Portugal com as principais tendências políticas que marcam o contexto internacional. Além das exigências de modernização do setor que a adesão do país à CEE acarretou, esta época foi

profundamente marcada pelos governos do Partido Social Democrata (PSD), dirigidos por Aníbal Cavaco Silva, que preconizavam uma clara orientação política de matriz neoliberal, à semelhança do que então sucedia em Inglaterra e nos EUA – os primeiros, desde 1974, com maioria parlamentar absoluta, o que permitiu uma certa estabilização política do país, com reflexos também na área cultural. Nesta fase, Eduardo Prado Coelho (1999) distingue o papel de Teresa Patrício Gouveia, Secretária de Estado da Cultura (SEC) entre 1985 e 1990, responsável por introduzir algumas mudanças importantes no setor das artes e da cultura, iniciando-se então uma trajetória de modernização e convergência do país com as políticas culturais internacionais.

Acompanhando as grandes tendências internacionais em matéria de políticas culturais, este período é marcado pela ambição de reforço das parcerias público-privadas, bem como por uma certa desestatização das políticas culturais. Recorde-se, por exemplo, que a “Lei do Mecenato Cultural” data de 1986, constituindo uma medida que, embora não tenha sido muito bem sucedida (Santos, 1998: 273), revelou uma nova postura face ao financiamento público das artes e da cultura, apontando para um papel progressivamente menos interventivo do Estado neste setor. Surgem ainda, entre finais da década de 1980 e o início da década seguinte, as primeiras fundações com objetivos culturais, iniciando em Portugal um novo modelo de gestão de equipamentos culturais assente em parcerias público-privadas (Santos, 1998: 275-276) que teria continuidade ao longo dos anos subsequentes.¹⁸

A partir de 1986 assiste-se, por outro lado, à “crescente preponderância dos critérios de eficiência e produtividade na gestão das artes e da cultura” (Henriques, 2002: 74), acompanhada pelo reequacionar dos critérios de atribuição de apoios e subsídios a projetos artísticos e culturais, cada vez mais sensíveis a critérios relacionados quer com a eficiência e sustentabilidade económica, quer com o volume de audiências/públicos. Estes processos de retração e racionalização dos apoios públicos a agentes e instituições artísticos e culturais, assumem uma particular complexidade em Portugal, na medida em que vão coincidir com um momento em que a institucionalização de políticas culturais ainda se encontra numa fase de arranque.

Finalmente, este período caracteriza-se ainda pelo início de uma orientação política para a modernização e qualificação da oferta pública em alguns domínios da cultura, a qual será decisivamente consolidada durante os anos 1990. Destaque-se a criação, em 1987, da primeira

¹⁸ É o caso, nomeadamente, da Fundação de Serralves, criada em 1989, da Fundação Arpad Szènes-Vieira da Silva, em 1990, da Fundação das Descobertas, em 1991, e da Fundação São Carlos, em 1993. Mais recentemente, surgiram a Fundação Museu do Douro, em 2006, e a Fundação Casa da Música, em 2005.

rede de equipamentos culturais do Estado (central e local), *Rede de Leitura Pública*, iniciativa que se enquadra numa estratégia nacional de promoção da leitura, tendo em vista aumentar os níveis de literacia do país, que então persistiam substancialmente abaixo da média europeia, e cujos contornos foram bastante ambiciosos e inovadores para a época (Figueiredo, 2004).

A partir de meados dos anos 90 do século XX, Portugal assiste a um novo período de governação política, no qual as artes e a cultura, especialmente em contexto urbano, adquirem um inegável protagonismo – iniciando-se um novo “ciclo de modernização do país e das cidades pela cultura” (Fortuna e Silva, 2001: 416). Num contexto de profunda transformação do país, a diversos níveis, Portugal tem procurado, desde esta altura, aproximar-se, em ritmo acelerado, dos padrões económicos, educativos e culturais semelhantes aos restantes membros da UE.

A criação do Ministério da Cultura (MC), em 1995, durante o período de vigência do XIII Governo Constitucional, do Partido Socialista (PS), simboliza a intenção de atribuir às questões culturais uma nova centralidade na agenda política nacional.¹⁹ Dirigido por Manuel Maria Carrilho, o recém-criado MC vai preconizar uma rutura com a visão mais liberal do papel Estado neste setor seguida pelo governo anterior, ambicionando aproximar-se de um modelo de intervenção pública forte e moderna, tal como preconizado, entre 1981 e 1992, pelo então ministro da cultura francês Jack Lang (Garcia *et al.*, 2016: 3-4).²⁰ Não sendo possível desenvolver uma análise sistemática de todas as prioridades, instrumentos e medidas de política cultural estabelecidas a partir deste período de governação, destacam-se, de seguida, grandes tendências que ajudam a caracterizar a evolução das políticas públicas para este setor nestes últimos vinte anos.

Importa começar por salientar que, nas duas últimas décadas, as artes e a cultura afirmaram-se como um dos domínios privilegiados de intervenção pública em Portugal. Com efeito, existe

¹⁹ Na verdade, entre 1983 e 85, durante a vigência do IX Governo Constitucional, também conhecido pelo “governo do Bloco Central” (PSD-PS), foi criado, pela primeira vez em Portugal, um Ministério da Cultura, substituindo a anterior Secretaria de Estado da Cultura (SEC), sendo o ministro da cultura António Coimbra Martins. No entanto, a partir de 1985, com o iniciar de funções do X Governo Constitucional, do PSD, a área da cultura regressou ao estatuto de SEC, ficando sob tutela do Ministério da Educação e Cultura; posteriormente, a partir de 1987, na vigência dos XI e XII Governos Constitucionais, ambos do PSD, a SEC volta para a tutela direta da Presidência do Conselho de Ministros.

²⁰ Lang introduzir algumas inovações importantes em matéria de política cultural que permitiram, nomeadamente, superar conceções mais restritivas e “canónicas” de cultura, promovendo uma maior abertura às diversas expressões artísticas e culturais contemporâneas e, simultaneamente, reconhecer a importância de incorporar dimensões económicas associadas à atividade cultural – destacando-se, nesta segunda dimensão, a especial atenção concedida à atribuição de apoios e à regulação a indústrias culturais como o livro e o cinema, por exemplo (Loosely, 1995, 2001). Também em Portugal, Carrilho procurará, entre 1995 e 2000, introduzir várias e importantes inovações em matéria de política cultural, acelerando, assim, uma tendência de modernização das políticas públicas neste setor, aproximando-as dos principais paradigmas então vigentes na Europa Ocidental – e, muito em particular, em França.

hoje um relativo consenso nacional em torno de um conjunto de grandes objetivos e instrumentos de política cultural, de entre os quais se destacam a preservação e valorização do património; o apoio à criação e produção artística, bem como à difusão cultural; o reforço do acesso à cultura através da “democratização” e descentralização cultural; o apoio à internacionalização das artes e da cultura portuguesa; e a qualificação dos criadores e profissionais das artes e cultura (Silva, 2004: 16). Este consenso político alargado em torno da cultura refletiu-se ainda num incremento do investimento público, especialmente ao nível dos municípios que, desde meados da década de 1990, alcançaram um protagonismo crescente enquanto agentes indutores e promotores de cultura – o que, inequivocamente, impulsionou uma modernização e qualificação das políticas públicas nesta área (cf. Santos, 1998, 2007, 2012: 361-443; Fortuna *et al.*, 1999; Fortuna e Silva, 2001, 2002; Silva, 2007; Silva *et al.*, 2013, 2015; Lopes, 2000, 2009; Centeno, 2009; Costa, 2007a; Ferreira, 2010; Neves, 2000; Neves *et al.*, 2012; Azevedo, 2014; Garcia, 2014; Garcia *et al.*, 2016; Figueiredo e Babo, 2015). Note-se que, também neste domínio, Portugal acompanhou as grandes tendências europeias, na medida em que, desde a década de 1990, se assistiu, um pouco por toda a Europa Ocidental, a um permanente reforço do investimento público em cultura à escala local (urbana e metropolitana) e regional (cf. por ex. D’Angelo, 2000; Conselho da Europa/ERICarts, 2012, 2015).

À semelhança de outras áreas da governação em Portugal (cf. Rodrigues e Silva, 2012; Silva, 2013; Mateus, 2013a; Soromenho-Marques e Pereira, 2015), também a cultura beneficiou significativamente do investimento possibilitado por sucessivos programas de fundos estruturais europeus, a partir de 1986, destacando-se, em especial, o amplo conjunto de projetos muito relevantes que foram desenvolvidos, entre 2000 e 2006, através do Programa Operacional da Cultura (POC), no âmbito do Terceiro Quadro Comunitário de Apoio (QCA III).²¹ Constata-se que, em geral, as políticas públicas em Portugal, e em particular no campo da cultura, têm sido decisivamente impulsionadas pelos sucessivos programas de financiamento europeus, dos quais estão, de resto, profundamente dependentes. Por outro lado, esta reiterada dependência do país relativamente às orientações e, sobretudo, aos instrumentos de financiamento disponibilizados pela UE tem igualmente contribuído para

²¹ Estruturado em dois grandes Eixos de Intervenção (“Valorizar o património histórico e cultural” e “Favorecer o acesso a bens culturais”), o POC permitiu o desenvolvimento de um vasto conjunto de projetos e iniciativas em áreas muito diversificadas que incluíram, nomeadamente a “recuperação e animação de sítios históricos e culturais”, a “modernização e dinamização dos museus nacionais”, a “a criação de uma rede fundamental de recintos culturais”, com destaque para a extensa rede de teatros e cine-teatros que foram neste contexto reabilitados e equipados, bem como iniciativas que promoveram a “utilização das Novas Tecnologias de Informação para acesso à cultura”. Para uma análise detalhada da estrutura do POC, projetos apoiados, resultados e impactos, cf. Mateus, 2006; POC/QCA III, 2009.

garantir alguma continuidade nas medidas e instrumentos de política cultural, gerando, assim, consensos políticos alargados em torno do interesse e relevância do investimento público no domínio das artes, da cultura e, mais recentemente, da criatividade (Figueiredo e Babo, 2015; Silva *et al.*, 2015; Martinho, 2016; Garcia *et al.*, 2016).

Apesar do notório incremento da despesa pública em cultura em Portugal, que registou um contínuo crescimento de 1995 até 2008 – ainda assim relativamente baixa, quando comparada com a média da UE (Pinto, 2012; Conselho da Europa/ERICarts, 2012, 2015) – verificou-se uma diminuição acentuada do investimento nos últimos anos, tanto ao nível da administração central, como das autarquias locais, impactando transversalmente todos os subsectores cujas atividades dependem de apoios, diretos e indiretos, do Estado (Garcia, 2014). Esta tendência de retração e quebra do investimento público em cultura reflete, desde logo, o impacto das reformas na estrutura orgânica do Estado realizadas no âmbito do Programa de Reestruturação da Administração Central do Estado (PRACE), em 2006, que reduziram significativamente a intervenção da administração pública central e desconcentrada.²² Mais tarde, esta tendência irá agravar-se, estendendo-se aos municípios, o que constitui um resultado direto das severas políticas de austeridade a que o país esteve sujeito, particularmente no período de 2011 a 2014 (Garcia, 2014; Garcia *et al.*, 2016). Neste contexto, a extinção do MC, em 2011, constitui um momento particularmente marcante, do ponto de vista simbólico e político, rompendo com mais de uma década de investimento público continuado em cultura.²³

Simultaneamente, nestas últimas três décadas ganhou relevância em Portugal uma certa visão da cultura enquanto “alavanca” de desenvolvimento territorial e socioeconómico, com as cidades (sobretudo as de média e grande dimensão) a assumirem protagonismo. Para lá do investimento público realizado na qualificação e estruturação de um tecido cultural, devidamente equipado e com ação descentralizada, tendo em vista a facilitação do acesso da população a bens e atividades artísticas e culturais²⁴, outras dimensões do investimento

²² Como recorda Garcia *et al.* (2016: 4), o PRACE deu início a um processo de “desmantelamento” da estrutura orgânica do MC, conforme tinha sido proposta em 1995, levando a uma profunda reorganização dos serviços centrais para a cultura que foram, em vários casos, fundidos ou até mesmo suprimidos, resultando numa redução clara da sua margem de ação e de autonomia (política, técnica e financeira), bem como na prontidão e rapidez da sua resposta.

²³ Em 2011, o XIX Governo Constitucional, coligação PSD/CDS-PP, decidiu extinguir o MC, atribuindo as suas funções à tutela de um Secretário de Estado diretamente dependente do primeiro-ministro. Contudo, com a mudança de governo, em 2015, passando a ser dirigido pelo PS, foi restaurado o MC, tendo sido inclusivamente alargadas as funções do extinto ministério, uma vez que o setor do audiovisual, imprensa, rádio e novos média passaram então a integrar a esfera da cultura.

²⁴ Um dos domínios de maior aposta de investimento público consistiu no alargamento e qualificação da rede de infraestruturas e equipamentos culturais. Destacam-se a Rede Nacional de Bibliotecas Públicas, a Rede Portuguesa de Museus e a Rede de Teatros e Cine-Teatros. Em articulação com as preocupações ligadas ao que convencionou designar de “políticas de democratização cultural” (Lopes, 2007), estas medidas articularam-se

público traduzem igualmente a importância crescente da cultura nas estratégias de desenvolvimento territorial e socioeconómico.

Por um lado, a partir de meados da década de 1980, o património começa a ser encarado como um recurso valioso, quer em termos histórico-culturais, mas também económicos, com um número crescente de cidades portuguesas a delinarem e implementarem estratégias de “patrimonialização” e de “turisficação” dos seus centros históricos (Henriques, 1996; Fortuna, 1997; Peixoto, 2000b, 2001, 2003, 2006; Ferreira e Gomes, 2012; Fortuna *et al.*, 2012). Por outro lado, desde os anos 1990 surgiram vários programas e linhas de apoio público à intervenção urbana – ao nível da reabilitação urbana; da modernização do tecido comercial das áreas centrais das cidades; ou das intervenções urbanísticas nas frentes de rio e mar –, que foram decisivos na renovação das práticas de planeamento e gestão urbanas, difundindo entre nós novos paradigmas de marketing urbano e territorial (Ferreira, C., 1998, 2002b, 2004, 2010; Ferreira, V.M., 1999, 2004; Peixoto, 2000a; Queirós, 2007a, 2007b, 2015; Estevens, 2017). Frequentemente, as atividades artísticas e culturais desempenharam um papel decisivo nestes processos. Surgem ainda as primeiras iniciativas de apoio à estruturação e desenvolvimento de “bairros culturais”, com destaque para os casos emblemáticos do Bairro Alto- Chiado, em Lisboa (Costa, 2000, 2007a) e do chamado “Bairro da Artes”, erigido na Rua Miguel Bombarda e adjacentes, no Porto (Dias, 2009; Cortez, 2009). Finalmente, nas últimas décadas houve um autêntico *boom* de eventos e iniciativas lúdico-culturais, algumas delas marcadas por uma certa espetacularidade e visando projetar externamente uma imagem renovada, tanto do país, como de algumas das suas cidades – destacando-se a realização de grandes eventos como as Capitais Nacionais e Europeias da Cultura *Lisboa 94, Porto 2001, Coimbra 2003, Faro 2005 e Guimarães 2012* (Santos, 2002; Fortuna *et al.* 2003; Fortuna, 2004; Ferreira, 2004; Portelinha, 2009; Correia, 2010; McAteer *et al.*, 2013; Castro, 2013; Richards, 2014), a *Expo 98*, em Lisboa (Santos e Costa, 1999; Ferreira, 1998, 2002a, 2002b, 2006), entre outros acontecimentos de cariz semelhante (Ramalho, 2013).

Em suma, nos últimos trinta anos Portugal desenvolveu um conjunto importante de políticas públicas no domínio das artes e da cultura, bem como na sua articulação com outros setores – caso, designadamente, das políticas urbanas, da cultura e da educação. Em geral, esta

com metas de descentralização da oferta cultural, questão que assume especial importância, considerando a persistente assimetria geográfica da oferta cultural urbana, com uma assinalável concentração nas Áreas Metropolitanas de Lisboa e Porto (Fortuna *et al.*, 1999: 98; Santos, 2007: 4; 2004; 2012: 396-398). De forma a contrariar esta tendência, procurou-se assegurar que, pelo menos, todas as capitais de distrito dispõem hoje de um conjunto mínimo de equipamentos culturais “essenciais”. Somam-se ainda medidas de estímulo às parcerias e cooperações em rede, impulsionadas por sucessivos programas operacionais, temáticos e regionais, que gerem os fundos europeus em Portugal (Garcia, 2014; Ferreira *et al.*, 2016; Gomes *et al.*, 2006).

dinâmica de mudança e desenvolvimento insere-se num contexto histórico, social e político bastante particular em que, como bem frisaram Fortuna e Santos Silva (2001), se procurou empreender uma acelerada aproximação do país aos padrões económicos, educativos e culturais internacionais – muito especialmente da UE.

O debate em torno da *criatividade* ou, mais especificamente, das indústrias criativas e do seu potencial de desenvolvimento económico e territorial, emerge no contexto português em meados da década de 2000, num momento em que, como vimos, o tema ganhava relevo político internacional, nomeadamente no seio da UE e dos seus estados-membros, em resultado do impacto combinado de uma ampla difusão das ideias e da *expertise* de consultoria especializada neste domínio, nomeadamente através da presença em diversos *fora* de peritos internacionais reputados, como por exemplo Richard Florida e Charles Landry, e também da publicação de alguns relatórios que, apesar das suas diferenças, coincidiam em diagnosticar o “potencial criativo” elevado existente na Europa, reforçando a relevância e a pertinência do desenvolvimento de uma nova agenda política europeia orientada para o fomento do SCC (Cliche *et al.*, 2002; Florida e Tinagli, 2004; KEA European Affairs, 2006). Este ambiente de intenso debate e reflexão técnico-científica e política em torno desta problemática foi determinante em Portugal, influenciando decisivamente a preparação da programação do ciclo de fundos estruturais para o período 2007-2013 que, veremos, se revelou decisivo, do ponto de vista político, para o desenvolvimento e concretização desta nova agenda da criatividade (Quintela e Ferreira, 2018).

As primeiras reflexões técnico-políticas sobre indústrias criativas surgem ainda durante a preparação deste novo ciclo de programação de fundos estruturais (2005-06), nomeadamente com alguns documentos técnico-científicos que, de diferentes modos, preconizavam, enquanto aposta estratégica, o fomento das indústrias criativas à escala local, regional e nacional e que, nalguns casos, propunham a promoção de estratégias de desenvolvimento territorial assentes na criatividade, seja sob a forma de modelos, mais ou menos tipificados, de “cidades criativas”, seja através de abordagens assentes na “clusterização” de atividades culturais e criativas.²⁵ Elaborados e/ou informados pelos pareceres de especialistas

²⁵ Destaca-se o *Documento de trabalho n.º 8*, elaborado no âmbito do Plano Tecnológico, porventura o primeiro relatório que se debruça sobre esta temática (Unidade de Coordenação do Plano Tecnológico, 2005), a que se seguiram dois relatórios elaborados para o Ministério da Cultura: *Contribuições para a formulação de políticas públicas no horizonte 2013 relativas ao tema Cultura, Identidades e Património* (Santos, 2005) e o *Plano de Intervenção Estrutural do Sector Cultural no Horizonte 2007-2013* (Costa e Babo, 2006). Numa perspetiva regional, o relatório *Norte 2015 – Competitividade e Inovação. Uma Visão Estratégica* (CCDRN, 2006) identifica como uma oportunidade estratégica o desenvolvimento de um *cluster* de indústrias criativas no Norte de Portugal, aproveitando o novo período de programação dos fundos estruturais, entre 2007 e 2013. Noutro contexto, desenvolvemos uma análise detalhada das várias perspetivas de abordagem e propostas preconizadas

académicos e consultores oriundos de diferentes campos disciplinares – nuns casos mais próximos da sociologia e da economia da cultura, noutros do planeamento estratégico e do desenvolvimento regional e urbano –, estes diferentes relatórios apresentavam, em geral, propostas e orientações relativamente genéricas, em geral complementadas pela apresentação de experiências internacionais que, de algum modo, assumiam aqui um estatuto modelar, enquanto “boas-práticas” de abordagem ao fomento do SCC. A produção destes documentos evidencia ainda o papel chave desempenhado por académicos, consultores, técnicos e outros especialistas enquanto “intermediários culturais”, contribuindo decisivamente para disseminar em Portugal estes novos modelos de intervenção cultural e de desenvolvimento urbano e regional, propagando assim o que Kunzmann (2004) designou de “vírus da criatividade” (cf. ainda Prince, 2010; O’Connor, 2015; Taylor, 2015; Long e Harding, 2015).

Enquanto documentos de referência cujo objetivo era apoiar a definição de diretrizes para a gestão do período de programação de fundos estruturais europeus 2007-2013, estes relatórios evidenciavam, de forma muito clara, uma mudança de foco estratégico em matéria de políticas públicas. Subjaz a todos estes relatórios uma ideia de “atualização” e até mesmo de “modernização” das políticas públicas em Portugal, através desta aposta no desenvolvimento de *indústrias criativas* e de *idades criativas* – característica que não é, de resto, particularmente original, sendo que o recurso a este tipo de retórica auspiciosa, orientada por uma ideia de “modernidade”, é partilhado com muitos outros contextos, conforme observa O’Connor (2011: 39). Retomamos, assim, a perspetiva de Fortuna e Santos Silva (2001), segundo a qual Portugal se encontra, desde meados dos anos 1990, num movimento de clara convergência com as novas tendências e prioridades políticas da UE, designadamente em matéria de política cultural, procurando permanentemente acompanhar os novos temas que emergem e marcam a agenda política e mediática.

Em termos programáticos, a afirmação clara de uma orientação de política nacional para a promoção das indústrias criativas ocorre somente alguns anos mais tarde, em 2009, quando esta questão é inscrita como prioritária no *Programa do XVIII Governo Português*, onde se afirma que “A cultura constituirá, na legislatura de 2009-2013, uma prioridade do Governo, no quadro das políticas de desenvolvimento, qualificação e afirmação do País. (...) São de destacar três áreas: Língua; Património; Artes e Indústrias Criativas e Culturais” (Governo de Portugal, 2009: 57). Essa orientação foi renovada pelo posterior executivo que, apesar da orientação política diversa do anterior, também reconhece no seu Programa de Governo, “o

por cada um destes quatro relatórios, identificando as suas diferenças e convergências (cf. Quintela e Ferreira, 2018).

valor económico do sector criativo e cultural”, entendendo-o enquanto um domínio “transversal a várias áreas da governação, mas claramente emanando da Cultura, [que] é fundamental para aumentar a autossustentabilidade do sector cultural, assegurar a difusão e defesa dos Direitos de Autor e gerar emprego qualificado, concorrendo ainda para a revitalização urbana” (Governo de Portugal, 2011: 129). Também o XXI Governo, eleito em 2015, declarava no seu Programa o firme comprometimento no desenvolvimento do setor, nomeadamente através da “prossecução de medidas que no plano da fiscalidade, da legislação laboral e da Segurança Social dignifiquem os profissionais da Cultura, apoiem e dinamizem o empreendedorismo e as indústrias criativas e estimulem a produção e o consumo de bens culturais” (Governo de Portugal, 2015: 198), sendo inclusivamente apontada a intenção de “promover um plano para as indústrias culturais e criativas que integre os diversos setores evolucionados, para a consolidação de uma estratégia clara de formação, acesso a financiamento, internacionalização e proteção da propriedade intelectual adequada ao potencial económico da criatividade” (*idem*: 203). Mais recentemente, o XXII Governo, eleito em 2019 e que se mantém em funções, estabeleceu como uma das prioridades no campo da cultura “fomentar a [sua] transformação digital, a inovação e as indústrias criativas” (Governo de Portugal, 2019: 191). Neste contexto, propõe-se, entre outras medidas, a “dinamizar a instalação de incubadoras de artes e indústrias criativas, com ligação às Universidades e aos centros tecnológicos, facilitando a incorporação de tecnologia nos processos de criação artística” (*idem: ibidem*) e a “mapear as transformações e tendências presentes e futuras com impacto nas diferentes áreas culturais e indústrias criativas, tendo como objetivo antecipar medidas de política pública para a proteção e promoção das atividades culturais e criativas, com vista a aumentar o seu peso no PIB e a desenvolver modelos sustentáveis de crescimento” (*idem: ibidem*).

O reconhecimento público da relevância estratégica para Portugal do desenvolvimento de um SCC forte e dinâmico, inscrevendo tal desiderato na agenda política nacional ao mais alto nível, confirma, desde logo, a relevância política e económica do tema; simultaneamente, evidencia o amplo consenso político que se constituiu em seu torno. Reforça, por outro lado, que, sobretudo do ponto de vista simbólico, uma série de medidas e iniciativas ligadas a este objetivo estratégico nacional que já se encontravam em curso desde o início do ciclo dos fundos estruturais europeus para o período 2007-2013 – o *Quadro de Referência Estratégica Nacional* (QREN).

Em 2010, é publicado o estudo *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, encomendado pelo MC, e que, ainda hoje, constitui o principal referencial estratégico nacional neste domínio.

Adotando uma abordagem claramente macroeconómica, perfeitamente em linha com a maioria dos estudos internacionais de referência sobre economia criativa, conforme vimos anteriormente, este relatório propõe um modelo conceptual próprio – embora muito próximo daquele que é proposto em *The Economy of Culture in Europe* (KEA European Affairs, 2006), o que os autores justificam pela necessidade de assegurar alguma “comparabilidade internacional, nomeadamente no contexto das realidades europeias” (Mateus, 2010: 45) – que configura o SCC em três setores-âncora e respetivos subsectores: as “Atividades Culturais Nucleares”, onde se incluem os subsectores do Património Histórico e Cultural, das Artes Visuais e Criação Literária, e as Artes Performativas; as “Indústrias Culturais” que integram a Música, a Edição, o Cinema e Vídeo e a Rádio e Televisão, o *Software* Educativo e de Lazer, o Turismo Cultural, e ainda as atividades de distribuição e comércio de bens e serviços culturais, a par das atividades de fabricação, distribuição e comércio de equipamentos associados ao consumo de bens culturais; e, por fim, o que aqui se designa de “Atividades Criativas”, domínio que contempla os subsectores da Arquitetura, Publicidade, Design, Serviços de *Software* e o que se define, algo difusamente, de “Componentes Criativas em Outras Atividades” (*idem*: 45-53; 80-82).²⁶

Os resultados deste estudo vão demonstrar o forte dinamismo económico deste setor que, de acordo com os seus autores, evidencia uma notável capacidade de criação de emprego e de contribuir para o reforço da competitividade nacional, nomeadamente através da qualificação das cidades. O relatório apresenta dados auspiciosos acerca do “valor” do SCC nacional, apontando-o como responsável, em 2006, por 2,6% do emprego (cerca de 127 mil pessoas) e por 2,8% da riqueza criada em Portugal, originando um Valor Acrescentado Bruto (VAB) de aproximadamente 3.691 milhões de euros e superando inclusivamente o VAB de setores tão importantes como o Têxtil e Vestuário e a Alimentação e Bebidas, e comparando bem com setores como o Automóvel, por exemplo (*idem*: 78-82).

Importa, contudo, assinalar algumas *nuances* relevantes que surgem na comparação entre os diferentes subsectores. Por um lado, registou-se uma taxa média de crescimento anual, no período entre 2000-2006, que é superior no grupo das Atividades Culturais Nucleares (10,9% ao ano), onde se destacam as Artes Performativas (taxa de crescimento médio anual de 13%), as Artes Visuais e Criação Literária (9,1%) e o Património Cultural (8,6%). Estes valores contrastam com os restantes dois grandes grupos que compõem o SCC em Portugal, as

²⁶ A abordagem e metodologia de análise macroeconómica ao SCC em Portugal proposta neste relatório viria a ser utilizada, sem grandes alterações substanciais, nos dois relatórios realizados posteriormente (Mateus 2013b, 2016) que, no essencial, permitiram atualizar alguma informação estatística.

Indústrias Culturais e as Atividades Criativas, que registaram, em igual período, taxas médias de crescimento anual substancialmente mais modestas (respetivamente, 2,3% e 2,9% ao ano). Por outro lado, e no que concerne às Indústrias Culturais, a dinâmica de crescimento mais positivo ocorreu nos subsectores do Cinema e Vídeo e do Turismo Cultural, que registam taxas de crescimento médias anuais de 6,3% e 4,1%, respetivamente – valores que contrastam com o subsector da Música (taxa de crescimento anual negativa de 2%), da Rádio e Televisão (0,9%) e da Edição (1,8%). Também as Atividades Criativas têm um escasso contributo económico, sendo o grupo liderado pela Arquitetura e pelo Design (registando taxas de crescimento anual de 10,1% e 7,6%, respetivamente). Assinala-se ainda, positivamente, o crescimento acumulado do SCC que, em termos globais, criou, no período entre 2000 e 2006, cerca de 6.500 novos empregos – valor que, novamente, está acima da média nacional (*idem*: 82-86). Importa analisar em maior detalhe as questões do emprego, formação e mercado de trabalho neste tecido económico, considerando as especificidades que caracterizam e diferenciam os diferentes subsectores, pois estas ajudam-nos a interpretar melhor as dinâmicas bastante diferenciadas que existem nas distintas áreas artísticas, culturais e criativas. Justamente por esse motivo, estes aspetos serão analisados e discutidos em maior pormenor no capítulo seguinte.

Apesar do ímpeto inicial decorrente da divulgação d’*O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, e de todo o “eco” mediático a ele associado ter sido, em geral, muito positivo e, por vezes, até entusiástico no modo como se interpretaram os dados e as conclusões do relatório²⁷, a verdade é que esta iniciativa revelou-se muito pouco consequente em termos de uma efetiva concretização da visão e das orientações estratégicas propostas para o desenvolvimento das indústrias criativas em Portugal, nomeadamente do ponto de vista da definição de medidas e instrumentos de política cultural, de âmbito nacional, especificamente orientados para esta nova área de atuação.

Com efeito, ao longo dos anos subsequentes verificou-se que o investimento do Estado central em cultura sofreu muito poucas alterações no que toca às suas grandes rubricas, mantendo-se essencialmente associada às áreas do património, museus e apoio às artes (André e Vale,

²⁷ Importa, em todo o caso, assinalar as cautelas e o ceticismo relativamente ao conteúdo e à visão veiculadas pelo estudo, manifestadas por alguns (poucos) cronistas com reconhecimento e prestígio, tanto no campo da cultura, como no espaço público e mediático. Foi o caso do jornalista Augusto M. Seabra (2010), que então alertava para os perigos de uma “deriva” economicista da parte do Ministério da Cultura, recomendando que o foco da sua intervenção deveria centrar-se prioritariamente no *core* das atividades artísticas e culturais, bem como no fomento das indústrias culturais – e não a “moda das ‘indústrias criativas’ [que] são de um âmbito que em boa parte tem mais a ver com a estrita economia” (Seabra, 2010: 33). Alguns meses antes, também o programador e investigador António Pinto Ribeiro expressava publicamente o seu ceticismo, num artigo de opinião significativamente intitulado “Os Mitos das Indústrias Criativas” (2009).

2014; Garcia, 2014; Garcia *et al.* 2016).²⁸ Além disso, constata-se que, apesar da centralidade retórica e programática atribuída a esta agenda da criatividade, não foi até agora criado na orgânica do MC/SEC qualquer departamento ou serviço especificamente vocacionado para lidar com a questão das indústrias culturais e criativas e, em sentido mais amplo, de uma economia criativa em Portugal – à semelhança do que existe em vários países, dentro e fora da Europa. Na realidade, a tendência geral foi justamente no sentido inverso ao de uma especialização deste tipo, com a concentração e centralização de variados serviços ligados à tutela da cultura, nomeadamente em resultado da aplicação do já referido PRACE e de outras medidas posteriores de cariz semelhante que vieram reformular e até, nalguns casos, desmantelar parte da estrutura orgânica do MC/SEC, diminuindo a sua autonomia, especialização e capacidade de resposta. Similarmente, e apesar da reiterada ambição de alcançar uma maior transversalização das políticas públicas, nomeadamente articulando as questões da cultura, economia e inovação (Mateus, 2010, 2013b, 2016; Figueiredo e Babo, 2015; Silva *et al.*, 2015), constata-se que a sua concretização *na prática* tem sido débil, sendo raros e, em geral, inconsequentes os esforços de concertação de políticas intersetoriais – envolvendo, designadamente, organismos tutelados pelos Ministérios da Cultura, da Economia e Inovação, da Segurança Social e Trabalho e dos Negócios Estrangeiros.²⁹ Concluiu-se, assim, que o défice de especialização e de foco estratégico, bem como a reduzida capacidade de investimento público nesta área, não têm contribuído para consolidar as orientações programáticas definidas, acabando por, de algum modo, esvaziar uma parte importante do discurso da tutela da cultura, à escala nacional, sobre a relevância e prioridade a conceder às indústrias culturais e criativas.

Contrastando com o modo, em geral, bastante tímido e pouco estruturado como a agenda da criatividade tem sido assumida pelo Estado central em Portugal, encontramos uma situação

²⁸ Note-se, em todo o caso, que o MC/SEC tem apoiado alguns projetos, empresas ou profissionais ligados às indústrias criativas, sobretudo através da Direção Geral das Artes (DG Artes, anteriormente, Instituto das Artes) que, de forma marginal, pontual e *ad-hoc*, apoia projetos e iniciativas em áreas como o design, a arquitetura e urbanismo ou a gestão cultural, indústrias criativas e *marketing*, tanto através do programa de estágios profissionais internacionais *INOV-Art* (entre 2008 e 2012), como por via da atribuição dos chamados “apoios às artes”, quer ainda de outros apoios específicos à internacionalização (participação em eventos internacionais em representação oficial de Portugal, por exemplo).

²⁹ A este propósito, constitui uma exceção o programa *INOV-Art*, coordenado pela DG Artes (SEC/MC) e apoiado financeiramente pelo Instituto do Emprego e Formação Profissional (Ministério da Segurança Social e do Trabalho), que tinha por principal objetivo fomentar a internacionalização de profissionais portugueses do campo das artes e das indústrias criativas, apoiando a realização de estágios profissionais no estrangeiro. Criado em 2008, no âmbito do Plano Tecnológico, e formalizado através de uma Portaria conjunta dos Ministérios dos Negócios Estrangeiros, da Economia e da Inovação, do Trabalho e da Segurança Social e da Cultura (Portaria n.º 1103/2008 de 2 de outubro), a edição de arranque do *INOV-Art* ocorreu em 2009-10. Contudo, o programa seria interrompido três anos mais tarde, tendo-se realizado a sua última edição em 2011-12. No âmbito do *INOV-Art* realizaram-se, no total das suas três edições, 145 estagiários em 145 organizações internacionais (maioritariamente empresas) de referência no SCC, sediadas em 23 países dos 5 continentes (AA.VV., 2012b).

relativamente distinta ao nível local e regional, patente na proliferação de iniciativas de estudo, reflexão estratégica e intervenção pública ligadas ao desenvolvimento do SCC – o que confirma a tendência internacional, especialmente na Europa, para as autoridades urbanas e regionais assumirem a liderança na condução deste tipo de processos (Kong e O'Connor, 2009).

Com efeito, desde a segunda metade da primeira década de 2000 que vários municípios em Portugal adotaram o *label* de “cidades criativas”, frequentemente associando-o a estratégias de marketing urbano que buscam a diferenciação e o reforço da capacidade de competição com outros territórios num contexto de globalização (Babo, 2012). Mas, simultaneamente, esta nova retórica em torno da “cidade criativa” apoiou e legitimou um apelo generalizado à captação de “empresas criativas” e de “negócios criativos”, bem como à realização de uma série de investimentos e intervenções urbanas que, impulsionados decisivamente pelo novo ciclo de programação de fundos estruturais, efetivamente moldaram e materializaram uma agenda para a criatividade em Portugal.

O protagonismo das cidades e regiões na liderança dos processos de implementação e desenvolvimento desta nova agenda está estreitamente ligado com o modo como foram estruturados os fundos europeus de apoio ao desenvolvimento regional e local. Uma vez que, contrariamente ao que havia ocorrido durante o QCA III (2000-2006), não existiu nenhum programa especificamente dirigido às questões artísticas e culturais durante o período de vigência do QREN (2007-2013), os apoios ao desenvolvimento do SCC acabaram por distribuir-se pelos eixos temáticos dos Programas Operacionais (PO) Regionais e Específicos ligados quer à economia, competitividade e inovação e valorização dos recursos locais, quer à política de cidades e desenvolvimento urbano.³⁰ Justamente neste sentido, os autores do estudo *Fundos Estruturais e Cultura no período 2000-2020* concluem que “...a grande maioria dos projetos (82,6%) de âmbito cultural não se integra nas tipologias específicas do sector cultural – ‘Rede de Equipamentos Culturais’, ‘Valorização e Animação do Património Cultural’. A ‘Política de Cidades/ Regeneração Urbana’ é a tipologia de operações onde se

³⁰ Refletindo acerca das profundas implicações deste conjunto de transformações na estrutura dos ciclos de programação de fundos estruturais em Portugal, Claudino Ferreira *et al.* observa que “... apesar de não ter um lugar autónomo e específico na estrutura deste quadro comunitário, o setor cultural conseguiu encontrar caminhos para enquadrar os seus projetos no âmbito das linhas de apoio e financiamento previstas [no QREN 2007-2013]. Desse ponto de vista, podemos até levantar a hipótese de a ausência de um programa próprio para a cultura, com linhas estratégicas e medidas específicas previamente definidas, ter estimulado a imaginação e o engenho dos agentes culturais, públicos e privados, para encontrarem as soluções possíveis para o enquadramento dos seus projetos no programa, em diálogo com os seus diferentes vetores estratégicos.” (2016: 21-22).

enquadra a maior parcela de projetos e de investimento, respetivamente 13,3% e 13,8%” (André e Vale, 2014: 89).

Neste contexto, duas regiões – a do Norte e a de Lisboa e Vale do Tejo – destacaram-se claramente, uma vez que, em ambas, o desenvolvimento do SCC foi identificado como prioritário para a estratégia de desenvolvimento regional. Importa, por isso mesmo, observar com alguma atenção estes dois casos em particular.

Na senda da reflexão estratégica encetada no âmbito do *Norte 2015* (CCDRN, 2006), a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (CCDRN), em conjunto com a Fundação de Serralves, a Junta Metropolitana do Porto, a Casa da Música e a Sociedade de Reabilitação Urbana da Baixa Portuense, promoveram a realização do *Estudo Macroeconómico para o desenvolvimento de um ‘cluster’ de Indústrias Criativas na Região Norte* (Fundação de Serralves, 2008). Este trabalho, pioneiro no contexto português, teve por objetivo avaliar o impacto das indústrias criativas no Norte de Portugal, conhecer a sua evolução e apontar o papel que poderiam vir a desempenhar. Os resultados positivos apresentados (dinâmicas atuais e potenciais), mas também os constrangimentos críticos identificados, foram muito importantes na fundamentação técnica que recomendou à CCDRN conceder elevada prioridade política ao desenvolvimento de uma agenda regional para o fomento das indústrias criativas, de modo a “assumir-se como a principal Região criativa de Portugal, internacionalmente competitiva e globalmente conectada” (Fundação de Serralves, 2008: 4).

O estudo apresenta uma estratégia estruturada em três eixos que visam justamente “maximizar o potencial criativo da região”: o primeiro inclui medidas de reforço da sua “Capacidade e Empreendedorismo Criativos”; o segundo incide na exploração do seu potencial de “Crescimento dos Negócios Criativos”, nomeadamente através de fundos de investimento (*business angels*, por ex.), de iniciativas de apoio à “clusterização” e de marketing regional; e o terceiro contempla medidas que fomentem a “Atratividade dos Lugares Criativos”, designadamente através de um reforço da programação artística, incluindo o trabalho em rede, e a criação de novos equipamentos culturais (*idem*: 5). Um dos aspetos que se destaca da abordagem metodológica e das propostas constantes neste relatório prende-se com a sua forte inspiração na experiência britânica, de resto claramente patente na proposta de delimitação do setor que segue uma nomenclatura em tudo idêntica à do DCMS (2001), já analisada, bem como em várias das propostas apresentadas para o desenvolvimento de um *cluster* regional de indústrias criativas, refletindo, assim, a participação direta na elaboração deste estudo de duas empresas de consultoria britânicas com uma forte

notoriedade neste domínio: a Tom Fleming Creative Consultancy e a Comedia de Charles Landry.

Após a realização deste estudo macroeconómico, e concretizando uma das propostas do seu plano de ação, foi criada, em outubro de 2008, a ADDICT - Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas, com o objetivo de contribuir para a produção e disseminação de conhecimento sobre o SCC³¹ e promover a economia criativa, nomeadamente através da realização de eventos que visavam fomentar o *networking* entre profissionais e empresas do setor, nacionais e internacionais (cf. ADDICT, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014a; 2014b; Guerra, 2013; Amorim, 2014; Lima, 2015).³² Detentora de estatuto de pessoa coletiva privada, sem fins lucrativos, a ADDICT dispunha, em 2014, de um total de 74 associados, com características bastante diversificadas, em termos dos subsectores abrangidos (artes performativas e visuais, design e publicidade, cinema, vídeo, média e audiovisual e entidades de suporte de gestão e intermediação financeira), mas também do estatuto e tipologia organizacionais (autarquias, fundações públicas e privadas, associações setoriais e sem fins lucrativos, empresas, cooperativas e profissionais por conta própria) (ADDICT, 2014b: 4). Num curto balanço da atividade da ADDICT, Paula Guerra destaca o número e diversidade dos seus associados, salientando também o papel multifacetado desempenhado por esta agência, o que, em seu entender, indica “progressos significativos na sua afirmação e intervenções” (Guerra, 2013: 252). António Manuel Figueiredo e Elisa Pérez Babo, por seu turno, avaliam de um modo substancialmente mais crítico o desempenho da ADDICT, cuja ação consideram ser

... condicionada por dois fatores: uma insuficiente progressão ao nível da criação de outros instrumentos de política pública (nomeadamente, vocacionados para reforçar as empresas e o investimento no sector criativo); dificuldades de diagnóstico aprofundado dos problemas e potencialidades do sector na região, inclusive, por algum défice de perceção da diversidade de problemáticas e de necessidades que se encontram presentes dentro de um sector tão diverso e extenso quanto o das atividades culturais e criativas. As apostas dos seus líderes, nas áreas do marketing e da comunicação, que procuravam projetar o tecido cultural e o potencial criativo da região no contexto

³¹ Destacam-se, a este propósito, a parceria estabelecida pela ADDICT com a Universidade Católica – Polo do Porto para a criação de um Mestrado em Gestão de Indústrias Criativas. Simultaneamente, foi desenvolvido o *Estudo das Indústrias Culturais e Criativas na Galiza e Norte de Portugal* (Agrupación Europea de Cooperación Territorial, 2012), realizado no quadro de uma colaboração transfronteiriça entre a AGADIC (Agência Galega das Indústrias Culturais) e a ADDICT. Posteriormente, a ADDICT promoveu a realização do estudo *A Economia Criativa em Portugal – Relevância para a Competitividade e Internacionalização da Economia Portuguesa* (Mateus, 2016).

³² Entre 2009 e 2013, a atividade da ADDICT foi cofinanciada pelo PO COMPETE (QREN 2007-13), assumindo o estatuto de entidade gestora das chamadas *Estratégias de Eficiência Coletiva* que, na sua tipologia *Clusters*, podem assumir as duas seguintes configurações: “Polos de Competitividade e Tecnologia”; e “Outros Clusters” – integrando-se a ADDICT nesta última (cf. ADDICT, 2009, 2014a).

nacional e internacional, não conseguiram, em princípio, “arrastar” consigo uma parte significativa dos agentes culturais e criativos da região e favorecer as possibilidades de *spillover* criativo capaz de gerar inovação nos restantes sectores económicos... (Figueiredo e Babo, 2015: 249-250).

Após uma abrupta mudança de gestão e de orientação estratégica, operada em 2016, que, como nota Fátima São Simão (2020: 199), acabaria por se revelar um verdadeiro fracasso, a ADDICT viria a declarar insolvência em abril de 2018, numa situação de vazio diretivo e sem qualquer trabalhador nos seus quadros, sendo conseqüentemente liquidada e encerrando atividade em junho desse mesmo ano (Neves, 2018).

A experiência da região Norte evidencia exemplarmente o modo, frequentemente apressado e, por vezes, pouco refletivo e sustentado, como têm vindo a ser adotados, na Europa e um pouco por todo o mundo, modelos conceptuais e operacionais de abordagem ao setor criativo que são importados, mais ou menos acriticamente, de contextos internacionais de referência (onde se destaca, nomeadamente, o Reino Unido), com resultados muitas vezes problemáticos (Pratt, 2009; De Beukelaer e O’Connor, 2017). De facto, não só a opção do *Estudo Macroeconómico para o desenvolvimento de um ‘cluster’ de Indústrias Criativas na Região Norte* (Serralves, 2008) por adotar o modelo britânico do DCMS (2001) se encontra muito insuficientemente justificada no relatório, como esta opção veio a repercutir-se no modo como foi desenhado o plano de ação para implementar esta estratégia regional, cujas debilidades têm sido apontadas por alguns autores (cf. Figueiredo e Babo, 2015; Simão, 2013, 2020; Quintela e Ferreira, 2018). Também noutros pontos do país assistiu-se a uma idêntica proliferação de estudos, projetos, iniciativas e eventos que refletem igualmente este tipo de processos de importação e de mimetização de modelos e de paradigmas, mais ou menos, genéricos e globalizados de “cidades criativas”, com resultados muitas vezes problemáticos, porque desadequados aos contextos concretos onde pretendem intervir (Ferreira, 2010, 2012). Independentemente da avaliação que possamos fazer do grau de sucesso alcançado por esta agenda regional para o desenvolvimento de um *cluster* de indústrias criativas, verifica-se que a centralidade política que lhe foi concedida revelou-se determinante para a orientação de um conjunto muito significativo de apoios financeiros públicos para o desenvolvimento de projetos e de iniciativas relacionadas com esta temática. Conseqüentemente, vários foram os municípios do Norte de Portugal que procuraram beneficiar do conjunto de apoios entretanto criados pelo PO Regional (ON.2) – que foi, note-se, o PO Regional que, durante o período de vigência do QREN (2007-2013), mais investiu em cultura, com 30% dos projetos e 28% do investimento na área da cultura, e aquele que, a par do PO Regional do Algarve, maior

relevância atribuiu a projetos relacionados com o fomento das indústrias criativas (André e Vale, 2014: 89).

De entre as diversas tipologias de projetos apoiados pelo QREN, durante este período, destacam-se a proliferação de equipamentos, eventos e outras iniciativas que, de forma mais ou menos declarada, pretendiam estimular o surgimento ou o desenvolvimento do tecido cultural e criativo nesta região. Pela sua novidade, destaca-se a aposta do ON.2 no apoio à criação de novos espaços de trabalho e de negócio orientados para as indústrias culturais e criativas – entre os se incluem as incubadoras, os *fab labs*, os espaços de *coworking*, entre outras tipologias – tendo por principal objetivo fomentar o empreendedorismo criativo na região Norte. A opção por este tipo de medidas e instrumentos de política reflete ainda, uma vez mais, o modo como as políticas públicas em Portugal têm procurado incorporar algumas das grandes tendências internacionais que atualmente circulam abundantemente em *fora* de âmbitos diversos (técnico-científico, político, empresarial), sendo aí referenciadas como “boas-práticas” a disseminar e reproduzir (Tom Fleming Creative Consultancy, 2015; Gandini, 2013, 2015, 2016; Merkel, 2015; Spinuzzi, 2012; De Peuter *et al.*, 2017).

Na última década surgiram – e, em alguns casos, entretanto já encerraram – vários espaços com estas características, que se espalharam um pouco por toda a região Norte, embora concentrando-se especialmente em torno da Área Metropolitana do Porto. Criados e, em geral, geridos por entidades públicas, a maioria destes projetos aspira(va)m estabelecer redes de parceria alargadas, envolvendo em geral os municípios, centros tecnológicos, instituições de investigação e de ensino superior da região, e ainda o próprio tecido industrial local (por exemplo, estabelecendo ligações com dois setores industriais mais relevantes desta região: o têxtil e o mobiliário), procurando, deste modo, atrair e “incubar” talento e criatividade. Refiram-se, nomeadamente, e entre alguns outros exemplos, os casos do *PINC – Pólo de Indústrias Criativas do Parque de Ciência e Tecnologia da Universidade do Porto* (cf. Simão, 2013; Sistelo, 2015); do *Porto Design Factory*, ligado ao Instituto Politécnico do Porto; da *INSerralves – Incubadora de Indústrias Criativas da Fundação de Serralves*, no Porto; da *Oliva Creative Factory* e da *Fábrica de Santo Thyrso*, dois espaços criados e geridos por câmaras municipais – São João da Madeira e Santo Tirso, respetivamente (cf. Neves, 2014; Rei, 2016); e ainda o *Polo de Design de Mobiliário*, em Paredes, também de iniciativa municipal (cf. Marques, 2013; Ribeiro e Providência, 2014).

Lamentavelmente, apesar deste verdadeiro *boom* de projetos que, conseqüentemente, se refletiu num avultado volume de investimento público³³, não foi ainda realizada uma avaliação sistemática dos resultados e impactos alcançados por estas diversas iniciativas e equipamentos que, de um modo mais ou menos direto, estão associados à estratégia de fomento do empreendedorismo criativo na região Norte. Todavia, estudos recentemente realizados, incidindo nalguns dos projetos anteriormente referidos (Neves, 2014; Rei, 2016; Rei e Silva, 2018; Quatenaire Portugal, 2015), identificaram fragilidades e apontam várias críticas relativamente à consistência e ao alcance dos resultados atingidos, nomeadamente considerando os ambiciosos objetivos e metas inicialmente traçados, e questionando até a sua sustentabilidade futura – o que, em alguns casos, se veio mesmo a comprovar, com o prematuro encerramento de alguns destes espaços, uma vez esgotado o cofinanciamento europeu.

Na região de Lisboa e Vale do Tejo foram também promovidos vários estudos de mapeamento do SCC e delineadas estratégias para o desenvolvimento de *clusters* de indústrias criativas a diferentes escalas territoriais – urbana, metropolitana e regional (Carvalho e Corvelo, 2013; André e Vale, 2012; Costa 2009, 2017) – que abrangeram, em alguns casos, não só a capital do país, mas também cidades próximas, como Cascais (Costa, 2007b) ou mesmo Óbidos, que se notabilizou, no plano nacional e internacional, pelo uso do *label Óbidos Criativa* (INTELI, 2011; Câmara Municipal de Óbidos, 2011). Embora as abordagens seguidas, em termos dos referenciais teóricos e metodológicos utilizados, sejam relativamente diversas entre si, importa salientar que, como expetável – e, de resto, seguindo o “tom” e a retórica generalizada em torno desta agenda –, todos estes diferentes estudos confirmaram a existência de um enorme potencial para o desenvolvimento do SCC nos territórios em análise e, em geral, demonstram uma grande confiança e entusiasmo na sua capacidade para competir internacionalmente.³⁴ Novamente, conclui-se que, através da produção de um leque de evidências técnico-científicas, estes diversos relatórios foram

³³ Logo em Março de 2011, o ON.2 anunciava publicamente a aprovação de 9 projetos de “infraestruturas criativas vocacionadas para o desenvolvimento de actividades e negócios, incubação empresarial, intercâmbio artístico e investigação e produção de conhecimento”, todos eles promovidos por autarquias, universidades, entre outras entidades públicas ou sem fins lucrativos, perfazendo um total de 46 milhões de euros de investimentos aprovados, cofinanciados em 36 milhões pelo PO Regional (ON.2, 2011). Alguns destes projetos não viriam, contudo, a ser concretizados, em resultado de uma profunda mudança de conjuntura económica que, como vimos, obrigou a uma severa retração de muitos dos investimentos devido à incapacidade das instituições em assegurar a respetiva contrapartida nacional (cf. Simão, 2013).

³⁴ Note-se, a este propósito, a posição destacada da Área Metropolitana Lisboa (AML) no contexto nacional, onde se concentram a maioria das empresas e profissionais do SCC. Esta tendência geral assume um peso muito significativo – por vezes, quase hegemónico – em alguns subsectores, como o cinema, a rádio, TV e vídeo, a publicidade e o turismo criativo, cujas empresas e profissionais praticamente só estão presentes na AML (cf. Mateus, 2016: 25-26).

decisivos na fundamentação política do apoio público a um conjunto variado de projetos e iniciativas que, de forma mais ou menos direta, se relacionam com o desenvolvimento de uma estratégica regional para o fomento de uma economia criativa em torno da região da Grande Lisboa.

Contrariamente a outras regiões do país, Lisboa e Vale do Tejo, pelo facto de estar excluída dos grandes objetivos de convergência estabelecidos pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER), tem tido crescentes dificuldades de acesso aos programas que gerem fundos comunitários em Portugal, o que se repercutiu numa presença diminuta de projetos deste tipo apoiados pelo QREN (André e Vale, 2014: 47). Importa, contudo, não esquecer que, em função da sua condição de capital, esta região, e a cidade de Lisboa em particular, beneficia de condições únicas, no contexto nacional, para captar mais eficazmente recursos públicos (incluindo através dos orçamentos próprios dos diversos organismos centrais do Estado aqui sediados, dos orçamentos das autarquias e respetivas empresas municipais, de alguns projetos com cofinanciamento comunitário, entre outras fontes de receita) – sendo que, neste contexto, também o SCC, como outros domínios de intervenção pública, tem conseguido beneficiar desta situação (Costa, 2017: 150-157).

No caso particular de Lisboa, e beneficiando do já mencionado efeito de centralidade decorrente da sua condição de capital do país, a cidade tem buscado reposicionar-se no contexto internacional – com aparente sucesso e “eco” mediático (cf. por ex. Jones, 2016; Moore, 2017; Mackay, 2017) – assumindo-se enquanto “capital da criatividade e da inovação”, à escala europeia e global, ambicionando atrair um número crescente de estudantes, profissionais e empresas ligadas à economia criativa, em sentido amplo (Carvalho e Corvelo, 2013). Neste contexto, o município tem apostado numa série de iniciativas de fomento e promoção do setor, seja através do apoio, direto e indireto, a um conjunto diversificado de eventos, nacionais e internacionais, relacionados com o universo das artes, cultura e criatividade (onde se inclui uma componente forte de ligação às NTIC, de que é exemplo eloquente o mega-evento *WebSummit*, que a cidade acolhe desde 2016), seja ainda através da criação de uma rede extensa de espaços de trabalho e de produção orientados para diferentes áreas do SCC. Desde 2011, o Município de Lisboa tem vindo a dinamizar um conjunto de iniciativas ligadas à promoção de um ecossistema de empreendedorismo criativo e inovador, federando em rede vários espaços de incubação e de aceleração de empresas, para além de *fablabs* e *makers spaces* e ainda espaços de *coworking* – alguns deles de iniciativa municipal (ex. o *Centro de Inovação da Mouraria/Mouraria Creative Hub*), outros geridos

por universidades e ainda projetos de exclusiva iniciativa privada [destacando-se, de entre estes últimos, o caso emblemático e pioneiro da *LxFactory* (Vale, 2012)].

No resto do país, longe das regiões sob influência próxima das duas principais cidades portuguesas, a produção de evidências e de estudos de consultoria técnico-científica especializada para legitimar a tomada de decisão pública foi escassa. Contudo, também nesses contextos as autoridades locais e outros *stakeholders* beneficiaram da rápida difusão da nova retórica política em torno da criatividade, assumindo-a como uma inspiração para o lançamento de um leque amplo e heterogéneo de iniciativas e programas de desenvolvimento e regeneração urbanos, preferencialmente orientados para a promoção da atratividade turística dos territórios: dos projetos de turismo e lazer em locais histórico-monumentais, aos apoios a pequenas iniciativas de empreendedorismo baseado em ativos patrimoniais, passando pela criação e/ou financiamento de incubadoras de negócios culturais e criativos, bem como pelo investimento em infraestruturas e eventos culturais e criativos (Ferreira e Gomes, 2011). Efetivamente, o discurso e os ideais da agenda da criatividade espalharam-se amplamente e rapidamente em Portugal. Para tal, foi decisivo o verdadeiro *boom* de conferências, seminários, *workshops* e de outras iniciativas similares em torno do SCC, das cidades criativas, da economia criativa e do empreendedorismo criativo que se realizaram, um pouco por todo o país, desde 2007 – alguns das quais contando mesmo com a presença de alguns dos mais reputados *experts* internacionais nestas matérias (incluindo Richard Florida, Charles Landry, Tom Fleming e John Montgomery), em geral a convite de municípios e comissões de coordenação e desenvolvimento regional.

Esta sucessão de eventos, projetos e iniciativas em torno da agenda da criatividade, geralmente de cariz bastante tecnocrático, acabou por ter um efeito nefasto, argumenta Fátima São Simão (2013: 7), despoletando reações de alguma saturação, a par de um progressivo questionamento crítico dos fundamentos, objetivos e repercussões desta nova retórica política, o que culminou numa dinâmica de crescente afastamento de muitos profissionais ligados ao *core* das atividades artísticas e culturais em Portugal.³⁵ Este aparente mal-estar de muitos artistas, profissionais e organizações ligadas às áreas mais “tradicionais” do SCC pode ainda interpretar-se, por outro lado, como uma reação de crítica, de contestação ou até mesmo de mágoa perante um contexto de profunda austeridade sentida em Portugal, de forma

³⁵ Algumas personalidades portuguesas com um percurso reconhecido em áreas artísticas e culturais tomaram posição públicas que evidenciaram um notório ceticismo e, por vezes, uma declarada oposição relativamente à nova agenda da criatividade (cf. Ribeiro, 2009; Seabra, 2008, 2010; Guimarães, 2017). Refira-se ainda o apontamento curto e incisivo, acerca desta nova retórica da criatividade em Portugal, apresentado numa banda desenhada, em “tom” profundamente autobiográfico, de Marco Mendes (2013).

especialmente aguda, a partir de 2010-2011, afetando de um modo muito particular o investimento público em artes e em cultura (Garcia, 2014; Garcia *et al.*, 2016).³⁶

Com efeito, é algo de paradoxal que, ao mesmo tempo que o país assistia a um sério desinvestimento público no apoio às artes e à cultura – atividades amplamente reconhecidas como sendo cruciais para o desenvolvimento de um “ecossistema criativo” –, tenha ocorrido a criação de várias novas infraestruturas ligadas à incubação de atividades culturais e criativas, por exemplo, sendo bastante frequente estes projetos incluírem nos seus programas a criação de novos auditórios, galerias, museus, etc., numa duplicação de recursos certamente questionável, sob diferentes pontos de vista (Simão, 2013: 8). Como argumentámos noutra contexto (Quintela e Ferreira, 2018), a ascensão da agenda da criatividade em Portugal parece constituir uma espécie de “reverso da medalha” dos severos cortes orçamentais a que as áreas *core* da cultura e das artes estiveram sujeitas nos últimos anos.

Sem dúvida que o novo enquadramento dado ao SCC no âmbito da programação do novo ciclo de fundos estruturais europeus, sobretudo a partir de 2007, veio possibilitar que os atores políticos encontrassem uma nova *fundamentação* que lhes permitisse *justificar* o investimento público feito na realização de infraestruturas, de eventos e de outro tipo de atividades “criativas” em função da sua alegada – ainda que, em geral, pouco fundamentada – capacidade de estímulo e reforço do desenvolvimento, modernização e competitividade económica de muitas cidades e regiões portuguesas. Na verdade, tal como que ocorreu em vários outros países, em Portugal tem-se vindo a agudizar o que, em 2010, Augusto M. Seabra classificou de “uma perigosa deriva” – referia-se aos riscos de uma redução das políticas culturais à sua dimensão económica mais saliente, centrando o seu enfoque quase exclusivamente nas indústrias culturais e criativas e acabando por negligenciar um conjunto de deveres que estão constitucionalmente definidos e impostos ao Estado em matérias culturais. Nos últimos anos, esta tendência tornou-se porventura mais evidente, estando hoje claramente patente nalgum discurso técnico-político sobre arte, cultura e criatividade que, com frequência, assume contornos vagos, ambíguos e instrumentais – nomeadamente, está bem plasmado nos principais documentos de orientação estratégica nacional para o SCC em Portugal que foram produzidos pelos últimos governos, independentemente das suas diferentes orientações político-partidárias.

³⁶ Note-se que, globalmente, todo o SCC foi impactado pelo contexto de crise económica, à escala nacional e internacional, com efeitos nefastos a variados níveis, incluindo numa retração generalizada do consumo e numa quebra de encomendas. O relatório *A Economia Criativa em Portugal* (Mateus, 2016), que analisou um conjunto de estatísticas oficiais disponíveis para o período de 2006-14, refere justamente este aspeto, sublinhando quebras no emprego e no VAB que foram relativamente transversais a todo o SCC (Mateus, 2016 – cap. 3).

Por outro lado, e à semelhança de outros países europeus, também em Portugal houve a tendência para expandir os limites inicialmente estabelecidos para definir o SCC, tornando-o cada vez mais abrangente. Veja-se, a este propósito, as tomadas de posição públicas de um dos mais reputados e influentes economistas nacionais, Augusto Mateus, que tem vindo recorrentemente a defender que este setor abrange hoje (praticamente) todos os setores da economia, argumentando que

A economia é cada vez menos um caminho entre matérias-primas e produtos acabados, mas uma mistura cada vez mais explosiva de inovação e de diferenciação. Neste sentido, todas as indústrias serão culturais e criativas ou simplesmente não persistirão. (Mateus, 2013: 11)

Do ponto de vista político, é importante enquadrar e compreender estas transformações à luz de um conjunto de debates recentes sobre estas matérias, no seio da própria UE, que têm despoletado algumas reorientações relevantes em matéria de política pública, com evidentes repercussões nos seus vários Estados-membros, entre os quais Portugal. Trata-se, como vimos antes, de um processo de mudança da retórica técnico-política *mainstream* sobre o SCC que, de um modo gradual, porém firme, tem vindo a reorientar certas prioridades de política pública, condicionando crescentemente os apoios às artes, à cultura e à “criatividade” ao papel que poderão desempenhar, ou não, ao serviço de grandes desideratos como a inovação e a competitividade económica. Neste contexto, o risco é que só se tornem politicamente relevantes as atividades artísticas, culturais e criativas que consigam justificar a sua *pertinência* através de uma contribuição direta para a geração de riqueza económica, seja gerando receitas próprias, seja através de *inputs* relevantes para outros setores (Oakley, 2009a; Pratt e Jeffcut, 2009).

Em Portugal, esta tendência tem vindo a ganhar um evidente protagonismo político, sendo bem visíveis as crescentes dificuldades do domínio das artes e da cultura em afirmar-se autonomamente, perante outras agendas que se destacam pelo seu maior poderio político, económico e mediático (Ferrão: 2015). Constitui, a este propósito, um exemplo particularmente eloquente o modo como, no processo de discussão e definição do novo ciclo de programação de fundos comunitários para o período 2014-2020, *Portugal 2020*, ocorreu uma preocupante perda de autonomia e relevância política da área da cultura, cujos instrumentos de política pública específicos praticamente desapareceram de todos os PO Regionais e Temáticos, sendo agora diluídos num conjunto de outras agendas – de entre as quais se destacam as do *crescimento inteligente*, da *atratividade turística*, da *inclusão social* e a do *desenvolvimento socioeconómico de base territorial* (Ferrão, 2015; Portugal 2020, 2014).

De facto, percorrendo transversalmente os vários documentos de diagnóstico estratégico elaborados no quadro do processo de preparação do *Portugal 2020*, designadamente aqueles que formulam as chamadas Estratégias Regionais de Especialização Inteligente (EREI) para as diferentes regiões portuguesas, constata-se que, em praticamente todas, figuram preocupações com o fomento das indústrias criativas. Assumindo uma retórica tipicamente floridiana³⁷, a grande ênfase aqui colocada reside no contributo positivo destas indústrias para fomentar um *crescimento inteligente* das várias regiões do país, capaz de gerar nestes territórios um “ambiente mais favorável à inovação” e, assim, reforçar a sua capacidade de atrair recursos humanos altamente qualificados. Trata-se de uma linha de argumentação que, no essencial, aprofunda muitos dos fundamentos que já haviam sido apresentados no âmbito do QREN, acentuando um enfoque de abordagem (quase) estritamente económico.

Paralelamente, vários estudos apontam para um agudizar das pressões para uma certa instrumentalização das artes e da cultura em Portugal, nestes últimos vinte anos, abrangendo hoje contextos de atuação variados, em termos disciplinares, territoriais e até institucionais (Gomes *et al.*, 2006; Gomes e Lourenço, 2009; Martinho, 2007, 2013; Quintela, 2011; Fortuna, 2014). Analisando algumas das grandes linhas de orientação que informam o *Portugal 2020*, constata-se que as artes, cultura e indústrias criativas, são essencialmente perspetivadas enquanto atividades e domínios de competência capazes de criarem e/ou de potenciarem respostas inovadoras *ao serviço* da valorização e dinamização do património cultural das cidades e regiões, constituindo, portanto, elementos chave a mobilizar no quadro de estratégias de reforço da *atratividade turística* e/ou do *desenvolvimento socioeconómico de base territorial*, por exemplo.

Num quadro em que se mantém os reduzidos níveis de investimento público em cultura e, simultaneamente, as políticas públicas tendem a ser dominadas por visões excessivamente instrumentais do papel das artes, da cultura e da criatividade, vários investigadores têm argumentado sobre a importância de questionar criticamente os fundamentos predominantemente macroeconómicos que, também em Portugal, têm norteado a agenda criativa, enfatizando a necessidade de trazer para o debate outro tipo de questões e visões, reafirmando o valor intrínseco do setor e, assim, contribuir para influenciar e reequilibrar as atuais orientações de política pública (Ferreira, 2012; Ferrão, 2015; Garcia *et al.*, 2016; Quintela e Ferreira, 2018). Apelam, por outro lado, para a urgência de uma avaliação, rigorosa

³⁷ O pensamento de Richard Florida encontra uma particular repercussão no PO Regional de Lisboa para o período de 2014-2020, sendo inclusivamente feitas referências explícitas à noção de “classe criativa” que, como vimos, foi proposta e popularizada por este autor (cf. por ex. CCDRLVT, 2014: 11).

e independente, dos efeitos e impactos resultantes dos avultados investimentos públicos realizados nos últimos quinze anos para promover e desenvolver um *cluster* de indústrias culturais e criativas em Portugal. Neste contexto, a produção de informação sobre o SCC nacional, fiável e atualizada, constitui um elemento crucial que se mantém, contudo, com muitas insuficiências, limitando a análise de investigadores, mas também restringindo a própria capacidade dos decisores políticos intervirem de forma mais sustentada (Santos, 2005; Gomes e Martinho, 2009; Garcia, 2014; Garcia *et al.*, 2016). Este é, seguramente, um dos grandes e urgentes desafios que se colocam para os próximos anos. Além disso, terá certamente um papel fulcral no fomento de um debate mais amplo e plural sobre estas matérias em Portugal, desejavelmente envolvendo um amplo e diversificado leque de agentes e instituições ligadas ao SCC, mas também fora dele, reforçando assim as possibilidades de uma reflexão efetivamente crítica sobre estes processos, o que poderá evitar que se perpetue a tendência para uma adoção de referenciais e estratégias de intervenção que, com demasiada frequência, continuam a basear-se numa importação algo acrítica de modelos e instrumentos de política pública que são hegemonicamente difundidos internacionalmente enquanto “boas-práticas” de sucesso a replicar, independentemente dos contextos em que serão concretamente aplicados.

2. As novas formas de capitalismo avançado: reconfigurações da noção de trabalho e transformações no mercado laboral

Nos últimos anos, têm ocorrido profundas mudanças no campo laboral, despoletadas por um conjunto mais vasto de transformações no seio da própria economia capitalista. No contexto europeu, tais transformações surgem sobretudo após o choque petrolífero de 1972-73, acontecimento marcante que, de algum modo, pôs termo a um período (relativamente curto) de grande prosperidade e desenvolvimento socioeconómico – os célebres “Trinta Gloriosos” (Fourastié, 1979). De algum modo, a ideia de “crise” e a subsequente necessidade de empreender uma “reinvenção” do capitalismo contemporâneo iniciou-se nesse momento histórico, prolongando-se até à atualidade.

A compreensão dos múltiplos sentidos que envolvem os processos de profunda reconfiguração do papel do trabalho e do emprego na contemporaneidade exige ainda que caracterizemos brevemente o quadro geral de *capitalismo tardio* (Mandel, 1999) em que nos encontramos, de matriz essencialmente neoliberal e assente, como descreve David Harvey (1992), em lógicas de “acumulação flexível” do capital que vieram alterar profundamente o modelo capitalista anterior, nomeadamente, tornando obsoletos os modos de produção fordista e taylorista e, necessariamente, toda organização societal que os enquadrava. Verifica-se, por um lado, que as noções de “carreira” e de “emprego para a vida” têm sido crescentemente colocadas em causa, sendo substituídas pela ideia de uma “empregabilidade para a vida”, a prazo, que necessita de uma renovação permanente numa figuração laboral insegura (Laville, 2001/02; Sennett, 2006, 2007; Beck, 2000; Marques, 2010). Por outro lado, a empregabilidade atinge hoje um número cada vez mais reduzido de indivíduos, que se encontram sob o signo de uma crescente precariedade e vulnerabilidade, consubstanciada na proliferação de subempregos e de outras formas atípicas de ligação com o mercado de trabalho (Beck, 2000; Pais, 2001; Sennett, 2006, 2007; Marques, 2010; Antunes, 2008, 2013; Castel, 2007, 2009; Kovács, 2005). Significativamente, a precariedade laboral – e o próprio processo de precarização da vida contemporânea, em sentido bastante mais amplo (Butler, 2004; Lorey, 2015) – constitui hoje um tema incontornável na agenda da investigação das ciências sociais (ex. Barbier, 2005; Neilson e Rossiter, 2005, 2008; Castel, 2007, 2009; Matos *et al.*, 2011; Matos e Domingos, 2012; Arnold e Bongiovi, 2013; Cingolani, 2014a, 2014b, 2015; Contarini e Marsi, 2014a; Standing, 2014a, 2014b).

Neste quadro, assistiu-se a um recrudescimento das análises críticas ao capitalismo, muitas delas de cariz marxista e pós-marxista (Therborn, 2008; Estanque, 2008), que abordam as questões do trabalho precário e os movimentos emergentes de combate à precariedade laboral, em particular na Europa. Estas análises e reflexões, bem como o “ambiente” de forte contestação sociopolítica em torno das questões laborais que, veremos, adquiriu relevo na viragem em início de 2000, têm tido “ecos” e repercussões particulares no campo específico da atividade artística, cultural e criativa, contribuindo para um reposicionamento crítico de alguns dos seus atores e instituições.

Com efeito, nas últimas duas décadas assistiu-se a uma crescente politização das práticas artísticas (Roberts, 2015; McKee, 2016) e a um reavivar do pensamento crítico nos meios culturais e artísticos que se reflete, nomeadamente, em diversos movimentos de mobilização contra a crescente precarização das condições de trabalho no SCC (ex. Brophy, 2006; Bodnar, 2006; Sinigaglia, 2007; Osten, 2007, 2011; Saundry *et al.*, 2007; Corsani e Lazzarato, 2008; Lazzarato, 2008, 2011; Bureau e Corsani, 2012a, 2012b; Aranda *et al.*, 2011; Widenheim *et al.*, 2012; Lorey, 2010, 2015; Raunig, 2013; Percival e Hesmondhalgh, 2014; Coles, 2012, 2016; De Peuter, 2011, 2014a, 2014b; De Peuter *et al.*, 2015; De Peuter e Cohen, 2015; Kompatsiaris, 2015; Simms e Dean, 2015). Ora, este processo não deve ser dissociado da tendência, analisada no capítulo anterior, para uma crescente centralidade política, económica e mediática atribuída às indústrias culturais e criativas e, em sentido mais amplo, à economia criativa. Simultaneamente, este reposicionamento mais crítico e politizado de agentes artísticos, culturais e criativos também reflete um certo questionamento do modo como a figura do *artista* tem vindo a inspirar novas formas de organização do mercado laboral, alterando profundamente as conceções de trabalho e de trabalhador. Autores como Pierre-Michel Menger (2005a), Xavier Greffe (1999) ou Andrew Ross (2000) notam que muitas das transformações recentes na esfera laboral, em sentido geral, se inspiram nalgumas das especificidades do trabalho artístico – como a elevada mobilidade, autonomia, polivalência, trabalho em equipa, gestão das incertezas, poliatividade profissional, geralmente em regime de autoemprego e *freelance*. É neste sentido que, algo provocatoriamente, Brett Neilson e Mark Coté (2014) questionam se *hoje não somos todos trabalhadores culturais*.

O *caráter modelar* de artistas e criativos advém ainda de um outro aspeto. Vimos já no capítulo anterior, a criatividade e o conhecimento tornaram-se, nas últimas décadas, dimensões chave na configuração do capitalismo contemporâneo. Trata-se, na verdade, de uma transformação *de fundo*, despoletando importantes mudanças na esfera laboral,

nomeadamente no que concerne aos modos de conceção e organização do trabalho. Com efeito, autores de diferentes correntes teóricas convergem nesta ideia genérica de que, no quadro da chamada Nova Economia, as dimensões cognitivas, criativas, afetivas e imateriais assumem uma crescente relevância nos processos de produção capitalista (ex. Touraine, 1969; Bell, 1973; Castells, 1989, 1996; Florida, 2002, 2005, 2007; Florida e Tinagli, 2005; Boutang, 2011; Monnier e Vercellone, 2014; Corsani, 2000; Corsani *et al.*, 2001; Azaïs *et al.*, 2001; Dowling, 2007, 2012; Dowling *et al.*, 2007; Huws, 2003, 2014; Lazzarato, 1996; Virno, 2004; Gorz, 2005; Hardt, 1999; Hardt e Negri, 2004, 2005, 2009). Estas são também dimensões que têm vindo a suscitar forte interesse no universo empresarial e a adquirir uma grande importância no recrutamento, seleção e gestão de recursos humanos (Boltanski e Chiapello, 1999; Pieterse, 2011; Matos, 2015; Ross, 2000, 2003; Han, 2015). Além disso, já vimos a forte relevância que alguns autores, com Florida (2002, 2005, 2007; Florida e Tinagli, 2005), atribuem hoje à capacidade dos territórios conseguirem atrair e fixar “talentos” e “classes criativas”.

Outro traço distintivo do capitalismo contemporâneo assenta numa hipervalorização da iniciativa individual, assumindo-se cada trabalhador como *empresário de si próprio*, como já argumentava Michel Foucault (2010) nos seus estudos pioneiros acerca da emergência do neoliberalismo e da pertinência que assumiam, neste contexto, as teorias do “capital humano” avançadas por Gary Becker (1964) e outros economistas ligados à chamada Escola de Chicago. Esta tendência tornou-se mais nítida nas últimas décadas, com uma crescente valorização da capacidade dos indivíduos serem empreendedores, criativos e proactivos na gestão das suas carreiras profissionais. Este tipo de retórica recupera e mistura, de forma frequentemente ambígua, determinados traços de um certo idealismo romântico associado quer às artes, quer a uma certa contracultura, a par de um declarado culto da iniciativa privada, de uma clara defesa da capacidade de autonomia individual e até de uma certa valorização do risco e da precaridade laboral, tornando-os *cool* (Thrift, 2001, 2005; Turner, 2006; Barbrook, 2015; Ross, 2003; Neff *et al.*, 2005; Neff, 2012). Contudo, a generalidade destes discursos bastante “glamorosos” em torno da Nova Economia evitam cuidadosamente refletir sobre as consequências nefastas destas formas de organização do trabalho que, na prática, tendem a uma forte individualização dos riscos, colocando assim os trabalhadores em situação de grande fragilidade e precaridade (Ross, 2003; Neff *et al.*, 2005; Neff, 2012).

No SCC, pesquisas realizadas em diferentes domínios artísticos e criativos, demonstram não só as difíceis condições de trabalho em que operam muitos artistas e outros

profissionais destas áreas, bem como os sentimentos, justificações e posicionamentos, frequentes ambivalentes, que estes atores revelam relativamente à sua situação laboral (Gill e Pratt, 2008). Num contexto profundamente marcado pelo predomínio de uma retórica altamente positivista, e até simplista, construída em torno da noção de economia criativa, que tende a negligenciar um olhar mais crítico acerca dos contornos, condições e modalidades específicas em que efetivamente se desenvolve o trabalho criativo (Banks e Hesmondhalgh, 2009; Oakley, 2009c, 2011; McRobbie, 2016), importa contrariar a uma visão unívoca deste setor e dos profissionais que nele trabalham, propondo-se aqui uma perspetiva mais nuançada. Assim, argumenta-se, por um lado, acerca da necessidade desta análise atentar às diferenças e especificidades de cada país e de cada um dos subsetores que integram o SCC, nomeadamente no plano histórico, económico, social, político, territorial e institucional (Blair *et al.*, 2003; Conor, 2010a, 2010b, 2013; Banks *et al.* 2013a; Vinodrai, 2012; Faggian *et al.* 2013). Por outro lado, defende-se que devem ser também considerados elementos de conflito e resistência a um tipo de discurso hegemónico em torno da agenda criativa que, de algum modo, dão conta de uma realidade mais plural e matizada, onde coexistem posicionamentos diversos, assumidos por artistas e trabalhadores culturais e criativos, relativamente ao modo como se estrutura o seu mercado de trabalho e as condições concretas em que conseguem desenvolver as suas carreiras profissionais. Consequentemente, importa, ainda que brevemente, considerar nesta análise as principais implicações e desafios que, do ponto de vista político-legislativo, a questão da precariedade/flexibilidade laboral no SCC hoje coloca (Murray e Gollmitzer, 2012; Murray, 2015; De Peuter e Cohen, 2015). Este capítulo conclui focando alguns aspetos relacionados com as questões do emprego e mercado de trabalho no SCC em Portugal. Começa-se por caracterizar o setor em termos da sua estrutura de emprego e níveis de qualificação, identificando ainda, numa perspetiva comparativa, elementos quer de convergência com tendências gerais no SCC, abordadas anteriormente, quer especificidades relacionados com o contexto português. Segue-se uma análise breve à forma como, entre nós, as políticas públicas têm perspetivado as questões da regulação e proteção laboral nas artes e na cultura, caracterizando a sua evolução, em termos de retórica política e das principais medidas de política pública que têm sido adotadas, nomeadamente no plano legislativo. Aborda-se, por outro lado, o papel dos movimentos, formais e informais, de organização coletiva dos trabalhadores da cultura em Portugal, refletindo sobre a relevância destes processos e dinâmicas enquanto despoletadores de mudanças nas políticas públicas para este setor;

simultaneamente, identificam-se desafios e obstáculos, transversais e específicos, que ainda persistem em matéria de regulação e proteção sócio-laboral no SCC. Por último, sistematizam-se os principais contributos e reflexões, mas também as limitações, que resultam de estudos sociológicos desenvolvidos em Portugal sobre diferentes domínios e profissões artísticas, culturais e criativas no nosso país. Contrariamente ao crescente debate académico internacional sobre trabalho criativo e direitos sócio-laborais no SCC, veremos que a atenção a estes temas entre nós mantém-se algo limitada e circunscrita a certos domínios de atividade. É, pois, necessário e até urgente um maior investimento em matéria de investigação em domínios emergentes no setor, designadamente aqueles associados às indústrias culturais e criativas, crucial para se construir um olhar sociologicamente mais atento, informado e reflexivo sobre a realidade do trabalho criativo em Portugal, na sua diversidade e pluralidade de contextos e de profissões.

2.1. O lugar do trabalho na era da economia do conhecimento e da criatividade

O mercado de trabalho conheceu transformações substanciais ao longo do século XX. Se o modo de produção taylorista e fordista foi dominante até à década de 1970, a verdade é que (sobretudo) a partir do choque petrolífero de 1972-73 e do subsequente período de grande recessão, com uma vertiginosa subida dos preços e um aumento do desemprego, ocorrem profundas alterações nos modelos de produção e consumo nas sociedades capitalista, cujos impactos se revelaram particularmente agudos na esfera do trabalho. Segundo David Harvey (1992), a crise do início dos anos 70 do século XX constitui um momento-charneira no processo de reestruturação do sistema capitalista contemporâneo, propondo este autor a noção de “acumulação flexível” para descrever um processo sistémico, de carácter bastante abrangente, que, na sua perspetiva, evidencia claramente uma reação do capital e de dominação de classe. Ao adotar o termo “flexível”, Harvey procura justamente fazer contrastar o capitalismo contemporâneo a períodos históricos anteriores que, nesta ótica, se caracterizariam por uma maior “rigidez”.

O processo de *flexibilização* do capitalismo contemporâneo, a que alude Harvey (1992), decorre da implementação de um conjunto de decisivas transformações nos processos de produção, no sentido de os ajustar às crescentes variações da procura, em especial num contexto em que se verifica uma saturação dos mercados mais massificados e uma

forte volatilidades dos gostos dos consumidores, cada vez mais individualizados e orientados para estilos de vida bastante diferenciados. No capítulo anterior analisou-se já este processo de crescente “culturalização” da economia que, como vimos, está estreitamente relacionado com a passagem para uma economia de cariz pós-fordista e pós-industrial, que se apresenta hoje cada vez mais terciarizada e globalizada, e cujos modos de produção assentam crescentemente numa ampla utilização das NTIC. Interessa, pois, examinar as principais consequências associadas a estas transformações nos processos de produção, focando as novas formas de organização e regulação do mercado de trabalho, bem como à própria reconcepção do trabalho na atualidade.

Com efeito, as NTIC desempenham um papel central em todo este processo, permitindo uma complexificação e agilização sem precedentes dos modos de organização do trabalho, contribuindo decisivamente para a implementação de novos paradigmas de gestão e controlo do trabalho (no seio da própria empresa, na sua relação com fornecedores, distribuidores, clientes) e, simultaneamente, para o *desmantelamento* das relações de trabalho tradicionais, através do recurso a novos métodos de organização do trabalho *em rede*, intra e entre-empresas (através do estabelecimento de parcerias com outras empresas, do recurso crescente ao *outsourcing*, etc.), o que possibilita uma maior *flexibilidade* dos sistemas de produção (cf. Castells, 1989, 1996; Beck, 1992, 2000; Antunes, 2008, 2013; Edgell, 2012; Huws, 2003, 2014; Standing, 2014a, 2014b).

Por outro lado, e na esteira dos trabalhos seminais de Alain Touraine (1969) e de Daniel Bell (1973), autores como Manuel Castells (1989, 1996) e Robert Reich (1991) destacam a importância central do *conhecimento* enquanto força motriz de uma economia pós-fordista e pós-industrial que, crescentemente, se organiza em torno da produção de bens e serviços de cariz *imaterial*, dotados de elevado valor acrescentado porque dispendo de fortes componentes analíticas e simbólicas. No mesmo sentido, Florida (2002, 2005, 2007; Florida e Tinagli, 2004) sustenta que o conhecimento e a criatividade têm um papel chave nos processos de desenvolvimento socioeconómico, tornando-se fundamental, no atual quadro de globalização altamente competitiva, que as cidades e os territórios procurem fixar e atrair o que designa por “classe criativa” – noção que, como já vimos no capítulo anterior, agrega diversas profissões cujo *core* da sua atividade está, de algum modo, relacionado com o trabalho criativo e intelectual.

Noutra perspetiva, nos últimos anos ganharam relevância as reflexões de autores próximos do (pós-)operáismo ou marxismo autonomista³⁸ – como Maurizio Lazzarato (1996), António Negri e Michael Hardt (2004, 2005, 2009; Hardt, 1999), Paolo Virno (2004; Virno e Hardt, 1996), Franco “Bifo” Berardi (2005, 2009) e André Gorz (2005) – em torno da relevância do “trabalho imaterial” (*imaterial labour*) no quadro de uma economia crescentemente baseada num uso intensivo das NTIC. Apesar das suas especificidades, estes diferentes teóricos e investigadores convergem no modo como enfatizam as profundas transformações que têm vindo a ocorrer na esfera laboral, descrevendo a crescente centralidade na atual fase do capitalismo da produção de conhecimento, comunicação, cultura e criatividade, incluindo através de um crescente uso e manipulação dos afetos e das emoções.³⁹ É, pois, neste contexto que o conceito de “trabalho afetivo” (*affective labour*) tem sido recorrentemente utilizado por vários autores próximos destas correntes teóricas para interpretar a centralidade deste tipo de competências interrelacionais no desenvolvimento de inúmeras atividades profissionais, nomeadamente naquelas que requerem maior “investimento pessoal” do trabalhador no estabelecimento de relações com clientes, parceiros e/ou colaboradores (Dowling *et al.*, 2007; Dowling, 2007, 2012; Fortunati, 2007; Hardt, 1999; Clough e Halley, 2007).

Em síntese, autores com perspetivas teóricas bastante diversas reconhecem, pois, a centralidade que aspetos ditos *imateriais*, *intelectuais*, *abstratos*, *mentais* ou *cognitivos* – como o conhecimento, informação, comunicação, criatividade, afetos, emoções – assumem no quadro de uma economia crescentemente complexa, informatizada e globalizada, despoletando assim profundas mudanças nos processos produtivos atuais, bem como nas próprias conceções de trabalho e nas condições em que este é exercido.

Embora este processo de transformação arranque ainda em finais dos anos de 1960, como argumentaram Touraine (1969) e Bell (1973), é sobretudo a partir de meados da década de 1990, acompanhando o *boom* do acesso à Internet e às várias tecnologias digitais, que se assiste a uma verdadeira celebração de um novo tipo de trabalhador contemporâneo, numa retórica amplamente difundida graças à ação eficaz do que Nigel Thrift (2001, 2005) designa por “circuito cultural do capital” e que inclui, entre os seus *stakeholders* fundamentais, as escolas e *gurus* de gestão, consultores ligados à gestão e finanças e imprensa económica. Analisando a literatura científica relacionada com esta

³⁸ Para um enquadramento histórico e conceptual desta corrente política e teórica, cf. Mezzadra, 2009.

³⁹ Neste sentido, Hardt afirma: “The passage toward an informational economy involves necessarily a change in the quality of labor and the nature of laboring processes. (...) Information, communication, knowledge and affect come to play a foundational role in the production process.” (1999: 93).

temática, é possível encontrar múltiplas propostas conceituais que, sob diferentes perspectivas, tentam identificar e caracterizar esta nova categoria de “trabalhadores do conhecimento”: “analistas simbólicos” (Reich, 1991); “classe criativa” (Florida, 2002, 2005, 2007; Florida e Tinagli, 2004); “cybertariado” (Gill, 2002; Huws, 2003, 2014); “(novos) intelectuais precários” (Rambach e Rambach, 2001, 2009; Moureau, 2007; Tasset, 2015; Tasset *et al.*, 2013); “cognitariado” (Berardi, 2005, 2009; Negri, 2008; Miller e Ahluwalia, 2012; Maxwell e Miller, 2013; Miller, 2015, 2016); entre outras.

Além da centralidade atribuída às dimensões intelectuais e/ou criativas associadas ao desempenho profissional destes trabalhadores, muitas destas análises salientam também a grande capacidade de agir de forma autónoma, flexível, proactiva, empreendedora e dotada de forte “espírito de sacrifício” – características particularmente importantes, argumenta-se, num contexto de economia aberta e globalizada, crescentemente complexa, volátil e imprevisível, o que também contribui para tornar o conhecimento, os produtos e as soluções existentes rapidamente obsoletas. Ora, este novo modelo do trabalhador contemporâneo vai inspirar-se decisivamente na figura do artista e nalgumas características chave geralmente associadas ao seu modelo de organização de trabalho: elevada mobilidade, autonomia, polivalência, capacidade de trabalho em equipa, gestão das incertezas, poliatividade profissional, frequentemente em regime de autoemprego e *freelance* (Menger, 1999, 2005a, 2012a, 2012b, 2014; Ross, 2000, 2006-07, 2008, 2009; McRobbie, 2001, 2016; Osten, 2007, 2011; De Peuter, 2014b; Kunst, 2015).

Num texto importante e, em larga medida, pioneiro no contexto anglo-saxónico, intitulado *The Mental Labor Problem*, Andrew Ross (2000) observa a crescente centralidade dos artistas e dos intelectuais⁴⁰ nas sociedades ocidentais contemporâneas, contrariando o posicionamento marginal – seja do ponto de vista social, como do ponto de vista económico – que prevalecia em etapas anteriores do capitalismo:

... it is clear that the “mentality” of artists’ work is more and more in demand. In respect both to their function and the use of this work mentality, it looks as if artists are steadily being relocated

⁴⁰ Ross (2000) confere um particular destaque ao modo como o capitalismo contemporâneo se apropriou de um certo *ethos* romântico associado ao universo do ensino e da investigação científica, enaltecendo a disponibilidade destes “trabalhadores do conhecimento” para se “sacrificarem” do ponto de vista laboral (longas horas de trabalho, mal pago ou mesmo não pago) em prol do avanço da ciência. Outros investigadores têm igualmente abordado esta questão, evidenciando os paralelos entre o modo como artistas e cientistas encaram o seu trabalho, destacando a importância de uma conceção vocacional e fortemente competitiva da profissão (Borges e Delicado, 2010; Conde, 1998) e demonstrando ainda a centralidade deste tipo de retórica na perpetuação e mesmo da agudização de diversas formas de exploração e de precarização laboral (De Peuter *et al.*, 2015; Gill, 2014a; Raunig, 2013; Kurant *et al.*, 2014), inserindo-as num quadro de crescente neoliberalização da ciência, da investigação e do ensino superior (cf. Edu-Factory e Universidad Nómada, 2010; Slaughter e Rhoades, 2004).

from their traditional position at the social margins of the productive economy and recruited into roles closer to the economic centers of production. Indeed, the traditional profile of the artist as unattached and adaptable to circumstance is surely now coming into its own as the ideal definition of the postindustrial knowledge worker: comfortable in an ever-changing environment that demands creative shifts in communication with different kinds of clients and partners; attitudinally geared towards production that requires long, and often unsocial, hours; and accustomed, in the sundry exercise of their mental labor, to a contingent, rather than fixed, routine self-application. (Ross: 2000: 11).

Este processo de gradual apropriação da “mentalidade” do trabalho dos artistas, aspeto aqui sublinhado por Ross, não deve ser dissociado da crise do próprio modelo fordista. Como bem explica Ross num outro texto posteriormente publicado, este novo discurso em torno da organização do trabalho vai emergir justamente num quadro de profundas convulsões e transformações socioculturais que vão “abalar” profundamente as sociedades ocidentais no pós-guerra. Neste sentido, recorda o autor todo o debate em torno da necessidade imperativa de aumentar a “qualidade de vida” nos locais de trabalho, que emerge a partir de finais dos anos 1960 e da década seguinte, impulsionado pela urgência de reagir à chamada “revolta contra o trabalho” que ocorre nesta época na Europa e EUA e aos sentimentos de profundo tédio e insatisfação então manifestados por muitos trabalhadores, em especial os mais jovens (Ross, 2008: 35-38). Luc Boltanski e Ève Chiapello (1999) analisam profundamente o processo de crise do modelo de organização fordista, a partir da década de 1960, identificando dois eixos fundamentais que, em França, vão estruturar a crítica a este “velho” tipo de capitalismo. Por um lado, e assumindo uma posição inicial central no debate político, surge o que os autores designam de uma “crítica social do capitalismo” – estreitamente relacionada com o Partido Comunista Francês e a generalidade das estruturas sindicais –, que irá enfatizar as desigualdades e a pobreza gerados pelo sistema de exploração capitalista, bem como criticar o egoísmo reinante que fomenta um individualismo contrário à solidariedade necessária para identificar e construir alternativas de desenvolvimento e progresso socioeconómico. Na sequência do maio de 1968, emerge, por outro lado, o que Boltanski e Chiapello (1999) designam de uma “crítica artística do capitalismo” – estreitamente relacionada com alguns dos círculos artísticos e intelectuais mais restritos, de matriz contracultural, que estiveram associados a esta importante revolta estudantil – que exalta os valores da liberdade, criatividade, hedonismo, nomadismo, mobilidade, *flânerie* e o “culto” de uma certa marginalidade consciente face às convenções sociais,

num discurso que manifesta uma clara oposição perante o que interpretam como uma opressão capitalista gerada por um predomínio da economia nas diversas facetas da vida quotidiana, nomeadamente através de uma massificação e uniformização dos consumos e estilos de vida individuais. Estas duas posições críticas do capitalismo revelaram-se, contudo, dificilmente conciliáveis, na medida em que, como nota Patrick Cingolani (2014a: 9-10), os valores que orientam a crítica “artística” do modelo fordista opõem-se claramente à conceção normativa de uma “sociedade salarial” (Castel, 2007, 2009), implicando, assim, uma rutura com alguns dos valores centrais do movimento operário. Ao longo da década de 1980, dá-se uma gradual, porém crucial, alteração deste quadro, à medida que assiste-se ao declínio político de movimentos e organizações ligados à *crítica social do capitalismo* e que incluem, nomeadamente, os partidos comunistas, os sindicatos e outras organizações associadas à esquerda “tradicional”. Simultaneamente, este processo é acompanhado por uma hábil apropriação da *crítica artística do capitalismo* por parte do próprio sistema capitalista que, a partir dos valores centrais dessa mesma crítica, vai renunciar à rigidez fordista – incluindo o sistema de organização política e social que integra este modelo⁴¹ –, propondo formas de organização do trabalho, com contornos cada vez mais flexíveis. Impera, assim, a partir dos anos 90 do século XX, o que Boltanski e Chiapello (1999) designam de um *novo espírito do capitalismo*, baseado essencialmente num novo paradigma de rede/conexão.⁴² É justamente à luz deste quadro de profunda transformação sistémica do

⁴¹ Justamente neste sentido, Nancy Fraser (2013) sublinha o modo como o “novo espírito do capitalismo” conseguiu apropriar-se de alguns dos argumentos centrais da crítica feminista que emerge nos anos 80 (que a autora designa de “segunda vaga”): “Disturbing as it may sound, I am suggesting that second-wave feminism has unwittingly provided a key ingredient of the new spirit of neoliberalism. Our critique of the family wage now supplies a good part of the romance that invests flexible capitalism with a higher meaning and a moral point. Endowing their daily struggles with an ethical meaning, the feminist romance attracts women at both ends of the social spectrum: at one end, the female cadres of the professional middle classes, determined to crack the glass ceiling; at the other end, the female temps, part-timers, low-wage service employees, domestics, sex workers, migrants, EPZ workers and microcredit borrowers, seeking not only income and material security, but also dignity, self-betterment and liberation from traditional authority. At both ends, the dream of women’s emancipation is harnessed to the engine of capitalist accumulation. Thus, second-wave feminism’s critique of the family wage has enjoyed a perverse afterlife. Once the centrepiece of a radical analysis of capitalism’s androcentrism, it serves today to intensify capitalism’s valorization of waged labour.” (Fraser, 2013: 220-221).

⁴² Historicamente, argumentam Boltanski e Chiapello (1999), o sistema capitalista caracteriza-se por três grandes períodos ou *espíritos* que se foram sucedendo. Um primeiro *espírito do capitalismo* vigorou até ao final do século XIX, sendo representado por um espírito burguês-empresendedor que é profundamente marcado por uma ética protestante, detalhadamente analisada por Max Weber (2001). Um segundo *espírito do capitalismo* desenvolve-se entre as décadas de 1930 e 1960, estando relacionado com o surgimento de novas formas de organização da empresa. Este período é marcado por uma espécie de “capitalismo científico”, orientado para o desenvolvimento da produção em massa, estandardizada, capaz de gerar economias de escala, assente numa organização racional do trabalho e ainda no desenvolvimento de novas técnicas que permitissem auxiliar a expansão dos mercados, como o marketing. Este segundo

capitalismo que, argumentam os autores, se deve analisar o processo de redefinição da noção de trabalho e de trabalhador que, veremos, assenta hoje decisivamente na implementação de novas formas de flexibilização da organização do trabalho, em rede e “ao projeto”.

Nas últimas décadas introduziram-se importantes mudanças na gestão de recursos humanos com vista a aumentar a “qualidade de vida” dos trabalhadores (Ross, 2008: 35-40). Em alternativa ao modelo fordista, surgem novas estruturas organizacionais menos hierarquizadas, mais flexíveis e participadas pelos trabalhadores, que concedem crescentes margens de autonomia na organização e realização das tarefas, esbatendo as fronteiras que tradicionalmente diferenciavam os períodos de trabalho daqueles dedicados ao lazer e à vida privada (cf. Boltanski e Chiapello, 1999; Ross, 2000, 2008; Pieterse, 2011; Matos, 2015). Surgem novos métodos de gestão como, por exemplo, a organização do trabalho em equipas, frequentemente estabelecidas em função da realização de um determinado *projeto*, agregando, por um período limitado de tempo, um número reduzido de trabalhadores, dotando-os assim de maior capacidade para agirem de forma autónoma e com maior dinamismo. Este tipo de contextos de trabalho, argumenta-se, tende não só a favorecer uma maior integração do trabalhador na vida da empresa, como contribui para diminuir gradualmente os conflitos sócio-laborais.

A análise de Boltanski e Chiapello (1999) evidencia bem como a retórica da gestão de empresas contemporânea se estrutura em torno de uma hipervalorização da autonomia e iniciativa individual de cada trabalhador, enaltecendo a sua intuição, flexibilidade, mobilidade, pró-atividade, empreendedorismo e capacidade de arriscar. Valoriza-se ainda a disponibilidade para adotar ritmos de trabalho mais intensos, em permanente interação (física e/ou virtual) com aqueles a que está temporariamente ligado na conceção e/ou na realização de determinado *projeto*, ao mesmo tempo que investe no estabelecimento de novas conexões (*networking*), numa busca ininterrupta por novas oportunidades profissionais. Os vínculos entre trabalhadores tornam-se, assim, substancialmente mais flexíveis do que no passado, na medida em que se tratam de *laços* relativamente efémeros, que rapidamente se estabelecem mas que, por outro lado, também se desfazem num ápice, logo que deixem de ser encarados como sendo *úteis*. Com efeito, uma vez que estes métodos de trabalho *em rede* exigem que os indivíduos busquem incessantemente a obtenção de ganhos reputacionais que são essenciais para

período – que corresponde ao apogeu do fordismo – vai, conforme vimos, entrar em crise a partir de finais dos anos 60 do século XX. A partir dos anos 90, entramos então num *novo espírito do capitalismo*.

accederem a informação relevante que lhes permita manter e alcançar novos contactos, favorecem inevitavelmente o surgimento de comportamentos de tipo oportunista, degradando as relações entre trabalhadores, que se tornam cada vez mais individualistas (cf. Boltanski e Chiapello, 1999: 437-444).

É também neste quadro – que, como vimos, se caracteriza pela ambição genérica de tornar os processos de organização do trabalho mais flexíveis, autónomos e criativos, e de, simultaneamente, explorar aspetos de natureza imaterial, crescentemente relevados enquanto fatores de diferenciação das empresas – que se assiste a um crescente interesse pela realização de estudos e experiências relacionadas com a criação de “climas organizacionais que estimulem a criatividade”. Neste sentido, muitas empresas cujo *core* da sua atividade se associa à chamada Nova Economia (ligadas às NTIC, Internet e aos *new media*, por exemplo) – mas, crescentemente, também outro tipo de entidades como, por exemplo, os espaços de *coworking* que agregam, de forma geralmente temporária, trabalhadores independentes e *freelancers* – têm vindo a reformular os seus métodos de gestão e liderança e, por vezes, a investir na reorganização física dos próprios locais de trabalho, com o objetivo de estimular a criação de um determinado tipo de “atmosferas”, mais criativas, inovadoras, colaborativas, etc. (cf. nomeadamente, Ross, 2003; Merkel, 2015; Spinuzzi, 2012).⁴³

O interesse pela temática da “criatividade organizacional” – e pelo seu fomento no contexto da atividade empresarial – surge essencialmente a partir da década de 1990, operando então uma importante rutura com o “modelo de criatividade romântico” (Glaveanu, 2010: 49), o paradigma de investigação vigente até aos anos 1980, que está

⁴³ Por exemplo, Ross (2003) descreve o que designa de “the humane workplace”, em que os trabalhadores *new media* são convidados a adotarem uma postura descontraída no contexto da empresa, expressando-se individual e criativamente, nomeadamente ao vestirem-se de forma informal, de acordo com o seu próprio gosto pessoal. Simultaneamente, procura-se que encarem o local de trabalho como um espaço de diversão e descoberta e, deste modo, perspetivem o seu próprio trabalho como uma “diversão” e, simultaneamente, como um “desafio” – i.e., como uma oportunidade de superação dos seus limites criativos e intelectuais. Entre outros aspetos, a análise de Ross revela que este tipo de estratégia constitui um dispositivo eficaz para promover uma maior identificação do colaborador com a empresa e com os projetos em que está envolvido, favorecendo assim a sua permanência no local de trabalho, trabalhando durante longas horas. Já a análise de Janet Merkel (2015), por seu turno, revela o crescente esforço que os administradores (“anfitriões”) de espaços de *coworking* em trabalharem dimensões como o reforço das inter-relações entre *coworkers*, de modo a fomentar a cooperação, a partilha de informações e, desejavelmente, o estabelecimento de parcerias e sinergias. Neste sentido, esta autora analisa o que designa de “práticas de curadoria” dos espaços de *coworking*, que incluem, nomeadamente, o desenho de *layouts* específicos para a arquitetura destes espaços, de modo a favorecer este tipo de interações sociais, que são acompanhados por um crescente investimento na realização de um conjunto de eventos que visam fomentar o *networking* e aumentar os sentimentos de pertença ao lugar e à comunidade de *coworkers* – o que, simultaneamente, contribui para aumentar a visibilidade, reconhecimento e notoriedade destes espaços, viabilizando-os economicamente (Merkel, 2015).

estritamente associado com uma visão individualista e naturalista de criatividade, patente nos inúmeros estudos sobre indivíduos considerados excepcionais e “geniais”. Passou-se assim de uma conceção essencialmente elitista de criatividade, encarada como algo de extraordinário, para uma ideia de criatividade mais mundana, quotidiana e partilhada, de carácter não excepcional.⁴⁴ A noção de criatividade passa a ser entendida enquanto um processo simultaneamente psicológico, social e cultural que, conseqüentemente, se expressa enquanto ato individual, social e cultural. Deste modo, reconhece-se que a criatividade está estreitamente relacionada com determinados contextos, histórica e socialmente definidos, sendo que as diversas instituições, interações e convenções sociais condicionam ou potenciam, do ponto de vista criativo, certos comportamentos individuais (Csikszentmihalyi, 1999; Montuori e Purser, 1995; Craft, 2001; Runco, 2007; Montuori e Donnelly, 2013).

Paradoxalmente, a generalidade da literatura (técnico-científica e jornalística) ligada à gestão empresarial persiste em veicular muitos dos ideais românticos de criatividade, associados aos chamados “génios isolados”, agora reconfigurados pelas “the ‘great man’ theory of creativity” (Bennis e Biederman, 1997 *apud* Prichard, 2002: 266), personificados nas figuras “icónicas” de um grupo muito restrito de empresários bem-sucedidos, recorrentemente considerados “geniais” ou “visionários” (um exemplo paradigmático será o de Steve Jobs, fundador da *Apple*). Craig Prichard (2002: 266-267) defende que existe hoje um certo fetichismo por estes “seres criativos” que, no quadro da economia capitalista contemporânea, se transformaram em objeto de desejo e culto generalizado, sendo interpretados como *os* modelos de sucesso a seguir e a imitar.⁴⁵

⁴⁴ Trata-se de um processo que se insere num contexto de transformação social com contornos mais abrangentes, relacionado com uma visão crescentemente menos elitista das práticas e políticas culturais e artísticas. Na viragem para o século XXI, este novo discurso sobre a criatividade tem sido predominante, em termos políticos, com reflexos na produção científica, nomeadamente nas áreas da psicologia, educação, filosofia, economia, gestão, sociologia das artes e da cultura, planeamento urbano, entre outras. Existem, contudo, diversos riscos associados a esta proliferação de discursos em torno da ideia de criatividade que, como observam vários autores, frequentemente revelam-se excessivamente inclusivos e/ou demasiado imprecisos, aplicando o termo criatividade a um leque indiferenciado de tarefas, comportamento e ações (Pope, 2005; Negus e Pickering, 2000, 2004; Oakley, 2009a; Glow *et al.*, 2005).

⁴⁵ Importa notar ainda que este tipo de discurso se insere numa retórica bastante mais alargada, que perpassa vários domínios do capitalismo contemporâneo (da política à filantropia, passando pelos negócios), que se desenvolve em torno de algumas figuras exemplares do espírito empreendedor e criativo e do carácter supostamente meritocrático do seu “sucesso” (Aschoff, 2015). Christian Salmon (2008), por seu turno, argumenta que, desde meados da década de 1990, o capitalismo contemporâneo tem vindo a ser crescentemente sustentado pela construção de narrativas (*storytelling*), com o objetivo criar relações empáticas com clientes, colaboradores, cidadãos, etc. É justamente neste contexto que surge o chamado *storytelling management*, que assenta numa ampla utilização de um novo tipo de retórica, baseada sobretudo em narrativas biográficas que, de forma desejavelmente subtil, visam expor junto dos “colaboradores” certos “modelos” de comportamento no seio da organização.

Deste modo, a noção de criatividade aplicada à gestão de empresas é decisivamente reconfigurada: deve continuar a desafiar as convenções, mas doravante com o propósito essencial de atingir *objetivos apropriados* (Amabile, 1997: 40). Não se trata, portanto, de uma atividade criativa que busque responder a problemas existenciais, colocar problemas filosóficos, questionar a realidade ou cujos contornos possam ser, de algum modo, interpretados como “bizarros” ou “destrutivos” (*idem*: 40). Pelo contrário, estamos perante é uma conceção de criatividade *aplicada*, capaz de responder, de um modo inovador, aos problemas colocados pelas crises e instabilidades do capitalismo (Prichard, 2002: 270). Por este motivo, Glow *et al.* (2005: 6) e Pope (2005: 25) salientam o modo ambíguo como a literatura relacionada com a gestão empresarial trata a noção de criatividade, frequentemente assumindo-a como um sinónimo de “inovação” ou de “eficiência” – termos, na prática, muitas vezes utilizados de forma indistinta.⁴⁶

Neste quadro, o papel do gestor adquire particular relevância, definindo as estratégias mais eficazes para fomentar e controlar a aplicação coletiva desta criatividade, prescrever os princípios e regras que permitem à organização que dirige assegurar uma performance *criativamente apropriada*, calculando riscos, interagindo e motivando os seus diversos “colaboradores” e, assim, tentando garantir que os resultados desejados para a organização são atingidos (Prichard, 2002: 270; Glow *et al.*, 2005: 6-7). Existe hoje abundante e diversificada literatura especializada sobre “gestão criativa”, emergindo, contudo, como um aspeto transversal uma visão profundamente liberal, centrada no indivíduo e no seu percurso pessoal, no âmbito do qual a criatividade é encarada como parte do processo de desenvolvimento da identidade individual, num esforço permanente de autoatualização e de tentativa de superação de desafios; simultaneamente, cabe à empresa e aos gestores assegurarem a criação das condições adequadas ao estímulo deste tipo de postura individual e coletiva (por exemplo, através da implementação de sistemas, mais ou menos sofisticados, de avaliação do desempenho dos trabalhadores e/ou correspondente remuneração por objetivos).

Do ponto de vista retórico, esta nova conceção de criatividade, aplicada agora a um contexto empresarial, e toda a “aura” de hedonismo, prazer e positividade associados – valores centrais na “crítica artística do capitalismo” (Boltanski e Chiapello, 1999) – tem-se revelado um dispositivo bastante eficaz, ao conseguir mobilizar os trabalhadores,

⁴⁶ No capítulo anterior discutiu-se o carácter problemático da abrangente noção de economia criativa, cuja conceção de criatividade implícita se revela próxima desta conceção empresarial, tornando-se, na prática, num sinónimo de inovação, relegando as artes e a cultura para uma posição periférica.

motivando-os a aprofundarem o seu envolvimento na vida da empresa, iludindo simultaneamente, muitas das contradições e dificuldades, em termos sócio-laborais, com que estes atores frequentemente encontram. Neste sentido, Glow *et al.* afirmam:

... the discourses of creativity are part of a management strategy to mask the increasing emphasis on long hours and pay-for-performance. Working long hours and bonus pay arrangements are just things that Creative people are prepared to do it, it seems, because they are motivated to by a superior ‘creative’ calling. In any case, the appropriation of creativity has been associated with a distinctive diminution of its intrinsic meaning and value. (...) the rhetoric around creativity is very attractive to business; after all it underwrites an ethos of individualism and self-direction, and seems to hold out the promise of transforming the mundane nature of work into something exciting and intrinsically valuable. (Glow *et al.*, 2005: 7).

Estamos, em suma, perante novas formas de organização do trabalho que, como vimos, evidenciam um modo muito particular de conceber a criatividade que, na prática, adquire um carácter prescritivo, quase disciplinar, tornando-se numa componente chave de um processo mais amplo de intensiva individualização do mercado laboral.⁴⁷

No contexto desta análise, importa ainda salientar a forte influência da teoria do *capital humano* que, durante as décadas de 1960 e 1970, vai conhecer um notável desenvolvimento, nomeadamente graças às investigações de Gary Becker, Theodor W. Schultz e outros economistas associados à chamada Escola de Chicago, cujos ecos se estendem até hoje. Inicialmente, a noção de capital humano procurava sobretudo mensurar o retorno económico do investimento feito em educação, através da análise da relevância do conjunto de competências que um indivíduo adquiria durante a sua formação para a sua inserção no mercado de trabalho. Tratavam-se, portanto, de análises económicas que tinham por objetivo apoiar a definição e desenvolvimento de políticas educativas. Contudo, a abordagem proposta pela Escola de Chicago à noção de capital humano revela contornos substancialmente mais abrangentes e até, em certa medida, radicais. Cada indivíduo passa a constituir-se enquanto sujeito económico (*capital humano*), cabendo-lhe assumir uma postura de permanente competição com os outros trabalhadores, bem como garantir um proactivo investimento em si próprio e no reforço permanente das suas capacidades e competências individuais – aqui entendidas em sentido bastante abrangente, contemplando dimensões relacionadas com o percurso

⁴⁷ É precisamente neste sentido que Craig Prichard afirma: “‘Creativity’ in this discursive formation is not simply the practices of organization, but rather a wider set of prescriptions operating in a number of fields that become an individualized set practices by which workers work on them/ourselves. (...) ‘creativity’ is reconfigured as sets of individualised performable dispositions by which we discipline ourselves (...) in the pursuit of material and symbolic rewards.” (Prichard, 2002: 272).

formativo de cada indivíduo, mas também o seu capital social e relacional, as suas características físicas e psicológicas, entre outros aspetos.⁴⁸ Trata-se, em suma, da transformação dos indivíduos em *homo economicus*, “...um empresário de si mesmo (...), sendo ele mesmo o seu próprio capital, sendo para si mesmo o seu próprio produtor, sendo para si mesmo a fonte dos seus rendimentos.” (Foucault, 2010: 286).

Num momento histórico em que o neoliberalismo ainda se estava a afirmar timidamente, enquanto um novo modo de *governamentalidade*, Michel Foucault vai evidenciar uma inequívoca perspicácia ao desenvolver uma análise pioneira das principais especificidades que regem este *novo regime de verdade* e do modo como, neste novo contexto, os indivíduos se vão constituir enquanto “sujeitos neoliberais”.⁴⁹ Nos seus derradeiros escritos, Foucault vai centrar-se no estudo do Estado moderno, analisando o investimento feito na criação de um vasto conjunto de *tecnologias do eu* que irão gradualmente alterar os mecanismos de manutenção do poder. Contrariamente às lógicas de poder pastoral e de poder disciplinar, de cariz centralizado e repressivo, hegemónicas entre os séculos XVI e XVIII, as novas formas de governamentalidade modernas, de matriz liberal, assumem contornos distintos, mais dinâmicos, assentando sobretudo na criação de *dispositivos* de controlo da conduta dos indivíduos (Foucault, 1997, 2008, 2010, 2011, 2012). O poder vai, assim, ampliar-se decisivamente, deixando de estar exclusivamente nas mãos do Estado e suas instituições (polícia, exército, escola, hospitais, hospícios, etc.) para ser crescentemente exercido por via das relações interpessoais dos diferentes atores sociais que, de autónoma e livremente, avaliam e controlam permanentemente os comportamentos dos outros, assim como de si próprios. É sobretudo através de um trabalho subjetivo e individual que as *técnicas de governo* se vão desenvolver nas sociedades ocidentais modernas, argumenta Foucault (1994): cada indivíduo *cuida de si* – do seu corpo e da sua alma –, construindo-se a si próprio,

⁴⁸ Como especifica Michel Feher “the definition of human capital was broadened so that its evaluation would include a multiplicity of factors: some innate (e.g., one’s genetic background and individual dispositions), others contextual (e.g., one’s social milieu, one’s parents’ ambitions and care) as well as collateral (e.g., one’s physical capital or psychological capital, ranging from one’s diet or sports regimen to one’s sex life or recreational activities). In short, the things that I inherit, the things that happen to me, and the things I do all contribute to the maintenance or the deterioration of my human capital. More radically put, my human capital is me, as a set of skills and capabilities that is modified by all that affects me and all that I effect.” (2009: 25).

⁴⁹ Recorde-se que a obra *Nascimento da Biopolítica* corresponde ao curso lecionado por Foucault no Collège de France em 1969, uma década antes da subida ao poder da “primeira vaga” de governos neoliberais ocidentais (Steger e Roy, 2010) e poucos anos antes do golpe militar no Chile (1973) que constituiu a primeira experiência de governação neoliberal (Harvey, 2005: 7-8), com o apoio técnico e ideológico de economistas ligados à Escola de Chicago. Para um aprofundamento crítico do contexto em que Foucault produziu o seu pensamento sobre do neoliberalismo, cf. Zamora e Behrent, 2016.

fixando gradualmente a sua identidade e, desta forma, reproduzindo e autoimpondo-se, numa vigilância permanente, um conjunto de normas, disposições e hábitos sociais. As noções de *biopolítica* e de *biopoder*, também avançadas por Foucault (2010, 2006), remetem justamente para estas formas de poder, exercidas a um nível cada vez mais micro. Importa, contudo, reconhecer que estas *técnicas de (auto)governo* possuem um certo grau de ambivalência, pois não só contribuem para subjugar os indivíduos, como também permitem a crítica, a resistência e a dissensão relativamente às relações de poder hegemónicas nas sociedades contemporâneas (cf. Foucault, 2012).⁵⁰

Em *Nascimento da Biopolítica*, Foucault (2010) vai justamente salientar o modo como, no quadro de uma nova *governamentalidade neoliberal*, que lentamente vai emergir no período do pós-guerra afirmando-se a partir das décadas de 1980 e 1990, toda a sociedade surge agora dominada pela economia, constituindo a *competição* uma dimensão chave no fomento e regulação de um novo tipo de relações sociais. Alain Ehrenberg (1991) defende igualmente que as sociedades contemporâneas parecem estar a ser crescentemente dominadas por uma retórica hegemónica que se desenvolve em torno do que designa de um “culto da performance” que, argumenta, tem-se vindo alastrar às diferentes esferas da vida social, reformulando os valores e as normas de conduta social à luz de um novo modelo ultraconcorrencial, de matriz individualista, que combina referenciais ligados aos universos empresarial e desportivo – a mitologia da competição desportiva tem, de resto, desempenhado um papel fundamental na credibilização e legitimação social de uma certa ideia de justiça ligada à concorrência entre indivíduos.

Neste quadro, a *subjetivação* surge como uma técnica fundamental de *construção de si*, decisiva na construção e reprodução dos sujeitos enquanto *homo economicus*. Trata-se, pois, de uma alteração com um profundo alcance nas conceções dominantes de trabalho e na emergência de novas formas de regulação do mercado laboral que, como observa Jason Read (2014), têm contribuído para um agudizar dos processos de individualização e despolitização das questões do trabalho.

A tendência contemporânea contra os contratos de trabalho sem termo, favorável ao trabalho temporário e em *part-time*, não é apenas uma estratégia económica efectiva, libertando as empresas de contratos e de compromissos caros com cuidados de saúde e outras regalias, é

⁵⁰ É justamente nesta perspectiva emancipadora, que a noção de *biopolítica* tem sido recuperada e reinterpretada por alguns autores de matriz pós-operaiста ou marxista autonomista como Hardt e Negri (2004, 2005 e 2009), Virno (2004), Lazzarato (2008, 2009, 2011) e Lorey (2010, 2011a, 2011b, 2015). Cf. igualmente as análises comparativas de Toscano (2007), Coleman e Grove (2009) e Just (2016).

também uma estratégia de subjectivação. Encoraja os trabalhadores a olharem para si próprios não como trabalhadores em sentido político, que teriam algo a ganhar com a solidariedade e a organização colectiva, mas como empresas individuais. Tornam-se indivíduos para quem cada acto, desde a frequência de formações sobre uma nova aplicação informática ao cuidado de ter os dentes branqueados, pode ser considerado um investimento em capital humano. (...) O neoliberalismo não é simplesmente uma ideologia no sentido pejorativo do termo, ou uma crença que escolhemos ter ou não, mas é ele próprio produzido por estratégias, táticas e políticas que criam sujeitos de interesses, presos na competição. (Read, 2014: 27).

Muitas das tendências astutamente identificadas por Foucault, em finais dos anos 1960, tornaram-se entretanto bastante mais nítidas, à medida que se foi afirmando amplamente esta nova retórica hegemónica que concebe os trabalhadores enquanto capital humano. Cada trabalhador torna-se, assim, responsável por assegurar as condições necessárias para a sua empregabilidade, gerindo a sua carreira profissional de uma forma (aparentemente) livre, autónoma, criativa e empreendedora – embora frequentemente tal corresponda sobretudo à necessidade de cada indivíduo procurar reagir e adaptar-se a um mercado de trabalho que opera em condições crescentemente adversas. Efetivamente, importa não esquecer que, nas últimas décadas, as sociedades ocidentais têm vindo a registar contínuos aumentos das taxas de desemprego, a par de uma generalização do fenómeno do subemprego e de outras formas de emprego “atípicas” que, no seu conjunto, apontam claramente que o acesso ao mercado de é hoje cada vez mais exíguo, aumentando o número de indivíduos excluídos (Castel, 2007, 2009). É, pois, neste contexto que se assiste a um incremento da pressão junto dos trabalhadores para que, de forma crescentemente individualista, busquem alternativas e tomem opções que possam, de algum modo, contribuir para aumentar a sua empregabilidade.

André Gorz (2005) frisa o forte isolamento a que estão hoje sujeitos os trabalhadores que, confrontados com um mercado laboral cada vez mais concorrencial e desregulado, nomeadamente do ponto de vista do direitos laborais e sociais, devem incessantemente buscar criar as condições necessárias para assegurar a sua empregabilidade, *investindo em si* e, se necessário for, até trabalhando gratuitamente. É à luz deste contexto que se tem assistido, nos últimos anos, não só a um notório aumento e diversificação dos estágios, em variados domínios profissionais (De Peuter *et al.*, 2015; Chillas *et al.* 2015; Shade e Jacobson, 2015; Frenette, 2013; Daniel e Daniel, 2013; Perlin, 2012; Neff e Arata, 2007; Frederick, 1997), como a um autêntico *boom* de novas formas de trabalho não-pago, nomeadamente em domínios tecnológicos relacionados com as NTIC e a

Internet (Huws, 2014; Brown, 2014; Coté e Pybus, 2007, 2011; Cohen, 2008; Fuchs, 2010, 2011b; Fuchs e Sandoval, 2015; Hesmondhalgh, 2010; Terranova, 2000). Independentemente dos contornos específicos de cada uma destas diferentes tipologias de trabalho (tendencialmente) não-remunerado, importa salientar que estas práticas adquiriram uma crescente visibilidade o que, de algum modo, concorre para que serem socialmente aceites enquanto estratégias “normais” de *busca ativa* de emprego.

Neste quadro, a apropriação, por parte dos trabalhadores, de alguns dos valores centrais associados quer à “crítica artística do capitalismo” (Boltanski e Chiapello, 1999) – que incluem, como vimos, a defesa da liberdade, criatividade, hedonismo, nomadismo, mobilidade, *flânerie* e ao “culto” de uma certa marginalidade consciente face às convenções sociais –, quer à chamada “ideologia californiana” associada ao modelo do emblemático *hub hi-tech* de Silicon Valley (Barbrook, 2015; Turner, 2006; Ross, 2003) – que mistura, de forma frequentemente ambígua, um certo idealismo romântico boémio associado a uma certa contracultura norte-americana, a par de um declarado culto da iniciativa privada e da acérrima defesa da capacidade de autonomia e risco individual –, parecem constituir elementos centrais numa certa “normalização” dos riscos associados a um contexto laboral crescentemente inseguro, instável, desregulado e precário, aceitando-os como inevitáveis. Este tipo de retórica contribui ainda, por outro lado, para uma certa “esteticização” e “glamourização” da flexibilidade/precariedade laboral, transformando-a em algo *cool* (Turner, 2006; Ross, 2000, 2003, 2006-07, 2008, 2009; Neff *et al.*, 2005; Neff, 2012; Contarini e Marsi, 2014a, 2014b; Marsi, 2014).

Com efeito, as narrativas glamorosas em torno da Nova Economia tendem a evitar refletir sobre as consequências nefastas das novas formas de organização do trabalho que, na prática, contribuem para uma forte individualização dos riscos sócio-laborais dos trabalhadores. Em certos contextos, a noção de risco tende não só a ser reconhecida como até valorizada – seja por empregadores, seja por empregados – enquanto um dos domínios de escolha individual que ainda restam, cabendo a cada um “arriscar” e tomar a opção que julga ser a melhor para si. As pesquisas de Ross (2003) e Neff (2012) são particularmente elucidativas a este propósito, evidenciando o modo ambivalente como muitos antigos trabalhadores de empresas de *new media*, colocados no desemprego na sequência do *crash* da chamada “bolha” *dot-com* – ocorrido na viragem de milénio, levando a falência de várias *start-ups* tecnológicas –, se relacionaram com esta situação, frequentemente autoresponsabilizando-se pelo sucedido e encarando o desemprego como um falhanço ou um desaire pessoal.

Vários autores têm procurado desconstruir criticamente esta retórica, argumentando que esta assenta numa visão manifestamente otimista do capitalismo contemporâneo, centrada numa reduzida e glamorosa “elite” de *knowledge workers*. Esta narrativa menospreza, contudo, uma enorme massa de trabalhadores que, apesar do *core* da sua atividade também assentar na utilização e manipulação intensiva de informação, conhecimento e criatividade, frequentemente com recurso às NTIC, produzem, contudo, bens e serviços com graus de sofisticação e diferenciação substancialmente menores do que aqueles idealizados pelos arautos da Nova Economia. Além disso, ignora o facto de muitas destas atividades profissionais assumirem contornos rotineiros e hierarquizados, auferindo muitos destes trabalhadores de rendimentos baixos e encontrando-se, do ponto de vista dos direitos laborais e sociais, em situações de grande precaridade – Stephen Edgell (2012), por exemplo, considera mesmo que hoje se assiste à emergência de uma espécie de “neofordismo” no seio da Nova Economia.

Nas últimas décadas têm-se registado importantes mudanças em matéria de direitos sociais e laborais que vieram colocar em causa a noção de emprego estável e duradouro, devidamente regulado através de contratos de trabalho que, de um modo geral, dominou o contexto ocidental durante o período excecional que se seguiu à II Guerra Mundial (Castel, 2007, 2009; Neilson e Rossiter, 2008).⁵¹ Num quadro de aguda crise do modelo fordista e perante uma Europa a braços com elevados níveis de desemprego e com todo um tecido industrial em declínio, adquirem centralidade um conjunto de discursos que convergem no apelo à *flexibilização* da legislação laboral, argumentando ser esta uma via indispensável para “modernizar” e reforçar a “competitividade” das empresas.

Politicamente, este tipo de retórica insere-se num quadro de gradual hegemonização da ideologia neoliberal que, a partir dos anos 1980, se assume como a matriz dominante do pensamento político-económico ocidental. Advoga-se, assim, a necessidade de um recuo do papel do Estado, nas diferentes esferas da vida social e económica, cuja intervenção deve tender para níveis mínimos, sendo complementada por um aumento da

⁵¹ Recorde-se que este processo assumiu ritmos diversos em Europa, com diferenças muito significativas na aplicação do Modelo de Estado Providência em países do Centro e Norte e em países do Sul. Portugal tem, neste contexto, especificidades próprias, distinguindo-se quer dos modelos mais consolidados de Estado Providência: Continental (Áustria, a Bélgica, a França, a Alemanha, a Holanda e o Luxemburgo), Escandinavo (Dinamarca, Finlândia e Suécia) e Anglo-saxónico (Reino Unido e Irlanda); quer dos modelos de Estados Providência implementados noutros países mediterrânicos (Itália, Espanha e Grécia) (cf. Esping-Andersen, 1990, 1993, 1996, 1999; Santos, 1992, 1994; Mozzicafreddo, 1992, 1994, 2000; Jessop, 1993; Silva, 2002; Santos e Ferreira, 2001; Ferrera *et al.*, 2000; Estanque, 2012). Note-se, contudo, que a aplicação do modelo de Estado Providência foi limitada, confinando-se essencialmente à Europa e América do Norte e que, por outro lado, mesmo neste contexto se manteve longe de assegurar uma cobertura global de todos os trabalhadores, como bem observa Ursula Huws (2014: 18).

iniciativa privada (Harvey, 1992, 2005; Steger e Roy, 2010). Simultaneamente, surgem novas formas de contratação, cada vez mais individualizadas e flexíveis que visam, por um lado, facilitar a contratação e despedimento dos trabalhadores e, por outro, flexibilizar os valores salariais fixos, associando-os a novos métodos de gestão de recursos humanos que, como vimos, se baseiam na avaliação individual do *desempenho* de cada trabalhador. Conjuntamente, estas alterações têm contribuído para uma notória precarização das condições laborais e uma deterioração dos níveis salariais, estimulando simultaneamente, como já vimos, o individualismo e a competição entre trabalhadores.

Estas mudanças têm tido implicações significativas ao nível das cosmovisões dos atores sociais e do lugar que atribuem ao trabalho nas suas narrativas pessoais. Por um lado, assiste-se à caducidade de noções importantes como as de “carreira profissional” ou de “emprego para a vida” que são crescentemente substituídas pelas novas conceções de uma “empregabilidade para a vida”, a prazo, que necessita de uma renovação permanente numa figuração laboral insegura (Laville, 2001/02; Sennett, 2006, 2007; Beck, 2000; Marques, 2010). Verifica-se, por outro lado, que a empregabilidade atinge um número cada vez mais reduzido de indivíduos que, como vimos, se encontram sob o signo de uma crescente precariedade e vulnerabilidade, consubstanciada na proliferação de subempregos e de outras formas atípicas de ligação com o mercado laboral – incluindo o trabalho a tempo parcial (*part-time*), trabalho sazonal/temporário, autoemprego (por vezes em regime de *outsourcing*), trabalho em regime *freelance*, trabalho doméstico, teletrabalho, entre outras modalidades (Castells, 1996; Beck, 2000; Kovács, 2005; Pais, 2001; Sennett, 2006, 2007; Antunes, 2008, 2013; Castel, 2007, 2009; Huws, 2003, 2014; Marques, 2010; Edgell, 2012; Standing, 2014a, 2014b; Contarini e Marsi, 2014a, 2014b; Cingolani, 2014a, 2014b, 2015). Finalmente, deteta-se ainda uma coexistência desta precariedade para uns com a *redundância* de outros, impossibilitados de aceder ao mercado de trabalho formal. Tal não significa, contudo, que os sujeitos não trabalhem; apenas que não o podem fazer dentro do mercado de trabalho formal ou, de modo paradoxal, caso contactem com as margens deste, fazem-no sempre numa relação de informalidade expressa pela ausência de poder negocial e de direitos de cidadania (Bauman, 2009a, 2009b).

Perante um quadro que, globalmente, aponta para um amplo retrocesso em matéria de direitos sociais e laborais, assiste-se a um agudizar dos sentimentos de desnorte, insegurança, risco e medo dos trabalhadores (Beck, 1992, 2000; Bourdieu, 1998; Pais, 2001; Sennett, 2006, 2007; Neff, 2012), com efeitos a múltiplos e diferenciados níveis.

Em *A Corrosão do Carácter* (2007), Richard Sennett descreve e analisa as implicações que as transformações na esfera laboral assumem no plano individual – ao nível das trajetórias de vida, dos valores pessoais dos trabalhadores. Partindo do caso dos EUA, aborda as consequências da flexibilização das relações laborais, da redução dimensional das empresas e da implementação de nova cultura de gestão empresarial num contexto que define de “novo capitalismo” (Sennett, 2006, 2007). Por um lado, a sua análise evidencia as dificuldades de adaptação dos mais jovens que, fruto das características cada vez mais flexíveis do mercado laboral e da crescente exigência de polivalência e mobilidade, vêm tanto as relações de trabalho, como os laços de afinidade com os seus colegas tornarem-se cada vez mais fluídas e ténues. Mas, por outro, demonstra também as dificuldades de leitura e compreensão dos tempos atuais por parte dos mais velhos, que ainda guardam memórias “vivas” dos antigos valores que caracterizavam as relações laborais, tais como a lealdade, a confiança e o cultivo de laços sociais sólidos. Atingidos por situações de desemprego, os sentimentos de *fracasso* e/ou de *traição* apoderam-se destes trabalhadores mais velhos, confrontados com a perda de rotinas, regras e valores “rígidos”, capazes de conferir um sentido global às suas biografias. Conjuntamente, estes processos dão origem a preocupantes fenómenos sociais de “desorientação” e de “corrosão do carácter” dos sujeitos face a um “novo capitalismo”, profundamente individualista, flexível e em permanente mutação (Sennett, 2007: 179).

O contributo de Sennett é muito pertinente para esta discussão ao evidenciar que, apesar de todos os processos de deterioração das condições laborais, o trabalho mantém um posicionamento central na vida dos atores sociais, constituindo, para as diferentes gerações, um elemento muito importante para a sua definição pessoal em sociedade. Matos *et al.* (2011: 12) referem que houve, durante muito tempo, a tendência para interpretar erradamente as transformações na esfera laboral como sendo uma espécie de “guerra de gerações”. Esta perspetiva estava associada à perceção de que os fenómenos atuais da flexibilização/precarização do trabalho afetariam sobretudo os mais jovens. Embora esta ideia esteja parcialmente correta, no sentido em que são efetivamente estes aqueles que se encontram hoje em situações de grande fragilidade, perante um mercado de trabalho altamente desregulado (Bell e Blachflower, 2010) que os obriga a seguirem “trajetórias yô-yô”, repletas de movimentos não-lineares, oscilatórios e reversíveis (Pais, 2001; Brannen e Nilsen, 2002; Beccardi, 2006; Pais e Ferreira, 2010), a verdade é que, como prova Sennett (2007), estes são processos transversais às diversas gerações. Tal não significa, contudo, que não existam diferenças significativas no modo como as

várias gerações são afetadas pelas transformações em curso na esfera laboral, acabando por justificar o surgimento de alguns focos de tensão e de conflito (Vendramin, 2008).

Um aspeto frequentemente apontado em diferentes estudos prende-se com o facto das gerações mais jovens – aquelas que apresentam mais elevadas qualificações – tenderem a assumir posturas mais exigentes, com maiores expectativas de autorrealização em termos profissionais (Pais, 2001; Vendramin, 2008; Ferreira, 2008). Perante uma conjuntura difícil que, como referido antes, caracteriza-se genericamente por elevados níveis de desemprego, a par de um claro abaixamento das expectativas de vir a conseguir obter vínculos laborais duradouros e a desenvolver um percurso de trabalho linear e cumulativo, aumentam pois as hipóteses de descoincidência entre as expectativas socialmente criadas relativamente ao futuro e os caminhos sinuosos e imprevisíveis da transição para a vida adulta com que muitos jovens hoje se confrontam, frequentemente gerando sensações de “desnorte” (Pais, 2001: 81) que podem ter efeitos traumáticos. Estudos de organismos como a OCDE apontam justamente neste sentido, assinalando que, além dos vários impactos negativos associados a longos períodos de desemprego jovem no tempo presente, existem “cicatrizes permanentes” que perduram no tempo, com reflexos preocupantes na saúde, física e mental, deste segmento populacional (cf. Scarpetta *et al.*, 2010: 4).

Trata-se, porém, de um problema com contornos mais vastos e transversais a trabalhadores de diferentes gerações. Vários pensadores e investigadores têm procurado analisar as dificuldades de “ajustamento” dos trabalhadores – independentemente da sua idade – a este “novo capitalismo” (Sennett, 2006, 2007), explorando as ligações e repercussões que estabelecem com a proliferação de inúmeras doenças, algumas delas recentes, de foro físico e mental, como sejam a fadiga física e/ou psíquica, o *stress*, a depressão, a síndrome de *burnout*, entre outras (cf. Alves, 2008; Vizzaccaro-Amaral *et al.*, 2011; Boever e Neidich, 2013; Neidich, 2014; Han, 2014; Crary, 2014; Berardi, 2009, 2015). Por um lado, a recente profusão destes problemas de saúde deve enquadrar-se num contexto que, como vimos, o trabalho se tornou cada vez mais abstrato e “virtual”, imiscuindo-se de forma (quase) totalizante nos diversos espaços e temporalidades que compõem a vivência quotidiana dos indivíduos (Gregg, 2010, 2011; Qiu *et al.* 2014). Por outro, relaciona-se com o modo como, nas últimas décadas, se foi gradualmente afirmando uma nova conceção de trabalhador, assente no pressuposto de uma disponibilidade (quase) permanente para se envolver em tarefas do foro profissional. Como evidencia Jonathan Crary (2014) assiste-se hoje a jornadas laborais

com ritmos cada vez mais intensos, por vezes quase ininterruptos, que tendem a esbater as tradicionais barreiras entre os tempos de trabalho e os de lazer e descanso, criando uma série de efeitos nefastos ao nível da exaustão, física e mental, dos indivíduos. Finalmente, importa ainda sublinhar que este recente *boom* de novas doenças afeta não apenas os indivíduos inseridos, de um modo relativamente estável, no mercado de trabalho, como abrange também aqueles outros com vínculos laborais precários ou que estão temporariamente afastados do mercado laboral, em situação de desemprego, e que são permanentemente confrontados com exigências de “investimento em si”, criando *por si próprios* condições de melhoria da sua empregabilidade, reforçando o seu capital humano e assumindo-se enquanto empresários de si próprios.

O aumento da perceção de que os trabalhadores estão cada vez mais desprotegidos, nomeadamente do ponto de vista legal, e o conseqüente incremento dos sentimentos de insegurança e medo do desemprego, reflete-se na forte tendência para uma atomização e individualização das relações sócio-laborais, conforme já vimos, o que, por seu turno, contribui igualmente para reduzir a capacidade de mobilização e contestação coletiva, nomeadamente através das forças sindicais e de outras organizações socioprofissionais (Estanque, 2008, 2011, 2012; Estanque e Costa, 2011).

Os motivos que explicam o processo de decadência dos sindicatos, nos últimos anos, são múltiplos e complexos, estando parcialmente ancorados em contextos histórico-sociais específicos.⁵² Recorde-se, numa apreciação genérica, que o movimento sindical não ficou, de modo algum, imune quer ao conjunto de alterações operadas na legislação de trabalho, tendentes a uma crescente flexibilização do mercado laboral, reduzindo dramaticamente os direitos dos trabalhadores, quer às transformações relacionadas com os novos modelos de gestão empresarial que, desde os anos 1990, têm sido amplamente difundidos e implementados um pouco por toda a Europa (Boltanski e Chiapello, 1999). Com efeito, a introdução de medidas como a adoção de esquemas remuneratórios individualizados ou o estabelecimento de *metas* e *objetivos* individuais para cada *colaborador* têm-se revelado hostis à ação sindical e à negociação coletiva.⁵³ Nalgumas empresas houve mesmo “políticas de perseguição e repressão” da militância sindical,

⁵² Para uma análise das especificidades do caso português, cf. Estanque, 2011, 2012.

⁵³ Giovanni Alves (2008) refere que este tipo de procedimentos de gestão revela-se particularmente eficaz na contenção e vigilância de conflitos no interior das empresas, na medida em que não só apelam à permanente mobilização/cooperação dos vários trabalhadores da empresa, como convertem os próprios trabalhadores em vigilantes ativos dos seus colegas de trabalho, garantindo que estes cumprem adequadamente as tarefas para que o coletivo seja bem-sucedido. Deste modo, é o próprio sistema de avaliação que, simultaneamente, estimula a competição individual entre trabalhadores e reforça a cooperação entre eles, embora apenas no sentido de maximizar os resultados para a empresa.

procurando restringi-la ao mínimo (Visser, 1994 *apud* Fonseca, 2010: 5). Por outro lado, à medida que os vínculos laborais se precarizam, aumenta a ansiedade e o medo do desemprego, o que contribui para esmorecer a determinação dos trabalhadores em se sindicalizarem. Elísio Estanque (2011:14) refere ainda que, nos últimos anos, criou-se uma espécie de “estigma anti-sindical” que invadiu a esfera pública, tornando os sindicatos em alvos apetecíveis do poder económico e político, o que também terá contribuído para o decréscimo de trabalhadores sindicalizados.

Ao conjunto de fatores *externos* aos sindicatos, antes referidos, somam-se outros, de cariz essencialmente *interno*. Hermes Costa considera inquestionável que, nas últimas décadas, “muitas [organizações sindicais] se mantiveram “masculinas”, “brancas”, pouco rejuvenescidas e, portanto, pouco disponíveis para a mudança e inovação” (Costa, 2011: 43). É pois necessário, argumenta, operar um movimento de mudança em duplo sentido: *para dentro*, renovando as estruturas e pensamento destas organizações, mas também *para fora*, veiculando uma nova imagem dos sindicatos junto da opinião pública. Outro desafio fundamental consiste no reforço da democracia interna nos sindicatos, designadamente através de práticas mais transparentes (Costa, 2011: 43-44). É justamente neste contexto que se assistiu, nas últimas duas décadas, à emergência de “novos actores sociolaborais” (Estanque, 2011, 2012) que, frequentemente à margem dos tradicionais partidos políticos e movimentos sindicais, têm procurado combater a crescente precarização das condições de trabalho na Europa que, nesta perspetiva, incluem não só a já referida proliferação de formas atípicas de emprego ou subemprego, mas também o trabalho ilegal (frequentemente “alimentado” por redes de imigração clandestina) e o cronicamente elevado volume de desemprego (especialmente jovem). Este “movimento precário europeu” (Neilson e Rossiter, 2008: 52) assumiu um perfil bastante amplo e diversificado, em larga medida decorrente do conjunto diferenciado de indivíduos e grupos de ativistas que foi agregando em torno do combate à precariedade. Um dos acontecimentos mais emblemáticos, em geral apontado como estando na génese desta rede informal e globalizada de movimentos e coletivos anti-precariedade, é o *EuroMayDay* – a “parada contra a precariedade” que se iniciou a 1 de Maio de 2001, em Milão, estendendo-se a toda a Europa, a partir 2004.⁵⁴ Ao *EuroMayDay* têm-se somado outras iniciativas, igualmente com enfoque no combate à precariedade laboral (Brophy e Peuter, 2007; Neilson e Rossiter, 2005, 2008; Mattoni, 2008; Murgia, 2014).

⁵⁴ Em Portugal, a primeira marcha *MayDay* dá-se em 2007. Sobre a experiência de luta anti-precariedade em Portugal, cf. Fonseca, 2010; Estanque, 2011, 2012; Soeiro, 2015.

Estes *novos movimentos globais*⁵⁵ anti-precariedade apresentam diversos aspetos diferenciadores comparativamente aos “tradicionais” partidos políticos e sindicatos. Desde logo, as estruturas de organização e de representação destes tipo de movimentos são bastante mais “leves”, flexíveis e desburocratizadas do que a generalidade das estruturas sindicais que, como vimos, se caracterizam por mais rigidez, fruto de um organigrama substancialmente mais hierarquizado, burocratizado e envelhecido.⁵⁶ Destacam-se ainda, por outro lado, por uma hábil e intensiva utilização da Internet (nomeadamente, através de uma presença assídua em *sites*, blogues, redes sociais, etc.), o que possibilita uma rápida difusão de informação, a múltiplos e diversificados níveis local, nacional, transnacional (Waterman, 2002; Kingsnorth, 2003; Rebelo, 2003; McDonald, 2006; Estanque, 2008), facilitando a (auto-)organização de novos coletivos, bem como a própria gestão de receios, ao reduzir os riscos de represálias individuais. Finalmente, demonstram grande capacidade para conceber e realizar de diversas ações de protesto com um carácter, mais ou menos, espetacular e/ou imprevisto, o que evidencia o elevado potencial associado a estas novas formas de mobilização coletiva, ao mesmo tempo que coloca “a nu” as crescentes dificuldades de mobilização das estruturas sindicatos através do recurso aos seus métodos tradicionais.⁵⁷

O forte impacto mediático de algumas destas iniciativas foi crucial para colocar o tema da precariedade local nas sociedades contemporânea na agenda política e mediática, antecipando o *boom* da reflexão académica sobre esta temática que, curiosamente, se irá desenvolver posteriormente, num período de um certo declínio destes movimentos (Neilson e Rossiter, 2008: 53; Murgia, 2014: 53).⁵⁸

Com efeito, desde a primeira década de 2000 que a controversa e polissémica noção de *precariedade* (Barbier, 2005) tem-se vindo a expandir e a afirmar internacionalmente,

⁵⁵ Seguimos aqui Kevin McDonald (2006) e Michel Wieviorka (2010) que distinguem estes novos movimentos globais dos novos movimentos sociais que surgiram nas décadas de 1960e 1970, amplamente teorizados por autores como Alain Touraine ou Jürgen Habermas.

⁵⁶ A este propósito, Brophy e De Peuter referem: “An essential component of precarity-based activism has been its emphasis on developing forms of representation and organization adequate to the conditions of precarious employment. Disenchanted by the hierarchical and bureaucratic structures of certain unions, the precariat has favored organizing in affinity-based networks and sector-specific agencies.” (2007: 185).

⁵⁷ Importa, em todo o caso, salientar que este contexto de “crise institucional” pode vir a constituir, se adequadamente aproveitado, uma excelente oportunidade de renovação dos “velhos” movimentos sociais. Neste sentido, autores como Elísio Estanque e Hermes Costa (2011), entre outros, vislumbram já alguns sinais positivos no campo sindical, embora reconheçam serem ainda bastante insuficientes.

⁵⁸ Note-se que esta reflexão de Neilson e Rossiter (2008: 53) tem sobretudo em consideração o contexto anglo-saxónico, sendo, por isso, importante referir que, desde a década de 1980, havia já tradição de estudo e reflexão sobre o tema da precariedade laboral, nomeadamente em França (cf. Barbier, 2005). Na literatura científica anglo-saxónica o termo *precarity* surge bastante mais tardiamente, concorrendo com as noções de *flexibilization* e *casualization* (cf. Barbier, 2005; Arnold e Bongiovi, 2013).

adquirindo novos contornos e matizes (Neilson e Coté, 2014: 3-5).⁵⁹ Por um lado, descreve, conforme vimos, o processo de acelerada expansão, nas sociedades ocidentais, das diversas modalidades de trabalho atípico, subemprego, trabalho a tempo parcial, trabalho em regime *freelance*, etc. Mas, por outro lado, a noção de precariedade vai ainda associar-se à (otimista) possibilidade de mudança, emancipação e revolta de um novo tipo de proletariado pós-fordista emergente (Gill e Pratt, 2008: 10) que distintos autores têm vindo a classificar de forma relativamente diversa e, como bem observa Cyprien Tasset (2013), com níveis de aprofundamento também eles bastante variáveis: “cybertariado” (Gill, 2003; Huws, 2003, 2014); “(novos) intelectuais precários” (Rambach e Rambach, 2001, 2009; Moureau, 2007; Tasset *et al*, 2013; Tasset, 2015); “cognitariado” (Berardi, 2005, 2009; Negri, 2008; Miller e Ahluwalia, 2012; Maxwell e Miller, 2013; Miller, 2015, 2016); e, em sentido mais amplo e genérico, a noção de “preariado” (Castel, 2007, 2009; Standing, 2014a, 2014b; Contarini e Marsi, 2014a). Vários autores têm defendido que o *processo de precarização* em curso nas sociedades ocidentais contemporâneas poderá agregar um conjunto vasto de atores sociais que, embora ocupando posições bastante distintas na estrutura social (em sentido alargado), partilham de uma mesma *condição precária*, estando *potencialmente* disponíveis para se associarem em prol de *reivindicações comuns* (cf. Virno, 2004; Hardt e Negri, 2004, 2005, 2009; Borphy e Peuter, 2007; Standing, 2014a, 2014b; Lorey, 2010, 2015). A mobilização deste conjunto vasto e heterogêneo de indivíduos em situação precária – que Virno (2004), Hardt e Negri (2004, 2005, 2009), entre outros autores próximos do pensamento pós-*operaísta* ou marxista autonomista, designam de *multidão* – constitui, contudo, um desafio árduo e complexo, atendendo nomeadamente ao elevado grau de “normalização da precarização” nas sociedades contemporâneas que, como reconhece Isabell Lorey (2015: 61), dificulta a transformação deste potencial em efetiva capacidade mobilização e ação política. Também Guy Standing (2014a), por seu turno, salienta na sua análise as dificuldades de mobilização que são geradas pela elevada fragmentação e diversidade de posições e interesses existente entre esta nova classe em formação, que o autor designa de *preariado*⁶⁰, o que se reflete no escasso alcance e longevidade/continuidade que têm tido muitos dos movimentos anti-precariedade.

⁵⁹ Note-se que, para alguns autores, a noção de precariedade assume contornos mais amplos, extravasando a esfera estritamente laboral (cf. Lazzarato, 2004; Butler, 2004; Lorey, 2015).

⁶⁰ Standing (2014a) estabelece seis grupos que integram o *preariado*, formando assim uma espécie de *continuum* em termos de acesso a diferentes direitos cívicos e culturais, bem como a distintas formas de segurança socioeconómica e laboral. De ordem decrescente, são eles: (i) a elite; (ii) os assalariados

Diferentes autores revelam forte ceticismo relativamente a uma conceção tão abrangente e heterogénea da noção de *precariedade*, questionando a efetiva capacidade dos novos movimentos globais anti-precariedade para estabelecerem redes de solidariedade e confiança mútua em torno de uma “causa comum” que consiga agregar grupos sociais e socioprofissionais tão díspares (Mitropoulos, 2005; Gill e Pratt, 2008; Hesmondhalgh, 2008: 564-566; Hesmondhalgh e Baker, 2008, 2011; Lee, 2013a: 6-7). Por outro lado, este questionamento crítico relaciona-se ainda com o carácter relativamente genérico, ou até difuso, do conceito de *trabalho imaterial* que, como vimos, é central no pensamento teórico pós-operaiста ou marxista autonomista (ex. Lazzarato, 1996; Hardt e Negri, 2004). Com efeito, à semelhança de alguma retórica em torno da Nova Economia⁶¹, os autores pós-operaiстas ou marxistas autonomistas tendem a inserir na mesma categoria de *trabalhadores imateriais* profissionais com características muito diversas – dos operadores de *call center* aos investidores financeiros, passando pelos *webdesigners*, por exemplo – que, na verdade, parecem partilhar entre si pouco mais do que um uso intensivo e quotidiano das NTIC, menosprezando as especificidades do trabalho que desenvolvem, bem como os desequilíbrios evidentes em termos de autonomia, recursos disponíveis, etc. (Hesmondhalgh, 2008: 564-566; Hesmondhalgh e Baker, 2008, 2011; Gill e Pratt, 2008; Lee, 2013a:6-7; Brouillette, 2009; Roberts, 2015: 234-236; Oakley, 2009c: 45-46).⁶²

Outros autores criticam o carácter a-histórico desta conceção de precariedade, frisando que, embora esta configure uma situação nova para muitos trabalhadores ocidentais, dotados de boas qualificações académicos e oriundos de contextos de classe média, tal

(*salarial*, categoria que inclui funcionários públicos); (iii) os *proficians* (contração em inglês das palavras profissionais e técnicos – i.e., trabalhadores com altos salários, qualificações e capacidade de negociação, normalmente com estatuto independente e que veem positivamente a mobilidade e a ausência de contratos fixos); (iv) a “classe operária”; (v) os desempregados; e, por fim, (vi) os “desajustados” ou “excluídos”.

⁶¹ Embora reconhecendo as distintas filiações teóricas e ideológicas, alguns autores identificam alguns pontos de convergência entre as teses pós-operaiстas ou marxistas autonomistas acerca da hegemonia do *trabalho imaterial* no capitalismo contemporâneo e as teses de Florida em torno da atual relevância da *classe criativa* (cf. Brouillette, 2009; Roberts, 2015: 234-236; Oakley, 2009c: 45-46; Gill e Pratt, 2008). Sarah Brouillette sintetiza do seguinte modo os eixos centrais de confluência destas duas perspetivas teóricas: “The Floridean and autonomist viewpoints are thus similar in their assumption that creativity and capital are merged now in some novel ways, as the production of various kinds of symbolic content – information, entertainment, art – have ostensibly become economically dominant, and as artists’ vaunted resistance to routine work has been thus generalized throughout the workforce. (...) Thus, where Florida and the autonomists confer, we find an image of an economy in which individual human creativity has become the vanguard driving force and key productive engine.” (2009: 146).

⁶² Esta crítica relaciona-se ainda com uma outra, desta feita a propósito de algumas das debilidades identificadas no conceito de *multidão* (Virno, 2004; Hardt e Negri, 2004, 2005, 2009) que, na perspetiva de Christian Fuchs (2011a), exigiria um desenvolvimento mais detalhado, nomeadamente em termos de uma análise de classe, de forma a revelar os diferentes posicionamentos e interesses em questão.

não significa, contudo, que a precariedade não tenha uma longa tradição, afetando de modo particular as mulheres, as minorias étnicas e os imigrantes (Mitropoulos, 2005; Fantone, 2007; Fortunati, 2007; Neilson e Rossiter, 2008; Roberts, 2015: 234-236; Neilson e Coté, 2014: 3-5). Importa ainda não esquecer, por outro lado, a persistência de sólidas assimetrias laborais entre os hemisférios Norte e Sul do planeta, que decorrem do processo de globalização e reorganização capitalista contemporânea, no seio da qual se instituiu uma “nova divisão internacional do trabalho” (Fröbel *et al.*, 1981). De facto, nas últimas décadas operou-se uma profunda reorganização global do processo produtivo que levou a uma realocização, total ou parcial, dos processos de produção para locais onde a mão-de-obra é mais barata, disciplinada e menos regulada, subcontratando, em regime de *outsourcing* ou de parceria (Huws, 2014; Sklair, 2002). Justamente neste sentido, Angela Mitropoulos (2005) afirma: “on a global scale (...) precarity is and always has been the standard experience of work in capitalism”.

Em todo o caso, é importante não deixar de salientar o forte impacto deste conjunto de contributos críticos do capitalismo contemporâneo – considerando, em especial aqueles próximos da corrente pós-operáista ou marxista autonomista – cujos “ecos” ultrapassaram, como vimos, os limites da academia, assumindo um papel relevante na renovação do pensamento crítico sobre algumas das dimensões mais preocupantes dos processos de transformação em curso na esfera do trabalho e da economia, contribuindo decisivamente para a reinvenção dos modos de organização e ativismo sócio-laboral. Como veremos, tem sido, em boa medida, a partir do diálogo entre a esfera académica, as práticas artísticas e criativas contemporâneas e os novos movimento sócio-laborais que se tem vindo a questionar o carácter modelar dos artistas e *criativos* à luz das novas formas de organização do trabalho que caracterizam o capitalismo contemporâneo, reivindicando e propondo alternativas políticas à precariedade laboral no SCC.

2.2. Artistas e criativos como figuras modelares do “espírito do novo capitalismo”

Nas últimas décadas, artistas e *criativos* têm vindo, de algum modo, a constituir-se como figuras modelares do capitalismo tardio. Para melhor interpretarmos esta posição, procura-se analisar, de seguida, as características fundamentais dos mercados de trabalho no SCC, recorrendo para tal à revisão dos principais contributos que resultam de vários

estudos e reflexões, sobretudo de pendor sociológico e económico, sobre os contornos, condições e modalidades específicas em que se desenvolve hoje o *trabalho criativo*.

É relativamente recente a atenção que as ciências sociais – e a sociologia, em particular – dedicam aos mercados de trabalho em domínios artísticos, culturais e criativos, bem como às condições específicas em que diferentes profissionais relacionados com o SCC realizam o seu trabalho. Este desinteresse deveu-se, por um lado, ao longo predomínio de uma visão romântica sobre o ofício de artistas e intelectuais que conduziu a um certo “menosprezo” por um tipo de atividade que, na verdade, não era considerada por muitos cientistas sociais como uma profissão “a sério”. Esta questão relaciona-se ainda com a longa persistência de uma ideia romântica e, em larga medida, romantizada de uma autonomia do campo artístico (Bourdieu, 1996b, 2010b), separando assim a atividade dos artistas da vida quotidiana (Oakley, 2009c: 15; Alexander e Bowler, 2014: 3). Além disso, a associação da atividade artística e criativa a uma dimensão lúdica e prazerosa, bem como a perceção destes domínios como sendo muito pouco estruturados do ponto de vista económico, terão igualmente contribuído para prolongar este desinteresse e “alimentar” um duradouro preconceito de muitos sociólogos do trabalho quanto às áreas artísticas e culturais (Banks, 2007: 8; Dean e Jones, 2003: 531; Oakley, 2009c: 15).

Por outro lado, a perspetiva crítica da Escola de Frankfurt acerca da emergência de uma indústria cultural no contexto do pós-guerra contribuiu decisivamente para “alimentar” um persistente desinteresse das ciências sociais pelo estudo dos modelos de organização do mercado de trabalho em áreas relacionadas com as artes e com a cultura. Na verdade, embora Adorno e Horkheimer (2006; Adorno, 2003) tenham, no essencial, ignorado as questões do trabalho, não deixaram, contudo, de apresentar uma visão profundamente negativa relativamente aos artistas envolvidos na edificação desta indústria da cultura, enfatizando aspetos como a alienação e a escassa autonomia individuais, decorrentes dos ritmos de produção acelerados e fortemente estandardizados, absorvendo-os pelo “sistema” sem terem verdadeiramente espaço para refletir sobre o significado estético, cultural e político do que produzem (Banks, 2007: 17-19, 25-26; Lee, 2013a: 3).

Apesar de algumas resistências e desconfortos, que ainda hoje é possível encontrar, inclusivamente no seio da academia, relativamente à possibilidade de se desenvolver a análise sociológica da produção artística, cultural e criativa como domínio específico de trabalho (Oakley, 2009c: 16-26; Oakley, 2009d: 283-284), importa reconhecer que relevantes alterações têm vindo, de forma gradual, a ocorrer desde finais dos anos 1970.

Este processo encontra-se estreitamente relacionado com o próprio desenvolvimento da sociologia da arte e da cultura, enquanto subcampo disciplinar que se vai gradualmente autonomizar-se a partir da década de 1960, libertando-se então das velhas tutelas da estética e da história de arte (cf. Heinich, 2004: 40-41; Alexander e Bowler, 2014: 2-5). Persistiu, contudo, ao longo dos anos 1960 e boa parte das duas décadas seguintes, algum desinteresse pela análise sociológica das profissões artísticas (Freidson, 1986). De facto, só a partir da segunda metade dos anos 1980 é que surgem investigações empíricas sobre o mercado de trabalho no campo artístico, muitas delas com um forte pendor quantitativo – beneficiando da recolha e tratamento de dados estatísticos oficiais sobre cultura que, *grosso modo*, se inicia neste período (Shaw, 2004).

Neste contexto, destacam-se investigações sociológicas pioneiras realizadas em França, a partir dos anos 1980 e 1990 – acompanhadas, de modo menos pronunciado, por pesquisas realizados noutros contextos⁶³ –, com enfoque em alguns domínios artísticos específicos como o das artes plásticas (ex. Moulin, 1983, 1992; Moulin *et al.*, 1985; Singly, 1986), teatro (ex. Menger, 1997; Paradeise, 1998), música *jazz* (ex. Coulangeon, 1999, 2004; Buscatto, 2004, 2007) ou dança (ex. Sorignet, 2010). Estas investigações sociológicas foram ainda acompanhadas por um crescente interesse dos economistas da cultura – subdisciplina que também se desenvolveu neste período – pelo estudo dos mercados de trabalho no setor das artes e da cultura (Benhamou, 2008: 19-28, 2011). Note-se ainda, por último, que a evolução do conhecimento científico nestas matérias acompanhou, a par e passo, a crescente necessidade política de produzir indicadores estatísticos sobre o SCC (Shaw, 2004; Heinich, 2004).

Numa leitura global, e necessariamente sintética, das várias pesquisas desenvolvidas no âmbito da sociologia e da economia das artes e da cultura, podem identificar-se algumas características chave associadas às profissões artísticas. Realce-se, em primeiro lugar, a ligação do trabalho artístico a formas atípicas de emprego, decorrente, nomeadamente, da tendência para os artistas se envolverem em vários *projetos* em simultâneo; das habituais situações de autoemprego e de trabalho em regime *freelance*; bem como das frequentes situações de trabalho irregular, dispendo de contratos de curta-duração e de uma escassa proteção social. Por outro lado, encontramos neste heterogéneo conjunto de

⁶³ Um dos primeiros estudos sociológicos realizados no Reino Unido sobre o mercado de trabalho nas artes e indústrias culturais foi realizado nos anos 1990 por Jane O'Brien e Andrew Feist (1995, 1997), a partir de várias fontes estatísticas oficiais disponíveis. Em paralelo, realiza-se na Bélgica um trabalho pioneiro sobre as características e dinâmicas do mercado de emprego no setor cultural (Mabille, 1994).

profissionais níveis de qualificação geralmente acima da média, sendo igualmente de assinalar uma forte presença de mão-de-obra bastante jovem, com tendência a aumentar. Estes estudos mostram ainda que as perspectivas de evolução das carreiras nestas áreas tendem a ser incertas e sujeitas a diversos riscos, existindo uma forte desigualdade de rendimentos, o que acentua a clivagem entre um pequeno e restrito grupo de “estrelas”, que beneficiam de amplo reconhecimento em termos sociais e materiais, e uma vasta maioria de artistas mal remunerados que, por vezes, estão mesmo em situações de pobreza (Towse, 1992; Menger, 1999, 2005a; Greffe, 1999, 2002a, 2002b, 2007, 2012; Benhamou, 2008: 19-28, 2011; Throsby, 2012). E, contudo, várias pesquisas atestam uma reiterada tendência para os artistas menosprezarem as retribuições financeiras em favor de uma ideia de *vocação*, valorizando formas de gratificação não-remuneradas, de forte pendor simbólico e imaterial (Freidson, 1990; Throsby, 1994; Menger, 1999, 2014; Oakley, 2009c), o que explica que a atividade artística seja frequentemente complementada por outras atividades profissionais que, embora tidas como secundárias, na realidade garantem parte substancial dos rendimentos (Throsby e Hollister, 2003; Throsby e Zednik, 2010, 2011, 2012; Bridgstock, 2005).

Num mercado de trabalho marcado por elevados níveis de concorrência e seletividade (Menger, 2012b, 2014) – agravado pelo constante aumento da mão-de-obra disponível, nomeadamente na Europa, sobretudo a partir dos anos 1980 (Benhamou, 2008: 19-21) –, a construção de reputações sólidas revela-se absolutamente vital. Consequentemente, é habitual os artistas desdobrarem-se em colaborações, participando em variados *projetos*, por vezes em simultâneo, procurando assim aumentar a sua visibilidade, notoriedade e reconhecimento (Towse, 1992; Menger, 1999, 2005a, 2012b; 2014; Greffe, 1999, 2002a, 2002b, 2007, 2012; 2011; Benhamou, 2008: 19-28, 2011; Throsby, 2012). Como bem evidenciam as análises de Menger (2012b, 2014) dos processos de construção das carreiras artísticas de longa duração, embora a acumulação de experiência profissional seja um aspeto absolutamente fulcral nos *meios* artísticos e culturais, é essencial compreender a forma como cada artista procura desenhar a sua trajetória profissional, selecionando criteriosamente os projetos em que participa, bem como os criadores e instituições com quem se relaciona, pois são eles que ajudam a construir a sua reputação no *meio*. Assim, o processo de avaliação da qualidade artística – isto é, do *talento* – está fortemente alicerçado num conjunto de perceções de cariz altamente subjetivo que se desenvolvem sobretudo a partir de sucessivos exercícios de comparação e competição inter-individual (Menger, 2012b, 2014).

Embora haja a tendência para uma crescente institucionalização do ensino artístico, nomeadamente no contexto da Europa e da América do Norte (Ashton e Noonan, 2013; Noonan, 2015), a experiência e a reputação profissionais continuam a ser centrais para alcançar algum tipo de sucesso neste mercado de trabalho (Benhamou, 2011: 70). Consequentemente, ainda prevalece o autodidatismo e a crença na ideia de *dom* (Sapiro, 2007), o que permite que o exercício profissional da atividade artística possa ocorrer sem que o artista disponha de um qualquer diploma de estudos artísticos, nem tão-pouco da aprovação/validação de uma entidade oficial (uma associação ou ordem profissional, por exemplo). Além disso, os *mundos das artes* continuam genericamente a caracterizar-se por um forte individualismo, o que explica que filiações coletivas do tipo profissional ou académico tenham aqui pouca relevância (Heinich, 2004: 75-76; Oakley, 2009d).

A noção de *projeto* encontra-se profundamente ancorada nos modos de organização das práticas artísticas contemporâneas. Segundo Johnnie Gratton e Mark Sheringham (2005), o termo começa por ser utilizado no campo das artes visuais, na década de 1960, para descrever o carácter heterogéneo dos processos e práticas artísticas, assentes em lógicas de forte abertura à colaboração entre artistas, num desejo de esbatimento das fronteiras entre arte e vida quotidiana e de desierarquização das práticas de trabalho artístico. Historicamente, é fundamental a relação que esta noção desenvolve com as vanguardas artísticas, sendo de frisar a questão da temporalidade: na sua génese, projeto constitui uma proposição de futuro delineada a partir de uma ação realizada no presente. Estabelece-se, pois, uma distinção chave entre uma conceção de trabalho quotidiano, entendido como um tipo de atividade profissional rotineira que se realiza no presente, e uma noção de projeto que remete para uma ideia de novidade, de permanente recomeço, rumo ao futuro (Kunst, 2015: 163-165; Bayly, 2013; Groys, 2002). Boris Groys (2002) observa que a noção de projeto tornou-se hoje dominante no mundo das artes, criando uma certa sensação de *dessincronia* dos artistas com o tempo presente, de algum modo isolando-os da vida quotidiana, numa incessante busca por conceber novos projetos, estabelecer redes de colaboração e identificar formas de financiamento e outros apoios que os permitam concretizar. Neste sentido, argumenta Groys, as práticas artísticas contemporâneas têm-se tornado cada vez mais *biopolíticas*, alterando-se profundamente neste processo a relação entre arte e vida – ou, de outra forma, transformando o modo como muitos dos artistas hoje se relacionam com a contemporaneidade. Por seu turno, Bojana Kunst (2015: 175) e Simon Bayly (2013) enfatizam as consequências nefastas ligadas aos efeitos de *stress* e exaustão provocados por esta intensificação crescente dos

ritmos de trabalho nos mundos da arte, colocando os artistas – sobretudo aqueles que operam enquanto *freelancers* ou inseridos em estruturas artísticas de menor dimensão – perante uma permanente pressão para conceber novos projetos que respondam e correspondam *eficazmente* aos valores e interesses (políticos, sociais, económicos, estético-culturais, etc.) dos sistemas de avaliação responsáveis pela gestão da atribuição de financiamento e de outro tipo de apoios a projetos artísticos e culturais. No capítulo anterior vimos já como, desde a década de 1980, as diversas dimensões ligadas à organização, gestão e planeamento de projetos e organizações culturais obtiveram uma crescente centralidade no campo artístico e cultural, num quadro mais amplo de alterações das políticas culturais, frequentemente de orientação neoliberal (Miller e Yúdice, 2002; Belfiore, 2002; O’Connor, 2007, 2011; Silva, 1997; Henriques, 2002). Importa, pois, salientar que tais mudanças têm tido profundas repercussões também nas práticas profissionais dos artistas contemporâneos – nomeadamente, ao despoletarem o surgimento de novas formas de organização do trabalho que assumem tendencialmente contornos cada vez mais flexíveis e, simultaneamente, fomentam lógicas de permanente *investimento em si*.

Também as pesquisas sobre indústrias culturais, que emergem em finais dos anos 1970, nomeadamente em França e no Canadá francófono, foram importantes para desenvolver novas abordagens à análise dos modelos de estruturação e de organização do mercado de trabalho nas várias indústrias culturais. Neste quadro, sobressaem os estudos pioneiros de Bill Ryan (1992) e Bernard Miège (1987, 1989a) que contribuíram para tornar mais abrangente a reflexão sobre os *trabalhadores culturais*, em sentido amplo, ultrapassando assim as análises restritas à atividade artística *stricto sensu*.

Ryan (1992: 124-134) destaca-se pela análise detalhada que desenvolve dos complexos modelos de organização do trabalho nas indústrias culturais identificando uma clara preponderância de lógicas de organização do trabalho *ao projeto*, geralmente exigindo a presença de trabalhadores capazes de assegurar, por vezes simultaneamente, diferentes tipos “funções”, a saber: criativos; técnicos; gestores; *marketeers*; proprietários e direção executiva; trabalhadores não-qualificados e semiquualificados. Nas indústrias culturais estas diferentes funções tendem a assumir contornos algo hierarquizados, estabelecendo-se assim claras distinções, tanto em termos de estatuto remuneratório, como também de estatuto social (*status*), entre proprietários, direção executiva, gestores e *marketeers* (nível mais elevado); criativos e pessoal técnico (nível intermédio); e, por fim, trabalhadores não-qualificados e semiquualificados (nível mais baixo). Um outro

elemento de diferenciação, identificado por Ryan, que também é central na organização do trabalho nas indústrias culturais é o do grau de autonomia e controlo criativo. Ryan dedica particular atenção às relações que se estabelecem entre criadores e gestores, demonstrando que se, por um lado, é sempre necessário assegurar aos criadores alguma autonomia e liberdade relativa, permitindo-lhes que desempenhem convenientemente o seu trabalho criativo; por outro lado, este trabalho criativo é geralmente condicionado por diversas formas de controlo dos processos de produção que visam reduzir os enormes riscos associados à fase inicial do investimento – levando a que as propostas mais arrojadas sejam, em regra, produzidas por empresas de menor escala, apostando os grandes conglomerados industriais (*majors*) em “valores seguros”. A tensão dialética que se estabelece nesta relação – que implica assegurar alguma margem de autonomia criativa para os criadores e, simultaneamente, garantir os bons resultados comerciais ambicionados por gestores e investidores – é, na verdade, um dos eixos fundamentais para equacionar parte da especificidade do trabalho nas indústrias culturais (Hesmondhalgh, 2013: 28, 80-81; Banks, 2007: 29-33).

Em linha com os estudos sociológicos e económicos sobre profissões artísticas, antes referidos, Miège (1987, 1989a) sublinha o excesso de mão-de-obra criativa existente nas indústrias culturais – que apelida de “reservatório de talento” (Miège, 1987: 274) –, o que relaciona com a sua forte atratividade graças às elevadas margens de autonomia e criatividade concedidas a estes trabalhadores, por comparação com outras indústrias. Este excesso de mão-de-obra explica porque frequentemente muitos trabalhadores culturais se encontram em situações de desemprego e insegurança laboral. Repercute-se ainda, por um lado, na tendência para um abaixamento dos salários e, por outro, para um incremento da competição permanente entre artistas e criativos, buscando prémios e outras formas de reconhecimento.⁶⁴ Finalmente, estes estudos sobre indústrias culturais vão ainda evidenciar que os modelos de remuneração aqui preponderantes assentam sobretudo no pagamento de direitos de autor (*royalties*) e de *cachets*, refletindo, assim, modelos organizacionais que, cada vez mais, se baseiam no trabalho *ao projeto*, frequentemente *freelance* e que, não raras vezes, é mal remunerado.

⁶⁴ As exceções a este quadro geral encontram-se, como nota Miège (1987: 274-275), nalgumas indústrias culturais em que o acesso à profissão está sujeito a certas formas de restrição e controlo. Por exemplo, na indústria cinematográfica, este era tipicamente o caso dos sindicatos de atores e de argumentistas. Contudo, o processo de concentração e integração da indústria cinematográfica num número restrito de *majors* levou a uma forte desregulação do mercado de trabalho, generalizando-se o recurso a empresas subcontratadas em regime de *outsourcing* e a *freelancers* individuais, o que inevitavelmente contribuiu para o crescente enfraquecimento do movimento sindical neste área (Blair, 2001, 2009; Blair *et al.* 2003; Miller *et al.*, 2004; Miller, 2015; Randle e Culkin, 2009; Conor, 2010a, 2010b, 2013; Coles, 2012, 2016).

Apesar da inequívoca relevância das investigações realizados por Ryan ou Miège, importa notar o seu carácter relativamente “marginal” no quadro global dos estudos sobre indústrias culturais, tendo só obtido maior reconhecimento académico nos últimos anos (ex. Banks, 2007; Hesmondhalgh, 2013; Hesmondhalgh e Baker, 2011). Com efeito, até ao início de 2000, a maioria das pesquisas sociológicas sobre trabalho em áreas criativas centravam-se em domínios artísticos tidos por mais “tradicional” que, frequentemente, beneficiam de apoios públicos à criação e/ou à apresentação de obras, deixando de parte a generalidade das indústrias culturais e criativas. Simultaneamente, e apesar do *boom* de investigação sobre indústrias culturais e criativas, a partir de meados dos anos 1990, verifica-se que também aqui o enfoque analítico predominante centrou-se, por um lado, no debate teórico-conceitual em torno da delimitação do SCC e, por outro, no estudo das principais transformações ao nível do consumo, produção e circulação/distribuição – incluindo nas relações que estabelecem com o território, através do *efeito de meio* associado aos processos “clusterização” de atividades artísticas, culturais e criativas. Pode, assim, concluir-se que, até ao final do século XX, rarearam análises qualitativas que abordassem, de forma aprofundada, os modos específicos de organização dos mercados de trabalho artístico, cultural e criativo nos seus diferentes subsectores (Hesmondhalgh, 2000, 2008, 2013; Hesmondhalgh e Baker, 2010, 2011; Beck, 2003; Murdock, 2003; Harney, 2010).

Desde então este quadro tem-se vindo a alterar, graças a um conjunto de pesquisas empíricas que abordam as conceções e os modelos de organização do trabalho no SCC, analisando domínios tradicionalmente até então arredados das análises sociológicas – caso, nomeadamente, do design de moda (ex. McRobbie, 1998, 2016; Bill, 2012), do design gráfico e de comunicação (ex. Soar, 2002c; Wijk e Laisink, 2004; Vinodrai, 2006, 2012), do *webdesign* (ex. Kennedy, 2012), dos *new media* (ex. Ross, 2003; Gill, 2002, 2007, 2010; Neff *et al.*, 2005; Neff e Arata, 2007; Neff, 2012), dos videojogos (ex. Dyer-Witheford e De Peuter, 2009), da televisão (ex. Ursell, 1997, 1998, 2000, 2003, 2006; Paterson, 2001, 2010; Lee, 2008; McKinlay, 2009; Grugulis e Stoyanova, 2009, 2012; Hesmondhalgh e Baker, 2008, 2010, 2011; Curtin e Sanson, 2016) ou ainda do cinema (ex. Blair, 2001, 2009; Blair *et al.*, 2003; Miller *et al.*, 2004; Miller, 2015; Randle e Culkin, 2009; Grugulis e Stoyanova, 2009, 2012; Conor, 2010a, 2010b, 2011, 2013; Curtin e Sanson, 2016). Realizadas à margem – e frequentemente até em clara oposição crítica – do *mainstream* dos estudos sobre economia criativa, muitas destas investigações retomam as pesquisas e reflexões desenvolvidas quer por sociólogos e

economistas da arte e cultura, quer pelos teóricos das indústrias culturais, alargando não só o enfoque analítico a outros profissionais e domínios criativos, como introduzindo ainda neste debate sobre *trabalho cultural e/ou criativo*⁶⁵ novas preocupações teóricas. As indústrias culturais e criativas têm sido fortemente impactadas pelos processos de globalização e de acelerada transformação tecnológica das últimas três décadas (Hesmondhaldh, 2013). Entre outras dimensões, tais mudanças tiveram – e têm ainda – impactos profundos nas condições concretas em que se desenvolve o trabalho no SCC, refletindo-se numa crescente complexificação dos modelos de organização do trabalho e no surgimento de novas funções, que acompanham os sucessivos avanços tecnológicos. Por outro lado, a crescente digitalização das práticas laborais em domínios criativos tem permitido acelerar e ampliar um conjunto de processos de trabalho, ao mesmo tempo que, por outro lado, estimula um conjunto de novas rotinas e procedimentos nas práticas de trabalho que, necessariamente, implicam um reequacionar das práticas artísticas e criativas (Julier e Moor, 2009a: 7-9). Simultaneamente, os processos de digitalização têm possibilitado a criação e implementação de novos instrumentos de monitorização, mensuração e, por vezes, de vigilância dos trabalhadores (nomeadamente, aqueles que operam em contextos marcadamente mais empresariais), alterando metodologias e processos de trabalho criativos, nomeadamente através da instituição de novas formas de racionalização deste tipo de atividades (Julier e Moor, 2009a: 10-13; Dorland, 2009). Num quadro geral de acelerada transformação técnica e tecnológica, verifica-se que também no seio das indústrias culturais e criativas têm ocorrido importantes processos de reorganização global da economia capitalista, criando o que Toby Miller designa de NDITC – Nova Divisão Internacional do Trabalho Cultural (Miller e Leger, 2001; Miller *et al.*, 2004; Maxwell e Miller, 2013; Miller, 2015, 2016). Trata-se de uma noção que se inspira diretamente no conceito de “nova divisão internacional do trabalho”, proposto pelo economista Folke Fröbel (Fröbel *et al.*, 1981), antes referido, e que visa descrever a crescente desregulação e flexibilização/precarização das relações laborais no SCC, com efeitos à escala global, nomeadamente através de um crescente recurso ao *outsourcing* e ao trabalho em regime *freelance* com vista a obtenção de significativas

⁶⁵ Em alternativa à ideia mais “clássica” de *trabalho artístico* – ou *trabalho realizado por artistas* – muitos investigadores têm optado por utilizar um outro tipo de terminologia: a de *trabalho cultural e/ou trabalho criativo*. Utilizada de forma alternada e, muitas vezes, de um modo indistinto (ex. Banks *et al.* 2013a), esta terminologia tem, no essencial, por objetivo afastar a análise sociológica de uma conceção romântica do trabalho criativo que associa este tipo de atividade a um conjunto, mais ou menos restrito, de “génios individuais”; ao invés, propõe-se uma análise sociológica focada nos diferentes processos, contextos e representações implicados na atividade dos múltiplos profissionais ligados ao SCC.

reduções nos custos ao longo de toda a extensa “cadeia de valor” da produção industrial em domínios culturais e criativas (concepção, produção, armazenamento, distribuição). Além de Miller, vários outros autores têm vindo a desenvolver análises da NDITC que, metodologicamente, assentam sobretudo em abordagens de matriz macroeconómica e geopolítica, por vezes articuladas com técnicas de pesquisa mais qualitativas (cf. por ex. Christopherson, 2006; Mayer, 2011; Sandoval, 2013; Fuchs e Sandoval, 2015; Szczepanik, 2016; Piñón, 2016; Gray, 2016).

Numa leitura de síntese, estes trabalhos apontam para o claro agravamento das assimetrias laborais entre os hemisférios Norte e Sul do planeta, alertando para as deploráveis condições laborais – geralmente *invisíveis* – em que operam muitos dos trabalhadores envolvidos na produção (industrial) do *hardware* que possibilita a concepção e o visionamento de muitos dos produtos culturais de matriz industrial – incluindo o cinema, a televisão e outro tipo de conteúdos digitais que recorrem abundantemente ao uso das NTIC. Porém, os impactos da NDITC não se circunscrevem ao extenso número de trabalhadores envolvidos nas atividades, geralmente menos qualificadas necessárias à produção industrial de produtos culturais e criativos. Com efeito, também os trabalhadores criativos ocidentais mais qualificados têm sido bastante afetados pela NDIT, na medida em que muitas destas mudanças à escala global têm tido repercussões à escala local, traduzindo-se numa consistente e continuada deterioração das suas condições laborais. Miller *et al.* (2004), na sua análise da indústria cinematográfica de Hollywood, evidenciam exemplarmente este aspeto, demonstrando como os profundos impactos da gradual imposição da NDITC nas condições laborais impostas a realizadores, atores, argumentistas e outros profissionais ligados a este subsetor que se localizam nos EUA. Por exemplo, o crescente recurso ao *outsourcing* permitiu deslocar várias componentes criativas ligadas à criação, produção e pós-produção cinematográfica para locais fora dos EUA com custos de mão-de-obra menores e uma legislação laboral mais “flexível”; simultaneamente, este processo tem contribuído decisivamente para diminuir a presença e capacidade reivindicativa das associações profissionais e sindicais nos EUA, cada vez mais fragilizadas pela expansão do número de profissionais e empresas a operarem em regime de subcontratação, *freelance* ou de parceria/coprodução (cf. Miller *et al.*, 2004; Miller e Leger, 2001).

Por outro lado, muitos estudos recentes sobre o SCC apontam para a preponderância de níveis de qualificação acima da média, indo de encontro às reflexões de autores como Menger (1999, 2005a, 2012a, 2012b, 2014), sobre as profissões artísticas, ou Miège

(1987, 1989a), sobre os mercados de trabalho nas indústrias culturais. Esta característica corresponde a um consistente incremento e diversificação da oferta de ensino (profissional e superior) especializado em áreas artísticas e criativas nos últimos anos (Ashton e Noonan, 2013; Noonan, 2015). Num contexto em que o mercado de trabalho no SCC se revela, cada vez mais, competitivo e adverso do ponto de vista das condições e direitos sócio-laborais, o incremento dos níveis de qualificação relaciona-se ainda com a crescente necessidade de diferenciação sentida por muitos profissionais em atividade, designadamente através da atualização regular dos seus conhecimentos e competências em diferentes domínios (não exclusivamente artísticos e criativos, assumindo crescente relevância áreas com a gestão), tanto em termos formais, como de modo mais informal. Um outro aspeto relevante prende-se com a questão das remunerações. Como referido, é hoje bastante consensual a ideia de que, de modo geral, o estatuto remuneratório dos profissionais criativos tem vindo a degradar-se – ainda que existam diferenças de relevo entre diferentes subsectores, como revelam pesquisas recentes que analisaremos adiante. Importa, contudo, referir que, à semelhança das áreas artísticas *stricto sensu*, também nas indústrias culturais e criativas parece existir uma clara tendência para a remuneração monetária ser recorrentemente subvalorizada pelos trabalhadores, sendo substituída pelo que Menger (1999: 555) designa de formas de “remuneração psíquica” – o “entusiasmo”, a “paixão” ou o “prazer” retirados da atividade criativa. Retoma-se, assim, a reflexão de Ross (2000) sobre as características particulares que definem a *mentalidade dos artistas* que, como vimos anteriormente, está ainda fortemente veiculada a uma conceção romântica e romantizada de trabalho artístico e intelectual que frequentemente se traduz numa *dimensão sacrificial* que leva a que muitos destes trabalhadores a menosprezem as condições materiais que asseguram a sua subsistência e bem-estar em função do profundo comprometimento com o trabalho criativo que desenvolvem. Com efeito, a promessa de alcançar uma “autoexpressão criativa” parece hoje ainda atrair muitos jovens que ambicionam vir a trabalhar no SCC, como bem evidenciam as análises de vários autores (ex. Banks, 2007, 2017; Oakley, 2009c, 2009d; Gill, 2002, 2007, 2010, 2014b; Hesmondhalgh e Baker, 2008, 2010, 2011; McRobbie, 1998, 2002, 2016). Referem ainda Oakley (2009d), Pang (2015) e Brook (2015) que a prevalência deste tipo de visão mitificada do artista talentoso – que atua no mercado de forma *independente e autónoma*, expressando-se através das suas criações, de uma forma eminentemente *individual e autoral* – contribui decisivamente para legitimar e “naturalizar” a exploração laboral reinante no SCC. Pang (2015: 49) atribui uma

particular relevância à questão da *singularidade*, um elemento que continua a ser amplamente valorizado – tanto pelos apologistas, como pelos críticos das indústrias culturais e criativas – e que, argumenta, contribui decisivamente para isolar o trabalhador cultural e criativo, reduzindo as possibilidades de uma mobilização coletiva em prol de melhores condições laborais neste setor.

A retórica (política e mediática) em torno da agenda criativa tem sido acompanhada pelo significativo incremento, sobretudo na Europa e América do Norte, do número de estudantes e de instituições de ensino artístico e criativo (Ashton e Noonan, 2013; Noonan, 2016), e pela notória diversificação dos domínios de atividade profissional no SCC, patente no surgimento de novas profissões, bem como no alargamento de “velhas” ocupações (Dubois, 2013: 16-17). O efeito combinado destes diferentes fatores tem-se refletido num crescente aumento do número de profissionais criativos nos últimos anos e, acima de tudo, na criação – particularmente entre os mais jovens – de expectativas relativamente à exequibilidade de vir a ser efetivamente possível construir um percurso profissional em áreas artísticas, culturais e criativas (Dubois, 2013; McRobbie, 2016).

Neste contexto, vários investigadores constataam que o próprio ensino artístico e criativo tem vindo a incorporar – ainda que, por vezes, de forma algo contraditória – novas preocupações relacionadas com a empregabilidade dos estudantes e o reforço da ligação do ensino superior ao tecido económico local, regional e nacional – aspetos centrais nas atuais agendas de política educativa, nacional e internacional, e que estão, de resto, bem patentes, por exemplo, na recente proliferação de incubadoras, *fablabs* e outro tipo de espaços e iniciativas ligadas ao chamado empreendedorismo criativo em contexto universitário (cf. Comunian e Gilmore, 2015; Comunian *et al.*, 2014b; Gilmore e Comunian, 2016; Moreton, 2016; Benneworth e Dauncey, 2016; Banks e Oakley, 2016; McRobbie, 2016; Bridgstock, 2013; Bridgstock e Cunningham, 2016). Simultaneamente, vários investigadores têm-se analisado o papel desempenhado pelo sistema de ensino e formação artístico e criativo na difusão de uma certa conceção romântica de criatividade e de trabalho artístico, a par da veiculação de determinados “modelos” de conduta de empregabilidade que assentam num conjunto de ideias fortes de *governo neoliberal* – por exemplo, a permanente necessidade de autoatualização, o fomento de um espírito empreendedor e altamente competitivo, o culto de um “espírito de sacrifício” individual, mas também de uma certa “naturalização” e “normalização” das desigualdades e de determinados métodos de (auto)exploração laboral no SCC, tais como os estágios e outras modalidades de trabalhomuito mal remunerado e até gratuito

(cf. Allen, 2013; Allen *et al.*, 2012, 2013; Bill, 2012; McRobbie, 1998, 2016; Oakley, 2009c, 2009d, 2013b; Banks e Oakley, 2016; Oakley e O'Brien, 2016; Banks, 2017).

Nos últimos anos, alguns investigadores têm procurado estudar como os profissionais do SCC – não apenas os jovens – incorporam, reproduzem e autoimpõem-se um conjunto de normas, disposições e hábitos sociais que se tornaram hegemónicos não só neste campo de atividade específico mas que, no fundo, reproduzem lógicas mais globais de *governo neoliberal* que, como vimos antes, marcam a contemporaneidade. Regressamos, assim, às teses de Menger (2005a), de Ross (2000) ou de Greffe (1999), autores pioneiros na identificação do carácter modelar de artistas e outros profissionais das artes, cultura e criatividade no contexto do “novo espírito do capitalismo” (Boltanski e Chiapello, 1999) que, como temos vindo a analisar, encontrou nalgumas características particulares de organização do trabalho artístico, criativo e intelectual uma importante fonte de inspiração.

É precisamente em claro antagonismo com toda esta retórica *mainstream* construída em torno da agenda criativa que celebra entusiasticamente a pretensa “flexibilidade”, “autonomia” e espírito “empreendedor” dos trabalhadores culturais e criativos, que muitas pesquisas sociológicas recentes sobre trabalho criativo têm procurado denunciar as consequências nefastas desta “ideologia da criatividade” (Heartfield, 2008). Alertam, assim, para os diversos aspetos ambíguos e, por vezes, até mesmo contraditórios presentes nesta conceção romântica e “apaixonada” do trabalho criativo que revela, simultaneamente, traços de um forte individualismo e de um certo *ethos* empresarial (McRobbie, 1998, 2002, 2016; Hesmondhalgh e Baker, 2010, 2011; Lee, 2013a). Assinalam, desde logo, como este tipo de retórica tende a negligenciar os altos níveis de competição, exaustão, ansiedade e *stress* a que estão sujeitos estes profissionais, resultado de um setor cujos ritmos de trabalho revelam frequentemente características “bulímicas” (Pratt, 2000, 2002; Gill e Pratt, 2008). Além disso, despreza geralmente aspetos como os baixos salários, a ausência de proteção social e ainda as dificuldades em conciliar a esfera profissional e privada – em especial no caso das mulheres, sobretudo quando se tornam mães (Gill, 2002, 2007, 2014b; McRobbie, 1998, 2016; Allen, 2013; Milestone, 2015; Randle e Culkin, 2009; Randle, 2015; Conor *et al.*, 2015).

A incerteza e o receio de não verem ser cumpridas as suas expectativas profissionais – e também a perceção da crescente insegurança laboral – têm contribuído para agudizar a pressão para que estes trabalhadores ative e permanentemente se “autopromovam”,

buscando assim assegurar novos *projetos* e colaborações (cf. McRobbie, 1998, 2002, 2016; Blair, 2001, 2009; Blair *et al.*, 2003; Currid, 2007; Grugulis e Stoyanova, 2012; Oakley, 2009c; Neff *et al.*, 2005; Neff, 2012; Hesmondhalgh e Baker, 2010, 2011; Gandini, 2013, 2016; Coulson, 2012; Davis *et al.*, 2014). Neste contexto, os mecanismos de *networking* e de *gatekeeping* adquirem crescente relevância e protagonismo, sendo muitas vezes encarados de forma bastante positiva e neutral – uma visão “benigna” que, de algum modo, perpassa transversalmente não só muita da atual retórica política, mediática e empresarial (Ross, 2003; Neff *et al.*, 2005; Neff, 2012), como está também profundamente inculcada nos *meios* artísticos, culturais e criativos, e nas instituições de ensino artístico e criativo (Oakley, 2013b; Banks e Oakley, 2016; Oakley e O’Brien, 2016; Allen, 2013; Allen *et al.*, 2012, 2013; McRobbie, 1998, 2002, 2016). No entanto, vários estudos evidenciam que esta particular preponderância de mecanismos de *networking* e *gatekeeping* nos processos de seleção e recrutamento no SCC tem contribuído para perpetuar modelos de reprodução e de exclusão social, identificando inúmeras e diversificadas situações de nepotismo, sub-representação e discriminação com base no sexo/gênero, na raça/etnia e/ou na classe social (cf. Blair, 2001, 2009; Banks, 2007, 2017; Oakley, 2009c; Oakley e O’Brien, 2016; O’Brien *et al.*, 2016; Lee, 2013b; Grugulis e Stoyanova, 2012; Randle, 2015; Milestone, 2015; Brook *et al.*, 2020). De resto, alguns autores apontam mesmo para que, no decurso da crise e recessão económica global pós-2008, tenha havido mesmo um agravamento das desigualdades, dificultando ainda mais a determinadas classes sociais o acesso e a permanência, enquanto atividade profissional, no SCC. Por exemplo, Keith Randle (2015) descreve como nos últimos anos de crise e recessão as práticas de estágios não-remunerados se tornaram numa condição quase *sine qua non* para a “entrada” nos subsectores do cinema e da televisão no Reino Unido, acabando por afastar todos os que não dispõem de recursos económicos suficientes para aceitar trabalhar em condições precárias, durante períodos cada vez mais prolongados (acima de um ano) – isto é, a disponibilidade de rendimentos próprios e/ou familiares tornou-se *na prática* num fator decisivo para aferir da capacidade dos indivíduos para virem a construir, ou não, uma carreira profissional nestas áreas. Apesar de toda a retórica meritocrática associada ao SCC, investigações recentes permitem concluir que, ao contrário do discurso *mainstream* vigente, estamos perante um processo de acelerada *elitização* do SCC que, na prática, tem vindo a condicionar seriamente o acesso a profissões artísticas, culturais e criativas, restringindo-o aos estratos sociais mais abastados (cf. Eikhof e Warhurst,

2013; Donald *et al.*, 2013; Grant e Buckwold, 2013; O'Brien *et al.*, 2016; Friedman *et al.*, 2016; Oakley e O'Brien, 2016; Brook *et al.*, 2020; Eikhof 2020).

Devem ainda, por outro lado, considerar-se outro tipo de efeitos nefastos associados à permanente exigência de disponibilidade dos trabalhadores culturais e criativos, bem como aos acelerados ritmos de trabalho e aos elevados níveis de competição neste setor. Com efeito, diversos autores têm constatado as crescentes dificuldades reveladas por muitos destes profissionais em dissociarem os períodos laborais dos “tempos livres” que, frequentemente, tendem a assumir-se como um prolongamento da sua jornada de trabalho, criando assim uma espécie de *continuum*. Atendendo à enorme relevância que se revestem o *conhecimento tácito*, os contactos e as relações interpessoais no SCC (Huws, 2006-07: 6-8), tornou-se numa prática corrente e recorrente estender os espaços formais de trabalho para outro tipo de contextos de socialização – seja em eventos sociais de carácter mais formal (como as inaugurações de exposições, as estreias de peças de teatro ou os lançamentos de publicações ou discos, por exemplo), seja em jantares, *cocktail parties* ou noutro tipo de “saídas”, diurnas e noturnas, de cariz mais informal – que, de um modo muitas vezes ambíguo, associam uma dimensão lúdica, de hedonismo, relaxamento e até de prazer, a uma outra dimensão de cariz mais explicitamente laboral e profissional, criando assim uma forte pressão para que os criativos – especialmente os *freelancers* – se mantenham num permanentemente *estado de alerta* para encetar novos contactos, tomar conhecimento de novos projetos, identificar novas oportunidades de trabalho, etc. (cf. Oakley, 2009c: 31-33, 50-51; Banks, 2007; Gill, 2002, 2007, 2014; Ross, 2003; McRobbie, 1998, 2002, 2016; Hesmondhalgh e Baker, 2008, 2010, 2011; Hesmondhalgh, 2013; Neff *et al.*, 2005; Neff, 2012; Lee, 2008, 2013a, 2013b).

Vivenciados frequentemente de forma ambígua, os modos de organização do trabalho prevalentes no SCC têm, na realidade, vários impactos do ponto de vista subjetivo, afetando profundamente a qualidade de vida dos indivíduos. Para além dos já referidos *stress*, exaustão, ansiedade e pressão gerados pelos intensos ritmos de trabalho nas indústrias culturais e criativas (Gill e Pratt, 2008), acrescem aspetos relacionados com a gestão individual de sentimentos como a frustração, a desilusão e o desapontamento que têm sido igualmente destacados nalgumas pesquisas que buscam captar as componentes *emocionais* ou *afetivas* relacionadas com o trabalho cultural e criativo (Gill, 2002, 2007, 2014; Ross, 2003; McRobbie, 1998, 2016; Hesmondhalgh e Baker, 2008, 2010, 2011; Neff *et al.*, 2005; Neff, 2012; Maxwell *et al.*, 2016). Atendendo à elevada concorrência que caracteriza estes mercados de trabalho e, simultaneamente, a crescente atomização e

isolamento dos profissionais do SCC, há um agudizar dos sentimentos de insegurança, receio e medo, levando muitos destes trabalhadores a adotar o que – inspirada no quadro analítico foucaultiano das *tecnologias do eu* – Angela McRobbie (1998, 2002, 2006) designa de mecanismos de “autoexploração”, através dos quais se gerem muitas destas expectativas e sentimentos ambíguos (cf. igualmente Gill, 2002, 2007, 2010, 2014; Ursell, 2000; Hesmondhalgh e Baker, 2008, 2010, 2011; Banks, 2007; Pang, 2015).

Numa postura crítica das perspetivas excessivamente genéricas e abrangentes que, como já vimos, estão patentes em muitos estudos macroeconómicos sobre economia criativa, vários investigadores têm procurado identificar e analisar diferenças e especificidades resultantes da forte heterogeneidade existente entre as várias áreas que integram o SCC. No Reino Unido, por exemplo, várias investigações coordenadas por Roberta Comunian (Comunian *et al.*, 2010, 2011, 2014a, 2015; Faggian *et al.*, 2013, 2014; Abreu *et al.*, 2012) demonstram que, em função da área de especialização (apurada através da licenciatura), mas também do contexto geográfico onde se estudou e onde se trabalha, existem diferenças assinaláveis nas dinâmicas de inserção profissional/empregabilidade (considerando os níveis de flexibilização/precarização, entre outros aspetos), bem como nos níveis de reconhecimento profissional (avaliados essencialmente através dos níveis remuneratórios) entre licenciados em diferentes cursos “criativos” e “não-criativos” (com vantagem para os últimos que, em média, evidenciam posições mais favoráveis nos vários indicadores considerados). São, contudo, também contrastantes as situações entre os diferentes “subgrupos criativos”, destacando-se positivamente os licenciados em “creative media” que, quando comparados com os licenciados em “creative arts and design” e “other creative graduates” se encontram numa condição mais vantajosa – encontrando-se até acima da média dos licenciados “não-criativos”. Foram ainda identificadas diferenças relevantes no interior dos diferentes “subgrupos criativos” em funções de outro tipo de variáveis, incluindo, nomeadamente, o sexo/género, a idade, a raça/etnia, o prestígio de que beneficia a instituição de ensino e média de curso. Finalmente, note-se ainda o claríssimo peso dos grandes centros urbanos, com destaque para Londres, fruto da grande concentração de atividades artístico-culturais e de indústrias culturais e criativas, mas também pelo facto destes territórios beneficiarem de uma grande densidade de redes que, como já vimos, têm hoje um papel fundamental na edificação das carreiras profissionais no SCC, nomeadamente para os mais jovens, recém-licenciados, que estão em busca das suas primeiras oportunidades de trabalho.

Outro aspeto que tem vindo a despertar um crescente interesse diz respeito à análise do mercado de trabalho criativo que extravasa os limites do SCC. Alguns economistas, ligados sobretudo ao *Australian Research Council Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation*, sedado na Queensland University of Technology (QUT), têm explorado esta dimensão do trabalho criativo em domínios ditos “não-criativos”, nomeadamente através do recurso à chamada “Metodologia do Tridente Criativo”, inicialmente desenvolvido por Peter Higgs e Stuart Cunningham (Higgs *et al.*, 2008). Sinteticamente, esta metodologia propõe-se a medir todas as ocupações criativas que se localizam dentro e fora das indústrias criativas, dedicando especial atenção aos setores económicos que, embora considerados “não-criativos”, empregam profissionais de áreas artísticas e criativas; paralelamente, identifica as dimensões de trabalho “não-criativo” dentro das próprias indústrias criativas. Estabelecem-se, assim, os seguintes três grandes tipos de *trabalhadores criativos*: i) “trabalhadores criativos especialistas”, em que todo o trabalho se realiza em setores selecionadas das indústrias criativas; ii) “trabalhadores de apoio”, que diz respeito a profissionais em ocupações “não-criativas” mas que estão envolvidos em atividades de apoio a setores criativos (gestão, serviços administrativos, etc.); iii) “trabalhadores criativos incorporados (*embedded*)”, que representam todos os profissionais criativos que operam em setores ditos “não-criativos” da economia. De acordo com esta “Metodologia do Tridente Criativo”, o total do emprego criativo resulta da soma agregada destas três grandes tipologias de ocupações e estatutos profissionais. Uma das conclusões que resulta das investigações onde esta metodologia foi aplicada (Higgs *et al.*, 2008; Cunningham, 2011; Bakhshi *et al.*, 2013; Hearn *et al.* 2014; Bridgstock e Cunningham, 2016) é que um dos principais *outputs* das indústrias criativas reside na sua grande capacidade para produzir trabalhadores criativos que, crescentemente, operam fora das indústrias criativas, nomeadamente em setores ligados ao digital. Acresce que é precisamente nestas áreas de maior incorporação (*embedded*) da criatividade em setores “não-criativos” que podem encontrar-se alguns dos mais interessantes e bem-sucedidos percursos profissionais na economia criativa (Hearn *et al.*, 2014; Bridgstock e Cunningham, 2016). Estas observações parecem ser, de resto, consistentes com as interpretações de Comunian *et al.* que, como vimos, também apontam para as significativas diferenças existentes, em termos de remuneração e de empregabilidade, entre subsectores do SCC britânico, destacando-se igualmente a posição mais privilegiada de muitos recém-licenciados em áreas criativas relacionadas com domínios tecnologicamente avançados (*creative media*) (Comunian *et al.*, 2010,

2011, 2014a, 2015; Faggian *et al.*, 2013, 2014; Abreu *et al.*, 2012). Num outro estudo, também incidindo no Reino Unido, Dave O'Brien *et al.* (2016) revelam as discrepâncias significativas que encontram, em termos de remunerações, entre trabalhadores criativos assalariados (isto é, excluindo os *freelancers*) que operam em áreas criativas ligadas às NTIC e serviços de *software* e informática, bem como à publicidade, comparativamente com os que laboram noutras áreas do SCC. Na verdade, os subsectores tecnologicamente mais avançados e a publicidade reúnem, em conjunto, cerca de 53% dos salários mais elevados existentes no SCC britânico (O'Brien *et al.*, 2016: 128) – aspeto que reforça o argumento, avançado no capítulo anterior, do importante contributo destes subsectores na fundamentação política e, em sentido mais amplo, em toda a retórica político-mediática erigida em torno do significativo peso e potencial económico associado ao SCC.

É precisamente neste quadro que vários autores ligados ao QUT têm vindo a criticar o que designam de hegemonia da “precarity school of critical media and cultural studies” (Cunningham, 2011: 38), argumentando que, ao invés do que informa e defende parte importante da literatura científica sobre trabalho criativo, a precariedade e insegurança laboral no SCC constitui, na verdade, um fenómeno bastante restrito, estando sobretudo presente em domínios artísticos e culturais em *stricto sensu* (incluindo indústrias culturais), tornando-se bastante mais rarefeito em domínios ditos “não-criativos”⁶⁶ onde, assinalam, um crescente volume de trabalhadores criativos operam (Hearn *et al.*, 2014; Bridgstock e Cunningham, 2016). Recomendam, assim, a revisão crítica de muita da atual literatura científica em torno do trabalho criativo que, na sua perspetiva, além de evidenciar uma visão excessivamente negativa quanto à forma como está estruturado o mercado de trabalho no SCC, que analisa de forma parcelar e incompleta, frequentemente negligenciando a crescente preponderância económica do mercado digital e da Internet que, argumentam, tem vindo a alavancar um importante universo de novas oportunidades profissionais e de negócio para um número crescente de criativos, em favor de uma análise que privilegia essencialmente os domínios artísticos e culturais (cf. Hearn *et al.*, 2014; Bridgstock e Cunningham, 2016).

Embora se trate de perspetivas inequivocamente relevantes, nomeadamente atendendo à sofisticação metodológica que propostas como o “Tridente Criativo” vieram introduzir na caracterização e análise do SCC, especialmente no que toca à compreensão do modo

⁶⁶ Adotando a designação de David Throsby (2001, 2008), conhecido economista da cultura australiano, tratam-se das “indústrias relacionadas” – isto é, domínios industriais cujos *outputs*, embora não sejam eminentemente culturais, permitem consumos culturais e requerem uma forte incorporação (*embeddedness*) de criatividade (cf. ainda KEA European Affairs, 2006; The Work Foundation, 2007).

muito diverso como hoje se estruturam os mercados de trabalho nos vários subsectores criativos (e “não-criativos”), importa, ainda assim, analisar com certa cautela algumas das conclusões retiradas destes estudos. Concretamente, vale a pena observar de forma cautelosa e crítica as conclusões (excessivamente) otimistas retiradas por estes autores, sobretudo no que concerne à *qualidade* do trabalho criativo em sectores “não-criativos”, questionando os limites de um tipo análise produzida a partir de indicadores estatísticos e macroeconómicos que, frequentemente, parece tender a reduzir todas as questões aos níveis remuneratórios auferidos e ao tipo de vínculos socioprofissionais estabelecidos (Murray e Gollmitzer, 2012: 431-432; Monclus, 2016: 121). Hesmondhalgh e Baker (2010, 2011) sustentam que a compreensão sociológica dos processos internos através dos quais os indivíduos procedem à avaliação, valoração e autojustificação da qualidade do trabalho (criativo) que se desenvolvem constitui um grande desafio, em resultado precisamente da sua natureza complexa e multidimensional. Recomendam, por isso, outro tipo de análises, de cariz mais “fino” e detalhado, que não se coadunam com um tipo de abordagem de carácter mais extensivo, assente essencial ou até exclusivamente em indicadores estatísticos e outro tipo de dados quantitativos.

Curiosamente, dois investigadores da QUT, Ruth Bridgstock e Stuart Cunningham, afluam, ainda que de forma bastante breve, estas mesmas questões num artigo recente. Com efeito, a dado passo do seu texto, registam a forma ambivalente como alguns criativos a trabalhar em sectores “não-criativos” lamentam e refletem criticamente sobre o que consideram ser a sua reduzida “margem de criatividade”, por vezes manifestando a expectativa de vir a trabalhar em áreas artístico-culturais, para eles mais estimulantes do ponto de vista criativo – ainda que, simultaneamente, reconheçam serem, em geral, menos “confortáveis” do ponto de vista remuneratório e/ou da segurança e dos direitos socioprofissionais de que beneficiam (Bridgstock e Cunningham, 2016: 20). Na leitura dos autores, este “desconforto” deriva sobretudo de uma deficiente integração dos criativos em domínios da economia “não-criativa”, defendendo uma maior reflexão e consequente intervenção ao nível das práticas pedagógico-formativas. Observam, por um lado, o forte enraizamento e prevalência de uma certa ideologia romântica em torno da ideia de criatividade que, como já referido, continua ainda a marcar o ensino artístico e criativo contemporâneo, “contaminando negativamente” as cosmovisões dos alunos relativamente à ambição de virem a desenvolver uma carreira criativa com um âmbito claramente empresarial. Consideram, por outro lado, que subsiste um importante *handicap* na generalidade dos currículos de cursos artísticos e criativos que, geralmente,

apresentam lacunas graves na abordagem quer à gestão e empreendedorismo criativo, quer aos domínios mais avançados ligados às NTIC, ao digital e à computação – sendo que frequentemente tais lacunas decorrem de défices de competências dos professores que lecionam nestas áreas (*idem*: 20-22). Apelam, pois, a um reequilíbrio nas práticas pedagógico-formativas em áreas artístico-criativas, compatibilizando uma “postura ética e crítica” quanto a alguns dos desequilíbrios nos mercados de trabalho criativo (isto é, uma excessiva flexibilização das relações laborais que prevalece nalguns subtores do SCC) com o que nomeiam de “realismo vocacional”, de modo a equacionar juntamente (i) as aspirações profissionais dos alunos; (ii) as tendências emergente num mercado de trabalho em expansão; e (iii) a macroestrutura das indústrias e mercados em que estes futuros profissionais criativos podem vir a trabalhar (*ibidem*: 22).

Noutra perspetiva, alguns autores têm vindo a enfatizar a importância de incorporar nas análises em torno da questão do trabalho criativo, de uma forma explícita e deliberada, aspetos relacionadas com as especificidades de cada país e cada subsetor, evitando cair na “armadilha” de uma visão demasiado geral, unívoca e até superficial que se revela, na prática, incapaz de distinguir as diferenças e as especificidades que caracterizam cada contexto, em termos históricos, económicos, sociais, políticos, institucionais, etc. (Banks *et al.*, 2013b; Luckman, 2013a; Connor, 2010a, 2010b, 2013; Vinodrai, 2012). Mark Banks *et al.* (2013b: 7-8) frisam a importância de introduzir e/ou reforçar, em muitas destas análises, uma perspetiva sociológica e historicamente mais sólida e consistente que, argumentam, é fundamental para a melhor compreensão dos processos de longa duração que, por vezes de forma discreta mas ainda assim efetiva, contribuem e influem na consolidação de determinadas práticas e conceções de trabalho criativo.

Também Bridget Connor defende que a importância de análises do trabalho criativo historicamente bem informada e fundamentadas, evitando um certo deslumbramento do olhar das ciências sociais perante um vasto e diversificado conjunto de discursos (técnico-políticos, mediáticos e até académicos) em torno da agenda criativa que, como já vimos, permanente apelam a uma ideia de novidade. Neste sentido, afirma que “Theorizing cultural work as necessarily historical as well as contemporaneous allows us to see beyond the strident claims of new-ness embedded within the discourses of the new cultural economy” (Connor, 2013: 53). Combinando a análise de documentação histórica diversa com entrevistas com vários profissionais “no ativo”, as investigações desta socióloga britânica sobre a profissão de argumentista de cinema e o modo como esta se foi desenvolvendo historicamente (Connor, 2010a, 2010b, 2013), demonstram,

por exemplo, a longa persistência de práticas de exploração laboral e como estas foram sendo tacitamente aceites pelos diferentes atores envolvidos no *meio*, o que contribuiu para “moldar” um determinado *ethos* profissional que persiste até hoje. Evidenciam igualmente o processo de longa invisibilização desta profissão no contexto da indústria do cinema e o modo como esta condição de invisibilidade foi sendo estrategicamente utilizado para promover uma determinada conceção de profissionalismo neste setor – não sem tensões ou contradições, é certo, as quais resultam das recorrentes ambições autorais e criativas de muitos destes profissionais e do modo ambivalente como estes se foram relacionando com esta sua condição de “invisíveis”, criando-se neste processo um determinado sentido de *comunidade* cujo sentido histórico se prolonga até hoje e que, argumenta Connor, é chave para a compreensão da atual configuração deste *campo*. Finalmente, este tipo de análise sociológica, bem ancorada do ponto de vista histórico, permite-nos ainda discutir, de forma mais aprofundada e fundamentada, as inúmeras transformações que ocorreram numa determinada profissão artística, cultural e criativa ao longo do tempo, identificando assim os elementos de continuidade e de rutura.

Por outro lado, alguns autores assinalam a importância do contexto socioeconómico em que os atores se inserem e movimentam, influenciando a configuração de conceções, por vezes bastante distintas, de trabalho criativo. Marco Pedroni e Paolo Volonté (2014) desenvolvem uma interessante investigação no domínio do design de moda, explorando as diferentes conceções do valor artístico associado a este tipo de produção cultural. Para tal, desenvolvem uma análise comparativa de diferentes conceções de trabalho criativo em moda, a partir de entrevistas realizadas com designers a operar em dois dos mais importantes centros de moda mundial: Milão e Londres. Os autores concluem que os diferentes contextos de formação e de profissionalização são determinantes nas diferentes conceções do trabalho neste domínio criativo, sendo que, no caso de Londres, muitos dos entrevistados revelam-se próximos de um entendimento autoral-artístico do trabalho criativo, tendendo a privilegiar e/ou valorizar abordagens consideradas menos “comerciais”, que se distanciam da ideia mais industrializada e massificada da moda; pelo contrário, em Milão, contexto profundamente marcado pela indústria do têxtil e vestuário que, contrariamente a Londres, ainda mantém hoje uma forte dinâmica, encontramos conceções bastante diversas do trabalho criativo em design de moda que, em geral, privilegiam dimensões mais pragmáticas ligadas à “cultura da usabilidade” (Pedroni e Volonté, 2014: 115) e, sobretudo, evidenciam uma visão bastante crítica de conceções (para-)artísticas do design de moda. Estas diferentes conceções de trabalho

criativo parecem ser decisivamente “moldadas” por uma proximidade distinta a um contexto industrial ao qual a indústria da moda está intrinsecamente ligada. Com efeito, a própria inserção, desde o período de formação, num setor fortemente industrializado, como é o setor do têxtil e vestuário italiano, parece contribuir de forma relevante para que os designers milaneses adotem uma conceção menos “autoral” e individualista, concebendo o seu ofício como um trabalho coletivo. Pelo contrário, a generalidade dos designers londrinos têm um processo de formação bastante diverso que, em geral, ocorre em contextos bem mais distanciados da indústria, adotando frequentemente uma orientação mais “artística” e “experimental” – elementos que estes tendem a valorizar, perspetivando o seu trabalho criativo de modo muito mais individualista, encarando-o enquanto expressão da sua “marca” de autor.

Como vimos anteriormente, algumas pesquisas levadas a cabo recentemente procuram analisar, a partir sobretudo de indicadores estatísticos, a diversidade de trajetórias profissionais e processos de inserção no mercado de trabalho, considerando diferentes subsectores criativos e diferentes mercados em que estes profissionais operam. Mais pontualmente, e adotando sobretudo metodologias de pendor mais qualitativo, alguns investigadores têm procurado igualmente explorar algumas destas preocupações, tentando identificar e compreender, sob perspetivas diversas e numa lógica comparativa, as principais diferenças e convergências, em matéria de práticas laborais e representações relacionadas com trabalho criativo em diversos subsectores: cinema (Blair *et al.*, 2003; Conor, 2010a, 2010b, 2013), design (Vinodrai, 2012), design de moda (Pedroni e Volonté, 2014; McRobbie *et al.*, 2016) e música *jazz* (Umney, 2016).⁶⁷

Neste contexto, destaca-se a investigação de geógrafa Tara Vinodrai (2012) sobre o design em duas cidades com características diferenciadas – Toronto (Canadá), com uma economia de mercado de forte orientação liberal, e Copenhaga (Dinamarca), onde existe maior rigidez em termos de coordenação de políticas económicas e sociais – procurando estudar como diferentes empresas e profissionais deste setor reagiram à grande recessão económica global de 2008. Este constitui um exemplo interessante de abordagem que, de certo modo, complexifica a perspetiva tradicional da geografia económica sobre estes processos, incorporando outro tipo preocupações que, pelo menos em parte, decorrem desta recente vaga de investigações sociológicas sobre trabalho em áreas criativas e do

⁶⁷ Embora não adotem uma lógica de análise comparativa, é também uma referência importante o estudo de Hesmondhalgh e Baker (2008, 2010, 2011) sobre as conceções e os modos de organização do trabalho criativo em três indústrias culturais: produção televisiva, indústria fonográfica e edição de revistas.

conjunto de dados e reflexões sobre as suas características. Esta pesquisa aponta para a utilidade da análise considerar os diferentes contextos institucionais, incluindo os apoios públicos disponibilizados aos profissionais do SCC que permitiram mitigar os impactos desta crise. No estudo, sobressai o caso dinamarquês onde os instrumentos públicos disponibilizados parecem ter permitido a muitos designers superar situações de maior precariedade laboral e desemprego, criando simultaneamente condições propiciadoras de algum empreendedorismo, inovação e assunção de riscos entre estes profissionais, mesmo num período de crise e recessão económica.

Também o estudo de Charles Umney (2016) sobre músicos de *jazz* profissionais em Paris e Londres demonstra a importância da análise comparativa de diferentes contextos institucionais, considerar aspetos relacionados com a regulação sócio-laboral, avaliando as suas repercussões quer nos diferentes modos de organização do mercado de trabalho, quer na forma como condicionam e/ou potenciam tomadas de decisões individuais. Sendo-se um domínio de atividade artística marcado pela forte desregulação laboral, onde proliferam os vínculos informais e o trabalho em regime *freelance*, a existência de regimes de proteção social especificamente dirigidos a estes profissionais é decisiva, orientando a definição dos percursos profissionais, em termos individuais e coletivos, bem como o tipo de solidariedade profissional que os músicos estabelecem entre si. Destaca-se, assim, a forma bastante estratégica como os *jazzmen* que operam em Paris utilizam o regime de proteção social francês para os profissionais do espetáculo – cujas especificidades analisaremos adiante –, que não só lhes possibilita terem acesso a um apoio social durante os períodos de “intermitência”, mas também delinearem percursos profissionais mais especializados e orientados para os seus interesses e ambições artísticas, por exemplo apostando em certos “nichos” com um mercado mais reduzido. Pelo contrário, em Londres os músicos de *jazz* não beneficiam de qualquer tipo de apoio social específico, o que, de forma algo paradoxal, parece contribuir para reforçar os mecanismos de solidariedade entre músicos, a diferentes níveis (Umney, 2016: 723). Por outro lado, face à ausência de medidas de proteção social dirigidas a trabalhadores culturais *freelancers*, os *jazzmen* britânicos (ou a operar em Londres) vêm-se muitas vezes obrigados a gerir as suas carreiras profissionais em função das oportunidades de trabalho que surgem, aceitando projetos que, embora consideram menos interessantes do ponto de vista criativo, são cruciais para assegurar a sua subsistência. Como referido antes, este tipo de decisões são algo arriscadas podendo ter, em determinadas situações, reflexos negativos no futuro desenrolar dos percursos profissionais, na medida em que

uma boa gestão das carreiras artísticas e criativas decorre sobretudo da capacidade de se construir e gerir, de modo eficaz, um bom *portfolio* individual, assegurando uma boa reputação junto dos pares e de outro tipo de *gatekeepers* (ex. imprensa especializada).

Em síntese, e para concluir este subcapítulo, importa novamente enfatizar a centralidade das questões relacionadas com o trabalho no SCC nos estudos sobre economia criativa (Oakley e O'Connor, 2015: 281), o que contrasta com o longo período de desinteresse das ciências sociais por estas questões que, como vimos, *grosso modo* se estendeu até à década de 1980 – e, ainda assim, geralmente excluindo das suas análises boa parte da atividade relacionada com as indústrias culturais. A recente e crescentemente dinâmica investigação em torno do trabalho criativo tem sido decisiva para o enriquecimento das perspetivas da sociologia e da economia acerca dos mercados de trabalho artístico, alargando o campo analítico aos profissionais das indústrias culturais e criativas. Simultaneamente, contribuiu para “romper” com uma certa postura “acomodada” e até, por vezes, algo acrítica da academia relativamente à retórica da agenda criativa (Hesmondhalgh, 2008: 562-563). Tem ainda permitido desenvolver novas abordagens no campo da geografia económica, deste modo enriquecendo muita da reflexão e do conhecimento relacionado com os processos de aglomeração de dinâmicas e atividades culturais e criativas, nomeadamente através de uma maior problematização das condições de trabalho em que operam muitos dos profissionais ligados ao SCC.

Por outro lado, o desenvolvimento de novas abordagens à investigação sociológica sobre trabalho criativo possibilitou ultrapassar algumas das insuficiências apontadas às análises de importantes teóricos do pensamento marxista autonomista e *pós-operaísta* relativamente à exemplaridade do SCC numa economia crescentemente imaterial e cognitiva, anteriormente referidas. Embora se deva reconhecer o relevante contributo destes autores na análise da crescente relevância do trabalho imaterial (criativo e intelectual) no capitalismo contemporâneo, importa reconhecer também o seu carácter algo “especulativo”, carecendo muitas vezes de maior sustentação empírica para os argumentos teóricos avançados (cf. Gill e Pratt, 2008; Hesmondhalgh, 2008: 564-566; Hesmondhalgh e Baker, 2008; 2011: 159-165; Lee, 2013a: 6-7).

Finalmente, este leque de pesquisas sobre trabalho criativo tem ainda concorrido para ultrapassar algum otimismo excessivo que, veremos de seguida, continua a marcar forte presença na generalidade dos estudos macroeconómicos sobre o SCC, contribuindo deste modo para desocultar o que Brett Neilson e Ned Rossiter (2005) apelidaram de *dark side* das indústrias culturais e criativas. De facto, para além de toda a aura de

coolness, progressismo e meritocracia (Gill, 2002) que, ainda hoje, é associada ao SCC, existem, na verdade, várias tensões e contradições em toda esta euforia retórica que, desde finais dos anos 1990, tem vindo a ser construída em torno da agenda criativa. Muitas destas tensões e contradições na agenda criativa remetem-nos precisamente para questões relacionadas com a esfera do trabalho, sendo particularmente evidentes no fortíssimo desencontro entre, por um lado, uma “mitologia” que tem sido recuperada e, de certo modo, até reforçada em torno da figura romântica (e romantizada) do artista e, mais recentemente, do criativo (em sentido amplo) e do trabalho intelectual e criativo que este produz; e, por outro lado, a dura realidade de um mercado de trabalho que se afigura hoje crescentemente destruído, nomeadamente do ponto de vista dos direitos laborais e sociais dos trabalhadores, cerceando assim as suas expectativas de poderem vir a construir uma carreira profissional longa e, sobretudo, sustentável no SCC.

Face a este cenário, assiste-se as reações diversificadas por parte dos trabalhadores do setor. Por um lado, é claro que alguns destes agentes incorporaram e apropriaram-se da retórica *mainstream* sobre criatividade, celebrando a recente centralidade política da agenda da criatividade. Contudo, muitas pesquisas apontam sobretudo para a forma ambivalente como muitos artistas e profissionais criativos encaram a precariedade laboral no SCC, muitas vezes aceitando tacitamente as (más) condições laborais em que se encontram, que são encaradas enquanto um “investimento pessoal” necessário para assegurar a entrada ou permanência no *meio*, concretizando assim os objetivos pessoais e profissionais almejados. Paralelamente, emergem novos movimentos sociais que, com níveis de organização, durabilidade e sucesso diversos, buscam denunciar e contestar politicamente a precariedade sócio-laboral reinante no SCC, exigindo alternativas.

2.3. Políticas culturais contemporâneas e as questões do trabalho criativo

Retoricamente, as questões ligadas com o mercado trabalho em domínios artísticos, culturais e criativos não têm estado ausentes do amplo – e, cada vez mais, globalizado – agenda política, economia e mediática em torno das indústrias culturais e criativas e, mais recentemente, da economia criativa, analisado no capítulo anterior. Pelo contrário, este é, na verdade, um aspeto tratado pela maioria dos inúmeros relatórios e estudos técnico-científicos produzidos nos últimos anos que, em geral, não deixam de enfatizar o elevado potencial económico do SCC, designadamente em termos de geração de um

volume bastante significativo de empregos qualificados e jovens. Muitas destas análises evidenciam, contudo, um cariz excessivamente macroeconómico, estando geralmente pouco preocupadas em perceber os contextos e condições específicas em que este tipo de trabalho é desenvolvido. Este tipo de visão tende ainda a refletir-se na forma muito homogénea como a generalidade destes estudos analisam um setor que, como temos vindo a argumentar, contém em si realidades muito diversas. Kate Oakley (2009c: 59) frisa justamente as contradições entre um discurso *mainstream* que ainda perspetiva o SCC a partir dos seus subsectores mais industrializados e economicamente dinâmicos (ex. cinema, televisão ou videojogos), ignorando uma realidade bastante mais diversa e complexa, composta por uma multiplicidade de profissionais independentes e de micro e pequenas estruturas (empresas, associações, cooperativas, etc.) que, em geral, revelam maiores fragilidades do ponto de vista da sua sustentabilidade económica.

É, por outro lado, bastante frequente estes relatórios destacarem positivamente aspetos como a predominância do trabalho em regime *freelance* e outras formas de autoemprego, enaltecendo determinadas características que atribuem às áreas artísticas e criativas – como a independência, autonomia, flexibilidade, pró-atividade, empreendedorismo, resiliência, etc. São ainda destacadas as elevadas qualificações que podem encontrar-se no SCC, em regra superiores à média dos restantes setores económicos – o que, argumenta-se, evidencia o particular ajustamento destes profissionais para responderem adequadamente aos, cada vez mais, complexos desafios colocados pela Nova Economia. A título ilustrativo destas tendências gerais, veja-se o importante e politicamente muito influente estudo *The Economy of Culture in Europe*, já referido no capítulo anterior, cuja argumentação em torno do enorme potencial económico associado ao SCC na UE é, em boa parte, sustentada na sua notável capacidade de criar emprego qualificado: mais 4,7 milhões de europeus trabalhavam no SCC em 2004, o que correspondia a cerca 2,5% do total da mão-de-obra existente na UE no mesmo período, aos quais acrescia 1,17 milhões empregos no setor do turismo cultural (KEA European Affairs, 2006: 73). Destacam-se ainda positivamente certas características que distinguem *qualitativamente* o SCC de outros setores da economia europeia, a saber: elevados níveis de autoemprego e forte presença de micro e pequenas empresas (≤ 10 trabalhadores); claro predomínio de profissionais com formação universitária; presença significativa de profissionais a trabalhar em regime de *part-time*; elevada mobilidade profissional (*idem*: 73-100). Significativamente, o relatório relaciona o perfil dos profissionais do SCC com alguns objetivos centrais da *Estratégia*

de Lisboa, de modo a evidenciar que o desenvolvimento de uma nova agenda política ligada criatividade se enquadra e concorre plenamente para a estratégia traçada de diferenciação da UE relativamente às restantes potências económicas mundiais, num quadro de forte competição global (Minichbauer, 2011).

The high level of education and skills of cultural workers is an asset within the Lisbon strategy. In particular, it is commonly admitted that economies endowed with a skilled labour force are better able to create and make an effective use of new technologies, as well as to work in an open and globalised environment.

The affluence of a highly-skilled workforce into the market of cultural employment shows the formidable enthusiasm of people to work in these sectors. They are often driven by passion and are ready to take the risks attached to these occupations as well as the precariousness often related to them. This should be interpreted as a positive sign: the European workforce is looking for challenging positions where creativity is a central driving force. (KEA European Affairs, 2006: 88).

Este tipo de descrição dos profissionais ligados às áreas artísticas, culturais e criativas vai justamente de encontro à ideia de que as figuras do *artista* e do *criativo* têm vindo, de algum modo, a inspirar novas formas de organização do mercado laboral que extravasam na realidade o SCC *stricto sensu*. Ou, se não se inspiram verdadeiramente nelas, reproduzem-nas, prolongam-nas e generizam-nas. Essa transformação é acompanhada de um discurso otimista que, de forma quase irónica e paradoxal, consagra como virtuosas, libertadoras e promissoras condições que definiam justamente a precariedade, a incerteza e a insegurança do trabalho artístico (Raunig *et al.*, 2011). É neste sentido que Ross (2000), Menger (2005a) e Greffe (1999) salientam, como vimos, o pioneirismo das artes na aplicação de alguns dos princípios de economia flexível, assente em lógicas de organização do trabalho “ao projeto” e em “rede” que caracteriza o “novo espírito do capitalismo” (Boltanski e Chiapello, 1999) em que nos encontramos. Mas o *caráter modelar* de artistas e criativos advém ainda, como também referido antes, da crescente relevância atribuída às dimensões cognitivas, criativas, imateriais e afetivas na economia contemporânea, o que tem alterado os modos de conceção e organização do trabalho. Não admira, pois, que características pessoais tipicamente atribuídas a artistas e criativos, como a independência, autonomia, polivalência, capacidade de trabalhar em equipa, de gestão das incertezas ou o espírito de sacrifício e resiliência, sejam crescentemente valorizadas em processos de seleção, recrutamento e gestão de recursos humanos (Boltanski e Chiapello, 1999; Ross, 2000, 2008, 2009; Pieterse, 2011;

Han, 2015; Matos, 2015). Por exemplo, Charles Leadbeater e Kate Oakley (1999), no estudo pioneiro que realizaram para o *think-thank* britânico DEMOS sobre os jovens “independentes” ingleses, associam justamente muitas destas características individuais aos profissionais envolvidos no (então emergente) SCC.

Além de Leadbeater e Oakley (1999), vários outros autores ligados à esfera académica e ao mundo da consultoria técnico-científica e dos *think-tanks* políticos tiveram um papel relevante, como referido no capítulo anterior, não só na fundamentação teórica e técnica de muitas das opções políticas subjacentes à agenda criativa, envolvendo-se ativamente na divulgação e “vulgarização” de um novo discurso em torno da importância estratégica do SCC nos processos de desenvolvimento socioeconómico, sendo recorrentes as referências positivas aos modelos de trabalho prevalecentes neste setor, aos quais associam ideias de meritocracia, flexibilidade, resiliência e ainda a capacidade de arriscar, inovar e empreender (cf. Fleming, 2004; Christophers, 2007; Schlesinger, 2007, 2009a, 2009b, 2009c; Prince, 2010; Jakob e van Heur, 2015; Dzudzek e Lindner, 2015; Long e Harding, 2015; Taylor, 2015; Gibson, 2015). Neste quadro, Richard Florida destaca-se pela sua especial notoriedade e singular capacidade de influenciar decisores políticos que, um pouco por todo o mundo, desafiou a implementarem novas estratégias de desenvolvimento territorial e económico-social orientadas para a atração e a fixação do que designou de *classe criativa* – noção bastante abrangente e difusa que, como debatido no capítulo anterior, abrange várias profissões intensivas em conhecimento e criatividade típicas da Nova Economia, que se caracterizam pela sua pretensa diversidade e ecletismo, pelo forte impulso empreendedor e um certo *ethos* meritocrático (cf. Florida, 2002, 2005, 2007; Florida e Tinagli, 2004). Apesar das inúmeras críticas (sobretudo académicas) às teses de Florida⁶⁸, a verdade é que, do

⁶⁸ No capítulo anterior foram já analisadas em profundidade as principais críticas apontadas a Florida que, recorde-se, podem agrupar-se em duas dimensões fundamentais: por um lado, o carácter ambíguo, impreciso e, de certo modo, mistificado da sua noção de *classe criativa* (cf. Markusen, 2006; Markusen e Schrock, 2006; Markusen *et al.*, 2008; Wilson e Keil, 2008; Tremblay e Tremblay, 2010; Comunian, 2009, 2011; Comunian *et al.*, 2010, 2011, 2014a, 2015; Abreu *et al.*, 2012; Faggian *et al.*, 2013, 2014); e, por outro lado, o excessivo carácter neoliberal e “formulaico” do modelo de *cidade criativa* de inspiração floridiana, que ignora e menospreza os efeitos negativos associados a muitas destas estratégias de *place branding*, nomeadamente em termos de agravamento das desigualdades e da exclusão social, contribuindo assim para tornar insustentáveis certos *ecossistemas criativos* locais (cf. Peck, 2005, 2007, 2011; Scott, 2007; Pratt, 2008; Markusen e Gadwa, 2010; Tremblay e Tremblay, 2010; Miles, 2012; Hahn, 2010; Kagan e Hahn, 2011; Ratiu, 2013; Vivant, 2013; Kirchberg e Kagan, 2013). Note-se que, recentemente, foi o próprio Richard Florida (2017) quem fez uma espécie de *mea culpa* público, reconhecendo que estratégias urbanas focadas na atração das *classes criativas* tiveram, com frequência, efeitos nefastos no plano socioeconómico e territorial, contribuindo assim para agravar das desigualdades e dos processos de exclusão, a diversos níveis (cf. igualmente Wetherell, 2017).

ponto de vista político e económico, a retórica de inspiração floridiana ainda mantém atualidade, sendo amiúde encarado como um discurso sedutor e “mobilizador”.

Este tipo de conceção e abordagem política às questões do trabalho criativo reflete-se, por outro lado, na crescente utilização, entre profissionais e organizações do setor, de uma nova *gramática* com um teor marcadamente empresarial, profundamente assente na ideia de meritocracia e de competição inter-individual, encarando cada trabalhador cultural como sendo um *empresário de si próprio* (Banks, 2007: 47-52). Com efeito, este tipo de linguagem não só está presente em muitos relatórios e estudos sobre economia criativa que têm vindo a ser publicados, como também entrou por completo nos discursos mediáticos sobre economia criativa, através dos quais se tem disseminado uma retórica altamente glamorosa e estereotipada acerca do trabalho artístico e criativo (McRobbie, 2002: 517). Além disso, são os próprios agentes culturais e criativos, as estruturas artísticas e culturais onde alguns deles se inserem e também muitas das instituições de formação e ensino artístico e criativo, quem muitas vezes reproduz, incorpora e amplifica ativamente este tipo de construção retórica em torno do trabalho criativo, reiterando muitas destas ideias, seja junto da opinião pública, corroborando, desta forma, boa parte do discurso hegemónico sobre o SCC, seja no interior do próprio campo profissional, influenciando assim o modo como estudantes e profissionais do setor equacionam e se posicionam relativamente aos processos de construção das suas próprias carreiras, incorporando – ainda que, conforme já explicado anteriormente, de uma forma frequentemente ambivalente – complexos mecanismos de “autoexploração” (cf. McRobbie, 1998, 2002, 2006; Ursell, 2000; Gill, 2002, 2007, 2010, 2014; Hesmondhalgh e Baker, 2008, 2010, 2011; Banks, 2007; Pang, 2015).

Constata-se, por outro lado, uma forte tendência para adaptar às atividades artísticas, culturais e criativas instrumentos e medidas de política pública que habitualmente se podiam encontrar noutras esferas de intervenção governação, mais orientados para o fomento da competitividade económica *tout court*. Como vimos no capítulo anterior, esta tendência corresponde a uma fase tardia da agenda criativa, em que uma boa parte da sua retórica tende a descolar-se da noção inicial de *indústrias criativas*, sendo gradualmente substituída pelo conceito mais difuso e abrangente de *economia criativa* (cf. Oakley, 2009a; Pratt e Jeffcut, 2009; Bouquillion, 2012). Note-se que, já em 2007, um estudo encomendado pelo Governo Holandês, no qual se analisaram extensivamente cerca de 1000 medidas e instrumentos de política pública relacionadas com o fomento das indústrias criativas, em 18 países diferentes, evidenciava que, no que toca às

abordagens predominantes das questões do trabalho e emprego neste setor, existia um esmagador predomínio de políticas centradas no apoio ao empreendedorismo criativo. Entre outras medidas, o estudo identifica, por exemplo, a realização de eventos de *networking* que visam ajudar profissionais e empresas do SCC a captar investidores privados, ou instrumentos de financiamento específicos que apoiam a criação de novos negócios ou a sua expansão e internacionalização (Braun e Lavanga, 2007). Desde então o tema do empreendedorismo criativo conquistou um crescente protagonismo no seio da agenda criativa, nomeadamente na Europa. Em 2010, um estudo encomendado pela Comissão Europeia, procurou identificar algumas áreas críticas para o desenvolvimento do SCC na UE, centrando-se no fomento do empreendedorismo em pequenas e médias empresas (PME). A partir do levantamento das principais necessidades, debilidades e lacunas sentidas por empresários do setor, o relatório apresenta um leque diversificado de propostas que visam melhorar a intervenção pública para o fomento do empreendedorismo criativo, entre as quais se incluem: novos mecanismos de acesso a financiamento (diversificação e alargamento das fontes de financiamento); medidas que facilitem o acesso a novos mercados (internacionalização); medidas que promovam um reforço da utilização, pelas PME e profissionais do setor, do leque de instrumentos legais já disponíveis para a proteção da propriedade intelectual em domínios criativos; fomento de uma maior presença de questões relacionadas com o empreendedorismo na formação e ensino artístico e criativo; entre outras medidas propostas (HKU, 2010). Mais recentemente, outros relatórios e estudos de cariz semelhante têm sido realizados, por iniciativa de diversos organismos UE, aprofundando algumas destas propostas (cf. por ex. KEA European Affairs, 2019; KEA European Affairs e PPMI, 2019).

Insere-se igualmente neste contexto a recente proliferação de novos espaços de trabalho, pretensamente mais ajustados às necessidades do SCC. Tal é o caso dos inúmeros *hubs*, incubadoras de negócios criativos, espaços de *coworking*, *fablabs*, entre outras tipologias de espaços de trabalho que se inspiram nas novas formas de organização e desenvolvimento da Nova Economia, apostando no fomento de lógicas de aglomeração de *freelancers* e micro e pequenas empresas ligadas ao SCC, a sua inserção em redes profissionais e apoiando o surgimento e desenvolvimento de *start-ups* (Gill *et al.* 2019; Tom Fleming Creative Consultancy, 2015; Merkel, 2015; Oakley, 2013a; Carvalho, 2013; Spinuzzi, 2012; Rowan, 2010). De acordo com Janet Merkel (2015: 126), o *boom* deste novos locais de trabalho (em especial, os espaços de *cowork*) está estreitamente relacionado com a crise económico-financeira global de 2008, que permitiram, através

da partilha de espaços, equipamentos e/ou serviços (a nível administrativo, jurídico, gestão e orientação estratégica, etc.), a redução de custos fixos para empresas e trabalhadores *freelancers* aí localizados. Além disso, estes locais potenciam um alargamento da rede de contactos profissionais, facilitando interações com outros profissionais e empresas (dentro e fora do SCC), o que favorece a geração de alguns ganhos de visibilidade pública. Além disso, frequentemente estes espaços localizam-se nos inúmeros *hubs*, “quarteirões” e “bairros” culturais e criativos criados no decurso nas últimas décadas, à medida que este modelo específico de intervenção pública para o desenvolvimento urbano foi sendo cristalizado e globalizado (Mommas, 2004, 2009; Gill *et al.*, 2019). Esta tendência para a criação de estímulos e apoios a projetos, públicos e privados, de incubação e aceleração desenvolvimento de negócios criativos, assentes na partilha de espaços, recursos e competências, também evidencia a forma cada vez mais articulada como são hoje concebidas e implementadas as políticas públicas, procurando inter-relacionar distintos domínios setoriais, incluindo, entre outros, os do desenvolvimento urbano e territorial, economia e cultura.

No entanto, pesquisas recentes têm revelado a excessiva rigidez deste tipo de orientação política, em geral fortemente baseada em modelos ideal-típicos e bastante genéricos de empreendedorismo que, na prática, acaba por negligenciar a pluralidade e diversidade de modelos e de situações profissionais que comporta o SCC – dos *freelancers* aos micro, pequenos, médias e grandes empresários, passando por um conjunto de novas formas organização dos trabalhadores que, no contexto atual, profundamente marcado pela crise e pelo desemprego, incluem o regresso aos “velhos” modelos cooperativos (Sandoval, 2016a, 2016b; Sinapi e Juno-Delgado, 2016; Deniau, 2014), a reinvenção de abordagens artesanais (*craft*) e *do-it-yourself* (DIY) (McRobbie, 2016; Luckman, 2013b, 2015; Luckman e Andrew, 2018; Triggs, 2010; Campbell, 2013, 2015) e a experimentação de novas abordagens organizacionais inspiradas nas “empresas sociais” (Oakley, 2013a, 2013c; McRobbie, 2011a, 2016; Campbell, 2013, 2015).

A crise e recessão económica pós-2008 assume uma clara importância neste quadro, contribuindo decisivamente para fomentar novos mecanismos de solidariedade mútua entre trabalhadores culturais e criativos, levando-os a refletir acerca dos permanentes apelos para que adotem uma postura empresarial de matriz neoliberal, assente na ideia de competição, assumindo uma postura mais crítica e até, por vezes, mesmo contestária. De facto, vários espaços de *coworking* para indústrias culturais e criativas são hoje também contextos relevantes no processo de (re)construção quotidiana de práticas de

cooperação e partilha de experiências e informações (sobre legislação, por exemplo), criando ou reforçando assim os laços de solidariedade e entreajuda entre trabalhadores, ao mesmo tempo que contribuirão para combater a atomização e forte isolamento social a que muitos *freelancers* estão sujeitos (De Peuter, 2014b; De Peuter e Cohen, 2015: 307-309). De igual modo, a recente vaga cooperativista no SCC constitui não só um exemplo interessante da retoma de (velhas) formas de cooperação entre trabalhadores, tendo por objetivo central “reagir” a um contexto de grave crise e recessão económica, mas também reforçar a consciência crítica e até, por vezes, promover um certo recrudescimento do ativismo político entre os profissionais do SCC (Sandoval, 2016b). Na realidade, são várias as motivações para a constituição destas cooperativas de trabalhadores culturais e criativos são várias, num *mix* complexo de motivações económicas e não-económicas (Sinapi e Juno-Delgado, 2016: 8). Dos principais fatores de natureza económica identificados por Christine Sinapi e Edwin Juno-Delgado (2016), destacam-se a partilha de custos e recursos – equipamentos e infraestruturas (áreas de armazenagem, ensaio, etc.), mas também de recursos humanos especializados (nível legal, financeiro, etc.) –, a possibilidade de aumentar a visibilidade pública, de reforçar a capacidade de influência/ *lobby* e de beneficiar de um acesso mais facilitado a fontes de financiamento. Destacam-se, por outro lado, alguns fatores não-económicos, mas não mesmo importantes, onde incluem as hipóteses de aprendizagem colaborativa, de um maior controlo do próprio emprego e de uma participação mais ativa e autónoma na tomada de decisão em matérias de cariz artístico e criativo.

Muitas destas novas formas organização dos trabalhadores culturais e criativos parecem, de certo modo, questionar a ideia hegemónica de empreendedorismo criativo que, como já vimos, se reflete na generalidade dos instrumentos de política pública para o SCC, apontando caminhos alternativos a uma visão baseada (quase) estritamente na dimensão da racionalidade económica. Neste sentido, podem interpretar-se muitos destes projetos, que se fundamentam em princípios como a cooperação e entreajuda entre trabalhadores, como preconizando uma outra alternativa possível para – em paralelo com formas mais estruturadas de intervenção coletiva – repensar as políticas culturais contemporâneas “de baixo para cima” (De Peuter e Cohen, 2015). Para tal, importa que estas microestruturas consigam organizar-se em plataformas mais amplas, ganhando escala e, assim, almejar alcançar maior visibilidade pública (cf. Sandoval, 2016b: 106-109).

Por outro lado, convém reequacionar politicamente o modo como têm sido pensadas e concretizadas *na prática* as abordagens ao chamado empreendedorismo criativo

(McRobbie, 2011a, 2011b, 2016; Oakley, 2013a). Por exemplo, McRobbie defende uma clara demarcação do que designa de um “empreendedorismo visionário” (2016: 4), advogando uma nova abordagem, mais centrada na ideia de “empreendedorismo social” e no papel que artistas e criativos desempenham (ou podem vir a desempenhar) nas cidades contemporâneas, intervindo a uma escala local com os seus pequenos negócios, em estreito relacionamento com a comunidade em que se inserem. Neste sentido, argumenta ser importante reorientar os instrumentos de política pública existentes, introduzindo novos critérios para a atribuição de apoios a artistas e outros trabalhadores culturais e criativos que tenham por base a importância social e também económica (sobretudo a uma escala local) do trabalho comunitário que desenvolvem, auxiliando-os na prossecução das suas atividades; simultaneamente, estas novas tipologias de apoio permitiriam ultrapassar as situações de adversidade com que muitos destes profissionais se têm vindo a confrontar nos últimos anos (McRobbie, 2016: 129, 162-163).

Miranda Campbell (2013, 2015), por seu turno, argumenta que, ao centrarem-se nas esferas mais industrializadas do setor, as políticas públicas culturais contemporâneas revelam-se frequentemente desadequadas aos interesses e às possibilidades concretas com que se defrontam muitos artistas e criativos em início de carreira, negligenciando toda uma multiplicidade de contextos e de práticas de (auto)produção artística, cultural e criativa de pequena escala e dotadas de um forte enraizamento local, baseadas muitas vezes em abordagens mais “artesaniais” (*craft*) e DIY. Campbell analisou o que designa de “bedroom economies of small-scale youth cultural activities” (2013: 51) e defende que estas integram hoje parte relevante da economia criativa, mantendo-se, contudo, à margem dos discursos tecnocráticos e mediáticos, sendo recorrentemente negligenciada pelas políticas públicas para o SCC. Esta investigadora argumenta, assim, por um maior reconhecimento e apoio político à produção artística, cultural e criativa de jovens em início de carreira, incluindo aqui as pequenas iniciativas de escala reduzida e forte enraizamento local, sugerindo, por isso, que haja um alargamento e diversificação dos públicos-alvo das medidas de apoio à criação de emprego, nomeadamente através do desenvolvimento de novas tipologias, específicas para o SCC (*idem*: 184-190; 217-224). No entanto, alguns desafios importantes colocam-se a estas novas (ou renovadas) modalidades de organização do trabalho no SCC. Entre outros aspetos, destacam-se aqueles relacionados quer com a sustentabilidade económica deste tipo de projetos quer com as condições laborais de que beneficiam os profissionais neles envolvidos. Marisol Sandoval, que tem investigado o fenómeno do recrudescimento das cooperativas de

trabalhadores culturais e criativos no Reino Unido, refere justamente este aspeto, salientando que, face à escassez de recursos e o limitado acesso a financiamento, muitos trabalhadores-cooperantes acabam por se colocar em situações de *autoexploração*, que implicam, designadamente, trabalho não-remunerado, excesso de horas de trabalho, sujeição um grande *stress* relacionado com a insegurança laboral, entre outros aspetos nefastos que, já vimos, encontramos em projetos empresariais convencionais neste setor (Sandoval, 2016b: 106-107; cf. igualmente Bureau e Corsani, 2017). Reconhecendo que a margem de manobra destas microestruturas é, em geral, limitada – tornando-se, assim, estratégico o estabelecimento de plataformas alargadas, capazes de alcançar maior visibilidade pública, como referido antes –, Sandoval argumenta que o grande desafio que se coloca a estas cooperativas é assegurarem a todos os trabalhadores-cooperantes níveis mínimos de proteção sócio-laboral e, simultaneamente, garantirem-lhes uma elevada autonomia e independência, em termos criativos e também políticos.

Importa, por outro lado, a analisar a tendência, reiterada em variados discursos, documentos técnico-políticos e instrumentos de política pública, nacionais e europeus, para adotarem uma visão bastante genérica e unívoca do SCC, refletindo sobre as suas repercussões no modo como se perspetivam as questões do emprego e mercado laboral. Com efeito, atendendo ao conjunto extenso de investigações realizadas sobre trabalho cultural e criativo nos últimos anos, é de algum modo surpreendente que o seu diminuto impacto político, escasseando medidas e iniciativas de política pública dirigidas à melhoria *qualitativa* das condições sócio-laborais dos profissionais do setor, nomeadamente através de uma maior regulação e proteção dos seus direitos laborais. Note-se ainda que, apesar do assinalável investimento feito, ao longo dos últimos anos, na produção de indicadores estatísticos e na realização de diversos estudos e relatórios sobre o SCC, sobretudo de cariz macro-económico, a generalidade dos indicadores estatísticos disponíveis sobre emprego e mercado de trabalho no SCC continuam a ser insuficientes, dificilmente dando conta da pluralidade e diversidade de situações laborais existentes, dentro do setor e entre subsectores. De resto, a falta de informação estatística fidedigna e atualizada sobre mercado de trabalho e emprego no SCC tem sido um aspeto recorrentemente referido por diversos sociólogos, pois não só é um obstáculo à investigação científica, mas também dificulta a consolidação e o desenvolvimento de novas políticas culturais (cf. Santos, 2005; Borges, 2007; Gomes e Martinho, 2009; Murray e Gollmitzer, 2012; O'Brien *et al.*, 2016). Acresce que, até muito recentemente – em resultado da pandemia COVID-19 e dos seus fortes impactos económicos e sociais

nalguns domínios do SCC que, de forma inédita, colocaram o problema da desregulação e precariedade laboral em áreas artísticas, culturais e criativas no topo de agenda política (ex. Kern, 2020; Montalto *et al.*, 2020) – a generalidade das instâncias oficiais que tutelam a área da cultura mantiveram um longo e persistente silêncio relativamente a estas questões, ignorando o avolumar de evidências empíricas e reflexões teóricas sobre esta problemática –, suscitando diversas perplexidades e interrogações a autores que questionam os fundamentos deste tipo de conduta (Banks e Hesmondhalgh, 2009; Ross, 2006-07, 2008, 2009; Oakley, 2009c, 2013c; McRobbie, 2016).⁶⁹

Analisando o *Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe*, regularmente elaborado pelo Conselho da Europa/ERICarts, constata-se que a adoção de medidas concretas que visam combater a precariedade laboral no SCC e aumentar os níveis de proteção social-laboral dos seus profissionais é muito desigual, incluindo entre os países europeus mais ativamente empenhados no desenvolvimento da agenda criativa. Acresce que muitas destas medidas têm um carácter bastante pontual, carecendo de maior integração em termos de política cultural, bem como de alguma transversalização com outros domínios de política setorial, incluindo aqueles mais diretamente relacionados com as áreas da segurança social, economia, saúde e emprego. Finalmente, identificam-se desafios relevantes ao nível da participação de associações e estruturas sindicais ligadas ao SCC, nomeadamente no que concerne a uma participação mais ativa e coordenada neste tipo de processos (Conselho da Europa/ERICarts, 2012, 2015).

Murray e Gollmitzer (2012) compararam o modo como as questões do trabalho têm sido abordadas, do ponto de vista das políticas culturais, em diferentes países, confirmando, no essencial, o diagnóstico do Conselho da Europa/ERICarts. Ao invés de enquadrar a situação destes trabalhadores em medidas legislativas e instrumentos de política sócio-

⁶⁹ Refletindo sobre o contexto inglês, Banks e Hesmondhalgh (2009: 422) sugerem existir profundas razões que justificam a relutância política em aceitar analisar tecnicamente os aspetos mais negativos relacionados com os modos de organização e de funcionamento do mercado de trabalho no SCC, na medida em que tal corresponderia a um reconhecimento público de que a incerteza e a precariedade laboral são, na verdade, elementos preponderantes num setor chave da Nova Economia, o que poderia vir a colocar em causa alguns dos fundamentos centrais da retórica neoliberal em que assenta a agenda criativa. McRobbie (2016: 60-61) argumenta, por seu turno, não ser inócuo o modo como este tipo de documentos procura invisibilizar as questões relacionadas com o trabalho. Pelo contrário, tal corresponde uma estratégia deliberada de, através do recurso a uma retórica ardilosa, de forte cariz empresarial, meritocrático e neoliberal, perspetivar os profissionais do SCC enquanto empreendedores – i.e. como *homo economicus* –, assumindo que cabe a cada indivíduo a responsabilidade exclusiva pela construção do seu próprio percurso profissional e, deste modo, tentando ilibar o Estado de maiores responsabilidades em matérias relacionadas com a regulação laboral ou com a proteção social destes trabalhadores. Advoga ainda que este tipo de estratégia insere-se num quadro de ação política mais global que vai também contribuir para agudizar os processos de atomização e individualização das relações laborais no SCC, reduzindo ainda mais a tradicionalmente baixa capacidade de mobilização e contestação neste setor, nomeadamente através de recorrentes tentativas de descredibilização dos sindicatos (*idem*: 40-41).

laboral com um caráter mais genérico e indiferenciado, argumentam as autoras acerca da importância de se desenvolverem abordagens específicas para o SCC – por exemplo, adotando medidas de proteção laboral mais flexíveis e ajustadas às características “intermitentes” destas profissões, assegurando um conjunto de apoios sociais mínimo vigentes nos períodos de interrupção da atividade profissional destes trabalhadores e adotando medidas que reforcem as condições de empregabilidade destes profissionais, sobretudo após períodos mais prolongados de interrupção da atividade (apoio a frequência de ações de formação para a atualização de conhecimentos, por exemplo). Recomendam ainda a adoção generalizada de medidas de apoio e proteção sócio-laboral especificamente dirigidas a certas profissões artísticas que se caracterizam por um forte e acelerado desgaste físico (bailarinos, por exemplo), de forma a impedir que, perante a ausência de condições para prosseguirem com a sua atividade profissional, estes artistas se vejam em situações de grande dificuldade material, incluindo mesmo, nalguns casos, a sujeição a situações de pobreza (Murray e Gollmitzer, 2012: 429).⁷⁰ Finalmente, e acompanhando as preocupações do Conselho da Europa/ERICarts (2012, 2015), estas autoras argumentam em favor da necessidade imperativa de maior coordenação política em termos intersetoriais, inter-relacionando e articulando diferentes medidas e iniciativas nos campos da educação, habitação, economia e ação social, que consideram ser indispensável para assegurar uma resposta efetiva ao fenómeno da precariedade laboral no SCC (Murray e Gollmitzer, 2012: 433-434; cf. ainda Murray, 2015; Menger, 2013; Campbell, 2013, 2015; McRobbie, 2016; Comunian e Ooi, 2016: 59-60).

O sociólogo Pierre-Michel Menger (2012a, 2012b, 2013) tem refletido também acerca de alguns destes desafios, bem como das dificuldades que a conceção e implementação de políticas públicas de apoio social aos artistas e trabalhadores criativos hoje colocam. Tais desafios colocam-se, desde logo, do ponto de vista da sua operacionalização, considerando que se trata de uma população com características bastante particulares, sujeita, como temos vindo a analisar, a padrões de trabalho altamente flexíveis, marcados por lógicas de trabalho “ao projeto”, bem como por uma forte exposição individual aos fenómenos do subemprego e do desemprego. Mas, por outro lado, constitui igualmente um desafio do ponto de vista da sustentabilidade do Estado Social

⁷⁰ Throsby e Zednik (2012), entre outros autores, têm vindo a sugerir a criação de uma medida de apoio público que assegure um “rendimento mínimo garantido” para os artistas (sobretudo *freelancers*), procurando assim garantir que estes profissionais não se encontram em situações de pobreza devido a longos períodos sem trabalho por motivos de desemprego ou doença. No quadro pandémico atual, este debate ressurgiu e até sofreu um certo alargamento (ex. UCLG Culture Committee, 2020; IETM, 2020).

européu, atendendo à situação de grande fragilidade que caracteriza hoje muitos dos sistemas nacionais, e que, por isso mesmo, poderiam vir a ser seriamente afetados pela introdução de apoios sociais adicionais ou específicos para os trabalhadores do SCC.

Neste contexto, o caso de França, que Menger tem estudado aprofundadamente, constitui um exemplo interessante para se equacionar algumas das tensões e desafios com que hoje um Estado Social, apesar de tudo rico, se confronta para manter aquele que é certamente um dos mais emblemáticos, singulares e inovadores sistemas de proteção sócio-laboral dos trabalhadores culturais e criativos no quadro internacional. Este regime de apoio surge em meados da década de 1930, sendo inicialmente restrito aos profissionais do cinema, apoiando-os nos períodos de “intermitência” laboral (i.e., entre projetos cinematográficos, quando deixavam de ter trabalho remunerado), passando, a partir de 1969, a abranger o audiovisual e as artes performativas (música, teatro, dança e performance). De forma breve, este sistema de segurança social francês abrange *apenas* os trabalhadores culturais com vínculos laborais formalizados através de contratos; porém, e ao invés do que é genericamente aplicado na legislação laboral, os contratos nestas áreas culturais podem ter uma duração variável, que é estabelecida, de forma flexível, de acordo com as necessidades e especificidades de cada *projeto* – por vezes, a duração do contrato não ultrapassa algumas horas de trabalho. O acesso de cada trabalhador cultural aos apoios sociais disponíveis nos períodos de “intermitência” estabelece-se após a contabilização do número de horas de trabalho declaradas, sendo necessário assegurar um mínimo de 507 horas de trabalho, ao longo de 10 meses.⁷¹

Todavia, nos últimos anos ocorreram mudanças importantes que vieram colocar em risco este modelo de apoio social aos “intermitentes do espetáculo”. Tais mudanças prendem-se com o notório aumento do número de profissionais da cultura em França, gerando um *boom* de trabalhadores inscritos no sistema de segurança social. A partir de 2000, o crescimento do emprego cultural é acompanhada de um notório aumento dos apoios sociais requeridos por trabalhadores culturais em períodos de “intermitência”, sendo então emitidos os primeiros sinais de que a sustentabilidade do sistema estaria, de alguma forma, colocada em causa. Surgem ainda crescentes críticas a este regime, com acusações de estar a subsidiar situações de “desemprego perpétuo” (Menger, 2005b; 2012a). Consequentemente, dá-se início a um debate técnico-político acerca das possibilidades de alteração deste regime de proteção social dos trabalhadores culturais

⁷¹ O que não significa que não existam em França inúmeras situações de trabalho não-declarado, uma vez assegurados os valores mínimos para aceder ao regime dos “intermitentes” (cf. Charles Umney, 2016).

“intermitentes”, tentando dificultar e restringir o seu acesso ao sistema e, desta forma, reduzir significativamente os apoios sociais concedidos (Menger, 2005b; 2012a; Bodnar, 2006). Perante as ameaças de uma alteração drástica deste regime de proteção social, é constituída em 2003 uma ampla plataforma nacional de coordenação dos profissionais culturais e criativos “intermitentes” e precários franceses. Funcionando à margem – e até em oposição – dos principais sindicatos, esta plataforma evidenciou uma grande capacidade de mobilização e de (auto)organização coletiva, tendo conseguido paralisar parte da produção cultural em França em domínios chave como o cinema, televisão, música e teatro, suscitando, desta forma, um amplo debate na sociedade francesa em torno do combate à precariedade laboral no SCC e, finalmente, conseguindo garantir a manutenção deste regime específico de proteção sócio-laboral (cf. Bodnar, 2006; Sinigaglia, 2007; Corsani e Lazzarato, 2008; Lazzarato, 2011). Esta polémica discussão está, contudo, bastante longe de ter terminado, até porque muitos dos problemas estruturais de sustentabilidade do sistema de segurança social francês mantêm-se inalterados, tendo-se até porventura agravado nos últimos anos.⁷²

Não se pretendendo aqui aprofundar a análise deste caso específico, importa sobretudo compreendê-lo enquanto um exemplo eloquente dos grandes desafios e dificuldades que hoje se colocam, no caso francês, à manutenção e, na generalidade dos países, à criação e implementação de medidas e instrumentos de política pública especificamente orientados para a proteção social e o combate à precariedade no SCC, particularmente num contexto de crise económico-social e de retração do Estado Social. Por outro lado, as ações de resistência e protesto levadas a cabo pelos “intermitentes” franceses constituem ainda um dos exemplos mais expressivos, bem-sucedidos e consistentes das novas formas de luta contra a precariedade no SCC que, desde o início do século XXI, têm emergido por toda a Europa e América do Norte (cf. Brophy, 2006; Osten, 2007, 2011; Saundry *et al.*, 2007; Percival e Hesmondhalgh, 2014; Banks e Hesmondhalgh, 2016; De Peuter, 2011, 2014a, 2014b; De Peuter *et al.*, 2015; De Peuter e Cohen, 2015; Simms e Dean, 2015; Coles, 2012, 2016).

Organizando-se frequentemente à margem – e, por vezes, até em clara oposição –, dos partidos políticos e organizações sindicais e socioprofissionais tradicionais (De Peuter, 2014b: 268), muitos destes coletivos, mais ou menos formalizados, de trabalhadores

⁷² Em 2014 reacendeu-se a polémica e a conflitualidade sócio-laboral em torno desta questão, com a tentativa de revogação do “regime dos intermitentes do espetáculo”, integrando-os no sistema geral de proteção social dos trabalhadores em situações de desemprego – o que acabou por não se concretizar, novamente graças à notável capacidade mobilização dos artistas e trabalhadores culturais franceses.

culturais e criativos caracterizam-se por uma hábil utilização das NTIC e da Internet, patente numa forte presença nas várias redes sociais digitais, que potencia novas formas de mobilização dos trabalhadores, mas também permite um contacto mais direto junto dos *media* e da opinião pública. Destacam-se ainda pela grande capacidade de conceber e realizar ações de protesto com um forte caráter espetacular e/ou imprevisto, o que contribui para aumentar a visibilidade pública das suas reivindicações. A emergência destes “novos actores sociolaborais” (Estanque, 2011, 2012) no campo cultural deve necessariamente inserir-se num quadro mais abrangente, anteriormente traçado, que se caracteriza por uma certa crise do sistema de representação e legitimidade política das estruturas tradicionais e, muito em particular, do movimento sindical que, como vimos, tem sido acompanhado pelo surgimento, ao longo desta última década e meia, de vários movimentos e coletivos anti-precariedade e alter-globalização. Simultaneamente, esta dinâmica de contestação e combate à precariedade laboral no SCC reflete ainda uma dinâmica de crescente politização das práticas artísticas contemporâneas (Roberts, 2015; McKee, 2016) e um reavivar do pensamento político crítico nalguns *meios* culturais, sobretudo europeus e norte-americanos, bastante instigado pelas teorias pós-*operaístas* ou marxistas autonomistas – que, como vimos, dedicam uma forte atenção à questão do *trabalho imaterial*, elegendo as práticas artísticas e criativas como particularmente exemplares dos processos de mutação em curso no capitalismo (cf. Gill e Pratt, 2008) –, mas também por certas correntes de pensamento libertário e “neo-anarquista” (Graeber, 2002) que, na viragem para o novo milénio, adquiriram algum protagonismo.⁷³

Pese embora a dinâmica de crescente consciencialização e capacidade de mobilização, individual e coletiva, de muitos profissionais do SCC em torno de problemáticas de cariz político e, em particular, das questões sócio-laborais, parece persistir uma certa tendência para muitos cientistas sociais, em especial sociólogos, menosprezarem o papel interventivo destes atores nos processos de mudança política no setor em que trabalham, atribuindo, ao invés, uma preponderância e um protagonismo quase exclusivos às grandes instituições políticas e económicas, defendem De Peuter e Cohen (2015: 310).

⁷³ Nos últimos anos, vários artistas e criativos (incluindo alguns intermediários culturais cujo o estatuto crescentemente adquire uma dimensão autoral, como os comissários e os curadores de exposições, ou os programadores culturais e artísticos, por exemplo) têm vindo a refletir acerca das questões do trabalho na contemporaneidade, posicionando-se de forma crítica. Além de um conjunto vasto de trabalhos artísticos que, de diferentes modos, traduzem um posicionamento político dos autores relativamente a esta questão, têm sido publicados vários textos de artistas que refletem criticamente sobre as condições em que desenvolvem os seus processos de trabalho ou se debruçam, de uma forma mais abrangente e integrada, sobre a temática do trabalho criativo e as suas múltiplas relações com o contexto atual (ex. Rosler, 2013; Widenheim *et al.*, 2012; Aranda *et al.*, 2011; Carvalho *et al.*, 2010; Sigler, 2017).

Com efeito, ainda escasseiam estudos sobre este tipo de dinâmicas de mobilização, contestação e resistência aos modelos hegemónicos de trabalho no SCC, sendo frequentemente questionada a sua consistência, eficácia e durabilidade. Umney (2016), por exemplo, revela forte ceticismo relativamente a estas novas dinâmicas emergentes de mobilização coletiva em torno de questões sócio-laborais, atribuindo-lhes um carácter pontual, excepcional e, em larga medida, inconsequente; atribui ainda, por outro lado, um papel muito limitado na capacidade de intervenção dos sindicatos neste contexto (*idem*: 725-726). Tal não significa, porém, que não reconheça a existência de importantes laços de solidariedade e partilha de informação entre trabalhadores da cultura, identificando Umney no seu estudo sobre músicos de *jazz*, já mencionado, um conjunto de práticas quotidianas e “normas de conduta profissional” que são coletivamente assumidas, muitas vezes de forma tácita. Alerta, contudo, para o facto de que num universo artístico que é, em larga medida, dominado por *freelancers*, existe uma clara tendência para a tomada de decisão em matérias do foro laboral ser orientada por interesses individuais, acabando assim por gerar situações contraditórias e até, por vezes, conflituantes nas relações entre pares.

Acresce que, como já vimos anteriormente, muitos investigadores têm vindo a destacar como um dos principais impactos da retórica neoliberal em torno da agenda criativa e, particularmente, da ideia de empreendedorismo criativo o modo extremamente eficaz como este tipo de discurso contribuiu para atomizar e isolar os trabalhadores culturais e criativos, agudizando os sentimentos individualistas ligados à competição interpessoal neste setor e, por vezes, tornando as relações profissionais entre pares meramente “instrumentais”. Nestes processos desagregam-se e, por vezes, quebram-se até “velhas” solidariedades de classe, reduzindo-se assim as (já escassas) possibilidades de ação coletiva em domínios artísticos, culturais e criativos (Blair, 2001; Blair *et al.*, 2003; McRobbie, 2002; Miller *et al.*, 2004; Saundry *et al.*, 2007). Não admira, pois, o grande ceticismo e, por vezes, até a relutância demonstrada por muitos investigadores sociais relativamente à efetiva e conseqüente capacidade de mobilização e organização coletiva de profissionais do SCC em matérias relacionadas com o combate à precariedade e às desigualdades sócio-laborais, em sentido amplo.

O problema que este tipo de posicionamento coloca, até numa perspetiva teórica, é que, como bem argumenta Banks (2007), reduz a “margem de manobra” para se equacionar, do ponto de vista sociológico, os processos de transformação social e política, na medida em que, de algum modo, perspetiva os atores sociais como estando despojados

de qualquer capacidade para uma fazerem leitura crítica da sua condição e, sobretudo, para tomarem a decisão de encetar qualquer tipo de mudança – individual e/ou coletivamente. Alternativamente, Banks propõe uma visão um pouco mais nuançada e subtil do trabalho criativo, que integre a capacidade de agência e (auto)reflexividade crítica dos próprios atores sociais envolvidos.

Também De Peuter (2014b) sustenta um alargamento da perspectiva como as ciências sociais têm vindo a equacionar a questão do trabalho criativo que, em seu entender, centra-se excessiva e quase exclusivamente na análise dos mecanismos de reprodução e perpetuação da precariedade e desigualdades no SCC. Este investigador canadiano defende então a necessidade de se enriquecer este tipo de análise com outros pontos de vista, nomeadamente considerando os múltiplos e diversificados mecanismos de contestação e resistência à precariedade e desigualdades atualmente existentes no SCC – sem, contudo, negar todas as contradições, dificuldades e constrangimentos estruturais que estes processos implicam. Trata-se de reconhecer que, apesar de todas as suas fragilidades e inconsistências, existe nestas dinâmicas um interessante potencial de construção de um novo tipo de política cultural, desta feita erigida “de baixo para cima” (De Peuter e Cohen, 2015). Em particular, frisam que se assiste hoje a um significativo reposicionamento de muitos trabalhadores culturais e criativos que, de forma crescente, se assumem como interlocutores politicamente ativos, capazes de formular e discutir propostas alternativas em matéria de política sócio-laboral, sendo consequentes na reivindicação da sua efetiva concretização. Atendendo a que o enfoque reivindicativo destas iniciativas se centra no incremento dos níveis de proteção e sustentabilidade sócio-laborais no SCC, De Peuter e Cohen (2015: 311) assinalam a sua profunda rutura com o discurso reivindicativo dos artistas e outros profissionais culturais e criativos, tradicionalmente centrado nos apoios públicos à criação artística e à produção cultural. Greig De Peuter e colegas (De Peuter e Cohen, 2015; De Peuter *et al.* 2015; De Peuter, 2014a, 2014b) identificam iniciativas levadas a cabo por grupos de trabalhadores criativo, formal ou informalmente constituídos, que, em diferentes contextos territoriais e/ou subsectores, têm procurado, a partir do seu próprio diagnóstico da situação, mobilizar outros profissionais e iniciar, assim, um amplo debate que permita equacionar coletivamente algumas vias alternativas ao modelo vigente de organização do mercado de trabalho no SCC. Note-se que, para além da importante dinâmica de discussão pública gerada, muitas destas reflexões têm ainda permitido a formalização de propostas escritas que concretizam alterações dos instrumentos de política pública vigentes, tendo

em vista aumentar os níveis de regulação e proteção sócio-laboral no setor. Entre outras propostas apresentadas, nestes últimos anos, por coletivos de trabalhadores criativos em países como o Canadá, os EUA, a Itália, entre outros, incluem-se, por exemplo, a introdução de várias medidas de reforço da regulação dos estágios; a instituição de um “rendimento básico incondicional” para artistas e outros trabalhadores do SCC; ou ainda a implementação de mecanismos de apoio à cobrança de honorários não-pagos.

Uma vez que muitas destas iniciativas se encontram numa fase algo embrionária, torna-se difícil aferir o seu grau de efetiva concretização e sucesso, no sentido de uma efetiva mudança de política, capaz de contrariar as persistentes resistências das forças políticas mais tradicionais para introduzir algumas mudanças necessárias, nomeadamente do ponto de vista qualitativo, para melhorar as condições em que operam muitos trabalhadores culturais e criativos. Além disso, muitas destas dinâmicas de ação coletiva surgem em contextos bastante específicos, tanto territorial, como setorialmente, procurando muitas vezes responder a um leque de desafios e de reivindicações que são, também elas, bastantes concretas e localizadas, dificultando a realização de uma análise mais transversal dos resultados e impactos alcançados a médio/longo prazo.

Em todo o caso, estes recentes movimentos sócio-laborais no SCC indiciam – pelo menos – duas mudanças significativas, que importa continuar a acompanhar: sugerem, por um lado, a viabilidade de abordagens alternativas aos modelos tradicionais de organização dos trabalhadores, baseando-se essencialmente na livre cooperação entre profissionais do setor envolvidos nas suas diferentes áreas; e apontam, por outro lado, para o despontar de uma nova geração de políticas culturais em matéria sócio-laboral que, conforme sugerem De Peuter e Cohen (2015), são doravante (também) construídas “de baixo para cima”, cabendo quer aos diferentes profissionais que integram o SCC assumir o desafio de serem protagonistas ativos neste processo, quer às instituições.

2.4. Emprego, formação e mercado de trabalho no SCC em Portugal

Como vimos no capítulo anterior, Portugal não tem estado à margem do chamado *creative turn* que, desde a década de 1990, tem dominado o debate internacional (político, técnico, científico) em torno da cultura e do potencial das indústrias culturais e criativas nos processos de desenvolvimento socioeconómico de cidades, regiões e países – especialmente na Europa (Pratt, 2009; Minichbauer, 2011; Menger, 2013). De facto, o país assistiu, nos últimos quinze anos, ao surgimento de uma nova agenda política para

o desenvolvimento do “potencial criativo” nacional - das suas cidades e regiões, dos seus cidadãos e empresas (Quintela e Ferreira, 2018).

Embora destacando o papel desempenhado por artistas e criativos nos processos de transformação da economia e dos territórios (sobretudo urbanos), esta nova retórica criativa não desencadeou análises mais circunstanciadas das condições e modalidades específicas em que se organiza e exerce o trabalho no SCC em Portugal – dimensão, em larga medida, ausente da maioria dos discursos, documentos e instrumentos de política pública (Quintela, 2017), numa tendência partilhada com a maioria dos países europeus, como observado antes. Acresce que, contrariando a crescente atenção e debate (académico, artístico, político) internacional sobre trabalho criativo, precariedade e direitos sócio-laborais no SCC, muito pouca atenção tem sido dedicada em Portugal a estes temas, que se mantêm, em larga medida, secundarizados – senão mesmo ocultos (Quintela, 2017) – relativamente aos principais temas no topo da agenda mediática, política, técnica, científica-académica e sindical-associativa. Com efeito, somente com o recente eclodir da crise pandémica despoletada pela COVID-19, responsável por uma desaceleração abrupta e prolongada da generalidade da atividade no SCC nacional, despoletou uma discussão pública inédita em torno das fragilidades e desequilíbrios existentes no tecido artístico, cultural e criativo português, designadamente no que diz respeito à predominante precariedade neste setor e, conseqüentemente, à necessidade de criar novos instrumentos e mecanismos de regulação e proteção sócio-laboral específicos para artistas e profissionais da cultura (cf. Leão, 2020).

Antes de avançar com análise mais detalhada dos diferentes aspetos enunciados no parágrafo anterior, importa caracterizar, ainda que de forma breve e sintética, o SCC português em termos da sua estrutura de emprego e níveis de qualificação, recorrendo à informação estatística disponível que, embora lacunar em vários aspetos, permite uma aproximação à realidade nacional.

Emprego, formação e mercado de trabalho no SCC em Portugal: uma visão panorâmica

Acompanhando as tendências internacionais, Portugal regista, desde a década de 1990, um sólido crescimento do número de artistas e outros profissionais ligados ao SCC, cujas qualificações académicas e competências profissionais evidenciam níveis de especialização cada vez maiores. Estas dinâmicas relacionam-se estreitamente com um conjunto de tendências gerais abordadas anteriormente, em que o país se aproximou dos

padrões económicos, educativos e culturais internacionais – especialmente da UE –, o que contribui, por um lado, para o alargamento da oferta de ensino e formação (níveis intermédio e superior) dirigida a estas áreas, abrangendo diferentes disciplinas e domínios técnicos, e disseminada por boa parte do território nacional; por outro lado, a crescente centralidade do SCC no nosso país, designadamente do ponto de vista político, económico, social e mediático que, já vimos, se refletiu num forte e continuado investimento – sobretudo público – nesta área, visível na (re)qualificação de património equipamentos e numa proliferação de eventos culturais e artísticos, veio ampliar muito significativamente, a oferta de programação cultural que, conseqüentemente, conduziu a um aumento da procura de mão-de-obra especializada nestes diferentes domínios.

As estatísticas oficiais disponíveis confirmam o conjunto de tendências gerais traçadas. De acordo com o Instituto Nacional de Estatística (INE), no espaço de uma década (2008-2018), o mercado de trabalho no SCC em Portugal⁷⁴ mais do que duplicou, passando de um volume global de emprego de 52,8 mil pessoas, em 2008, para 131,4 mil pessoas, em 2018 (INE, 2009, 2019).⁷⁵ Considerando o peso do emprego cultural e criativo no total do emprego nacional, dados do INE relativos ao mesmo período apontam igualmente para um incremento do peso do SCC, estimando-se que este representasse 1% e 3,3% do emprego total, em 2008 e 2018, respetivamente (*idem*). Note-se que a dinâmica geral de crescimento do setor, do ponto de vista do alargamento do mercado de trabalho, inclusivamente intensificou-se ao longo da segunda metade da década em análise (2013-2018):

⁷⁴ Em rigor, em 2008 esta não era ainda então a nomenclatura utilizada, sendo excluídas algumas indústrias criativas. A classificação do INE do emprego no setor da cultura abrangia então as seguintes áreas de atividade: edição; cinema e vídeo; rádio e televisão; agências noticiosas; outras atividades artísticas e de espetáculo; bibliotecas, arquivos, museus; outras atividades culturais (cf. INE, 2009). A nova classificação só seria assumida a partir de 2011, no âmbito de um processo de harmonização e compatibilização conceptual e metodológica à escala europeia. Mais recentemente, foram novamente revistos os critérios de atividades incluídas, abarcando um conjunto de profissões culturais e criativas em atividades não culturais ou criativas, cujo impacto é muito significativo, na medida em que levou a um forte acréscimo de indivíduos considerados no emprego cultural e criativo, bem visível nas estatísticas nacionais (INE) e europeias (Eurostat) disponibilizadas a partir de 2018. Para uma reflexão aprofundada acerca dos impactos, conceptuais, metodológicos e analíticos, suscitados pela alteração na metodologia de quantificação estatística do emprego cultural e criativo em Portugal, cf. Neves e Miranda, 2020.

⁷⁵ Importa notar que as estatísticas oficiais do INE não são totalmente convergentes com outros estudos de referência realizados em Portugal sobre o SCC. Por exemplo, o relatório *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, que realizou os seus cálculos a partir de diferentes dados estatísticos oficiais datados de 2006, apontava para cerca de 127 mil empregos neste setor, o que representava aproximadamente 2,6% do emprego nacional (Mateus, 2010: 82-83). Este volume de emprego mais do que duplica a estimativa apresentada pelo INE para o ano de 2008. De modo a evitar discrepâncias excessivas decorrentes das opções conceptuais e metodológicas seguidas, para efeitos da presente análise optou-se por recorrer sempre à mesma fonte estatística nacional, o INE, permitindo-nos assim comparar com alguma segurança diferentes períodos temporais, seja em Portugal, seja no quadro da UE (uma vez que o INE é também a fonte oficial do Eurostat).

...a população empregada na cultura em Portugal registou um significativo ritmo de crescimento, próximo dos 24%, sendo este bastante superior quer face ao crescimento do emprego total em Portugal (11%), quer face à média europeia para o setor cultural (8%). (...) Face ao crescimento global do emprego, em Portugal o dinamismo do setor cultural foi, também, mais expressivo: enquanto o total do emprego registou um acréscimo de 11% entre 2013 e 2018, na cultura essa variação foi mais do dobro (23,8%). (GEPAC, 2020a: 4-5).

As características da população empregada no SCC português também se têm alterado. Segundo as mesmas fontes estatísticas (INE, 2009, 2019), constata-se que, se em 2008 estávamos perante um grupo de profissionais maioritariamente masculino (55%), jovem (43% tinham idades compreendidas entre os 25-34 anos) e com níveis de escolarização intermédios (41% tinham completado até ao ensino secundário), uma década mais tarde, em 2018, mantinha-se a tendência para uma maior preponderância do sexo masculino (57,8%) – contrastante com o maior peso de mulheres no total do emprego nacional (49,6%), em igual período –, mas tinha aumentado a média etária dos profissionais do setor [em 2018, 64,5% tinham mais de 35 anos; ainda assim, o peso dos jovens no emprego cultural era então de 19,8%, valor percentual superior ao peso que este grupo etário detinha no total do emprego nacional, em igual período (15,8%)], sendo ainda clara a tendência de aumento dos níveis de escolarização entre a mão-de-obra do setor, visível na maioria de profissionais que, em 2018, tinham o ensino superior concluído (57,8%) – o que, novamente, contrasta com o panorama nacional que, em igual período, correspondia a 26,8% do total da população empregada. Este último aspeto evidencia a tendência, consolidada na última década, de aumento dos níveis de especialização e qualificação da mão-de-obra do SCC em Portugal, refletindo a notável evolução geral do país, em termos na oferta de ensino superior, politécnico e universitário, que é particularmente expressiva na oferta disponível em áreas artísticas, culturais e criativas. Esta dinâmica reflete-se ainda no elevado número de alunos que frequentavam cursos de licenciatura, pós-graduação, mestrado e doutoramento nestes diferentes domínios – aproximadamente 50 mil alunos em 2018 (60,8% mulheres), o que representava 14% do total de inscritos no ensino superior em Portugal nesse período, distribuídos pelos seguintes grandes grupos/áreas disciplinares: ‘técnicas audiovisuais e produção dos *media*’ (17,3% do total dos alunos em áreas disciplinares relacionadas com o SCC), ‘arquitetura e urbanismo’ (cerca de 14%), ‘aprendizagem de línguas’ (13%), ‘jornalismo e reportagem’ (aproximadamente 12%), ‘design de moda, de interiores e industrial’

(11,5%), ‘história e arqueologia’ (8,5%), ‘música e artes do espetáculo’ (8,3%) e, finalmente, ‘belas artes’ (6,6%) (cf. GEPAC, 2020b: 4-5).

Em traços gerais, Portugal tem vindo a alinhar com as grandes tendências europeias nesta matéria, como dá conta um recente relatório do Eurostat (2019) que evidencia que, em 2018, trabalhavam no SCC cerca de 8,7 milhões de cidadãos residentes na UE, o correspondia a aproximadamente 3,8% do total de emprego europeu. De resto, Portugal segue também a tendência global da UE para um aumento, ainda que relativamente ligeiro, do mercado de trabalho neste setor, com mais 639.000 empregos registados em 2018 (Eurostat, 2019). Por outro lado, e tal como ocorreu no nosso país em 2018, também na generalidade dos estados-membro da UE se verificou que o SCC empregava sobretudo mão-de-obra altamente qualificada – sendo que, nalguns casos, incluindo o português, este setor é uma fonte importante de emprego para a população mais jovem (GEPAC, 2020a: 7). Portugal também acompanhava a tendência geral da UE para uma elevada taxa de feminização do emprego no SCC, embora ainda não seja maioritária (46,1% de mulheres empregadas no conjunto dos estados-membro da UE, sendo que em apenas 9 dos 28 países o peso da mão-de-obra do sexo feminino supera os 50%). Também quanto à evolução do ensino superior artístico, cultural e criativo, o país segue a tendência geral da UE, assistindo-se a um incremento tanto da oferta de cursos, como da procura de alunos. Em 2018, o peso percentual médio de alunos inscritos em cursos de artes e humanidades no total de inscritos no ensino superior na UE era 10,37%, valor muito próximo de Portugal no mesmo período (10,25%) (Eurostat, 2019). De igual modo, Portugal acompanha a tendência general europeia para uma maior representação de mulheres estudantes do ensino superior nestes domínios disciplinares. Pelo contrário, se a maioria dos alunos da UE inscritos em cursos de áreas artísticas e culturais optou, em 2018, pela grande área das ‘Humanidades e Línguas’, em Portugal foram os cursos de ‘Artes’ os que tiveram mais alunos inscritos, em igual período (GEPAC, 2020b: 8). Por outro lado, em 2018, cerca de 27% da população empregada no SCC nacional trabalhava por conta própria – sendo que, no mesmo período, apenas cerca de 16% do total da população empregada em Portugal utilizava idêntica modalidade de emprego –, não sendo detetadas diferenças significativas em função do género dos trabalhadores (Eurostat, 2019: 72). Este cenário é, ainda assim, relativamente distinto das grandes tendências internacionais, incluindo na UE, onde se regista uma clara preponderância de trabalho por conta própria no SCC – em 2018, aproximadamente 33% dos trabalhadores do SCC, em comparação com uma média de 14% para o total da população empregada

(*idem*). Portugal está, por outro lado, bastante alinhado com a tendência geral europeia para uma preponderância clara de trabalhadores a trabalhar a tempo completo do SCC, num único emprego. Com efeito, em 2018, a percentagem de trabalhadores do SCC a trabalhar a tempo completo em Portugal atingia, os 88%, sendo a média europeia 76%. Já o peso percentual dos trabalhadores do setor que, em 2018, declaravam ter um único emprego é praticamente idêntico em Portugal e na média dos 28 estados-membro da UE (respetivamente, 91% e 92%) (*idem*).

Do ponto de vista das características do tecido empresarial cultural e criativo português, estima-se que, em 2017, existissem 61.916 empresas no SCC, o que correspondia a cerca 5% do total de empresas nacionais, tendo sido responsáveis, neste mesmo período, por 6,3 mil milhões de euros de volume de negócios (1,7% do total de volume de negócios nacional) e 113.355 pessoas ao serviço (2,9% do total nacional). Pela sua maior expressão, destacam-se, do conjunto de empresas ligadas ao SCC, aquelas cuja atividade se enquadrava nos seguintes subsectores: Artes do espetáculo (27,4% do total de empresas do setor), Arquitetura (14,9%), Criação artística e literária (9,8%), Design (9,3%) e Comércio a retalho de jornais, revistas e artigos de papelaria, em estabelecimentos especializados (6,8%) (INE, 2019: 45). Globalmente, estas empresas empregavam 80.595 trabalhadores, sendo de salientar a sua muito reduzida dimensão – a esmagadora maioria (98,4%) tinha menos de 10 trabalhadores (*idem*: 47). Particularmente em subsectores como, por exemplo, o das *atividades de teatro, música, dança e outras atividades artísticas e literárias* ou o das *atividades cinematográficas, vídeo, produção de programas de televisão, gravação de som e edição de música*, é esmagadora a hegemonia de microempresas com menos de 10 trabalhadores, o que geralmente indicia um predomínio de empresários em nome individual. Esta situação contrasta com alguns subsectores como, por exemplo, as *atividades de rádio e televisão*, as *atividades de arquitetura*, as *agências de publicidade* ou as *atividades de design*, nos quais se verifica uma presença de unidades empresariais com dimensão mais variável, embora sejam raras as empresas que ultrapassam os 50 trabalhadores.

Esta análise macro da caracterização e evolução do emprego no SCC português deve atender, contudo, a algumas cautelas. Com já vimos, este setor caracteriza-se por ter um tecido empresarial esmagadoramente constituído por micro e pequenas empresas, a par de um leque vasto e variado de outras entidades públicas e privadas sem fins-lucrativas, onde prolifera o trabalho por conta própria (autoemprego e trabalho independente), frequentemente realizado de modo precário ou intermitente que, nalguns casos, não é

totalmente declarado. Por outro lado, estudos empíricos de cariz qualitativo informam ser habitual profissionais do setor acumularem, em geral a tempo parcial e de modo algo irregular, diversos empregos, dentro e fora da área, de modo a acederem a níveis remuneratórios mais aceitáveis. Ora, é consabido que o trabalho em regime intermitente, trabalhando “ao projeto”, exercendo diversas atividades em simultâneo, nem sempre de forma totalmente declarada, criam várias dificuldades a um registo estatístico rigoroso.

Acresce que, historicamente, as estatísticas oficiais em Portugal têm revelado dificuldades em captar (i) quer todo o emprego indireto que o SCC movimenta, designadamente através do recurso, cada vez mais frequente, à aquisição de serviços em regime de *outsourcing*, por exemplo; (ii) quer as novas ocupações profissionais que têm vindo a emergir em diferentes subsectores e que carecem ainda de um conveniente enquadramento nas nomenclaturas estatísticas, levando assim a que também estes novos profissionais não sejam contabilizados e o trabalho que realizam convenientemente associado ao setor; a estes fatores, acresce ainda (iii) a inexistência de informação estatística fidedigna sobre os rendimentos dos profissionais deste setor. Por tudo isto, importa analisar com cautela as estatísticas disponíveis sobre o emprego no SCC cujos valores têm seguramente “alguma margem de incerteza” (Neves, 2020: 27).

Acresce, por outro lado, que a carência de informação estatística fidedigna sobre emprego e mercado de trabalho no SCC tem constituído um obstáculo sério à consolidação das políticas públicas neste domínio, bem como à sua articulação com outras políticas setoriais, designadamente no campo do trabalho e da proteção social, condicionando a definição e efetivação de instrumentos e medidas de política pública – aspeto já sinalizado por outros autores (Santos, 2005; Borges, 2007; Gomes e Martinho, 2009) e que será abordado em detalhe no ponto seguinte. Significativamente, o próprio MC reconheceu em 2020 a escassa fiabilidade das estatísticas oficiais sobre emprego e mercado de trabalho no SCC em Portugal, admitindo ainda que tal condiciona, de forma determinante, o desenho de instrumentos e medidas de política pública, designadamente no quadro da recente crise pandémica à qual é necessário responder com urgência e assertividade. Consequentemente, o MC, através da DGArtes, encomendou ao Observatório Português das Atividades Culturais (OPAC, estrutura que integra o CIES - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia do ISCTE-IUL) a realização de um inquérito aprofundado às condições sócio-laborais dos profissionais do setor artístico e cultural em Portugal (cf. Neves 2021a, 2021b, 2021c, 2021d).

Valorização, proteção e regulação laboral no SCC em Portugal

As questões do mercado de trabalho e emprego nas artes e na cultura marcam, há muito – ainda que sobretudo no plano retórico –, as políticas culturais em Portugal, mantendo presença regular nos programas dos sucessivos governos constitucionais. No essencial, a atenção política a estas questões tem-se desdobrado em dois sentidos: por um lado, anunciando medidas de “reforço da formação e qualificação de criadores e outros profissionais do sector”; e, por outro, prometendo a “definição de um estatuto profissional que leve em conta necessidades específicas dos criadores e outros agentes culturais, implicando [tal desiderato] a criação/revisão da legislação laboral e social” (Gomes e Martinho, 2009: 16-17). Vamos concentrar-nos nesta segunda dimensão, analisando os textos programáticos dos diversos governos que, veremos, tendem a ser ambiciosos e bem-intencionados, embora relativamente vagos, contrapondo-os à lenta evolução de produção legislativa em matérias relacionadas com a regulação e proteção sócio-laboral no setor da cultura em Portugal que, como se perceberá, além de relativamente escassa, circunscreve-se a alguns subdomínios disciplinares/subsetores, o que, em larga medida, se pode explicar pela relativa complexidade associada ao “desenvolvimento de estratégias de intervenção integrada de distintas áreas ministeriais (trabalho, segurança social, educação, cultura)” (*idem*: 17).

Embora o programa do I Governo propusesse já a definição de um diploma sobre “o estatuto do profissional intelectual” (Governo de Portugal, 1976: 103), a verdade é que, ao longo das duas primeiras décadas de democracia, foram praticamente inexistentes os desenvolvimentos, políticos e legislativos, nesta matéria. Com efeito, excetuando alguma atualização de legislação relativa à atividade dos “profissionais do espetáculo”, ainda datada do período do Estado Novo – o que ocorreu em janeiro de 1987⁷⁶, na sequência da adesão do país à então CEE, ainda que apresentando inúmeras lacunas e insuficiências (Portela, 2018: 24-25; Santos, 2004) –, a questão da regulação e proteção laboral e social no domínio das artes e da cultura só começa a ser seriamente trabalhada, política e tecnicamente, a partir da segunda metade da década de 1990. Esta mudança coincide com a ascensão ao poder do PS, que liderará o XIII Governo (1995-1999), responsável, como vimos no capítulo anterior, por elevar a tutela da cultura a um ministério próprio, introduzindo um conjunto bastante amplo de transformações e modernizações no setor. É, pois, neste contexto que surge, entre os princípios

⁷⁶ Diário da República n.º 21/1987, Série I de 1987-01-26

orientadores de uma modernização da política cultural do país, o desiderato da promoção da profissionalização neste setor.

Podem atribuir-se a este governo e ao seguinte (1999-2002) – que é de continuidade, partilhando a mesma orientação político-partidária –, alguns passos importantes em matéria de proteção social de artistas e trabalhadores da cultura. Em 1999, foi publicado um primeiro diploma legal referente à proteção social dos bailarinos de dança clássica e contemporânea, que estabelecia regras específicas de antecipação da idade de acesso à pensão por velhice, reconhecendo assim que o exercício desta atividade artística provoca um desgaste físico particular.⁷⁷ Nesse mesmo ano foi constituída uma *task force*, com elementos dos Ministérios do Trabalho e da Solidariedade Social e da Cultura, responsável por estudar o melhor enquadramento laboral para os profissionais do espetáculo e identificar as adaptações necessárias ao seu regime de proteção social e apresentar propostas de reformulação normativa⁷⁸; contudo, “a atividade desta equipa não deixou vestígio, ficando por divulgar os seus resultados” (Martinho, 2020: 11). Paralelamente, durante os XIII e XIV Governos, o recém-criado MC participou ainda no processo de certificação profissional, envolvendo-se na Comissão Especializada das Artes do Espetáculo do Instituto do Emprego e Formação Profissional; no entanto, também aqui os resultados revelaram-se relativamente infrutíferos, acabando suspensos os trabalhos em 2002, em resultado das várias dificuldades que esta Comissão enfrentou na operacionalização do Sistema Nacional de Certificação Profissional e sua adequação ao setor das artes e da cultura (cf. Gomes e Martinho, 2009: 150-151).

O XVI Governo (2004-2005), de centro-direita (PSD/CDS-PP), volta a abordar no seu programa a questão do estatuto profissional do criador e de outros agentes culturais, avançando com a intenção de desenvolver uma atuação integrada da cultura com outras tutelas. Neste sentido, foi criado, em 2004, um novo grupo de trabalho, coordenado por Luís Gonçalves da Silva, que tinha por missão identificar as principais questões do setor das artes do espetáculo nos planos jurídico-laboral e da formação profissional, tendo em vista informar o estabelecimento de um regime laboral específico para aquela área. Deste grupo trabalho resultou um relatório, publicado em 2005, onde, pela primeira vez, se apresentou e discutiu, com alguma profundidade, diferentes cenários de regulação e regulamentação do setor da cultura em matéria quer de regimes de segurança social,

⁷⁷ Decreto-lei n.º 482/99 de 9 de novembro.

⁷⁸ Despacho conjunto 73/2000 de 22 dezembro de 1999. Diário da República, II SÉRIE n.º 17, 21 de janeiro de 2000, 1306.

quer de relações laborais; alertava-se ainda para a necessidade de maior articulação, a este nível, entre o setor da cultura com outras tutelas governativas, como as do trabalho, segurança social e educação (Gomes e Martinho, 2009: 134).

O programa do governo seguinte, novamente PS, expressa a intenção de rever o “atual estatuto jurídico dos profissionais da cultura” e, acrescenta, definir “um novo regime de proteção social que salvguarde, em particular, o trabalho artístico em regime liberal” (Governo de Portugal, 2005: 57-58). Já perto do fim da legislatura, surge então a Lei nº 4/2008 de 7 de fevereiro, que aprovou o *regime dos contratos de trabalho profissionais de espetáculos*, tendo em vista contribuir para a resolução do “desfasamento” entre o regime geral de trabalho e as características específicas do trabalho artístico. Contudo, este diploma legal acabou por suscitar forte oposição, seja de outras forças político-partidárias, seja entre os agentes culturais e suas associações que, como veremos, então se mobilizaram de forma inédita, alertando para diversas insuficiências detetadas neste diploma legal, que acusaram de ser desadequado face às reais dinâmicas dos subsectores das artes performativas e do audiovisual, designadamente ao excluir algumas profissões quer em áreas técnicas quer nas que se relacionam com atividades de mediação cultural; ao não contemplar as questões do trabalho em regime independente; e ainda ao não avançar na definição de um regime de segurança social específico para este setor (Gomes e Martinho, 2009; Neto, 2018; Portela, 2018).

A orientação política de centro-esquerda manteve-se no governo seguinte que, em 2011, reviu e ampliou o anterior regime dos contratos de trabalho dos profissionais de espetáculos e estabeleceu o regime de segurança social aplicável a estes trabalhadores, através da Lei nº 28/2011 de 16 de junho, nele integrando contributos quer das várias bancadas parlamentares, quer dos sindicatos e associações socioprofissionais do setor. Este novo regime veio ampliar o âmbito da sua aplicação, passando a abranger perfis artísticos, técnicos e de mediação cultural nos subsectores das artes do espetáculo e do audiovisual; prevê também o regime de contrato a termo incerto, aplicado a situações de intermitência, bem como a aplicação do regime de segurança social semelhante aos dos trabalhadores por conta de outrem; estabelece ainda a possibilidade destes trabalhadores assinarem contratos com mais do que uma entidade, sem estarem constrangidos pelas limitações impostas pelo Código do Trabalho, decorrendo daqui o direito à proteção destes trabalhadores em situação de doença e em caso de acidentes de trabalho; fixa a possibilidade de acesso ao subsídio de desemprego; e instituiu ainda o *Registo Nacional de Profissionais do Sector das Atividades Artísticas, Culturais e de Espetáculos*

tornando-o condição de acesso a ações de valorização profissional e técnica promovidas pelo Estado e de emissão de certificado comprovativo de exercício da profissão.⁷⁹

Apesar de todos os avanços, o novo *Regime Laboral dos Profissionais de Espetáculos e do Audiovisual*, que ainda se mantém em vigor, continuou – e continua hoje – a ser alvo de várias críticas por parte de sindicatos e associações socioprofissionais do setor, que acusam esta legislação de ser inadequada e insuficiente face à realidade concreta do país (Crocco, 2014; Neto, 2018; Portela, 2018).

O XIX Governo (2011-2015), embora com uma orientação política distinta do anterior (coligação PSD-CDS/PP), manteve a questão “em cima da mesa”, inscrevendo no seu programa a proposta de “redação, conjuntamente com os restantes sectores envolvidos (Economia, Finanças, Segurança Social, Emprego, Educação e Ciência), de um Estatuto dos Profissionais das Artes” (Governo de Portugal, 2011: 130). Na prática, contudo, verificou-se “um percurso caracterizado por diferimentos e cumprimento parcial destes propósitos” (Garcia, 2014: 31), o que se justificará pelo sério agravamento da situação económico-financeira do país que, vimos já no capítulo anterior, afetou profundamente toda a sociedade portuguesa, incluindo o próprio SCC (cf. *idem*; Garcia *et al.*, 2016).

Seguindo a linha de forte consenso e até unanimidade política em torno desta matéria, que temos vimos a analisar, também o XXI Governo e o atual, liderados pelo PS, reafirmaram o desígnio da “regulamentação do Regime dos Contratos de Trabalho dos Profissionais de Espetáculos e a criação do Estatuto do Artista, respondendo aos desafios específicos de um setor com forte incidência do trabalho de natureza precária e intermitente, nomeadamente, a ausência de proteção no desemprego e formas incipientes de proteção na velhice” (Governo de Portugal, 2015: 205). Neste sentido, e atendendo a um contexto em que, como veremos, o debate e a contestação em torno destas matérias se tem intensificado e ampliado, foram dados alguns passos relevantes nos últimos anos no sentido do aprofundar estas matérias.

Em 2019, foi novamente alterada a lei 4/2008, de 7 de fevereiro, revendo o regime do profissional de bailado clássico ou contemporâneo.⁸⁰ Mais recentemente, e em resultado do eclodir da crise pandémica COVID-19, em meados de março de 2020, criado pelo MC um novo grupo de trabalho formado por representantes da Ministérios da Cultura, das Finanças e do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social e de algumas associações

⁷⁹ Porém, a especificação do serviço responsável pelo registo, bem como dos procedimentos necessários a completar este processo de certificação não foram especificados neste articulado legal, tendo esta questão ficado pendente de legislação futura, o que só aconteceu em 2017 (cf. Portaria 156/2017, de 21 de junho).

⁸⁰ Lei 22/2019, de 22 de Fevereiro, publicada em Diário da República n.º 40/2019, Série I de 2019-02-26.

profissionais, tendo por principal objetivo atualizar o regime dos contratos laborais e de segurança social dos profissionais de cultura. Paralelamente, o MC comprometeu-se a apresentar uma proposta do estatuto do trabalhador intermitente da cultura até ao final de 2021 – conforme está previsto no Artigo 171.º do Orçamento do Estado para 2021⁸¹, que autoriza expressamente a criação deste estatuto no prazo de um ano económico –, tendo a Ministra da Cultura pedido aos diferentes partidos com assento parlamentar “envolvimento e consenso” em torno da sua preparação (Lusa, 2020). O calendário inicialmente previsto não foi, contudo, cumprido, acabando por ser aprovado em Conselho de Ministros, a 22 de abril, uma proposta de Estatuto dos Profissionais da Cultura que abrange o registo profissional, o regime laboral e o regime contributivo. Essa proposta preliminar, bastante contestada publicamente por sindicatos e associações sócio-profissionais do setor, esteve em consulta pública de 5 de maio a 17 de junho⁸², estando ainda por divulgar a proposta final de Estatuto dos Profissionais da Cultura.

Em Portugal, uma das dimensões *de facto* distintivas da crise pandémica prende-se com a forte contestação e reivindicação à tutela por medidas e respostas aos profundos impactos da COVID-19 no SCC, envolvendo “um conjunto diversificado de organizações sindicais e de associações sócio-profissionais pré-existentes, mas também (...) movimentos informais que entretanto surgiram, para além de tomadas de posição, individuais ou colectivas” (Quintela e Rodrigues, 2020: 19). Significativamente, assistiu-se ainda “ao alargamento dos sujeitos tradicionalmente considerados neste debate: do habitual foco nos ‘artistas’ parece estar a caminhar-se para um entendimento alargado – e bastante consensual – dos ‘profissionais da cultura’” (*idem*: 20).

Apesar dos contornos relativamente inéditos desta dinâmica de mobilização coletiva em torno de questões sócio-laborais no SCC em Portugal, importa notar que, na realidade, os desenvolvimentos político-legislativos ocorridos nos últimos anos foram já resultado de alguma contestação pública face à ausência ou inadequação de legislação que regule especificamente o exercício da atividade profissional neste setor. Desde o início esta dinâmica centrou-se – e continua a centrar-se (*idem*) – em dois subsectores em particular, o das artes do espetáculo e o do cinema e audiovisual, que se têm conseguido organizar e mobilizar coletivamente de forma mais efetiva e que, simultaneamente, beneficiam de uma maior visibilidade e reconhecimento no espaço público e mediático. Por outro lado,

⁸¹ Cf. Proposta de Lei n.º 61/XIV. Acedido a 8 de fevereiro de 2021 em <https://oe2021.gov.pt/orcamento-do-estado-2021/>

⁸² Acedido a 6 de agosto de 2021 em https://www.consultalex.gov.pt/ConsultaPublica_Detail.aspx?Consulta_Id=195

é também de destacar a capacidade demonstrada pelos profissionais destas duas áreas em, ao longo de mais de duas décadas, manterem alguma resiliência, juntando esforços, organizando-se e mobilizando-se coletivamente, designadamente através da realização de inúmeras ações de protesto, eventos de discussão pública, produção de documentos de diagnóstico e reflexão estratégica ou ainda da formulação de propostas de intervenção concreta em diferentes domínios da regulação e proteção laboral e social.

Sem pretensões de exaustividade, vale a pena mencionar as principais associações e plataformas socioprofissionais e sindicais constituídas desde o início da década de 2000 – quando, como vimos, a reflexão e ação legislativa em matérias laborais no setor da cultura começa *de facto* a avançar. Em 2004, são criadas a REDE – Associação de Estruturas para a Dança Contemporânea e a PLATEIA – Associação de Profissionais das Artes Cénicas. Posteriormente, em 2006, surge a Plataforma dos Intermittentes do Espetáculo e do Audiovisual, juntando cerca de uma dezena de organizações, formais e informais do setor, e um ano mais tarde, o CPAV - Centro Profissional do Sector Audiovisual. Em 2011, foi criado o CENA - Sindicato dos Músicos, dos Profissionais do Espetáculo e do Audiovisual que, no contexto português, assume traços inovadores, ao agregar diferentes sindicatos e associações profissionais e propor “uma configuração associativa mais ampla e mais aberta às heterogeneidades profissionais, assim como [procurando] dialogar com outros grupos e entidades na tentativa de atuar de acordo com novas formas de mobilização e comunicação (formar redes horizontais e participativas)” (Crocco, 2014: 15). Em 2016, CENA e STE – Sindicato dos Trabalhadores do Espetáculo⁸³ juntam esforços, realizam conjuntamente o primeiro inquérito à situação profissional dos trabalhadores das artes do espetáculo e do audiovisual em Portugal (Carvalho, 2016), cujas conclusões foram apresentadas aos partidos com representação parlamentar, servindo de base para a elaboração do caderno reivindicativo de novas medidas legislativas de regulação e proteção social e laboral. Em 2017, surge a mais ampla organização sindical do setor, o CENA-STE, Sindicato dos Trabalhadores de Espetáculos, do Audiovisual e dos Músicos, abrangendo “trabalhadores artísticos, técnico-artísticos e de mediação dos sectores do audiovisual, do cinema, do circo, da dança, da música e do teatro” (CENA-STE, 2017: 6).

⁸³ A criação do STE remonta a 1975, surgindo na sequência do Sindicato Nacional dos Artistas Teatrais, fundado em 1938, e cuja origem, por sua vez, remonta à Associação de Classe dos Artistas Dramáticos, criada em 1908 (cf. Balsa, 1990).

Poderão estes movimentos e dinâmicas de reflexão, contestação e reivindicação coletiva – particularmente proactivos entre 2006 e 2011, tendo obtido alguns resultados, designadamente do ponto de vista legislativo (Gomes e Martinho, 2009; Crocco, 2014) e que, na atual pandemia, parecem estar a rejuvenescer (Quintela e Rodrigues, 2020) –, indiciar uma tendência de renovação das principais estruturas de organização socioprofissional no SCC em Portugal? Mais, estaremos perante a hipótese, já referida, de emergência, também em Portugal, de uma nova geração de políticas culturais construídas “a partir de baixo” (De Peuter e Cohen, 2015), assumindo os próprios trabalhadores um papel proactivo, não só em termos reivindicativos, mas propositivos? Talvez seja ainda cedo para afirmar estarmos face a uma mudança profunda e estrutural, embora seja significativo notar o peso crescente que a questão laboral está a assumir no debate público nacional em torno das políticas culturais. O quadro de profunda crise que, (quase) transversalmente, percorreu o SCC, na sequência do eclodir da pandemia COVID-19, certamente contribuiu para contrariar o forte individualismo e atomização das relações laborais que, como referido, tradicionalmente caracterizam os *art worlds*, especialmente nas artes performativas – e que, de resto, até muito recentemente constituía um dos principais obstáculos apontados por organizações sindicais como o CENA, por exemplo, a uma maior mobilização coletiva (cf. Crocco, 2014). Além disso, importa não esquecer que os resultados efetivamente alcançados até agora, nomeadamente em termos de produção legislativa e sua conveniente aplicação, mantêm-se aquém das reivindicações e apelos de associações, plataformas e sindicatos que, reiteradamente, têm denunciado abusos e formas de perversão da Lei 4/2008, desprotegendo assim todos os trabalhadores intermitentes e precários do setor cultural (cf. Portela, 2018; Neto, 2018; Felizes, 2020a, 2020b; Leitão, 2020; Soeiro, 2020).

Por outro lado, importa novamente frisar que a capacidade de mobilização coletiva dos trabalhadores noutras áreas artísticas, culturais e criativas tem-se revelado algo distinta, com consequências evidentes em matéria de (pouca) proteção e regulação sócio-laboral. Com efeito, ao contrário das artes performativas e do audiovisual que, apesar de tudo, denotam uma significativa capacidade organizativa e de mobilização cívico-política, deparamo-nos com um quadro muito diverso e algo desequilibrado noutros subsectores. Em áreas como o património, os arquivos e bibliotecas ou a arquitetura, por exemplo, pontua ainda uma forte presença de associações e ordens profissionais que definem “códigos deontológicos, estabelecendo exigências e normas condicionadoras do exercício do trabalho (...) funcionando como instrumentos de demarcação entre

profissionais e não profissionais” (Gomes e Martinho, 2009: 62). Embora muitas destas profissões também se confrontem hoje com situações de crescente precarização laboral, os mecanismos de reivindicação e contestação coletiva em matérias sócio-laborais assumem aqui um perfil bastante distinto daqueles que encontramos no campo das artes do espetáculo e do audiovisual, geralmente caracterizando-se por terem um caráter mais circunscrito e menos proactivo.⁸⁴

Existem, por outro lado, subsetores mais recentes e/ou menos consolidados do ponto de vista institucional, particularmente daqueles que se associam hoje às indústrias criativas, com níveis de organização e associativismo profissional substancialmente menores, o que dificulta a capacidade de mobilização destes trabalhadores em torno de um “caderno reivindicativo” comum. Não certamente por acaso, perante o atual contexto pandémico, estas são algumas áreas que têm permanecido praticamente em silêncio, assumindo lógicas de resposta à crise, mais proactivas ou reativas, de cariz individual. Este tipo de reação muito atomizada dos trabalhadores destas áreas mantém, de resto, uma certa coerência com experiências anteriores em que já se verificaram desequilíbrios na capacidade diferenciada de mobilização e organização coletiva dos diferentes subsetores artísticos, culturais e criativos (cf. Quintela, 2017). Adiante abordaremos em detalhe o caso do design português (cap. 4), cujas dinâmicas de associativismo sócio-profissional se têm revelado, ao longo dos anos, muito difíceis e complexas, sendo também por isso exemplar de algumas das dificuldades de mobilização coletiva de trabalhadores ligados às indústrias criativas que aqui se procurou traçar.

Acresce que também do ponto de vista da sua visibilidade e capacidade reivindicativa, existe uma grande assimetria no modo como estes diferentes subsetores se relacionam com a tutela do Estado Central em matérias de valorização e proteção sócio-laboral. Foi anteriormente assinalado que alguns subsetores, como o das artes performativas e o do cinema e audiovisual mantém um acesso privilegiado aos meios de comunicação social, daí resultando que o debate público e político se centre assimetricamente nestas áreas, de algum modo invisibilizando as reivindicações sócio-laborais de outros subsetores ligados ao universo das artes, cultura, património e das indústrias culturais e criativas.

Por outro lado, do ponto de vista político, a tutela do Estado Central parece manter – apesar de toda a retórica erigida em torno da relevância estratégica do SCC – uma visão

⁸⁴ Significativamente, na área da arquitetura têm surgido movimentos de contestação, como o MTA - Movimento dos Trabalhadores em Arquitetura, bastante críticos da posição da Ordem dos Arquitetos em matérias de proteção sócio-laboral e de combate à precariedade, que acusam de inoperância.

bastante restrita, senão mesmo conservadora, quanto ao seu papel neste quadro, tendo muito raramente proposto e avançado com medidas ou instrumentos de política pública concretamente dirigidos ao fomento das indústrias culturais e criativas em Portugal (Quintela e Ferreira, 2018). Analisando ainda documentação de referência sobre o SCC em Portugal constata-se que a questão do trabalho criativo tem sido frequentemente ignorada ou apenas trabalhada de um modo bastante genérico. Tal parece resultar da preponderância das perspetivas macroeconómicas que, conforme já vimos, evidenciam em geral parcas preocupações com a análise e problematização das condições concretas em que operam os trabalhadores do setor. Recorde-se, a este propósito, que o estudo macroeconómico de referência *O Setor Cultural e Criativo em Portugal* (Mateus, 2010) não continha qualquer reflexão ou proposta de intervenção relacionada com os efeitos da desregulação laboral neste setor, nem tão-pouco problematizava os contrastes existentes entre diferentes subsectores, evitando refletir com alguma profundidade e detalhe sobre as dificuldades e desafios que se colocam aos trabalhadores das artes, cultura e indústrias culturais e criativas. E, desde então, pouco se alterou. Como referido no capítulo anterior, além de raras, as medidas e instrumentos de intervenção pública (implementados à escala local, intermunicipal ou regional) dirigidos às questões do trabalho no SCC, em sentido abrangente, tenderam a privilegiar lógicas altamente individualistas, bem patentes quer na profusão de eventos de *networking* realizados, quer sobretudo nos inúmeras infraestruturas criadas para fomentar uma certa conceção de empreendedorismo criativo, em detrimento de outro tipo de estratégias que pudessem estimular, por exemplo, a cooperação entre profissionais e empresas do SCC português (cf. Quintela e Ferreira, 2018).

Acresce que o MC tem evitado debater e legislar sobre questões relacionadas com a valorização, regulação e proteção sócio-laboral em domínios do SCC que ultrapassem o universo restrito das artes performativas e do cinema e audiovisual, o que poderá talvez evidenciar um posicionamento conservador por parte da tutela – aproximando-se, assim, da tendência geral identificada por Frédéric Martel (2020), particularmente na Europa, de uma série de resistências e entraves face às mudanças e desafios que se registaram neste setor, nas últimas duas décadas, condicionando e dificultado uma resposta política eficaz e ajustada a um conjunto de desafios e domínios de intervenção cada vez mais abrangentes e complexos, que apelam não só a abordagens de cariz intersectorial como a uma urgente reinvenção das polícias culturais tal como tradicionalmente concebidas (cf. igualmente Durrer *et al.*, 2018; Bell e Oakley, 2015). Neste sentido, parece-nos ser

revelador e até exemplar da situação de em que nos encontramos, que o universo de “estruturas representativas” convidadas pelo MC a integrar o Grupo de Trabalho interministerial que, como referido, tem por finalidade identificar e debater os principais desafios de ordem sócio-laboral que se colocam hoje ao SCC em Portugal, esteja, no essencial, circunscrito a associações, sindicatos e plataformas socioprofissionais ligadas às artes performativas e ao cinema e audiovisual⁸⁵ – subsectores recorrentemente privilegiados neste tipo de *fora*, em detrimento de outros que, como já vimos, estão reiteradamente sub-representados, sendo conseqüentemente colocados à margem dos processos de auscultação, reivindicação e debate que, por norma, conduzem a uma tomada de decisão política devidamente informada e esclarecida.⁸⁶

A sociologia e o trabalho artístico, cultural e criativo em Portugal: breve panorâmica

Comparativamente com o contexto internacional, os estudos sociológicos sobre profissões em domínios artísticos e culturais em Portugal desenvolvem-se tardiamente, remontando apenas aos finais da década de 1990. Teresa Duarte Martinho (2008: 4) atribui o surgimento do interesse da sociologia portuguesa pelo estudo destas questões à conjugação de três fatores: (i) a necessidade de responder a encomendas de organismos públicos que pretendem aprofundar a caracterizar do setor, de modo a melhor fundamentar as políticas culturais do Estado; (ii) o crescimento e diversificação do SCC, tanto em termos de mercado de trabalho, como da oferta formativa, o que aumentou a visibilidade e a mediatização destas profissões, suscitando o interesse dos investigadores; e (iii) o surgimento de algumas encomendas de estudos de associações e ordens socioprofissionais, com o objetivo de aumentar o reconhecimento e valorização do seu estatuto socioprofissional.

Numa visão panorâmica, forçosamente sintética, do *corpus* da investigação sociológica relacionada com as variadas profissões artísticas, culturais e criativas em Portugal constata-se um claro predomínio de análises que incidem em profissões artísticas “tradicionais”, incidindo em domínios como as artes visuais (Gomes e Martinho, 2009)

⁸⁵ Embora não exista informação pública relativamente às entidades associativas e sindicais que integram este Grupo de Trabalho, nem tão-pouco quando aos moldes do seu funcionamento, informação recolhida na imprensa e através de contactos pessoais sugere a participação das seguintes entidades: REDE, CENA-STE, Performart - Associação para as Artes Performativas, GDA (Gestão dos Direitos dos Artistas), Plateia, Acesso Cultura, Associação Portuguesa de Realizadores, Sociedade Portuguesa de Autores e APTA (Agrupamento Português de Técnicos de Audiovisual). Note-se que, destas nove entidades, pelo menos sete delas estão claramente focadas nas artes performativas (a maioria) e no cinema e audiovisual.

⁸⁶ Veja-se a tomada de posição pública do sindicado dos trabalhadores da arqueologia, denunciando estar a ser excluído pelo MC deste debate, incluindo do mencionado Grupo de Trabalho (cf. Barbosa, 2020).

e, sobretudo, as artes performativas – com destaque para os músicos (Campos, 2007, 2008; Gomes, 2013; Guerra, 2010, 2016, 2021; Crocco, 2014; Oliveira e Guerra, 2017; Oliveira, 2018, 2019) e para os atores, encenadores e bailarinos (Pappámikail, 2002; Farinha, 2002; Borges, 2007, 2008, 2011, 2020; Borges e Pereira, 2012; Costa *et al.*, 2013, 2014; Borges e Veloso, 2020). São também relevantes os estudos relacionados com ocupações profissionais nos domínios da mediação cultural e serviços educativos (Martinho, 2007, 2013; Gomes e Lourenço, 2009), da curadoria e comissariado de exposições (Especial, 2012) e da programação cultural (Madeira, 2002; Lopes, 2010). Pelo contrário, mantém-se relativamente escassa, entre nós, a análise sociológica de profissões que se inserem no âmbito das indústrias culturais e criativas. Neste domínio, destacam-se algumas pesquisas sobre arquitetos (Gomes, 2000; Cabral e Borges, 2006, 2010; Borges, 2014), produtores de cinema e audiovisual, editores de livros (Gomes *et al.*, 2005a, 2005b; Gomes e Martinho, 2009) ou, no quadro da presente investigação, sobre designers gráficos e de comunicação. Paralelamente, têm sido desenvolvidos no campo da sociologia da comunicação e dos média, inúmeros estudos sobre o campo socioprofissional do jornalismo em Portugal e suas transformações (cf. por ex. Oliveira, 1988; Garcia, 1994, 1997; 2009; 2020; Rebelo, 2011, 2014; Cardoso e Mendonça, 2017; Matos *et al.*, 2017).⁸⁷

Para além de permitirem caracterizar a evolução do setor do ponto de vista demográfico e sociográfico, estas pesquisas têm possibilitado o aprofundamento de alguns aspetos importantes relacionados quer com os diferentes regimes de trabalho e de inserção nas organizações artísticas e culturais, quer com a importância de diferentes contextos e instâncias de reconhecimento e de *gatekeeping*. Confirmam ainda, em geral, tendências chave traçadas pela literatura científica internacional, anteriormente referidas, não deixando de identificar certas especificidades do contexto nacional. De forma concisa, destacam-se, de seguida, alguns aspetos que se afiguram como mais relevantes.

Destaque-se, em primeiro lugar, a crescente flexibilização dos moldes de organização do trabalho cultural e criativo em Portugal, fenómeno que parece ser hoje transversal aos diferentes subsectores, estando patente na gradual alteração das relações de trabalho e enquadramento profissional (Neves, 2021b). De facto, mesmo em áreas que

⁸⁷ É curioso notar que, embora este domínio de atividade seja hoje frequentemente considerado parte integrante do SCC, como observado no capítulo anterior, há em Portugal uma persistente tendência para o excluir da maioria dos estudos realizados pela sociologia da cultura, o que evidencia a tendência para uma visão mais restrita do setor, circunscrevendo-o a alguns subsectores relacionados com a atividade artística, a cultura e o património e certas indústrias culturais.

tradicionalmente possuíam uma maior segurança profissional, fruto da sua integração em estruturas da administração pública, tem ocorrido uma crescente precarização dos vínculos laborais (Gomes e Martinho, 2009). Por outro, a flexibilização das relações laborais restringe-se, cada vez menos, a domínios associados à criação artística, estando de forma transversal presente noutros subsectores, incluindo aqueles em que, tradicionalmente, o Estado tendia a ser o principal empregador – caso do património e dos museus, arquivos e bibliotecas, por exemplo (Gomes e Martinho, 2009; Bugalhão, 2017a). As pesquisas de Martinho (2007, 2013) sobre mediadores culturais, focando-se em especial no campo dos museus – mas também a de Especial (2012) sobre curadores de exposições –, evidenciam bem os impactos quotidianos da crescente “flexibilização” dos vínculos laborais, colocando frequentemente estes trabalhadores em situações de enorme fragilidade e desgaste físico e psíquico, obrigando-os a desmultiplicarem-se por uma série de atividades profissionais (crítica, docência, curadoria, criação artística, etc.). Através desta pluriatividade profissional estes trabalhadores procuram garantir para si uma maior segurança, em termos económico-financeiros, ultrapassando a irregularidade da realização das visitas-guiadas e outro tipo de atividades análogas, bem como superar a precaridade dos vínculos profissionais que os ligam às instituições culturais com quem colaboram, em geral em regime de prestação de serviços (cf. igualmente Soeiro, 2020; Neves, 2021b). Face a este quadro difícil, muitos destes trabalhadores acabam por assumir posicionamentos ambivalentes, identificando vantagens na situação profissional em que se encontram (flexibilidade de horário, por exemplo), não deixando de revelar, contudo, insatisfação face à insegurança laboral, aos baixos salários e ao forte desgaste resultante do tipo de trabalho que desenvolvem, organizado essencialmente de acordo com lógicas de trabalho “ao projeto” – a que se juntam a perceção de que existe ainda em Portugal, mesmo no interior do SCC, um escasso reconhecimento social destes perfis profissionais mais recentes, ligados designadamente às diversas áreas da mediação cultural [sobre esta última dimensão, cf. igualmente a pesquisa de Rodrigues (2020) sobre produtores e gestores culturais no campo das artes performativas].

É sobretudo no campo das artes performativas e das artes visuais, mas também nalguns subsectores mais industrializados (como o do cinema e audiovisual, por exemplo), que se parece verificar um maior predomínio de situações de pluriatividade profissional, o que, desde logo, está associado ao facto de muitas destas atividades serem exercidas a tempo parcial, para além de serem também frequentes as situações de trabalho não-remunerado (Gomes e Martinho, 2009). Além disso, prevalecem nestas áreas práticas generalizadas

de contratação em regime de prestação de serviços – um tipo de vínculo de contratação considerado mais “flexível”, sendo por isso tradicionalmente privilegiado por entidades culturais e artísticas ligadas ao setor privado e ao terceiro setor (Gomes *et al.*, 2006). Este é, contudo, um fenómeno hoje cada vez mais abrangente, estando também presente na administração pública e no setor empresarial do Estado (Gomes e Martinho, 2009).

Adiante (caps. 4 e 5) iremos analisar em detalhe as diferentes conceções de trabalho e modalidades de emprego no campo do design gráfico e de comunicação em Portugal, bem como a sua evolução ao longo do tempo. Importa, contudo, assinalar, desde já, que também neste subsetor – onde existe uma tradição histórica de *autoemprego* que, segundo alguns autores, constitui um elemento central no processo de construção da sua identidade socioprofissional (Wijk e Leisink, 2004; Julier, 2008, 2010, 2017) –, tem-se assistido, desde finais da década de 1980, a uma notória flexibilização e precarização das relações laborais, que decorre da hegemonia do trabalho em regime de prestação de serviço, mas também do incremento do número que profissionais, conduzindo assim a um agravamento das condições de concorrência, crescentemente agressiva, que se repercute numa deterioração das condições de trabalho dos designers, a diversos níveis. Também se verifica, por outro lado, uma intensa pluriatividade profissional, frequentemente em moldes precários, e que tende a ser encarada de forma ambivalente, particularmente entre os designers mais jovens – aqueles que mais frequentemente se confrontam com situações laborais mais “flexíveis”, se não mesmo com novas formas de trabalho não-remunerado, principalmente através de estágios que constituem hoje uma etapa quase inevitável para quem inicia o seu trajeto profissional nesta área.

Também na arquitetura – disciplina próxima do design, com quem partilha não só característica projetuais, mas também um mesmo imaginário comum, veremos adiante, fortemente dominado pela ideia de *profissão liberal* –, encontramos idêntico cenário. Como bem descrevem Manuel Villaverde Cabral e Vera Borges (2006, 2010), também entre os arquitetos se verifica uma pluralidade de modalidades de exercício da profissão, proliferando situações de acumulação ocupações profissionais, exercidas em contextos diversos – dentro e fora da área –, e de acordo com vínculos profissionais variados. Entre os arquitetos portugueses prevalece bem vivo, contudo, o ideal do exercício da profissão em regime liberal, estatuto altamente valorizado pela sua associação à ideia, decerto algo mitificada, da maior autonomia e independência que tal estatuto permite, abrindo espaço ao exercício mais autoral da arquitetura, dotado de maior criatividade, logo mais prazeroso, mas que também possibilitando maior reconhecimento entre pares

– o que nos remete para as formas de “retribuição simbólica” que, como vimos, estão muito presentes em profissões artísticas, culturais e criativas, influenciando a decisão destes profissionais se manterem ativos no mercado, apesar de todas as dificuldades.

Importa, por fim, considerar a crescente feminização do mercado de trabalho no SCC, acompanhando tendências gerais na sociedade portuguesa, o que por certo justificaria uma maior atenção ao impacto das questões de género que, apesar de tudo, continuam a ser ainda pouco exploradas analiticamente entre nós. Em todo o caso, destacam-se algumas investigações sociológicas que equacionaram, nesta perspetiva de género, os processos de construção de carreiras profissionais em diferentes domínios artísticos, culturais e criativos em Portugal: música erudita, arte contemporânea e *new media* (Conde, 2001, 2009; Conde e Pinheiro, 2001; Conde *et al.*, 2003a, 2003b); produção cinematográfica e edição livros (Gomes *et al.*, 2005a, 2005b); teatro e dança (Borges, 2011); arquitetura (Cabral e Borges, 2006, 2010); ou arqueologia (Bugalhão, 2017b). Numa leitura global, estes vários estudos convergem na identificação de assimetrias claras no acesso à profissão e, sobretudo, de condicionalismos a um reconhecimento profissional pleno das mulheres no SCC. Além de evidenciarem a tendência para uma clara preponderância de trabalhadoras com vínculos profissionais mais vulneráveis, estes trabalhos revelam ainda, no caso das profissões artísticas, as dificuldades sentidas pelas mulheres para se assumirem plenamente enquanto autoras. Por outro lado, evidenciam ainda os obstáculos com que ainda se confrontam muitas mulheres no acesso a posições de liderança e de gestão em contexto empresarial, incluindo práticas de assédio (físico e moral) no local de trabalho. Finalmente, são ainda transversalmente referidas as dificuldades sentidas na conciliação da carreira profissional com a maternidade e a família – indo, assim, ao encontro de aspetos que, como vimos antes, têm sido reiteradamente referidos em variados estudos internacionais sobre o tema.

Para concluir, saliente-se que, embora tardiamente, as pesquisas sobre profissões artísticas e culturais em Portugal constituem uma importante fonte de informação para um conhecimento mais abrangente sobre o SCC nacional, designadamente na perspetiva da estruturação destes mercados de trabalho e da caracterização dos profissionais que neles se encontram envolvidos. Maioritariamente, estas investigações assumem um forte pendor qualitativo, embora algumas apostem, de forma complementar ou não, em abordagens quantitativas, utilizando instrumentos extensivos de recolha de informações, designadamente através de inquéritos por questionário. Conjuntamente, têm contribuído para superar algumas das lacunas existentes de informação disponível em Portugal,

propondo aproximações que, apesar de exploratórias, têm permitido conhecer um pouco melhor uma realidade laboral que, já vimos, em grande medida permanece oculta, colmatando assim a escassez de informação estatística fidedigna e atualizada sobre as questões do emprego e mercado de trabalho no SCC em Portugal que, como referido anteriormente, constitui não só é um obstáculo à investigação científica, como também dificulta o desenvolvimento e consolidação das políticas públicas neste domínio.

Apesar do interesse e solidez dos resultados apresentados por muitos destes trabalhos, constata-se, contudo, que este *corpus* de investigação mantém-se relativamente escasso, concentrando-se sobretudo nalguns dos domínios mais “clássicos” da criação artística, com destaque para as artes performativas (teatro, música, dança, etc.). Com efeito, apenas pontualmente algumas pesquisas sociológicas têm procurado explorar novas ocupações profissionais emergentes no SCC, incidindo quase sempre naquelas ligadas às esferas da mediação e da produção e gestão cultural. De igual modo, são ainda raras e pontuais entre nós as investigações sobre profissões e contextos de trabalho ligados às diversas indústrias culturais e criativas. Neste sentido, constitui uma aposta importante e até urgente o alargamento da investigação sociológica a outros subsectores criativos, mercados de trabalho e profissões, dedicando particular atenção às indústrias criativas – onde se insere o design, subsector escassamente pesquisado até ao momento em Portugal, e a que esta investigação de doutoramento dedica uma particular atenção.

Por outro lado, da leitura sintética dos diversos caminhos percorridos pela investigação sociológica nacional sobre o tema do trabalho em áreas artísticas, culturais e criativas, ressalta ainda clara a relativa desatenção que tem sido dada ao trabalho que se realiza por estes profissionais para lá dos limites restritivos da esfera artístico-cultural, explorando os múltiplos contrastes que se estabelecem entre diversos contextos laborais. Vimos já anteriormente como, no quadro do debate em torno do campo expandido da economia criativa, alguns autores se têm vindo a debruçar sobre as chamadas áreas de incorporação (*embedded*) de criatividade em setores da economia ditos “não-criativos”, procurando estudar os diferentes percursos profissionais, modelos de trabalho e enquadramentos sócio-laborais a que artistas e criativos estão sujeitos nestes diversos contextos (cf. Cunningham, 2011; Hearn *et al.*, 2014; Bridgstock e Cunningham, 2016). Trata-se de um campo de pesquisa que, em larga medida, está ainda a emergir, exigindo maior aprofundamento, nomeadamente com o recurso a abordagens de cariz qualitativo que permitam enriquecer as leituras disponíveis com as perspetivas de artistas e outros profissionais criativos que operam, total ou parcialmente, fora do SCC. No âmbito desta

investigação, serão também exploradas algumas destas dimensões de análise, considerando designers gráficos e de comunicação que trabalham em diferentes setores da economia, incluindo aqueles ditos “não-criativos”, procurando compreender em que medida diferentes percursos e contextos laborais moldam e diferenciam concepções, motivações, processos e rotinas de trabalho, suscitando diferentes posicionamentos relativamente ao tema do trabalho, mas também considerando as tensões e dilemas que decorrem justamente da forma relativamente excêntrica como estes profissionais se situam relativamente ao SCC.

3. O design como atividade criativa: caracterização de um objeto de investigação e problematização do trabalho criativo em Portugal

Este capítulo centra-se na análise do design enquanto atividade criativa, constituindo um dos subsetores que integra hoje o conjunto das indústrias criativas e, mais recentemente, a chamada economia criativa. Como veremos, este enquadramento do design, aqui entendido como domínio disciplinar e área de atividade profissional, é recente e decorre, em larga medida, do modo como, nas últimas décadas, este campo sofreu um conjunto de importantes transformações, tendo-se tornando num elemento fulcral nos modos de estruturação e de funcionamento do capitalismo contemporâneo, a múltiplos níveis (Woodham, 1997; Lipovetsky e Serroy, 2014; Julier, 2008, 2010a, 2017). Não havendo possibilidade, por limites de espaço, para aqui reconstituirmos o longa e complexo trajeto que conduziu o design à posição muito particular que hoje ocupa na sociedade, na cultura e na economia contemporâneas, importa, ainda assim, sintetizar, de forma necessariamente breve, algumas das ideias e tendências fundamentais que marcam o processo de desenvolvimento do design e o ajudam a compreender enquanto domínio modelar para interpretar o trabalho criativo.

Historicamente, o design constitui uma área de charneira entre a arte e o sistema produtivo, onde se confrontam e compatibilizam formas de criatividade diversas (Buchanan, 1992; Dubuisson e Hennion, 1995; Julier e Moor, 2009a; Cox, 2005; Reimer, 2016), cujos resultados são, em princípio, direcionados para responder às necessidades do mercado, normalmente formuladas sob a forma de *encomenda* de um determinado cliente. Contudo, desde meados dos anos 1990 que esta definição “clássica” de design tem-se complexificado, à medida que surgem novas práticas de exercício e teorização da profissão e em que, por outro lado, o campo disciplinar se expandiu consideravelmente. Por tudo isto, é cada vez mais difícil encontrar uma definição única e consensual de design (Vial, 2014, 2015; Julier, 2017: 2; Hartley *et al.*, 2013: 81).

O design possui, desde a sua génese, uma relação umbilical com a economia capitalista. Com efeito, a sua emergência e desenvolvimento foi fortemente impulsionada pelo ímpeto industrial da produção e consumo em larga escala que adquiriu uma particular importância no período entre as grandes guerras e, sobretudo, após a II Guerra Mundial

(Woodham, 1997; Bony, 2006; Julier, 2004; Dormer, 1993). No entanto, foi no contexto de processos mais recentes de transformação e reestruturação do capitalismo, a partir de finais da década de 1980, que verdadeiramente o design se tornou num elemento chave da economia pós-fordista, crescentemente culturalizada e eminentemente simbólica (Lash e Urry, 1994; Featherstone, 2007; Julier, 2017).

Com efeito, no contexto das formas mais avançadas do capitalismo contemporâneo – caracterizadas, nomeadamente, por processos de acelerada transformação tecnológica, de globalização de culturas e economias, pela crescente importância das marcas e do marketing, entre outros aspetos –, tornou-se muito reconhecida a relevância do design nos processos de reestruturação dos sistemas de produção e comercialização, assumindo um papel estratégico na valorização e diferenciação de marcas, produtos e serviços, contribuindo para o reforço de vantagens competitivas e para a obtenção de mais-valias para os seus clientes (Bryson e Rusten, 2011; Julier, 2008, 2017; Julier e Moor, 2009a; Lipovetsky e Serroy, 2014, cap. 3; Vinodrai *et al.*, 2007; Vinodrai, 2006, 2011, 2012; Verganti, 2006; Sheppard *et al.*, 2018; Abecassis-Moedas, 2019). Neste contexto, a utilização do design intensificou-se e massificou-se de tal modo que, na prática, tornou-se quase omnipresente, invadindo todas as esferas da sociedade – “from genes to jeans” (Foster, 2002: 17). Hoje estamos, pois, profundamente imbuídos no que Guy Julier (2005, 2008, 2017) denomina de “cultura do design”, cujos contornos são bastante amplos, envolvendo uma extensa e crescentemente diversificada rede de interações, de valores, normas, recursos e linguagens, que estão disponíveis para diversos atores (não só para designers, mas também para gestores, empresários, *marketeers*, decisores políticos, jornalistas, etc.) que, no seu conjunto, configuram uma pluralidade de modos de produção e de consumo, de cariz material e imaterial.

Por outro lado, no quadro do processo de viragem neoliberal da sociedade e economia contemporâneas, em curso desde a década de 1980, o design tem desempenhado um papel bastante ativo, ainda que discreto, na construção e consolidação de novas relações económico-sociais, a diversas escalas e com ritmos de implementação muito variáveis, contribuindo para uma subtil, mas efetiva, transformação das relações laborais, espaciais-urbanas, político-sociais, etc. (cf. Julier, 2017; Stern e Siegelbaum, 2019). Neste sentido, o design contribuiu *de facto* para criar e/ou reforçar condições propícias a uma ampla aceitação de um leque abrangente e diversificado de mudanças económico-sociais de matriz neoliberal a que se tem assistido nos últimos trinta anos: dos modelos empresariais de gestão de serviços públicos, cidades e territórios, assentes em potentes

discursos de marketing nos quais o design gráfico e de comunicação e, mais recentemente, o *design thinking* e *service design*, assumem um papel relevante (cf. Lantenois, 2010; Foster, 2002; Julier, 2008, 2009, 2017; Julier e Moor, 2009a; Julier e Leeberg, 2014), às novas plataformas digitais de trabalho e negócio *online* que, recorrendo a soluções apelativas e “intuitivas” de *webdesign*, têm inequivocamente facilitado a difusão de soluções de automatização do trabalho à escala global, em geral assentes em regimes de *outsourcing* e de formas de “micro-trabalho” com contornos altamente precários (cf. Julier, 2017; Schmidt, 2015; Abdelnour e Méda, 2019).

A centralidade do design na Nova Economia contemporânea reflete-se, por outro lado, na sua crescente centralidade do ponto de vista política. Historicamente, as políticas públicas do pós-guerra foram importantes na promoção e institucionalização do design, afirmando-o enquanto fator de diferenciação económica e estímulo ao desenvolvimento das sociedades (Woodham, 1997: 171-177; 2010; Patrocínio e Nunes, 2015). Contudo, ocorre, a partir dos anos 1990, uma mudança nos objetivos e estratégias de política pública para o fomento do design, preconizando abordagem mais integrada ao papel do design na Nova Economia, num contexto marcado pela ascensão global da nova retórica (política, mediática, económica e técnico-científica) em torno das indústrias criativas.

Com efeito, o design é hoje, provavelmente, a área mais emblemática – e consensual – de entre os diferentes subsectores que integram o SCC sendo, por isso mesmo, o seu exemplo frequentemente mencionado de uma forma elogiosa (Pratt e Jeffcutt, 2009: 15; Moor e Julier, 2009: 1; Vinodrai, 2011: 150-151; Bouquillion, 2012: 30). O design parece mesmo constituir um dos domínios que mais exemplarmente concretiza a noção de indústria criativas, pois embora seja uma atividade de âmbito estritamente cultural, possui algumas dimensões estreitamente relacionadas quer com as atividades artísticas em sentido mais restrito, quer com muitas das indústrias culturais. Julier (2017: 42-44) refere-se à *ubiquidade* do design, perpassando e trabalhando com os variados subsectores que integram o SCC, dando-lhe assim um posicionamento muito singular neste quadro. Por outro lado, o design relaciona-se com domínios da economia ditos “não-criativos”, para os quais contribui com o seu *input* criativo, sendo frequentemente apontado como exemplar na incorporação (*embedded*) de trabalho criativo em setores económicos “não-criativos” (Higgs *et al.*, 2005; Hartley *et al.*, 2013: 83-84; Fleischmann e Daniel, 2015). Não sendo exclusiva, esta especificidade do design, que se relaciona com o seu carácter fortemente ubíquo, é claramente contrastante com a generalidade das áreas criativas.

A par do papel das instituições e das políticas públicas, destaca-se ainda, no processo de afirmação do papel e relevância do design nas sociedades e economias contemporâneas, o papel muito relevante desempenhado pelas instituições de ensino e investigação que, desde os anos 1980, tiveram um notável expansão à escala global (Julier, 2017: 42-43). Trata-se não só de um *boom* da oferta de cursos de design, e correspondente aumento do número de estudantes, mas da afirmação do design como domínio científico autónomo, dotado de especificidades próprias.

Apesar da já mencionada relação umbilical do design com o capitalista, importa notar que, ao longo dos tempos, foram ciclicamente surgindo, no interior da disciplina, debates críticos e reflexivos que envolveram ativamente vários dos seus profissionais. Com efeito, é ainda em finais da década de 1950 que surgem os primeiros discursos (auto)críticos dos designers relativamente ao seu papel enquanto participantes ativos na expansão de uma “cultura de desperdício” associada ao modelo de produção fordista, assente na permanente criação de fenómenos de moda de rápido consumo e no recurso a materiais baratos e pouco duradouros, como o cartão e o plástico (Woodham, 1997: 229-233; Lipovetsky e Serroy, 2014: 203-209). A discussão sobre a *responsabilidade social do designer* adensa-se ao longo das décadas de 1960-70, marcando presença não só em diversos congressos e encontros profissionais, de âmbito nacional e internacional, como manifestos que marcaram não só o debate disciplinar, como até o extravasaram – caso, nomeadamente, do manifesto *First Things First*, de 1964, e de *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*, de Victor Papanek, publicado em 1971. Entretanto, outros exemplos de “design ativista” surgiram nas últimas décadas, nalguns casos de forma muito fugaz, noutros mais duradoura e consistente, com o envolvimento de designers gráficos e de comunicação em campanhas ligadas a questões ambientais, que verdadeiramente nunca deixaram de marcar uma certa agenda dentro do design, aos mais recentes movimentos cívicos “anti-gentrificação” e “anti-austeridade”, entre outros (Fuad-Luke, 2009; Thorpe, 2012; Julier, 2013a, 2013b, 2017; Berglund, 2013).

Para além desta dimensão mais expressamente vinculada a um certo “design ativista”, outras dimensões de pensamento e ação político em design surgiram nos últimos anos, beneficiando da expansão e diversificação dos contextos disponíveis, *online* e *offline*, para a reflexão crítica sobre design e a sua prática. É neste quadro que, cada vez mais, os designers identificam para si novos papéis – profissionais, mas também sociais, culturais e políticos – (re)interpretando-se enquanto *autores* (Margolin, 2002; Poynor, 2003; Rock, 2005; Pinheiro, 2010; Moura, 2011; McCarthy, 2006, 2011, 2013), como

produtores (Lupton, 2005; Bártolo, 2011, 2014a; Morais, 2014; Blauvelt e Lupton, 2011) ou ainda como *agentes sociais críticos* que, em contexto relacional, “colabora[m] ativamente, e no exercício das suas competências, com os seus parceiros não-designers na procura de uma transformação efetiva de determinados aspetos da realidade” (Bártolo, 2014a: 107).

Outro dos traços-fortes da evolução recente do design é o seu sucessivo alargamento, que evidencia a sua capacidade de adaptação e resposta às novas exigências do mercado e da sociedade.⁸⁸ Surgem novas práticas profissionais no campo do design e os designers são, cada vez mais, desafiados a envolver-se em novas redes e contextos profissionais.

Com efeito, o design tem incorporado, nos planos retórico e prático, um conjunto de novas agendas políticas, sociais e mediáticas, como por exemplo a ecologia e a sustentabilidade ambiental, ou a gestão eficiente e inovadora de territórios, empresas e serviços públicos (Julier, 2004, 2008; Julier e Moor, 2009). Em simultâneo, torna-se cada vez mais multi/interdisciplinar, em resultado do crescente interesse de outras áreas do conhecimento pelo design (Bony, 2006; Julier, 2008; Lipovetsky e Serroy, 2014). Finalmente, tem-se assistido ainda a um alargamento da noção de design, agora entendido enquanto método de gestão de equipas de trabalho interdisciplinares, fomento da inovação e gestão, em abordagens muito orientadas para a resolução “criativa” de problemas complexos (Kimbell, 2011, 2012; Tonkinwise, 2011; Julier, 2017, cap. 8). O design passa assim a intervir em domínios que tradicionalmente não lhe estavam reservados, nomeadamente ao nível da estratégia, da gestão e planeamento de organizações, de serviços e de eventos privados, com e sem fins lucrativos (Saco e Goncalves, 2008; Kimbell, 2009, 2014; Stickdorn e Schneider, 2010; Richards et al., 2015), mas também envolvendo-se na (re)organização e planeamento de organizações e de serviços públicos, bem como de cidades e regiões (Moor, 2009; Hill e Julier, 2009;

⁸⁸ De facto, a expansão dos limites do design, que se desenvolve aceleradamente a partir dos anos 1980, originou uma clara superação dos quatro tradicionais ramos de atividade – design industrial, gráfico, moda e interior –, tornando hoje extremamente difícil uma fixação estanque e rígida do conjunto de áreas de especialização profissional que compõem o campo (cada vez mais expandido) do design. Em 2006, a *British Design Innovation* identificava 25 subdomínios de especialização em design (BDI, 2006: 10). Mais recentemente, Julier (2017: 5) realizou um exercício semelhante, registando já perto de quatro dezenas de subdomínios de especialidade em design. No caso do design gráfico e de comunicação, observou-se, nestes últimos vinte anos, um *boom* de novos subdomínios de especialização, que se relacionam em particular com o acelerado processo de digitalização nesta atividade (Bonsiepe, 1999; Bolter e Gromala, 2003; Downs, 2011; Correia, s/d). Dos novos subdomínios de especialização em design que mais diretamente se relacionam com a área da comunicação podem referir-se o *webdesign*, o *interface design*, o *interaction design*, o *experience design*, o *mobile application design*, entre outros.

Julier e Leerberg, 2014; Kimbell, 2015; Julier, 2009, 2017, cap. 8). Julier e Moor (2009) sublinham que, à medida que se dá este alargamento e complexificação dos contextos de desenvolvimento das práticas profissionais dos designers, são requeridas novas capacidades de argumentação, negociação e gestão de interesses e prioridades. Mas, simultaneamente, reforça-se neste processo o poder simbólico e a capacidade de influência destes profissionais nas economias contemporâneas mais avançadas.

Finalmente, este processo de expansão dos limites disciplinares do design reflete-se ainda na sua crescente aproximação aos universos estéticos, artísticos e culturais (Liposetsky e Serroy, 2014; Cruz, 2014). Constata-se que a figura do *designer-autor*, embora ainda não seja claramente predominante, adquiriu hoje inequívoca centralidade, sobretudo do ponto de vista simbólico e mediático, representando já lucrativos “nichos” de mercado, cujo sucesso se alicerça frequentemente em estratégias típicas do universo da arte contemporânea: aposta na raridade e na exclusividade; distribuição assegurada por espaços especializados, com presença física e/ou virtual; trabalho sistemático de comunicação-promoção dos designers junto dos média e de outros *opinion makers*.

Este processo, que se desenvolve essencialmente a partir de meados dos anos 1990, assenta ainda na realização de um vasto, e bastante diversificado, número de iniciativas que, em comum, partilham da ambição de contribuir para a construção de uma determinada “ideia do design como cultura e como comunidade” (Moura, 2011: 16). Neste contexto, destaca-se o *boom* de museus e, sobretudo, de exposições e galerias especificamente dedicadas tema do design, de pendor histórico-patrimonialista (Quintela, 2014a) e/ou contemporâneo, ou que fomentam vários diálogos e cruzamentos com o universo da arte contemporânea (Liposetsky e Serroy, 2014: 276-277). Simultaneamente, surgiu um número, também ele crescente, de feiras, festivais, semanas (*weeks*), bienais e trienais dedicadas ao design (Gonzaga, 2012). Assiste-se ainda a uma proliferação de livrarias, lojas e galerias especializadas em design que acompanha (e, evidentemente, também estimula) o significativo incremento de um vasto espectro de artefactos de design *de autor*, histórico e contemporâneo, hoje disponíveis no mercado para comercialização. Os últimos anos caracterizam-se ainda, por outro lado, por uma dinâmica editorial inédita, abrangendo diversas temáticas ligadas ao design que, cada vez mais, se afirma como um domínio cultural central na contemporaneidade. Em suma, nos últimos anos, o design diversificou-se e expandiu-se notoriamente, num ritmo acelerado. Neste processo, a relevância do design tornou-se hoje praticamente indiscutível, colocando-o assim numa posição absolutamente central para a análise e

discussão das formas mais avançadas do capitalismo contemporâneo – incluindo, veremos adiante, na análise de algumas das principais características e tendências emergências na conceção e organização do trabalho.

A análise das principais transformações ocorridas ao nível da organização do trabalho dos designers e suas características atuais constitui o foco da seção seguinte. Entre outros aspetos, abordam-se as mudanças técnicas e tecnológicas ocorridas ao longo do tempo; as grandes transformações nos modelos e contextos educação-formação; a já mencionada expansão, sobretudo nestas últimas duas décadas, dos domínios de atividade em design; as principais mutações operadas ao nível das múltiplas instâncias e contextos de reconhecimento profissional dos designers; e, por último, aprofunda-se a forma como as principais agendas técnico-políticas têm vindo a encarar o design, enfatizando em especial como, no quadro do debate em torno da agenda criativa, ocorreu uma decisiva reconfiguração da noção de trabalho criativo em design. Ainda que de uma forma forçosamente sintética, esta análise apoiar-se-á numa caracterização dos processos históricos de transformação tanto das conceções e representações, como das condições e modos do exercício da profissão, sinalizando, quando pertinente, aspetos específicos relacionados com o design gráfico e de comunicação, domínio de especialidade que é o objeto de central desta investigação. Serão ainda detalhados alguns dos fundamentos que justificam o argumento central desta pesquisa, já avançado anteriormente: o design constitui um domínio exemplar no quadro do debate sobre o trabalho criativo. Nesse sentido, a próxima secção estabelece um diálogo estreito com vários aspetos já discutidos nos capítulos anteriores, que serão agora aprofundados e, por vezes, matizados, de modo a especificar e detalhar certas características particulares do design que, de algum modo, o distinguem de outros subsectores que integram o SCC. Já seção seguinte centra-se na apresentação da problemática central desta investigação de doutoramento – o trabalho criativo em design gráfico e de comunicação em Portugal – e o modo como se pretende operacionalizar este objeto de estudo. Neste sentido, especificam-se alguns aspetos relacionados com a estratégia metodológica adotada, fundamentando os métodos e as técnicas de investigação mobilizadas no contexto desta pesquisa, bem como discutindo, de forma breve, algumas das principais opções seguidas e suas respetivas implicações nos resultados alcançados. E, por fim, conclui-se esta seção apresentando, de uma forma muito breve, a estrutura dos capítulos seguintes, cujo enfoque será já claramente centrado na realidade portuguesa e, ao longo dos quais, irão sendo expostos e discutidos os elementos resultantes da investigação realizada.

3.1. Trabalho criativo em design: um domínio exemplar

Nesta primeira seção do capítulo centramo-nos sobre a questão do trabalho em design, procurando, a partir sobretudo da análise do campo do design gráfico e de comunicação, compreender quais as suas características fundamentais e, de forma forçosamente breve, caracterizar as principais transformações que têm vindo a ocorrer nesta área nos últimos trinta anos, os quais resulta, em larga medida, de um conjunto amplo e complexo de mudanças, parte delas internas, mas sobretudo externas ao próprio campo do design, já abordadas nos capítulos anteriores. Finalmente, procuraremos argumentar que o design, por algumas das suas características e especificidades próprias, bem como pelo modo como historicamente se estrutura este mercado de trabalho, constitui um domínio privilegiado, senão mesmo exemplar, para investigar as mais significativas formas que o trabalho criativo assume na contemporaneidade.

O design constitui, com foi já referido, um domínio de atividade profissional relativamente recente, desenvolvendo-se sobretudo a partir do início do século XX, num quadro de intenso e acelerado desenvolvimento industrial, ligado à expansão económica do modelo de produção fordista. Com efeito, a crescente complexificação dos processos de produção, distribuição e comercialização vai justificar o aumento das necessidades sentidas, por diferentes indústrias e serviços, de recorrerem aos préstimos de designers, nos seus diferentes ramos de especialidade. Este processo de expansão do capitalismo foi ainda decisivo, como vimos, para o desenvolvimento de um sistema de ensino do design, formalizando e expandindo os conhecimentos, técnicos e teóricos, ligados a esta área, bem como para o surgimento de um conjunto de organizações de cariz socioprofissional, nacionais e internacionais, ligadas ao design (cf. Armstrong, 2014).

Este processo consolida-se a partir da II Guerra Mundial, quando o design se afirma socialmente enquanto domínio de atividade profissional com características e especificidades próprias, marcadamente especializado e centrado nas componentes do planeamento e conceção, demarcando-se assim, e de forma concomitante, quer de profissões com características marcadamente mais proletárias e oficinais (ainda que, nalguns casos, apresentando graus de elevada tecnicidade e especialização), quer de profissões que se caracterizavam por um fortíssimo pendor artístico.

O design gráfico é especialmente revelador deste tipo de processo pois, historicamente, o processo de afirmação e institucionalização dos designers gráficos fez-se sobretudo pela tentativa de demarcação relativamente, por um lado, aos tipógrafos-impressores e,

por outro, aos artistas plásticos e visuais, bem como relativamente aos publicitários.⁸⁹ Com efeito, remontam a meados do século XX as primeiras tentativas dos designers gráficos imporem um estatuto profissional diferenciado relativamente aos tipógrafos-impressores, procurando afirmar-se, no contexto da atividade da impressão, pela amplitude da sua autonomia e criatividade – o que foi sendo, cada vez mais, reconhecido nos planos cultural-artístico, social e económico, despoletando, assim, profundas transformações nas relações produtor-cliente que, tradicionalmente, caracterizavam o universo das artes gráficas (Durão, 2002, 2003). Simultaneamente, os designers gráficos procuraram ainda demarcar-se claramente de todas as tarefas relacionadas com a produção dos materiais gráficos propriamente ditos, afirmando-se, ao invés, como *experts* na conceção de soluções de comunicação visual de natureza complexa, integrando na composição gráfica – desejavelmente, de uma forma criativa, original e eficaz –, múltiplos e diferenciados elementos de informação visual e textual. Este processo relaciona-se com a própria afirmação da noção de *design gráfico*, sobretudo a partir de finais da década de 1920 – suplantando então outras terminologias concorrentes como a das *artes gráficas* ou da *arte comercial* –, que se revelou decisiva para, de modo gradual, afastar esta atividade do campo estrito da publicidade, dotando assim os designers gráficos de maior autonomia disciplinar e, simultaneamente, reconhecendo maior complexidade ao seu trabalho (Jobling e Crowley, 1996: 1-2). Por último, a afirmação disciplinar do design gráfico estabeleceu-se ainda, do ponto de vista histórico, através de sucessivas tentativas de demarcação e criação de um certo distanciamento crítico relativamente ao universo das artes plásticas e visuais – embora subsista, neste processo, um certo grau de ambiguidade e até, por vezes, de alguma tensão entre uma vocação comercial e o marcado sentido estético e criativo que sempre estiveram presentes nesta área (Armstrong, 2014; Julier, 2008, 2010) e que, na verdade, parecem até ter-se aprofundado nestas últimas três décadas.

⁸⁹ A ligação histórica do design gráfico às artes visuais e às indústrias da edição e impressão é longa e profunda (Durão, 2003; Drucker e McVarish, 2009; Meggs e Purvis, 2009). Recorde-se ainda que esta relação nos remete para o modo como, ao longo de todo o século XX, o design gráfico foi abundantemente utilizado por diferentes ideologias e em conjunturas e circunstâncias diversas, quer como meio de propagação de ideias políticas, de mobilização cívica de ação pública, quer como veículo de publicidade (Lavin, 2001; Jobling e Crowley, 1996; Woodham, 1997; Drucker e McVarish, 2009; Meggs e Purvis, 2009; Fragoso, 2012). Refira-se ainda, por outro lado, que graças à relação com as indústrias da edição e impressão o design gráfico possui uma forte proximidade aos universos académico, intelectual, artístico e político – característica particular essa que o distingue de outros ramos do design, cuja relação com o universo da produção industrial *tout court* é substancialmente mais profunda – o que ajudou a “moldar” o perfil dos próprios designers gráficos.

Por outro lado, o design sempre se organizou, do ponto de vista socio-laboral, profissional e empresarial, segundo princípios de economia flexível, predominando lógicas de trabalho “ao projeto” que são típicas do capitalismo contemporâneo (Boltanski e Chiapello, 1999) e que, conforme já vimos, estão historicamente enraizadas no campo das artes (Menger, 2005a; Ross, 2000; Greffe, 1999) – ao contrário de outras profissões próximas do design gráfico, como os tipógrafos-impressores, por exemplo, em geral trabalhadores assalariados, com forte sentido de classe e onde predominavam sindicatos muito antigos e bem organizadas (Barreto, 1981, 1982; Durão, 2002, 2003). Historicamente, sempre foi dominante nesta área a contratação em regime *freelance*, com designers que trabalhavam autónoma e simultaneamente para diferentes empresas e *ateliers*, “ao projeto”, geralmente inseridos em equipas de trabalho alargadas, por vezes com características multidisciplinares (Dormer, 1993; McRobbie, 1998; Vinodrai, 2006; Julier, 2008, 2010b, 2017). São justamente estas características, marcadas pela forte competitividade e concorrência nos mercados de trabalho em que operam que, argumenta Julier (2008: 45-46), explicam que os designers sempre tenham privilegiado práticas e modalidades de trabalho bastante flexíveis, procurando assim mais rapidamente adaptar-se e diferenciar-se. Segundo alguns autores, o *autoemprego* constitui mesmo um elemento essencial na construção da identidade dos designers, enquanto grupo socioprofissional, sendo ativamente estimulada na relação entre pares (Julier, 2008, 2010b, 2017; Wijk e Leisink, 2004).

Neste contexto, importa destacar o papel dos professores que, no período de formação, são decisivos na construção coletiva de discursos, representações e práticas relacionadas com a identidade dos designers, nomeadamente quando estabelecem certos consensos e visões canónicas relativamente ao exercício da profissão e, assim, contribuem decisivamente para “moldar” os comportamentos dos estudantes. Bianca Elzenbaumer (2013: 73-77) sublinha justamente o papel crucial desempenhado por muitas instituições de ensino e formação em design na consolidação de determinadas representações e práticas de trabalho que estão fortemente embebidas do que designa de um *ethos* neoliberal e que, nestes contextos formativos, são decisivamente “naturalizadas” e “despolitizadas” – tais como, por exemplo, a ênfase permanente, e hoje claramente institucionalizada, de lógicas de forte competição individual, uma celebração do *networking* e uma visão que, em geral, encara as práticas colaborativas entre profissionais de um modo bastante instrumental, porque orientadas por finalidades meramente individualistas. Esta autora identifica ainda a reiterada celebração de

concepções “apaixonadas” do trabalho em design que contribuem para “neutralizar”, de um ponto de vista ético e, sobretudo, político, um conjunto de práticas de trabalho nefastas que estão hoje plenamente instituídas – tais como as baixas remunerações entre os jovens designers, acompanhada de uma ausência generalizada de vínculos profissionais estáveis e correspondente proteção social-laboral. Na verdade, o predomínio de um tipo de retórica de forte pendor individualista, hoje presente na generalidade das instituições de ensino do design, tende ainda a encarar os *sucessos* e *falhanços* das trajetórias profissionais com resultantes de opções assumidas de forma individual e, sobretudo, hipervaloriza a *capacidade de sacrifício* dos jovens estudantes e recém-licenciados em prol da construção de uma tão-ambicionada carreira profissional, o que é decisivo para “alimentar” práticas ativas de “autoexploração” (McRobbie, 1998, 2002, 2016) na área do design, nota Elzenbaumer (2013: 76-77) – práticas essas que, de resto, se assemelham bastante às de outras áreas do SCC, anteriormente descritas.

Apesar do forte empenho do paradigma moderno em demarcar o design de determinadas concepções artísticas associadas à disciplina (Armstrong, 2014), vários autores identificam ainda, por outro lado, uma tendência recorrente no ensino do design contemporâneo para retomar uma certa dimensão artística associada à disciplina, frequentemente encarando-a como uma *arte aplicada* (Dubuisson e Hennion, 1995; Julier, 2008, 2010b, 2017; Wijk e Leisink, 2004; Fleischmann e Daniel, 2015). Aparentemente, esta tendência tem sido mesmo reforçada nos últimos vinte anos, assistindo a uma valorização de uma dimensão “autoral”, em sentido amplo, que é hoje, cada vez mais, associada à atividade profissional dos designers. Ora, esta tendência para uma celebração e até mesmo uma consagração, em contexto académico, de abordagens “autorais” ao design, encontra uma particular visibilidade na recente proliferação de eventos e de outras iniciativas relacionadas com este tema ou abordagem (encontros, debates, *workshops*, aulas-abertas, publicações, exposições, etc.), para os quais são geralmente convidados designers individuais e *ateliers* de pequena ou média dimensão que se distinguem e diferenciam justamente por desenvolverem este tipo de trabalho.

É, pois, à luz deste contexto que muitos estudantes de design são hoje encorajados a desenvolverem abordagens específicas, com forte cariz individual e “personalidade” própria – elementos essenciais, argumentam muitos professores, para singrarem profissionalmente como designers. O estudo de Ellen Van Wijk e Peter Leisink (2004) sobre jovens designers gráficos holandeses é particularmente exemplar desta tendência, evidenciando a forte influência dos discursos sobre a profissão construídos e veiculados

em contexto escolar, e demonstrando como estes “moldam” efetivamente muitas das concepções e aspirações profissionais dos estudantes. Estes investigadores observaram que muitos professores de design – que, na generalidade dos casos, são eles próprios designers *freelancers* ou possuem pequenos *ateliers* de design, em nome próprio –, tendem a associar, de forma assaz direta, uma maior liberdade, criatividade e autonomia em contextos profissional ao estatuto de designer *freelancer* que abertamente prescrevem aos seus estudantes; pelo contrário, são consideradas “nefastas” passagens por grandes *ateliers* de design ou agências de marketing e publicidade, contextos que, embora com características diferenciadas, são frequentemente aqui associados a um tipo de trabalho estandardizado e menos livre criativamente (Wijk e Leisink, 2004).

A ênfase reiterada na criatividade *individual* dos designers tem sido criticada por alguns autores que argumentam que, pelo contrário, o ensino do design deveria enfatizar uma dimensão coletiva e colaborativa que subjaz à maioria do trabalho feito em design (Ashton, 2009; Design Skills Advisory Pannel, 2008; Shaughnessy, 2010; Fleischmann e Daniel, 2010, 2015; Julier, 2017: 39-40). Defendem ainda, por outro lado, ser urgente explicitar e refletir nos currículos escolares, bem como nas práticas pedagógicas, a diversidade de contextos e processos de trabalho em design, transmitindo aos estudantes noções mais concretas e realistas do mercado de trabalho em design que, conforme veremos, é substancialmente mais árduo e, sobretudo, mais diverso e complexo do que a visão que tende a ser apresentada nas salas de aula.

Neste quadro, Daniel Ashton (2009) ou Katja Fleischmann e Ryan Daniel (2010, 2015) argumentam ser essencial preparar os estudantes de design para trabalharem numa amplitude de áreas que são, cada vez mais, diferenciadas e diversificadas, superando assim certas visões dominantes sobre o âmbito *certo* da atividade profissional dos designers que ainda persistem. Guy Julier (2017) identifica mesmo um desfasamento gritante entre o imaginário que, desde os anos 1990, vem sendo ativamente construído, em contexto escolar, em torno de um exercício profissional do design marcado por ideais de criatividade, autonomia, independência e até por um certo *glamour* associado aos *stars*-designers, que é bem contrastante com um contexto de atividade profissional que, na verdade, assume contornos cada vez mais complexos e que são, nalguns aspetos, até problemáticos (como veremos adiante), levando a que, muitas vezes, seja difícil a sua compatibilização com as ambições da generalidade dos designers recém-formados (cf. igualmente Fleischmann e Daniel, 2015). É, de resto, esse mesmo desfasamento que, acrescenta Julier, justifica que muitos designers, ao cabo de pouco mais de uma

década de trabalho, e vendo francamente frustradas muitas das suas expectativas iniciais, acabem mesmo por optar por abandonar esta profissão, profundamente desiludidos (Julier, 2017: 55-56; cf. igualmente, Kaygan e Demir, 2017: 494, 504-507).

Mário Moura (2018), por seu turno, estabelece uma pertinente correspondência entre a ascensão de uma certa ideia empreendedorismo aplicada ao design e o crescente entusiasmo em torno das ideias de autoria em design e a sua aproximação aos universos artísticos, cujos efeitos são particular e decisivamente amplificados em contexto escolar. Num contexto marcado pela crescente precarização das condições de trabalho na área, observa-se que muitas instituições de ensino em design revelam-se particularmente avessas a visões críticas da situação atual; pelo contrário, argumenta Moura, assiste-se antes a um certo exacerbar de um discurso académico celebratório em torno da figura do designer enquanto autor e empreendedor – ou “*authorpreneur*”, na definição *catchy* de Steven Heller (1998; Heller e Talarico, 2008) – que enfatiza uma dimensão profundamente individualista no modo de abordar o mercado de trabalho, celebrando o trabalho dos designers-*stars* e permanentemente desafiando os alunos a desenvolverem projetos mais experimentais e de forte pendor autoral, que contribuam para, desde cedo, estabelecer a sua reputação no *meio* (cf. igualmente McCarthy, 2013, cap. 5). Em suma, parece ter-se hoje generalizado a ideia de que todos os jovens estudantes de design *devem* ambicionar a ser “empresários de si próprios”, desprezando muitos dos vínculos sócio-laborais associados às “velhas” profissões assalariadas – o que nos remete para a ideia de *homo economicus*, na aceção foucaultiana abordada anteriormente, tornando assim bastante evidente o papel chave desempenhado por muitas instituições de ensino de design na construção destes novos “regimes de verdade” neoliberal (cf. igualmente Elzenbaumer, 2013: 71-77).

A par das instituições de ensino, interessa igualmente destacar o papel preponderante assumido por múltiplas revistas, publicações, conferências, exposições e bienais que têm também participado ativamente na construção de uma conceção da profissão de designer que, por vezes, assume contornos “quase místicos” (Julier, 2010b: 241). Historicamente, a imprensa teve um papel influente no processo de construção da identidade profissional dos designers, durante as décadas de 1950-60. Se ao design foram então associadas as ideias de “bom gosto” e de modernidade, projetou-se dos designers a ideia de que se tratavam de profissionais liberais, dotados de boa “bagagem cultural”, modernos, eficientes e criativos. Armstrong (2014: 244-257; 2019) refere justamente que nas reportagens sobre designers então publicadas, no Reino Unido e nos

EUA, em jornais e revistas como a *Vogue*, o *The Times*, a *Tatler* ou a *Harpers Bazaar*, era precisamente enfatizada uma imagem altamente individualista, bem-sucedida e masculina do design. É também durante este período, sugere esta autora, que os aspetos relacionados com a construção e gestão da autoimagem dos designers e seus *ateliers* adquirem crescente relevância, tornando-se aspetos cada vez mais refletidos e assumidos conscientemente no modo “performativo” como os designers se posicionam e comportam publicamente, seja perante uma audiência mais genérica, seja perante os seus pares e os seus clientes.

Nos últimos vinte anos esta tendência consolidou-se e, sobretudo, expandiu-se claramente. Tal decorre, desde logo, da intensa exposição mediática de uma elite de *stars-designers*, potenciada por uma multiplicidade de revistas, conferências, *websites*, exposições e bienais de design, dando-lhe uma visibilidade sem precedentes e que, para além disso, “alimentam” importantes espaços de partilha de informação e de discussão, mais ou menos crítica, sobre a disciplina e o exercício da prática profissional em design (cf. Soar, 2002a, 2002b, 2002c; Ennis, 2005: 17-19; Kennedy, 2012: 174-175, 181-188; Julier, 2008, 2010b: 241). A partir de meados dos anos 2000, com a banalização de uma pluralidade de ferramentas e de plataformas de arquivo e partilha de informações *online*, hoje facilmente disponíveis, nomeadamente através de diferentes redes sociais – como o *Tumblr*, *Flickr*, *Instagram* ou *Behance*, por exemplo –, assistiu-se a uma assinalável expansão do que Bártolo (2014a: 114) designa de *portfolio culture*, hoje particularmente vigorosa no campo do design de comunicação. De facto, investigação recente demonstra que estas diferentes redes sociais desempenham hoje um papel absolutamente central no processo de construção das reputações dos designers, obedecendo a lógicas mediáticas muito próprias, decorrentes das diferentes audiências abrangidas por cada rede social – aspeto a que, até por motivos profissionais, os designers gráficos e de comunicação estão particularmente atentos, investindo na adaptação dos seus múltiplos perfis *online*, nas diversas redes sociais, a diferentes segmentos de públicos-alvo (colegas e clientes), que procuram “alimentar” em permanência, num trabalho invisível e pouco discutido em público, mas que, cada vez mais, é considerado imprescindível (cf. Scolere, 2019).

Com efeito, atualmente tornou-se habitual muitos destes diferentes *dispositivos*, eventos e espaços de comunicação e de representação assumirem, de forma mais ou menos declarada, uma dimensão “autopromocional”, no sentido em que permitem a divulgação do *portfolio* profissional dos próprios designers envolvidos, tendo em vista angariar novos clientes e, sobretudo, possibilitar o reforço do seu prestígio entre pares. O recurso

a estes diferentes dispositivos têm-se revelado ainda particularmente propício ao reforço de uma determinada (auto)imagem dos designers e do seu correspondente estilo de vida, a saber: uma classe profissional composta por profissionais liberais (isto é, designers *freelancers* ou com um pequeno *atelier* próprio), altamente criativos e empreendedores, que são tendencialmente homens, brancos e jovens, bem-sucedidos e, ainda assim, descontraídos (*cool*), beneficiando de altos níveis de liberdade, satisfação, autonomia e criatividade na forma como operam num mercado de trabalho altamente competitivo (cf. Soar, 2002a, 2002b, 2002c; Kennedy, 2012: 174-175, 181-188; Julier, 2010b: 241). Ora, esta imagem, veremos adiante, constitui um retrato bastante redutor, parcial e até, em larga medida, mistificador daquela que é hoje realidade laboral no campo do design. Além disso, reproduz um importante conjunto de estereótipos e equívocos relativamente a esta profissão e que, à semelhança de outras no SCC, marca muito profundamente as cosmovisões e os posicionamentos perante o mercado de trabalho de muitos designers – em particular, dos mais jovens.

A atual ênfase na autonomia e liberdade criativa individual dos designers não deve ser ainda, por outro lado, dissociada do amplo debate em torno da *autoria* em design (Margolin, 2002; Poynor, 2003; Rock, 2005; Pinheiro, 2010; Moura, 2011; McCarthy, 2006, 2011, 2013), que emerge em finais dos anos 1990, e do novo papel que os designers começaram, desde então, a reivindicar para si próprios como *produtores* (Lupton, 2005; Bártolo, 2011, 2014a; Morais, 2014; Blauvelt e Lupton, 2011). Conforme referido antes, trata-se de uma transformação com um profundo alcance, na medida em que traduz um nítido desejo de emancipação relativamente a visões mais utilitaristas ou funcionalistas do design, que, desde então, passou assumir-se como expressão cultural e até, nalguns contextos, como disciplina *para-artística* (Lipovetsky e Serroy, 2014; Heinich, 2007b; Fraenkel, 2012; Crane, 2012a, 2012b; Pedroni e Volonté, 2014). E, por fim, estas transformações apontam ainda para novas aspirações socioprofissionais dos designers. Com efeito, nos últimos anos, um número crescente de designers começou a trabalhar por motivação própria nos designados projetos “autopropostos”, que desenvolvem autonomamente, sem necessidade de responder a um *briefing* ou encomenda externa. Além disso, num quadro em que, como alguns autores argumentam, o design contemporâneo constitui, cada vez mais, um *campo em expansão* (Bovier, 1998; Leerberg, 2009; Bártolo, 2014a), muitos designers abraçam hoje novas áreas de intervenção que incluindo, nomeadamente, a curadoria (de exposições, de eventos, etc.), a edição, o ensaio crítico, entre outros.

Neste contexto, torna-se cada vez mais relevante, para os designers, individualmente ou em coletivo, a busca e afirmação de um *estilo* próprio, reconhecível tanto entre pares, como por clientes, reais ou potenciais (Philizot, 2007; Jobling e Crowley, 1996: 284). Numa clara aproximação aos universos da arte e da arquitetura contemporânea, aspetos como o “talento” e a “originalidade” tornaram-se elementos crescentemente valorizados nos atuais processos de construção das reputações de designers e *ateliers* de design.

De igual modo, tem-se acentuado, nos últimos anos, uma tensão no interior do próprio campo do design contemporâneo, que se desenvolve entre dois extremos: por um lado, uma vertente mais “comercial” que, no caso do design gráfico e de comunicação, está sobretudo ligada ao trabalho em publicidade, realizado por grandes *ateliers* de design e/ou por agências de comunicação e publicidade; e, por outro lado, uma vertente mais “autoral”, em geral associada a trabalhos mais “especulativos” ou “experimentais”, desenvolvidos sobretudo para clientes ligados às artes e à cultura e que, normalmente, são realizados por designers *freelancers* ou por pequenos *ateliers* (Poynor, 2003, 2004; Philizot, 2007). Vivien Philizot (2007) afirma mesmo, talvez de um modo demasiado esquemático, que hoje o campo do design gráfico e de comunicação se organiza entre, de um lado, um número reduzido de “designers-autores” altamente reconhecidos, que formam uma espécie de elite ou *star-system*; e, do outro, uma enorme quantidade de designers “semi-autores” e de designers “executantes” que se distinguem pelos níveis bastante diferenciados de prestígio, de reconhecimento e/ou de autonomia que possuem entre si. Todavia, e embora em crescente expansão, o universo (heterogéneo) do design *de autor* mantém-se, apesar de tudo, bastante exíguo e assume, em geral, contornos muito restritos, pois, na verdade, continuam a ser relativamente escassos os clientes (tanto a um nível mais intermédio e institucional, como ao nível do consumidor final) que valorizam efetivamente a presença deste tipo de “marca” (*label*) (Philizot, 2007). Estamos, em suma, perante um fenómeno que, em larga medida, corresponde ainda a um “nicho” de mercado, abrangendo apenas de modo parcial e até algo marginal toda a produção de design contemporâneo – o que, de resto, parece estar perfeitamente em linha com outros processos de *artificalização parcial* com que se assemelham ao design.⁹⁰

⁹⁰ Nathalie Heinich e Roberta Shapiro (2012) argumentam que os processos de *artificalização* assumem níveis diferenciados de profundidade: durável, parcial, contínua e inalcançável. No caso do design – tal como acontece, por exemplo, na arquitetura, na fotografia e no cinema “de autor” – dificilmente este processo de *artificalização* é completado de modo pleno e durável (logo, comparável às ditas Belas Artes), na medida em que existe uma dimensão utilitária de cariz industrial ou comercial que gera, em maior ou menor grau, tensões que impedem um completo reconhecimento enquanto expressão artística. Refletindo sobre design gráfico e de comunicação, Heinich (2007b: 11-12) sugere, pois, estarmos perante um

Independentemente da maior ou menor exiguidade do mercado efetivamente disponível para acolher e fomentar um tipo de abordagens ao design marcadamente *de autor*, importa sobretudo enfatizar que esta constitui hoje não só uma tendência relevante, bastante reconhecida dentro do *meio*, como é uma aspiração amplamente partilhada entre os designers exercerem profissionalmente a sua atividade com uma maior margem de autonomia e liberdade criativa, assumindo-se plenamente enquanto *autores* – marcando assim, e de forma indubitável, o seu posicionamento no mercado de trabalho. A emergência e afirmação, nos últimos trinta anos, deste novo discurso sobre trabalho criativo em design que vai acompanhar o processo de ascensão da nova retórica (política, mediática, económica e técnico-científica) em torno das indústrias criativas e, mais recentemente, da chamada economia criativa. Com efeito, desde a década de 1980 que o design tem vindo crescentemente a assumir-se, pelo menos no plano retórico, como uma espécie de *paradigma virtuoso* da aplicação bem-sucedida da *criatividade*, característica das artes e da cultura, e da *inovação*, típica das engenharias e das ciências aplicadas, propondo soluções eficientes e pragmáticas, ajustadas às necessidades de um mercado cada vez mais voraz, exigente e globalizado (Julier, 2008, 2017; Cox, 2005; Bryson e Rusten, 2011). Na viragem para o século XXI, e num quadro de nítida afirmação hegemónica da chamada agenda criativa, o design vai ser definitivamente assumido, pelo menos de um ponto de vista retórico, como uma das áreas mais emblemáticas do SCC (Moor e Julier, 2009; Pratt e Jeffcutt, 2009; Vinodrai, 2011; Bouquillion, 2012; Hartley *et al*, 2013; Julier, 2008, 2009, 2017).

Simultaneamente, constata-se que algumas das características atribuídas aos artistas, mas também aos designers – entre as quais se incluem, conforme vimos anteriormente, a capacidade de mobilidade, autonomia, polivalência, trabalho em equipa, gestão das incertezas ou a poli-atividade profissional (Menger, 2005a; Greffe, 1999; Ross, 2000) –, se converteram em autênticos paradigmas do trabalho contemporâneo, celebrando-se a sua “flexibilidade” e capacidade “empreendedora” que, nesta leitura, corresponde a uma certa ideia de liberdade individual (McRobbie, 2002, 2016; Ross, 2000, 2006-07; Raunig *et al.*, 2011). Bouquillion (2012: 30) acrescenta outros atributos que concorrem igualmente para que os designers sejam hoje recorrentemente considerados uma espécie de *figuras modelares* desta nova economia contemporânea baseada na inovação e na

processo de artificação *parcial*, uma vez que este abrange apenas uma pequena parte da produção total realizada. Também no caso do design de moda, o processo de artificação parece, no essencial, circunscrever-se à chamada *haute couture* (Crane, 2012a, 2012b).

criatividade: dotados de competências e ferramentas específicas no domínio da criatividade, estes profissionais têm a capacidade de desenvolver abordagens inovadoras em diversos tipos de organizações, públicas ou privadas, com e sem fins lucrativos – independentemente de estas estarem, ou não, ligadas a domínios culturais e criativos –, podendo, assim, contribuir para as diferenciar e tornar mais competitivas (cf. igualmente Higgs *et al.*, 2005; Hartley *et al.*, 2013: 83-84; Fleischmann Fleishmann e Daniel, 2015). Acresce que, num contexto em que, como vimos, o design se expande e os designers tendem, cada vez mais, a assumir uma multiplicidade de novas e diferenciadas áreas de atuação, há um reforço simbólico das características de forte dinamismo, polivalência, autonomia e flexibilidade hoje genericamente atribuídas a estes profissionais. Os designers, enquanto trabalhadores criativos – integram, recorde-se, o *Super Creative Core* da “classe criativa” de Florida (2002: 69) –, parecem, assim, exemplificar três ideias chave que estruturam a retórica contemporânea *mainstream* em torno da criatividade, a saber: (1) as indústrias criativas são um dos principais *drivers* de crescimento das economias contemporâneas; (2) o capital humano “criativo” constitui um elemento fulcral da economia contemporânea, podendo ser beneficentemente colocado ao serviço de setores “criativos” e “não criativos”; e, finalmente, (3) a importância e a adequação dos novos modelos de trabalho “flexível”, organizados “ao projeto”, que se pretendem disseminar a todas as áreas da economia (cf. Bouquillion, 2012: 30). É, pois, sem supressa que se constata que o design constitui hoje um dos mais emblemáticos domínios do SCC, recorrentemente mencionado e elogiado em vários dos documentos técnico-políticos produzidos sobre esta temática, ao longo dos últimos vinte anos (Bouquillion, 2012: 30; Pratt e Jeffcutt, 2009: 15; Moor e Julier, 2009: 1; Vinodrai, 2011: 150-151).

Apesar de todo o interesse e protagonismo atribuído ao design, constata-se, contudo, que tal não se tem refletido num expectável acréscimo de pesquisa e conhecimento sobre os modos de organização específicos deste subsector e dos seus profissionais. Como nota Julier (2017: 42), as abordagens ao SCC ainda são predominantemente focadas nos domínios artísticos e culturais *stricto sensu*, excluindo assim profissões que se ocupam de funções ditas “de retaguarda” – entre as quais os designers –, cujas especificidades do trabalho que realizam e as condições em que laboram são, assim, invisibilizadas (cf. igualmente Soar, 2000, 2002a, 2002b, 2002c; Ennis, 2005; Vinodrai, 2006; Vinodrai *et al.*, 2007; Rusten e Bryson, 2007; Reimer *et al.*, 2008; Reimer, 2016).

Efetivamente, embora as primeiras investigações sobre design realizadas no âmbito das ciências sociais remontem a finais da década de 1960, a verdade é que estas abordagens pioneiras (provenientes, no essencial, dos campos da história, sociologia, antropologia e dos média e *cultural studies*), focavam, sobretudo, a dimensão simbólica do design, centrando-se na desconstrução crítica das representações e significados associados a este tipo de produtos culturais (cf. Woodham, 2001) – tendência que se vai manter, *grosso modo*, até meados da década de 1990. Desde então, alguns investigadores começaram a explorar o papel dos diversos atores envolvidos na conceção e produção de objetos, produtos ou serviços de design – desde logo, considerando os designers, claro, mas também outros “intermediários culturais” cuja atividade com estes se relaciona de forma estreita (como os publicitários, por exemplo) –, estudando as suas trajetórias profissionais, os mercados de trabalho em que operam e as condições em que realizam o seu trabalho (Soar, 2000; 2002c). Apesar dos relevantes desenvolvimentos registados na investigação sobre design, tomando-o enquanto domínio de atividade criativa e profissional, importa distinguir, como notam Reimer *et al.* (2008), os níveis diferenciados de aprofundamento, de acordo com as diversas áreas de especialização. Com efeito, enquanto o design de moda e os chamados *new media* (cuja esfera de intervenção extravasa o âmbito disciplinar do design *stricto sensu*) constituem domínios já relativamente bem estudados, outras áreas carecem de substancial aprofundamento – incluindo, nomeadamente, a do design gráfico e de comunicação.

A partir deste acervo de investigações, pode concluir-se que, tal como noutras áreas artísticas, culturais e criativas, também muitos designers incorporaram profundamente padrões de trabalho altamente flexíveis típicos do atual modelo económico pós-fordista. Esta tendência decorre, por um lado, da ampla disseminação de uma retórica altamente individualista que, com diferentes variações e tonalidades, desde meados dos anos 1980 tem procurado definir e celebrar o ideal do designer como “empresário de si próprio”, encontrando nos espaços de educação e formação e nos diversos *fora* profissionais contextos privilegiados para a difusão deste tipo de retórica, conforme referido antes.

Simultaneamente, investigações recentes demonstram que o carácter crescentemente heterogéneo deste subsetor, nestes últimos anos, reflete-se igualmente numa maior diversidade de situações laborais, e correspondentes enquadramentos legais e fiscais, dos designers – o que, em geral, corresponde a contextos bastante diferenciados de produção de design, com tipologias de clientes distintas (Vinodrai *et al.*, 2007: 67; Julier, 2010b: 243, 2017: 6-7). Tara Vinodrai *et al.* (2007), por exemplo, identificaram,

num estudo realizado para a OCDE, as seguintes cinco principais formas de incorporação do trabalho dos designers em cadeias de produção de um tipo mais industrializado: a) empresas que têm o seu próprio departamento interno de design (designers *in-house*); b) empresas que empregam designers, inserindo-os em equipas internas, de carácter multidisciplinar, que lidam com várias dimensões do negócio (incluindo, por exemplo, aspetos como a engenharia e análise da concorrência, desenvolvimento de produto ou marketing e publicidade); c) empresas que contratam designers em regime *freelance* para trabalharem em projetos específicos; d) empresas que contratam os serviços de design a uma empresa de consultoria externa (um *atelier* de design ou uma agência de comunicação, por exemplo); e, por fim, e) empresas que recorrem a uma combinação variável das quatro opções anteriormente indicadas. Embora não se trate de um exercício exaustivo, revela-se bastante útil, pois permite-nos vislumbrar a pluralidade de situações perante o trabalho existentes neste subsector.

Alguns autores argumentam mesmo que o próprio processo de crescimento e diversificação do design, ao longo destas últimas décadas, e que está claramente patente na atual proliferação de novas subáreas de especialização, contribuiu significativamente para expandir os domínios de competências dos designers, criando, assim, um conjunto variado de novas oportunidades de trabalho nesta área – nalguns casos, beneficiando de melhores condições laborais. Fleischmann e Daniel (2015: 424-726) assinalam justamente a importância destas novas áreas de trabalho – caso, por exemplo, da consultoria em design estratégico aplicado a vários setores económicos “não-criativos” ou da crescente participação de designers em equipas multidisciplinares envolvidas no desenvolvimento de aplicações informáticas e noutra tipo de serviços e soluções digitais – argumentando que este tipo incorporação (*embeddedness*) dos designers em áreas e setores de atividade muito diversificados é hoje, cada vez mais, decisiva – embora amplamente negligenciada pelas instituições de ensino e formação, como vimos antes –, pois permite aumentar a empregabilidade e melhorar as condições de trabalho destes profissionais (cf. igualmente Higgs *et al.*, 2005; Hartley *et al.*, 2013: 83-84).

Por outro lado, e analisando diversos estudos sobre design, que incidem sobre contextos e áreas de especialização bastante diferenciadas, identifica-se uma tendência geral de aumento dos designers *freelancers* (cf. por ex. BDI, 2006; Rusten e Bryson, 2007; Vinodrai, 2006, 2009, 2011, 2012, 2015; Kennedy, 2012; McRobbie, 1998, 2016; McRobbie *et al.*, 2016; Design Council, 2015; Julier, 2017; Kaygan e Demir, 2017). Alguns autores sustentam até que, em resultado da afirmação de um tipo de retórica

próxima do *ethos* artístico e “criativo” que advoga modelos de organização do trabalho flexíveis nos últimos anos, assistiu-se à expansão do *freelancing* entre os designers. Pinar Kaygan e Özümcan Demir (2017), por exemplo, descrevem este fenómeno a partir da Turquia, onde, desde os anos 2000, o *freelancing* tornou-se numa autêntica “moda” entre os jovens designers, atraídos pelas promessas de maior prestígio e remuneração, por um lado, e de níveis mais elevados de autogestão, independência, liberdade e autossatisfação, por outro. À semelhança de outras áreas artísticas, culturais e criativas, também entre os designers se afirmou a ideia de que a condição de profissional liberal, por oposição à de trabalhador assalariado, lhes asseguraria (i) um exercício da prática do design na sua forma mais “pura” (evitando, nomeadamente, envolverem-se em tarefas burocráticas ou ligadas à gestão); (ii) manterem-se apartados das relações hierárquicas estabelecidas no interior da empresa, assegurando-lhes assim um estatuto de maior independência e autonomia criativa (em comparação com designers *in-house*); e, por último, (iii) níveis superiores de prazer e autossatisfação no desempenho profissional (Kaygan e Demir, 2017: 500-503). Existe, contudo, uma claríssima contradição entre a visão altamente idealizada do trabalho em regime *freelance* e a realidade concreta das práticas e condições trabalho quotidianas dos *freelancers*, a que crescem vários efeitos nefastos, identificados por Kaygan e Demir, como a proliferação de situações de profundo isolamento; uma elevada fragmentação do trabalho realizado, decorrente da acumulação de vários projetos em simultâneo, para clientes distintos, tornando a sua gestão muito complexa; e ainda as frequentes situações de elevada insegurança laboral, acompanhadas, em muitos casos de baixas remunerações.

Estamos, pois, perante um quadro que evidencia, em traços gerais, grandes semelhanças com as condições em que operam hoje muitos profissionais do SCC. Neste contexto, importa pois, também no campo específico do design, questionar “aura” de *coolness* que persiste em ser associada ao trabalho em design neste tipo de moldes, assinalando algumas das penosas consequências associadas a vínculos laborais altamente flexíveis e precarizantes que, como explicado no capítulo anterior, em geral caracterizam os regimes de autoemprego e de trabalho *freelance*.

Acresce que, caracterizando-se o design por ser, tipicamente, uma atividade de prestação de serviços a outras indústrias e/ou serviços, parece existir uma especial volatilidade que leva a que os seus profissionais estejam particularmente vulneráveis às flutuações de contexto socioeconómico (cf. Vinodrai, 2006, 2009, 2012; Julier, 2017). Em especial na última década, profundamente marcada por uma crise e recessão económica à escala

global, parece ter havido uma baixa generalizada dos níveis de remuneração neste subsetor, afetando em particular os designers mais jovens (Design Industry Voices, 2009, 2010, 2011, 2013, 2014; McRobbie, 1998, 2016; McRobbie *et al.*, 2016; Kennedy, 2012; Elzenbaumer, 2013; Elzenbaumer e Giuliani, 2014; Julier, 2017, cap. 3; Kaygan e Demir, 2017), e que foi frequentemente acompanhada de um aumento das situações desproteção social para a generalidade dos designers – embora seja importante observar situações distintas, decorrentes dos diferentes contextos nacionais e respetivos sistemas de proteção social (cf. Vinodrai, 2012). Este quadro geral de degradação das condições de trabalho tem sido ainda impactado, nos últimos, pela prática generalizada de estágios e de múltiplas outras formas de trabalho não-remunerado em design – incluindo, nomeadamente, o trabalho dito *pro-bono* –, fenómenos que decorrem do efeito combinado da crescente pressão para um abaixamento dos custos de mão-de-obra, por um lado, e do assinalável incremento da oferta de ensino e formação em design, que contribuem para o considerável aumento do “exército de reserva” de jovens designers que, anualmente, entram no mercado laboral e que, na busca por alguma oportunidade, revelam disponibilidade para aceitar este tipo de condições de trabalho (Julier, 2017, cap. 3; Elzenbaumer, 2013; Moura, 2009).

Por outro lado, e à semelhança de outros domínios artísticos, culturais e criativos, também no campo do design várias pesquisas têm revelado as grandes dificuldades sentidas pelos designers (em especial os *freelancers*) em conciliar a esfera profissional com a sua vida privada, o que decorre, em larga medida, das extensas jornadas laborais e de ritmos de trabalho extremamente intensos que, como vimos no capítulo anterior, autores como Andy Pratt têm vindo a definir como padrões de trabalho “bulímicos” (Pratt, 2000, 2002; Gill e Pratt, 2008).⁹¹ Suzanne Reimer (2016) sustenta, a partir dos resultados da pesquisa que conduziu em diversos *ateliers* de design britânicos, que as representações do “bom designer” estão hoje profundamente enraizadas numa cultura de trabalho que enaltece as longas jornadas laborais, que superam os horários de trabalho convencionais, e que é alimentada por uma retórica que celebra e justifica situações de baixos salários e de (auto-)exploração com base numa conceção “apaixonada” do

⁹¹ São, de resto, este tipo de padrões de trabalho que parecem explicar as inúmeras situações de “quebra” (física e psicológica) de alguns designers que, ao limite, levam mesmo a um abandono da profissão por completo e que, em situações mais frequentes, justificam a opção, após alguns anos de trabalho *freelancer*, por outro tipo de atividade em design que se considera menos intensa – é o caso, por exemplo, da docência universitária (cf. por ex. Kaygan e Demir, 2017: 494, 504-507; Reimer, 2016: 10401-1042).

exercício desta profissão (cf. igualmente, Gill, 2002, 2007; McRobbie, 1998, 2002, 2016; McRobbie *et al.*, 2016; Kennedy, 2012; Elzenbaumer, 2013; Julier, 2017, cap. 3). Como noutras áreas do SCC, também no design este tipo de padrões de trabalho tendem a ser mais penalizadores para as mulheres, especialmente as mães (Gill, 2002, 2007; McRobbie, 1998, 2016; Kennedy, 2012; Allen, 2013; Reimer, 2016). Frequentemente esta cultura de trabalho em design está ainda imbuída de um profundo machismo, identificado por Reimer (2016: 1037- 1039), e fica bem patente na recorrente exclusão de designers mulheres com base no argumento falacioso de que estão “estruturalmente” em desvantagem (sobretudo, se forem mães) pois são, ao contrário dos homens, incapazes de aguentar a intensidades dos ritmos de trabalho e de assegurar um elevado nível de “comprometimento” com a profissão. Acresce que, ainda que muitas vezes de forma subtil, continua a persistir uma forte associação de uma certa noção criatividade, bem como de certas competências e saberes técnico-oficinais de cariz mais manual, a uma conceção hegemónica de masculinidade – o que explica, por exemplo, que haja historicamente uma maior presença de mulheres em certas áreas de especialização, como o design de interiores (Lees-Maffei, 2008), e em alguns setores industriais, como o da cerâmica (Clegg e Mayfield, 1999; Armstrong, 2014), o que contrasta com a forte *invisibilidade* de designers-mulheres noutras áreas de especialização, como é o caso do design industrial e até do design gráfico (Clegg *et al.*, 1999; Allen, 2013; Kaygan, 2016; Reimer, 2016: 1035-1040).⁹² Vários estudos e relatórios publicados, nos últimos anos, sobre o subsector do design no Reino Unido e nos EUA confirmam justamente a persistência de muitos destes desequilíbrios de género, apontando, nomeadamente, para uma escassa presença de mulheres em posições de chefia quer em *ateliers* de design, quer em agências de publicidade e comunicação, por exemplo, o que se reflete também em significativas desigualdades em termos remuneratórios (Harvey e Blackwell, 1999; Design Council, 2010; IIDA, 2016; Bagnall, 2016; Reimer, 2016).

Os processos de transformação tecnológica têm grande importância na interpretação das mudanças chave que, ao longo do tempo, têm vindo a ocorrer no campo do design – e, especialmente, naquelas que foram despoletadas pelo advento do digital, sobretudo nos últimos anos, num fenómeno largamente potenciado pelo *boom* das NTIC que

⁹² Neste sentido, Suzanne Reimer afirma: “Design as a practice has been – and often continues to be – imbued with particular social constructions of masculinity (...). Design skills often are naturalised; and in arenas where bodily ability is perceived to form a central part of skill, the potential aptitudes of different bodies can be evaluated unequally. For example, in product design, the capacity to construct a physical prototype, to manipulate materials or even to use a hammer is often coded as essentially masculine, and a stereotyped separation of gender boundaries emerges” (Reimer, 2016: 1035).

acompanharam a expansão do acesso à Internet, tornando os processos de comunicação cada vez mais “naturais” e invisíveis, à medida que as próprias tecnologias se tornam, elas próprias, cada vez mais desmaterializadas (Greenfield, 2017).

Do ponto de vista da organização e realização do trabalho em design, estas transformações tecnológicas tiveram – e têm – extensas e profundas implicações. Recorde-se as investigações de Antoine Hennion sobre publicidade (Hennion e Méadel, 1989) e design industrial (Dubuisson e Hennion, 1995, 1996) pioneiras no lançamento de um olhar sociologicamente mais complexo sobre os modos como os designers desenvolviam o seu trabalho, inserindo-os numa rede sociotécnica mais vasta e complexa de interações e mediações com outros agentes, “humanos” e “não-humanos”, com os quais têm necessariamente de “negociar”, tendo em vista a concretização do seu trabalho. O ofício de designer constitui, portanto, um trabalho de *coordenação complexa*, na expressão de Dubuisson e Hennion (1996: 2-4), que lhes exige uma grande capacidade de integração, compatibilização e negociação dos seus interesses com os de diversos outros agentes, assegurando a “coerência” do objeto (bi ou tri dimensional) final produzido. O trabalho dos designers requer, pois, um conhecimento profundo das convenções, regras e modos de organização específicos dos diversos mercados em que trabalham e, simultaneamente, um trabalho de *tradução* em torno das representação dos utilizadores/consumidores dos seus produtos, mas também um grande esforço de mediação/negociação com os diversos elementos que integram a estrutura profissional em que os designers se inserem (diretores criativos, fotógrafos, videastas, *marketeers*, *copywriters*, *account managers*, etc.) e, eventualmente, com os próprios empresários (cliente final); por fim, requer ainda formação específica que lhes permita conhecer profundamente as características dos objetos e materiais com que trabalham – sejam eles matérias-primas e/ou dispositivos técnicos e tecnológicos que possibilitam aos designers desenvolverem todo o trabalho de conceção e produção dos vários objetos (cf. igualmente Moor e Julier, 2009: 7-8; Dorland, 2009). Estes autores desconstroem, assim, uma certa visão romantizada da natureza intrinsecamente criativa e espontânea do trabalho dos designers – semelhante, de resto, à ideologia da natureza “espontânea” do trabalho artístico que, como já vimos, a sociologia têm procurado desconstruir criticamente nestas últimas décadas.

Centrando-nos agora no campo específico do design gráfico e de comunicação, importa começar por recordar que o processo de transição do design gráfico tradicional para o chamado *desktop publishing* e, mais recentemente, para formas mais complexas de

comunicação que assentam numa multiplicidade de suportes e plataformas digitais, decorre sobretudo de um conjunto de importantes mudanças técnicas e tecnológicas, cada vez mais complexas, baseadas em sistemas de interfaces que assentam numa multiplicidade de ecrãs que permitem o estabelecimento de hiperligações e, sobretudo, potenciam acréscimos significativos de interatividade com os diferentes utilizadores (cf. Bonsiepe, 1999; Myerson e Vickers, 2002; Bolter e Gromala, 2003; Tapia, 2003; Frascara, 2004; Byfield, 2008; Downs, 2011; Correia, s/d; Drucker e McVarish, 2009, cap. 15). Este processo de digitalização da comunicação visual, em curso *grosso modo* desde há três décadas⁹³, foi largamente potenciado pela ampla difusão das NTIC e por um significativo alargamento do acesso à Internet, e impactou profundamente o modo como os designers de comunicação concebem, organizam e realizam hoje o seu trabalho. Pode-se, assim, considerar que este é um domínio de especialização em design que se constitui enquanto um ponto privilegiado para observar e compreender os múltiplos e diferenciados impactos suscitados por estas transformações tecnológicas na reconfiguração dos modos de organização do trabalho, bem como na reestruturação de parte importante deste mercado.

Com efeito, estes recentes processos de transformação técnica e tecnológica permitiram o desenvolvimento de uma série de novos domínios de trabalho que, com frequência, têm originado o surgimento de novas subáreas de especialização que, nalguns casos, gozam mesmo de razoável autonomia relativamente ao design de comunicação – incluindo, entre outras, o *webdesign*, *interface design*, *interaction design*, *experience design*, *mobile application design* ou o *user-centred design*. Iain Macdonald (2014) nota que este processo de crescente digitalização do design de comunicação complexificou tremendamente o exercício desta atividade, exigindo frequentemente que os designers dominem hoje um leque substancialmente mais vasto de conhecimentos e competências do que no passado, e que, para além disso, estão em permanente atualização e mutação, em resultado da aceleração induzida dos ritmos frenéticos de mudança tecnológica. Ora, todo este cenário configura um contexto fortemente adverso para a generalidade dos

⁹³ Note-se que o termo “design de comunicação” – ou, em alternativa, “comunicação visual” (Byfield, 2008: 439-442) – surge ainda nas décadas de 1960-70, afirmando-se nas duas décadas seguintes, embora nunca tenha substituído, em absoluto, a anterior terminologia (design gráfico). Esta nova designação procurava evidenciar a maior diversidade e amplitude de formas de comunicação com que, neste período, os designers passaram a poder trabalhar (Frascara, 2004; Byfield, 2008; Bailey, 2008; Correia, s/d; Drucker e McVarish, 2009, cap. 15). Contudo, é evidente que nas últimas três décadas este processo acelerou e intensificou-se extraordinariamente, em resultado de um amplo processo de digitalização que permitiu o surgimento de novos suportes de comunicação, alterando profundamente tanto as conceções como as práticas profissionais neste subdomínio de especialização em design.

designers gráficos mais velhos e experientes que, frequentemente, são também aqueles que auferem de remunerações mais altas, levando, em muitos casos, ao seu afastamento da profissão (cf. por ex. Macdonald, 2014).

A crescente digitalização do design de comunicação levou ainda, por outro lado, a que se assistisse, nos últimos anos, a uma assinalável redução ou até supressão de algumas profissões dedicadas a prestar auxílio técnico complementar aos designers gráficos. Veja-se, a este propósito, as transformações ocorridas ao nível da impressão, outrora uma área vital para o sucesso da atividade gráfica, cujo processo de aprendizagem para obtenção de um *know-how* específico era longo, altamente codificado e regulamentado (Carré e Tiévant, 1989; Durão, 2002, 2003), e do qual dependiam muitos designers. Atualmente, não só uma parte importante, senão mesmo substancial, da comunicação deixou de ser pensada e implementada com recurso a suportes impressos, como os próprios processos de impressão se tornaram eles próprios cada vez mais digitais e, além disso, bastante mais simples (do ponto vista técnico), para além de baratos e ágeis. Consequentemente, têm assistido a uma lenta decadência de algumas velhas profissões, como a dos tipógrafos-impressores, outrora elementos fundamentais de todo o processo produtivo e, por vezes, até criativo – aconselhando e apoiando frequentemente os designers na concretização técnica de algumas das soluções gráficas do projeto –, estando hoje praticamente em “vias de extinção” (Durão, 2002, 2003; Fraenkel, 2012). Este processo de rápida transformação tecnológica tem gerado ainda, por outro lado, um conjunto de novas dinâmicas, hábitos e rotinas de trabalho em design de comunicação. Investigações recentes sobre os modos de organização e os processos de trabalho de designers gráficos e de comunicação contemporâneos, tanto em contexto de trabalho independente (*freelance*), como em organizações de maior dimensão e complexidade – *ateliers* de design de média e grande dimensão, grandes agências de comunicação –, identificam já alguns impactos decorrentes destes processos de digitalização no trabalho criativo em design.

Em primeiro lugar, concluem que existe hoje uma hegemónica utilização quotidiana, e em regime intensivo, de variado *hardware* e *software* informático. Tal tem permitido aos designers recriarem as suas rotinas de trabalho, com destaque para as possibilidades inéditas de agilização de várias etapas decisivas do seu processo criativo e de execução (Ennis, 2005, Dorland, 2009). A hipótese de hoje, de forma fácil, rápida e económica, digitalizar e arquivar todas as propostas e trabalhos gráficos realizados veio ainda permitir integrar nos processos de trabalho de muitos designers e *ateliers* de design

práticas quotidianas de recuperação e *reciclagem* desses mesmos trabalhos gráficos que, por vezes, se traduzem em gestos algures entre o *plágio* e a *citação* – e cujos limites se tornaram, cada vez mais, fluídos e até algo difusos (Julier, 2017: 47; Ennis, 2005, Dorland, 2009).

Julier e Moor (2009b: 262-264) argumentam ainda, por seu turno, que ao acelerarem muitas das práticas e dos processos de trabalho, tornando-as quase automatismos, as novas tecnologias digitais têm contribuído para reduzir *de facto* a margem de reflexão crítica e de envolvimento criativo dos designers nestes processos. Muitas destas novas práticas de trabalho resultam do efeito combinado da aceleração dos ritmos de produção e do crescente “esmagamento” dos valores de mercado, originando um aumento das pressões para que a resposta dos designers seja cada vez mais assertivo, rápido e eficaz (Dorland, 2009: 113-117; Ennis 2005: 26-31).

É precisamente neste quadro que o processo de crescente digitalização do trabalho em design tem vindo a adquirir alguns outros novos contornos, que estão patentes nas práticas – cada vez mais habituais, sobretudo em organizações de maior dimensão – de permanente monitorização, vigilância controlo e avaliação do trabalho dos designers, através do recurso a um conjunto de mecanismos e procedimentos de controlo internos baseados sobretudo em programas informáticos especializados como, por exemplo, o *Oracle Workflow*, o *co.efficient* ou o *High Orbit* (Dorland, 2009; Julier e Moor, 2009b; Julier, 2017: 47-48; Julier 2010b: 249-254). Além de cumprirem uma importante função de auditoria interna, alguns destes *softwares* permitem também aos próprios clientes exercer um tipo de acompanhamento e controlo do trabalho dos designers mais rigoroso e *just on-time*. A este propósito, Julier e Moor (2009b: 264) observam ainda que, graças a este conjunto de novos dispositivos de trabalho colaborativo, assente em plataformas digitais, hoje não só participam em todo o processo de conceção e implementação de determinado projeto de design um número crescente de intervenientes, como o fazem com níveis de informação cada vez mais precisos e detalhados, o que também contribui para reduzir significativamente as margens de autonomia criativa dos designers, condicionando até muitos dos resultados do projeto (cf. igualmente Doorland, 2009). Neste contexto, as práticas de trabalho em design de comunicação têm-se ampliado e, simultaneamente, tornado, de algum modo, mais “rígidas” e “formatadas”.

Simultaneamente, também o próprio ambiente tipificado do *atelier* de design alterou-se profundamente, afastando-se de algumas das representações mais populares, românticas e romantizadas que, ainda hoje, continuam a ser associadas a estes locais de trabalho e

que nos remetem para visões algo idealizadas deste tipo de prática profissional criativa enquanto exercícios *lúdicos*, de *jogo*, de *experimentação*, de trabalho *não-estruturado* (Dorland, 2009: 105-106). Algo paradoxalmente, existem hoje vários *ateliers* de design e agências de comunicação que procuram justamente *encenar* alguns destes pretensos “ambientes de trabalho criativo”, recreando-os, tanto de um ponto de vista retórico – construindo cuidadosas narrativas de apresentação dos projetos e metodologias criativas pretensamente específicas do seu *atelier* ou agência, por exemplo, que são mobilizadas nas interações com clientes, assim como nos próprios materiais promocionais –, como de um ponto de vista mais visual – e que se concretiza, por exemplo, tanto ao nível da decoração dos espaços de trabalho ou da indumentária pretensamente *cool* dos designers (cf. Julier, 2017, 2010b; Julier e Moor, 2009b: 264-267; Dorland, 2009: 106-107). Efetivamente, num contexto marcado, como já vimos, por uma fortíssima concorrência, a busca por um acréscimo de “reconhecimento” e “reputação” tornou-se absolutamente central para assegurar a sobrevivência de qualquer *atelier* de design, independentemente da sua dimensão (Reimer *et al.*, 2008; Sunley *et al.*, 2011; Vinodrai, 2006, 2009, 2011, 2012, 2015; Vinodrai *et al.*, 2007; Julier, 2010b, 2017). E, para tal, é decisivo o modo como, através do recurso a uma multiplicidade de diversos elementos, se “performatiza” a prática do trabalho criativo em design perante os clientes, muitas vezes recorrendo a conceções, “imagens” e/ou discursos, mais ou menos, estereotipadas da criatividade dos designers *em ação*, que lhes permitam identificar, de forma muito clara e imediata, quais os domínios de especialização e os elementos de diferenciação competitiva relativamente a outros designers, *ateliers* de design e agências de comunicação – sendo que, neste contexto, a perceção da criatividade assume um papel crescentemente importante no modo como um determinado produto ou serviço de consultoria de design é “vendido” (cf. Julier, 2017: 45-47; 55-56; Julier, 2010b: 250-254).⁹⁴

⁹⁴ Além disso, como observa Dorland (2009), a conceção e realização de um projeto implica que os designers se envolvam ainda numa série de negociações internas, prévias à negociação com o cliente e/ou com o consumidor-final – e que, também elas, implicam uma dimensão “performativa” que visa justamente o convencimento dos restantes elementos que integram um determinado *atelier* ou agência de design, em particular daqueles que se encontram no topo da hierarquia, relativamente às mais-valias associadas a uma determinada proposta ou solução. Na verdade, ao longo de todo este processo, que pode ser mais ou menos longo, de acordo com a complexidade e a exigência de cada projeto em específico, cabe ao designer ou a outro elemento do *atelier*, como o diretor criativo e/ou o *account manager* (elementos que, frequentemente, mantêm os contatos diretos com os clientes) assegurar a negociação e sustentação das propostas perante estas diferentes audiências – internas e externas –, de forma a garantir que estas são validadas e que pode prosseguir assim com o processo de execução de determinado projeto. Para tal, o designer recorre a uma multiplicidade de elementos retóricos, visuais e documentais que o apoiam nesta sua permanente *performance* – incluindo, nomeadamente, os documentos iniciais que compõem o *briefing*, passando pelos primeiros esboços, os modelos, protótipos e maquetes, geralmente

Pelo menos desde o pós-guerra que lógicas de permanente “autopromoção” (em termos individuais ou coletivos) e fomento do *networking* estruturam decisivamente a organização do trabalho em design – à semelhança, de resto, do que acontece noutras áreas artísticas, culturais e criativas. Historicamente, desde as décadas de 1950-60, é possível encontrar referências quer quanto à importância dos prémios de design, entendidos enquanto rituais de consagração e reconhecimento simbólico de uma “elite” da profissão, quer relativamente à relevância atribuída pelos designers à autogestão da sua própria imagem, decorrente, nomeadamente, de uma presença mediática crescente nalgumas importantes revistas e jornais anglo-saxónicas (cf. Armstrong, 2014, cap.5). É, contudo, evidente que esta tendência se aprofundou nos últimos vinte anos, adquirindo hoje contornos diversos – mais “gritantes”, por um lado, e porventura mais “banais” e quotidianos, por outro. No essencial, esta mudança decorre de um claro agravamento das condições de contexto em que hoje se realiza esta atividade, marcadas, como já vimos, por fortíssimos níveis de competição nesta área, em resultado do notável aumento do número de designers nos últimos anos, em geral com formação específica na área, acompanhando, de resto, a expansão da oferta de ensino superior em design. Ora, num contexto em que, a cada ano, o mercado laboral recebe novas vagas de jovens designers recém-licenciados, que legitimamente ambicionam trabalhar na sua área de formação, torna-se inevitável, na generalidade dos casos, o recurso a estratégias que permitam aumentar a sua visibilidade individual e do seu trabalho, tentando, assim, obter algum reconhecimento junto dos seus pares e de clientes, bem como ampliar as redes de contactos em se inserem, potenciando novas oportunidades profissionais (McRobbie, 1998, 2011b, 2016; McRobbie *et al.*, 2016; Gill, 2002, 2007; Rusten e Bryson, 2007; Reimer *et al.*, 2008; Sunley *et al.*, 2011; Ennis, 2005; Julier, 2010b, 2017; Vinodrai, 2006, 2009, 2011, 2012, 2015; Vinodrai *et al.* 2017; Kennedy, 2012; Kaygan e Demir, 2017).⁹⁵ Da análise de investigações internacionais que incidiram na organização dos mercados trabalho em design, destacam-se, de seguida, alguns aspetos

culminando na preparação das versões finais da proposta e das respetivas apresentações, dirigidas aos clientes e, por vezes, aos consumidores-finais (cf. igualmente Julier, 2010b: 251-254; Ennis, 2005; Hennion e Méadel, 1989; Dubuisson e Hennion, 1995, 1996).

⁹⁵ Justamente neste sentido, a geógrafa económica Tara Vinodrai observa, a partir da sua prolongada análise das lógicas de organização do mercado de trabalho em design na província de Ontário, no Canadá, o seguinte: “Due to high levels of labour market circulation and the risky, precariousness nature of design work often involving non-standard forms of work (including short-term contracts, self-employment, and freelancing), designers need to find ways of securing work. (...) the ability of designers to secure work is often based on reputation built over time through working with ‘star’ designers and design firms and on noteworthy projects, as well as by building, long-term, trustful relationships with other local designers through repeated collaborations and shared worked experiences.” (Vinodrai, 2009: 16).

relacionados a importância do *networking* e das redes de sociabilidade neste subsetor que, pela sua especificidade, por vezes, o diferenciando de outros domínios do SCC.

Embora diferentes autores reconheçam a importância das redes de contactos e de sociabilidades também no subsetor do design, conforme já vimos, importa, contudo, notar que estas redes assumem, com frequência, um estatuto bastante diferenciado, dependendo do tipo de interlocutores e, sobretudo, do contexto em que são ativadas. Reimer *et al.* (2008) estabelecem uma fundamental distinção entre dois tipos de redes: por um lado, as redes de antigos colegas e de amigos que são profissionais desta área que, frequentemente, são cruciais para os designers identificarem novas oportunidades de trabalho; e, por outro, as redes que se estabelecem a um nível mais empresarial, através dos contactos interpessoais que se criam com os diversos clientes e que, desejavelmente, vão sendo mantidos e robustecido, ao longo do tempo. Foi já referido que a criação de uma reputação sólida é um aspeto crítico nesta área, sendo igualmente crucial a fidelização de clientes – até porque, como sugerem vários estudos, é habitual novos projetos surgirem por recomendação pessoal, nomeadamente de antigos clientes (cf. Reimer *et al.*, 2008: 164-166; Sunley *et al.*, 2011: 385-386; Julier 2010b: 252-253). Contudo, o processo de construção de uma sólida relação entre designer e cliente é, muitas vezes, lento e complexo, até porque, ao longo do desenvolvimento dos projetos, são frequentes momentos de tensão e de divergência. A confiança e o respeito mútuo são, pois, elementos chave na consolidação deste tipo de relacionamentos profissionais, o que requer tempo, tornando assim muito importante que haja uma certa sucessão de projetos que permita o amadurecimento destas relações (Sunley *et al.*, 2011: 384-385; Rusten e Bryson, 2007: 81-85).

Por outro lado, e ao contrário do que ocorre noutras áreas do SCC, no caso do design parecem ser escassos os contactos e as colaborações diretamente estabelecidas entre organizações congéneres. Ao invés, tende a prevalecer algum “secretismo” e, sobretudo, uma dinâmica competitiva forte que privilegia práticas de *diferenciação* em detrimento das de *colaboração* – que são, muitas vezes, encaradas como potencialmente arriscadas e até mesmo prejudiciais para a “identidade” da empresa e preservação da sua “marca” (Reimer *et al.*, 2008: 164-166; Sunley *et al.*, 2011: 385-386). É também à luz deste enquadramento que se pode interpretar a proliferação de *freelancers* neste subsetor, pois a maioria dos *ateliers*, independentemente da sua dimensão, tende a privilegiar acordos de colaboração pontual (“ao projeto”) com designers externos, geralmente baseados em relações de confiança interpessoal, em detrimento de outro tipo de acordos de

colaboração e de parceria entre empresas da mesma área que permitissem, por exemplo, estabelecer alianças entre pequenos *ateliers* de design para a realização de trabalhos com uma maior dimensão e complexidade.

Por outro lado, algumas investigações apontam certas especificidades na área do design, em termos da sua organização espacial que, nalguns casos, contrastam relativamente às tendências gerais de aglomeração territorial de atividades artísticas, culturais e criativas. Evidentemente que os principais centros urbanos têm, à semelhança de outras áreas, também no design um fortíssimo efeito de capitalidade, concentrando um número significativo de profissionais e empresas, nas várias áreas de especialização do design. No caso do Reino Unido, por exemplo, verifica-se, sem qualquer surpresa, que a maioria dos designers *freelancers* estão concentrados na cidade de Londres e na região metropolitana envolvente, o que se explica essencialmente pelo facto destes designers poderem aqui beneficiar de redes de relações mais extensas com as várias tipologias de empresas de design também aqui sedeadas – muitas delas com uma dimensão reduzida, recorrendo pontualmente a *freelancers* para suprir as suas necessidades, em função do volume de projetos “em carteira” e das suas características e exigências específicas. Além disso, a centralidade de Londres, enquanto capital nacional e “cidade global”, torna-a particularmente atrativa para muitos designers que encaram a cidade como uma “fonte” de estímulos criativos (Reimer *et al.*, 2008; Sunley *et al.*, 2011; Reimer, 2016). De facto, analisando os principais relatórios sobre a indústria do design no Reino Unido (cf. por ex. BDI, 2006; Design Council, 2001, 2002, 2003, 2004, 2008, 2010, 2015), verifica-se a fortíssima concentração de empresas e profissionais na Grande Londres. Este fenómeno afeta inclusivamente algumas das prestigiadas escolas de design sedeadas fora de Londres que, como revelam Reimer *et al.* (2008: 162), historicamente sentem muitas dificuldades em fixar muitos dos seus *alumni*, uma vez que a maioria destes jovens licenciados anseiam por rapidamente “escapar” para a capital britânica, em busca de mais e melhores oportunidades de trabalho e estímulos criativos.

Importa, contudo, assinalar dois outros aspetos que, de algum modo, conferem alguma especificidade ao design relativamente a outros domínios do SCC. Em primeiro lugar, análises realizadas por alguns geógrafos económicos evidenciam que, no caso particular do design, a localização dos profissionais e empresas em *hubs* e “quarteirões” culturais e criativos parece ser considerada bastante menos atrativa e vantajosa – excetuando, talvez, em dimensões ligadas, por um lado, à busca de maior prestígio e reconhecimento em termos simbólicos e mediáticos e, por outro lado, à possibilidade de estabelecer um

contacto mais direto e regular com artistas e outros criativos que possam eventualmente servir de fontes de inspiração (Drake, 2003). No essencial, esta tendência justifica-se pela natureza claramente empresarial deste subsector, que se reflete em fenómenos de aglomeração espacial bastante distintos de maioria das atividades culturais e criativas (Reimer *et al.*, 2008; Sunley *et al.*, 2008, 2011). Muitos designers e empresas de design tendem, assim, a optar por concentrarem-se noutra tipo de locais, mais próximos das sedes dos seus clientes ou boas acessibilidades (por exemplo, próximos dos principais *hubs* de transportes). No caso de *freelancers* e *ateliers* que trabalham para setores de atividade fortemente industrializados (indústrias do mobiliário ou do têxtil/vestuário, por exemplo), a questão da proximidade física às unidades de produção coloca-se ainda de forma mais vincada, sendo muitas vezes decisiva durante as etapas de prototipagem e de teste dos produtos, o que, evidentemente, acaba por repercutir-se em padrões de concentração espacial bastante específicos que, em geral, correspondem à localização destas indústrias (cf. Rusten e Bryson, 2007; Reimer *et al.*, 2008; Sunley *et al.*, 2008). Em alguns domínios industriais em que processos de conceção, produção e comercialização revelam uma maior complexidade, por vezes estendendo-se no tempo, a proximidade e o contacto face-a-face⁹⁶ mantêm-se elementos essenciais na construção de relações de confiança e respeito mútuo que, como vimos, são fundamentais para sedimentar relacionamentos mais prolongados entre os designers e os seus clientes – sendo, por isso mesmo, altamente valorizados por ambas as partes (Rusten e Bryson, 2007: 76-79; Reimer *et al.*, 2008: 164).

Embora os modos de organização do trabalho em design se encontrem, historicamente, estruturados em função de relações que profissionais e empresas de design estabelecem com determinados territórios e com o tecido empresarial e industrial aí estabelecido, sendo este aspeto, conforme acabamos de observar, muitas vezes decisivas nas opções de fixação de *ateliers* de design em determinado local, a partir do qual se desenvolvem processos específicos de aglomeração deste tipo de atividades e seus profissionais, importa também considerar os processos de desterritorialização do trabalho em design que, embora recentes, adquiriram uma relevância crescente, sobretudo na última década.

⁹⁶ Apesar da notável evolução em termos tecnológicos, que permitem que, através do recurso às NTIC, se estabeleça hoje, de forma fácil, rápida e barata, o contacto à distância entre dois ou mais intervenientes, o contacto face-a-face continua a ser um elemento fundamental no estabelecimento das relações de trabalho nalguns destes domínios – e ainda que o número de reuniões presenciais tenda a reduzir-se com a evolução dos projetos, concentrando-se sobretudo nas fases iniciais do projeto (Reimer *et al.*, 2008: 164; Rusten e Bryson, 2007: 76,78).

O processo de crescente computerização do trabalho em design, anteriormente descrito, assume um papel crucial neste processo, ao permitir que os designers – e, em particular, os designers gráficos e de comunicação – se tornassem cada vez mais *autossuficientes*, necessitando de dispor, ao limite, apenas de um computador pessoal que esteja ligado à Internet e equipado com algum *software* específico (que, em grande medida, está hoje acessível *on-line*, independentemente do grau de legalidade com que é disponibilizado). Julier (2010b: 249-250) sugere que o recurso crescente às NTIC para realizar projetos de design tem contribuído para agudizar os padrões de trabalho “bulímico” que, historicamente, já caracterizavam esta profissão e que, como vimos, são hoje muitas vezes “alimentados” por um novo discurso *interno* que (auto)justifica a crescente degradação das condições de trabalho nesta área com base em concepções “apaixonadas” e/ou “empreendedoras” do exercício desta profissão criativa. Acresce, por outro lado, que a enorme presença e popularidade do design nas sociedades contemporâneas, somada ao próprio processo de crescente digitalização dos suportes de comunicação, tem igualmente contribuído para que um número crescente, e já bastante significativo, de indivíduos *fazerem design* – ainda que, formalmente, muitos até possam não ser considerados designers, pois são autodidatas, não reunindo qualificações académicas para tal. Também esta última alteração veio inegavelmente contribuir para aumentar a pressão entre os designers profissionais, num contexto em que, como referido antes, anualmente aumenta o número de diplomados em design, um pouco por todo o mundo. Foi neste contexto que, desde 2008, surgiram uma multiplicidade de novas plataformas digitais de *crowdsourcing* de trabalho de design – entre as quais se inclui, por exemplo, a *Jovoto*, a *99designers*, a *DesignCrowd*, a *crowdSPRING*, a *12designer*, a *MycroBurst* ou a *designonclick* (cf. Schmidt, 2015; Kennedy, 2012: 166-173; Julier, 2017: 54-55; Abdelnour e Méda, 2019). Estas plataformas digitais inspiram-se no modelo de negócio já aplicado, com grande sucesso e à escala global, por outras plataformas de prestações de serviços *online* em áreas tão diversas como os transportes e a hotelaria – cujos casos mais conhecidos são os da *Uber* e *Airbnb*, respetivamente.⁹⁷ Decisivamente potenciadas pelo aumento do acesso e da utilização das NTIC e, em particular, pela crescente

⁹⁷ As plataformas de *crowdwork* inserem-se em processos mais vastos de transformação do capitalismo contemporâneo, analisados anteriormente, e que, mais criticamente, alguns autores designam de “capitalismo plataforma” (Scholz, 2013, 2017; Srnicek, 2017; Olma, 2014) ou, numa leitura mais liberal, na chamada “economia da partilha” (Sundararajan, 2016). Através do recurso a este tipo de dispositivos tecnológicos e às novas oportunidades de comunicação rápida, barata e global via Internet, procura-se encontrar novas possibilidades de organização e exploração do trabalho – sendo que, nalguns casos, o trabalho digital é realizado de forma totalmente gratuita e, noutros, é remunerado, ainda que, por regra, de modo muito precário (cf. Schmidt, 2015: 125 para uma tipologia das várias formas de *trabalho digital*).

facilidade e rapidez de acesso à Internet, à escala global, estas plataformas digitais disponibilizam aos seus clientes espaços de anúncio e licitação *online* de propostas de trabalhos de design, sob a forma de *briefings* que são colocados a concurso aberto, sendo posteriormente selecionado o designer que realizará o trabalho. Os moldes em que se realizam estes concursos são variáveis, de acordo com as normas estabelecidas por cada plataforma, sendo que genericamente a ideia é as empresas terem aqui a possibilidade de realizar concursos de ideias com custos bastante reduzidos, alcançando um universo de prestadores de serviços potencialmente global e, assim, alargando o leque de opções em termos de soluções de design que são colocadas à sua disposição. Por outro lado, estas plataformas digitais oferecem aos designers nelas inscritos a oportunidade de aqui encontram uma variedade de novas “oportunidades” de trabalho, bastando para tal que desenvolvam as suas propostas, segundo o *briefing* apresentado pelo cliente, submetendo-as para avaliação. Contudo, na maioria dos casos, os designers suportam integralmente os custos de desenvolvimento das propostas, apenas sendo compensados no caso de serem selecionados para realizar o trabalho.

Embora algumas destas plataformas digitais de *crowdsourcing* de trabalho de design estejam a conseguir criar, à escala global, algumas novas oportunidades de trabalho – nomeadamente, junto de segmentos específicos que, por diversos fatores, se encontram em situação de maior fragilidade e/ou exclusão⁹⁸ –, interessa efetivamente questionar, como refere Florian Alexander Schmidt (2015, cap. 4), as condições concretas em que este processo está a desenvolver-se. Como resulta claro da investigação deste autor, a esmagadora maioria destas plataformas digitais assenta em padrões laborais precários, predominando baixas remunerações entre a maioria dos inscritos nestas plataformas – e isto excluindo da análise todo o trabalho produzido gratuitamente, logo não-remunerado –, uma total ausência de mecanismos de proteção social e, frequentemente, elevados níveis de cansaço e *stress* suscitados pelos acelerados ritmos de competição *online*. Schmidt identifica outros problemas de saúde mental entre os designers *crowdworkers*

⁹⁸ Schmidt alerta para o facto destas plataformas digitais constituírem uma oportunidade de trabalho e, comparativamente, melhor remunerado, para indivíduos provenientes de regiões periféricas do *Sul Global* que, neste quadro, beneficiam de certas “vantagens competitivas” face aos trabalhadores ocidentais e aos seus padrões e expectativas, nomeadamente em matéria de remunerações. Neste sentido afirma: “global economic inequality is an important driving force behind the rise of crowdsourcing platforms. The platforms allow workers from marginalised regions to work for Western clients and because of comparatively low costs of living in regions with struggling economy, these workers are willing to work for even less money. (...) to fully understand creative crowdwork it is crucial to acknowledge the huge opportunities it offers for people who were previously excluded, not because they are amateurs but because of much larger economic inequalities” (Schmidt, 2015: 213).

que associa, por um lado, aos recorrentes ciclos de esperança e desapontamento, resultantes da profunda insatisfação com tipo de trabalho realizado, e, por outro lado, à ausência de reconhecimento entre pares e à completa falta de expectativas de progressão, em termos pessoais e profissionais. Embora apenas uma minoria dos designers inscritos nestas plataformas de trabalho digital consiga hoje (sobre)viver a partir dos rendimentos nelas gerados, sendo na maioria dos casos encarado como um rendimento complementar e pontual ou até mesmo como um *hobby*, estas modalidades emergentes de trabalho estão a contribuir para o desenvolvimento de um *uber design precariat* (Schmidt, 2015), cujo alcance, embora ainda delimitado⁹⁹, poderá vir a assumir, a médio-longo prazo, uma relevância crescente nesta área criativa (cf. igualmente Julier, 2017: 54-56).

Este fenómeno do trabalho de design produzido através de plataformas de *crowdwork* constitui, em suma, o mais recente e, provavelmente, o mais avançado indicador da significativa degradação das condições de trabalho no setor do design que, como vimos, se têm vindo a agravar desde a década de 1980 e, em particular, nos últimos anos. Acresce que o recurso a estas plataformas digitais constitui um elemento de deterioração global da própria qualidade do trabalho, penalizando ainda mais os designers.

Com efeito, as plataformas digitais retomam o método do concurso para selecionar os profissionais mais adequadas para conceber e executar trabalhos que, por diferentes motivos, podem ser considerados *excepcionais* – devido, nomeadamente, à sua particular complexidade; a estarem sujeitos a uma maior visibilidade e escrutínio público; e/ou ao orçamento significativo que lhe está associado. Trata-se, na verdade, de uma prática que, desde finais dos anos 1980, se tornou relativamente banal nos campos da arte, do design e sobretudo da arquitetura (Champy, 1998; Chupin *et al.*, 2015; Andersson *et al.*, 2016). No entanto, e contrariamente a este tipo de concursos, em que os processos de seleção e decisão são, em geral, pautados pela tentativa de assegurar níveis elevados de rigor e objetividade, tentando assim garantir que o candidato escolhido é efetivamente o que tem maior qualidade e está em melhores condições para realizar o trabalho – e, para tal, são, em geral, constituídos júris externos e independentes que apoiam tecnicamente esta tomada de decisão –, no caso das plataformas de *crowdwork*, a tomada de decisão tende a basear-se num conjunto absolutamente distinto de fatores, com destaque para o preço mais baixo, o que explica que o carácter relativamente estandardizado e

⁹⁹ Apesar de tudo, até agora as plataformas digitais de *crowdwork* mantêm um alcance limitado no campo do design de comunicação, pois abrangem sobretudo trabalhos mais simples e lineares, passíveis de ser desenvolvidos individualmente; já, pelo contrário, os projetos mais complexos e demorados continuam a ser maioritariamente realizados por *ateliers* de design e agências de publicidade (cf. Schmidt, 2015: 170).

indiferenciado da maioria das propostas selecionadas. Na verdade, o recurso ao plágio parece ter-se tornado habitual em plataformas de *crowdwork* de design (Schmidt, 2015: 190-191), em consequência do modo estratégico como agem muitos dos designers nelas inscritos, procurando responder aos vários *briefings* a concurso com grande rapidez, sem deixar de assegurar alguma qualidade, em termos médios, e apostando numa multiplicação das propostas submetidas, de modo a aumentarem as hipóteses de serem os selecionados.

Atendendo ao contexto geral de degradação crescente das condições de exercício da prática profissional em design – em que a proliferação das plataformas de *crowdwork* constitui quicá um dos exemplos mais eloquentes e extremos de precarização laboral – assistiu-se, nos últimos anos, a crescentes críticas ao modelo de organização do mercado de trabalho dominante neste subsetor, contestando-o e, por vezes, propondo alternativas. Num plano institucional, algumas associações socioprofissionais têm assumido posições públicas sobre estas matérias. Pela sua maior consistência e visibilidade internacional, destaca-se aqui o *American Institute of Graphic Arts* (AIGA), uma das mais antigas e influentes organizações de designers que, desde há alguns anos, promove encontros, reflexões e emite tomadas de posição públicas sobre a atual situação de (des)regulação, em termos legais e éticos, do mercado de trabalho em design. Publicado em 2009, o *Code of Design Business and Ethics* insere-se no quadro desta intervenção da AIGA, sistematizando orientações e recomendações da organização em matéria de regulação das relações laborais no campo do design gráfico. Aqui encontramos, por exemplo, recomendações relativamente à necessidade dos designers evitarem o recurso a concursos não-remunerados, que não só penalizam os designers como, tendencialmente, contribuirão para reduzir a qualidade média dos trabalhos, à medida que este tipo de prática se generalize no subsetor (cf. AIGA, 2009: 24).¹⁰⁰ A AIGA tem ainda assumido posições bastante críticas sobre outro tipo de práticas laborais consideradas reprováveis, do ponto de vista ético, legal e sócio-laboral – como é o caso do extenso e abusivo recurso, neste subsetor, a trabalho voluntário, trabalho *pro-bono* e ainda algumas tipologias de estágios que não contemplam qualquer remuneração ou contrapartida pelo trabalho realizado por designers.

¹⁰⁰ O *website* da AIGA fornece inclusivamente *templates* de respostas-tipo que poderão ser utilizadas pelos designers quando são convidados a participar em concursos que não preveem qualquer remuneração associada à apresentação das propostas.

Além da AIGA, outras organizações de designers, de âmbito nacional e internacional¹⁰¹, têm tomado posições públicas críticas sobre a proliferação do chamado *spec work* (trabalho de design não-remunerado, realizado em resposta ao *brief* de um concurso, formal ou informalmente organizado) e, muito em particular, sobre o crescente recurso de instituições, públicas e privadas, à realização de concursos de design através das novas plataformas digitais de *crowdwork*. Neste quadro, tem sido até possível, em várias ocasiões, a mobilização e congregação dos esforços de designers e respetivas associações socioprofissionais para contestar, de um ponto de vista ético e deontológico, a realização de alguns concursos de design – por vezes com sucesso.¹⁰²

Mas a crítica do modelo hegemónico de organização do mercado de trabalho em design manifesta-se igualmente noutro tipo de contextos, marcadamente menos institucionais. Com o *boom* do acesso à Internet, surgem novos espaços de debate crítico sobre design – como os blogues, os fóruns *online* e, mais recentemente, as diferentes redes sociais – nos quais, com maior ou menos consistência, profundidade e/ou regularidade, começaram a desenvolver-se algumas dinâmicas de discussão e de autorreflexão importantes sobre as condições (éticas, políticas, laborais, etc.) associadas ao exercício da profissão de designer na contemporaneidade. Ora, é precisamente no quadro amplo e plural destas discussões que vão emergir um conjunto diversificado de *vozes públicas* de designers que, de variadas formas e em registos e perspetivas bastante diferentes, expressam um pensamento crítico relativamente ao modelo hegemónico de organização do mercado de trabalho em design, bem como acerca de uma certa “cultura disciplinar” que, como argumentámos antes, foi-se gradualmente sedimentando nas últimas décadas, essencialmente em torno de uma retórica que valoriza uma autoimagem bastante heroica do designer enquanto um criativo, um autor, mas também um empreendedor, apaixonado pelo exercício da profissão que, muitas vezes, entende como uma *vocação*.

¹⁰¹ É o caso, nomeadamente, de associações nacionais de designers como a *Alliance of German Designers* (AGD), a *Association of Registered Graphic Designers* (RGD) ou a *Croatian Designers Association* (HDD), por exemplo. No plano internacional, destaca-se o importante papel desempenhado, a este nível, pelo *International Council of Design* (ico-D). Nos últimos anos, estas diferentes associações, e algumas outras, têm estado envolvidas em várias campanhas, nacionais e internacionais, que contestam o recurso abusivo ao *spec work* em design (Schmidt, 2015: 174; ico-D, 2013, 2015; RGD, 2007).

¹⁰² Veja-se, por exemplo, o recente episódio associado ao recurso a uma plataforma de *crowdwork* para realizar a seleção do logotipo para os Jogos Olímpicos do Japão, que se deveriam ter realizado em 2020. A proposta selecionada acabou por ser acusada de plágio, o que despoletou várias tomadas de posição públicas, de organizações como a AIGA (Grefé, 2015), que tiveram bastante eco mediático internacional e tornaram, assim, insustentável o uso dessa proposta, que acabou mesmo por ser abandonada, tendo sido posteriormente realizado um novo concurso para a seleção do logotipo, mas agora em moldes diversos (para uma síntese, cf. McCurry, 2015; Addley, 2016; Blake, 2016).

Desde os anos 2000, a Internet tornou-se, assim, num espaço privilegiado para este tipo de exercício de crítica e também de denúncia à crescente degradação das condições de trabalho em design. Destacam-se, neste contexto, vários *websites*, blogues e outras redes e plataformas digitais através dos quais (também) se desenvolve hoje parte importante da denúncia pública de “más-práticas” laborais no subsector – incluindo, nomeadamente, a denúncia pública de instituições que violam direitos socio-laborais dos designers, recorrendo sistematicamente a trabalho gratuito ou mal remunerado, e/ou que promovem concursos para a realização de trabalhos de design em condições eticamente reprováveis, envolvendo o recurso a plataformas de *crowdwork*, por exemplo. Plataformas como o *SpecWatch* e o *No!Spec* são apenas dois exemplos, entre outros, de espaços digitais que, de forma anónima e voluntária, se dedicam à identificação e denúncia deste tipo de situações junto de profissionais, clientes e da sociedade em geral. Entre outro tipo de ações, estas plataformas realizam, por exemplo, campanhas *online* anti *spec work*, dirigidas tanto a público mais especializados (os próprios designers), como a outro tipo de audiências mais generalistas, através das quais procura sensibilizar para a insustentabilidade – nomeadamente, em termos económicos, éticos e criativos –, deste tipo de práticas laborais em design; realizam também, com alguma frequência, campanhas de *spamming* direcionadas às plataformas digitais de *crowdwork* em design, visando perturbar o seu normal funcionamento e afetar negativamente a sua “imagem”, em termos públicos e comerciais.

Embora relevantes, importa notar que estas iniciativas são, na verdade, bastante frágeis, sendo usual muitos destes blogues, *websites*, contas de *Twitter*, perfis de *Facebook* ou *Instagram* “desaparecerem” ou deixarem de ser atualizados ao fim de algum tempo. Além disso, alguns autores questionam-se sobre o alcance efetivo destas plataformas digitais, argumentando que tendem a constituir-se como atividades de “nicho” que, na prática, são invisíveis à maioria dos designers, aos seus clientes e à sociedade em geral. Schmidt (2015: 175), por exemplo, nota que as plataformas de *crowdwork* de design continuam a atuar com grande pujança, o que parece indiciar o aparente fracasso das várias iniciativas de discussão e contestação do processo de crescente precarização das condições de trabalho em design e, particularmente, daquelas que se orientam para uma denúncia do chamado *spec work* que, como vimos, se processa hoje, em larga medida, através deste tipo de plataformas digitais.

Neste quadro, é possível identificar alguns desafios importantes ao robustecimento desta crítica das plataformas digitais de trabalho em design e, sobretudo, dos mecanismos

perniciosos de exploração laboral e de concorrencial desleal que são nelas gerados. Desde logo, destaca-se a necessidade de fomentar maior envolvimento dos designers, das suas associações socioprofissionais e ainda das estruturas sindicais neste debate, impulsionando assim as mudanças necessárias em termos de legislação laboral que permitam regular as condições de trabalho nestas plataformas e forçar a uma alteração dos comportamentos das empresas suas proprietárias (cf. Schmidt, 2015: 227-230). Atendendo, por outro lado, à forte opacidade desta realidade laboral, o robustecimento do debate público, o mais alargado possível, em torno destas matérias revela-se fundamental, nomeadamente, no sentido de sensibilizar a opinião pública, bem como de consciencializar os próprios designers. Assinale-se, em particular, os importantes desafios que se colocam relativamente, por um lado, às instituições de ensino de design que, como vimos, tradicionalmente revelam-se bastante avessas a dinamizar debates relacionados com matérias sócio-laborais; e, por outro lado, quanto às organizações socioprofissionais e sindicais que, como vimos no capítulo anterior, revelam ter ainda, com frequência, dificuldades de relacionamento com os trabalhadores mais precários – sendo esta questão agravada pelo forte individualismo e “espírito de competição” que, historicamente, sempre caracterizou o campo do design, dificultando assim sobremaneira a constituição de estruturas de organização coletiva dos profissionais deste subsector.

Também Bianca Elzenbaumer (2013) manifesta forte ceticismo quanto à maioria dos discursos críticos que têm surgido recentemente sobre o mercado de trabalho em design e a tendência de acelerada degradação das condições laborais nesta área, argumentando que, em geral, revelam um carácter bastante despolitizado, persistindo numa tônica fortemente individualista que, como vimos, está intimamente relacionada com o “ambiente” fortemente competitivo em que opera a maioria dos designers. Na verdade, sustenta a autora, são raras as iniciativas que se constituam como efetivas alternativas ao modelo económico neoliberal vigente, baseando-se na capacidade de auto-organização e ação coletiva dos designers (Elzenbaumer, 2013: 70-73). Estamos, assim, perante formulações críticas *soft* que, no essencial, conservam o *status quo*, centrando-se na recuperação ou no reforço de determinados mecanismos de regulação (como acontece, por exemplo, na generalidade das discussões sobre concursos de design), mas evitando questionar os fundamentos chave em que se baseia este mercado de trabalho.

Helen Kennedy (2012), por seu turno, propõe uma perspetiva bastante mais positiva do debate e reflexão crítica em curso sobre a natureza e a *qualidade* do trabalho em design, particularmente no campo do *webdesign*. A partir da análise e avaliação do impacto das

tomadas de posição públicas de reputados e influentes *webdesigners* norte-americanos¹⁰³ que, em contextos diferenciados – conferências, blogues, publicações impressas, etc. –, assumem, com alguma frequência, posições críticas relativamente a práticas de trabalho que consideram nefastas, entre as quais o *spec work*. Kennedy reconhece importância à dinâmica de debate e (auto)reflexão gerada por estas tomadas de posição públicas, valorizando o contributo dado para que os próprios *webdesigners* revejam criticamente os critérios (éticos, morais, políticos) que orientam o seu envolvimento na realização de trabalhos não-remunerados. É precisamente no quadro destas discussões “internas” – que frequentemente decorrem simultaneamente *offline* e *online* –, que se consolidam argumentos e “afinam” justificações que validam ou reprovam certos comportamentos. Kennedy descreve, nomeadamente, como o trabalho *pro-bono* tende a ser valorado positivamente, sendo interpretado como um gesto nobre do designer, iluminando o seu comprometimento e posicionamento do ponto de vista político, cívico, ético ou moral (quando aceita envolver-se, a título gratuito, na conceção e desenvolvimento de projetos de cariz ambiental, por exemplo); simultaneamente, são recorrentemente criticados designers que participem em plataformas de *crowdwork* que, cada vez mais, são encaradas como dispositivos digitais de exploração laboral (cf. Kennedy, 2012, cap. 7).

Depreciada na generalidade das análises sobre trabalho criativo, como vimos no capítulo anterior, o papel dos “imperativos ético-morais” nas relações que os atores sociais estabelecem com o seu trabalho constitui, contudo, um elemento fundamental, argumenta a autora, na compreensão profunda dos processos complexos de construção das *sensações de prazer* e de *recompensa pessoal* que os indivíduos retiram da sua atividade profissional (Kennedy, 2012: 48-51, 211-216). Em particular, Kennedy enfatiza na sua investigação a relevância atribuída a aspetos como o *empenho*, o *comprometimento* e o *investimento pessoal*, analisando o modo como alguns

¹⁰³ Note-se que Helen Kennedy não se está aqui a referir ao núcleo restrito que anteriormente designámos de *designers-stars* – e que constituem, na verdade, uma pequena elite de designers que beneficiam de um verdadeiro reconhecimento, dentro só do campo, mas também junto de audiências mais vastas. Neste caso, Kennedy alude a uma “microcultura das celebridades ligadas ao *webdesign*”, cujo reconhecimento está, no essencial, restrito ao conjunto de profissionais ligados a esta área de especialização (*webdesigners*, programadores e engenheiros informáticos, etc.). Embora reconheça neste grupo de micro-celebridades uma frequente tentação para construir discursos glamourosos sobre a sua profissão, algo que fica bem patente nas estratégias, mais ou menos ostensivas, de *self-branding* (Kennedy, 2012: 174-175, 181-188), a autora opta por enfatizar o papel de liderança que, com frequência, é desempenhado por algumas destas personalidades, nomeadamente quando se assumem como divulgadores de “boas práticas” em *webdesign*, reforçando assim uma dinâmica interna de debate e autorreflexão crítica dos designers sobre o seu próprio posicionamento ético-moral perante a sociedade e o mercado de trabalho (*idem*: 178-180).

webdesigners, no decurso dos seus projetos profissionais, procuram adotar abordagens alternativas ao *mainstream* desta área, orientando-se pelas suas próprias convicções e preocupações de cariz ético, moral e/ou político.¹⁰⁴ Inspirando-se em Richard Sennett (2009), Kennedy define este tipo de abordagens de “artesanais” (*craft*), estabelecendo um certo contraponto com uma outra dimensão, mais industrializada e despersonalizada, que pode ser associada ao trabalho em *webdesign*. Kennedy (2012) salienta que estas abordagens “artesanais” possibilitam a estes *webdesigners* obterem uma importante retribuição, a um nível pessoal, com forte significado ético e moral, recompensando-os pelo trabalho “bem feito” e assim ajudando-os, de algum modo, a dar um outro sentido, mais profundo, à sua atividade profissional, equilibrando-a face à adversidade crescente que caracteriza o seu quotidiano laboral. Neste sentido, argumenta Kennedy (2012), poder-se-á interpretar o recurso a este tipo de abordagens mais “artesanais” enquanto estratégias de afirmação dos designers, revelando um posicionamento e uma reflexão crítica relativamente ao seu ofício, mas também sobre o próprio mercado de trabalho e o tipo de mecanismos que hoje definem o seu modo hegemónico de funcionamento.

A emergência deste novo tipo de abordagens à prática profissional em design não deve ser dissociada, por um lado, do debate mais amplo sobre o papel (político, social e cívico) que o design e os designers desempenham na economia contemporânea, o qual se reflete, de forma mais evidentemente, no ressurgimento do dito “design ativista” (Fuad-Luke, 2009; Thorpe, 2012; Julier, 2013a, 2013b, 2017; Berglund, 2013). Embora abrangendo toda a disciplina, estas discussões, que decorrem em variados contextos, *online* e *offline* – incluindo em conferências e encontros públicos, em exposições e mostras, em livros, revistas e outras publicações impressas, e em *websites*, *blogs* e redes sociais digitais –, “ecoaram” de modo particular agudo no subcampo do design gráfico e de comunicação, no contexto, já mencionado, de um relativo *boom* da crítica de design (cf. Poynor, 2001; Soar, 2002a, 2002c).

Recorde-se, por outro lado, que, as últimas duas décadas, foram ainda marcadas pelo surgimento de um conjunto de novas abordagens à prática profissional dos designers que, com frequência, testam as convenções e os limites disciplinares do próprio design, expandindo-o (Julier, 2008, 2017; Lipovetsky e Serroy, 2014). Vimos já anteriormente

¹⁰⁴ Entre os vários exemplos apresentados, Kennedy enfatiza a importância que alguns *webdesigners* atribuem ao desenvolvimento de abordagens “artesanais” no desenho de *websites* – no sentido em que não obedecem aos *standards* da indústria, nomeadamente em termos de linguagem gráfica e informática, sendo, ao invés, toda a programação concebidas “à medida” de cada projeto –, procurando, assim, garantir uma maior acessibilidade a todos os conteúdos aí disponibilizados (cf. Kennedy, 2012, cap. 4).

que, desde finais da década de 1990, se vai afirmar uma nova conceção do designer como *autor* (Margolin, 2002; Poynor, 2003; Rock, 2005; Pinheiro, 2010; Moura, 2011; McCarthy, 2006, 2011, 2013) e *produtor cultural* (Lupton, 2005; Bártolo, 2011, 2014a; Morais, 2014; Blauvelt e Lupton, 2011). Ora, o impacto desta mudança foi profundo, traduzindo-se num nítido desejo dos designers se emanciparem relativamente a visões, mais ou menos, utilitaristas ou funcionalistas do design – disciplina que, desde então, passou a ser claramente assumida enquanto expressão cultural e até, nalguns contextos, como uma disciplina *para-artística* (Lipovetsky e Serroy, 2014; Heinich, 2007b; Fraenkel, 2012; Crane, 2012a, 2012b; Pedroni e Volonté, 2014). Simultaneamente, surgem um conjunto de novas aspirações e expectativas, partilhadas por muitos designers – especialmente, os mais jovens – relativamente ao exercício da sua profissão e às suas possibilidades de inserção no mercado de trabalho. É esta profunda mudança contexto, em que os designers se assumem como autores/produtores/editores/curadores, ambicionando controlar todo o processo criativo – da criação à produção, passando pela edição, distribuição e comercialização – que interessa aqui relevar, pois a ela se associa a recente proliferação de projetos “autopropostos” ou “auto-iniciados” desenvolvidos por designers, a título individual ou em contexto coletivo, e aos quais está subjacente, em muitos casos, um posicionamento crítico acerca das questões do trabalho em design, explícita ou implicitamente assumido.

Especificamente no domínio do design gráfico e de comunicação, surgira nos últimos quinze anos inúmeros projetos *autorais* “autopropostos” ou “auto-iniciados”, frequentemente desenvolvidos de modo completamente independente e DIY. As tipologias destes projetos são muito diversas, abrangendo um leque de domínios, tipologias e modos de abordagem muito distintos e variados, entre as quais se incluem, entre outras: o desenvolvimento e comercialização de fontes tipográficas “de autor”, frequentemente denotando características mais exploratórias; a curadoria de exposições a que se associa, em vários casos, a escrita de textos, o design expositivo e/ou o design da comunicação; o desenvolvimento de projetos editoriais próprios, em suporte impresso e/ou digital, abrangendo não só o design e a direção de arte da publicação, mas também a coordenação dos conteúdos editoriais e toda a gestão de projeto, incluindo a sua distribuição e comercialização (cf. McCarthy, 2013; Blauvelt e Lupton, 2011).

Uma das principais e mais habituais características destes projetos “auto-iniciados” é assumirem uma forte carga “artesanal” que, nos objetos impressos bi e tridimensionais, decorre do recurso a processos de execução manuais, geralmente desenvolvidos de

segundo ritmos de produção mais lentos – tal como ocorre em projetos que utilizam técnicas tradicionais de impressão, como a serigrafia ou a xilogravura, por exemplo. Annick Lantenois (2010) argumenta que, em muitos casos, estes projetos e abordagens constituem formas de leitura crítica e até mesmo de resistência dos designers gráficos contemporâneos quer perante a crescente degradação das suas condições de trabalho, quer face aos processos de intensificação e complexificação tecnológica que, já vimos, transformaram profundamente as suas práticas de trabalho nas últimas duas décadas. Esta investigadora identifica ainda, nalguns destes projetos, um certo “travo” nostálgico que está patente na forte valorização de processos de produção mais “artesanal”, associados a certos saberes-fazer ligados às técnicas de impressão tradicionais, bem como à recuperação de um certo ideário associado ao pensamento de William Morris (2003) e ao movimento das *Arts and Crafts* que enaltece (ética, moral e politicamente) os aspetos mais “ornamentais” e “manuais” associados a uma produção gráfica bastante cuidada e de pequena escala e que, pelo contrário, encara de forma muito negativa os modos de produção industrial, assentes em soluções técnicas e tecnológicas, mais ou menos complexas, associando-os à ideia de estandardização (Lantenois, 2010: 53-64).¹⁰⁵ Assinale-se, contudo, que este tipo de posicionamento padece de um certo paradoxo visto que, como já referido antes, historicamente todo o processo de afirmação disciplinar do próprio design gráfico é resultado, em larga medida, de uma busca de autonomização como domínio disciplinar com especificidades próprias, que se centram nas dimensões quer da conceção criativa quer do planeamento estratégico (da produção, da comunicação, etc.), o que levou à gradual demarcação da maioria das componentes ligadas à produção – incluindo, por exemplo, aquelas que estavam ligadas à impressão. Por outro lado, importa reconhecer que, num contexto em que é cada vez mais decisivo para os designers gráficos e de comunicação conseguirem afirmar-se enquanto *autores*, sendo como tal reconhecidos entre pares e valorizados pelos clientes (Philizot, 2007), muitos destes projetos “auto-iniciados” ou “autopropostos”, para além de assumirem-se

¹⁰⁵ Esta tendência recente para a recuperação do pensamento de autores chave associados ao movimento *Arts and Crafts*, como o caso de John Ruskin e William Morris, extravasa, na realidade, a esfera mais restrita do design gráfico e de comunicação ou até mesmo do design em geral. Susan Luckman (2013a) observa justamente que a crise e a recessão económica global, sobretudo a partir de 2008, levaram a que muitas destas ideias, até então frequentemente tidas como utópicas e românticas, estejam a ser paulatinamente recuperadas por alguns profissionais de diversos domínios artísticos, culturais e criativos que encontram neste legado teórico e artístico fundamentos importantes para repensar criticamente as condições de trabalho no SCC, valorizando algumas (até então frequentemente menosprezadas) dimensões “afetivas” e “emotivas” associadas ao exercício profissional e, neste contexto, reequacionando ainda os aspetos fulcrais que ditam a sua avaliação pessoal do carácter *bom* ou *mau* do trabalho que fazem.

claramente como espaços de “liberdade” e “autonomia” criativa, inserem-se ainda em estratégias de construção de percursos profissionais diferenciados. É neste sentido que este tipo de projetos e abordagens de cariz mais autoral e diferenciado parecem assumir um papel relevante na construção dos *portfolios* de designers, num quadro de forte concorrência e escassez de oportunidade profissionais (em especial para os jovens), ao permitindo-lhes evidenciar determinadas qualidades e especificidades do seu trabalho, auxiliando-os no (permanente) esforço de acesso a *fora* de divulgação, mais ou menos restritos, que ampliem o seu (re)conhecimento público, seja entre pares, seja junto de audiências mais amplas (incluindo jornalistas e outros intermediários culturais, potenciais clientes, consumidores culturais em geral). Certamente este enquadramento ajudará também a explicar o significativo investimento realizado, pelo menos nalguns casos, na conceção e na produção bastante cuidada de objetos gráficos, bi e tridimensionais, que, por vezes, se aproximam de obras verdadeiramente luxuosas, reproduzidas em tiragens limitadas e orientadas para “nichos” de mercados particulares. Num outro plano, este tipo de dinâmicas inserem-se ainda numa tendência mais ampla, transversal às diversas indústrias cultural e criativas, que está ligada tanto à reemergência e reinvenção de certas abordagens artesanais (*craft*) e DIY (McRobbie, 2016; Luckman, 2013a, 2013b, 2015; Luckman e Andrew, 2018; Triggs, 2010; Campbell, 2013, 2015), como à retoma de “velhos” modelos cooperativistas de organização dos trabalhadores (Sandoval, 2016a, 2016b; Sinapi e Juno-Delgado, 2016; Deniau, 2014), como ainda à experimentação de novas e heterodoxas abordagens ao empreendedorismo criativo inspiradas nas chamadas “empresas sociais” (Oakley, 2013a, 2013c; McRobbie, 2011a, 2016; McRobbie *et al.* 2016; Campbell, 2013, 2015). O surgimento destas novas formas de (auto-)organização dos profissionais do SCC decorre sobretudo da necessidade de “reagir” a um contexto que, desde 2008, tornou-se particularmente adverso, do ponto de vista económico e social, propondo alternativas. Embora ainda pouco estudado, existem indícios de que, também no campo do design, existem alguns exemplos de abordagens de cariz semelhante que, de algum modo, constituindo alternativas ao *mainstream* da organização sócio-laboral deste subsector.¹⁰⁶ Estas diferentes experiências de modalidades emergentes de (auto-)organização de designers que surgiram na última década e meia evidenciam não só o, já mencionado,

¹⁰⁶ Veja-se, por exemplo, o estudo de modalidades emergentes de autoemprego e de “micro-emprendedorismo” no campo do design de moda, comparando designers nas cidades de Londres, Milão e Berlim, desenvolvido por Angela McRobbie *et al.*, 2016.

impacto da crise e recessão económica global pós-2008 neste subsetor, como apontam também, por um lado, para a crescente multiplicidade de modelos de organização do trabalho no subsetor do design, que acompanha o processo de expansão e diversificação dos domínios de atividade profissionais em design, em curso há anos. Por outro lado, estas experiências concretizam a busca por alternativas de muitos designers – sobretudo os mais jovens, justamente aqueles que geralmente estão em situações mais precárias –, a um certo modelo de empreendedorismo, de forte pendor individualista neoliberal, amplamente veiculado, em variados contextos, ligados ao subsetor mas que, na prática, revela-se frequentemente gerador de profundas disfunções, desequilíbrios e exclusões. Com efeito, embora sejam ainda relativamente escassos os estudos sobre as condições sócio-laborais dos designers, resulta bastante claro das pesquisas disponíveis, anteriormente descrita, que a realidade sócio-laboral neste subsetor criativo é bastante menos “harmoniosa” e “meritocrática” do que a generalidade das visões idealizadas sobre design tende a descrever e a reproduzir, quer em contexto educativo-formativo, bem como nas relações entre pares.

Num quadro de reforço da investigação sociológica sobre trabalho criativo em design, importa pois prosseguir com o aprofundamento do conjunto de matérias enunciadas ao longo deste subcapítulo, contrariando assim algumas visões profundamente idealizadas, estereotipadas e excessivamente genéricas e homogeneizantes sobre trabalho criativo em design. É também à luz neste contexto que se evidencia como um desafio relevante prosseguir com o esforço de aprofundamento de algumas investigações recentes que, como referido, sugerem a emergência, nestes últimos anos, de um conjunto de vozes dissonantes e críticas no seio da própria profissão, que se têm exprimido em diferentes contextos, e que, por vezes, se concretizam até em projetos alternativos de organização socioprofissional, cujas modalidades e contornos específicos não se encontram ainda, em muitos casos, perfeitamente estabilizados e clarificados.

3.2. Um estudo sobre o trabalho criativo em Portugal: da problemática de investigação às estratégias metodológicas

Esta segunda seção do capítulo foca a problemática de estudo abordada nesta pesquisa, descrevendo sucintamente o percurso de investigação seguido e, neste contexto, refletindo sobre as grandes opções tomadas, nomeadamente em termos metodológicos, e suas implicações nos resultados alcançados.

Esta investigação centra-se na análise do mercado de trabalho criativo em Portugal, questionando a retórica ideológica que, à semelhança de outros contextos internacionais, aqui se têm vindo a afirmar sobre este tema. Simultaneamente, explora a diversidade de situações sócio-laborais, a heterogeneidade de práticas de trabalho e a multiplicidade de moldes de organização e funcionamento que compreendem o SCC, contestando, assim, as visões excessivamente homogêneas e, em geral, pouco preocupadas em compreender as condições específicas em que este tipo de trabalho é desenvolvido que, como temos vindo a argumentar, são ainda hegemónicas no debate sobre economia criativa.

Não sendo possível estudar em detalhe, no quadro desta investigação, a multiplicidade de domínios que, segundo diferentes nomenclaturas e conceções, compreendem o SCC, optou-se por centrar esta pesquisa num domínio considerado emblemático da economia criativa contemporânea: o design gráfico e de comunicação e os seus profissionais. Como foi argumentado detalhadamente no subcapítulo anteriormente, o design constitui hoje uma área de atividade inequivocamente relevante do ponto de vista económico, cultural e social; é, além disso, um domínio emblemático do SCC e suas virtualidades. O design gráfico e de comunicação, enquanto domínio de especialidade em design, possui ainda algumas características particulares que justificam o carácter exemplar que aqui se lhe atribui e que motivam, de resto, a opção da sua delimitação a objeto de estudo desta pesquisa.

Por um lado, o design gráfico e de comunicação está historicamente muito associado ao universo das artes gráficas e das belas artes, possuindo, portanto, uma estreita relação (estética, processual e ideológica) com o *core* das atividades que tradicionalmente se inserem na esfera artística. Mas, por outro lado, o design gráfico e de comunicação esteve, desde sempre, profundamente vinculado à linguagem do marketing e da publicidade e, conseqüentemente, constitui um ponto de observação privilegiado para analisar as transformações decorrentes do próprio processo de desenvolvimento da economia capitalista nas últimas décadas, nomeadamente considerando as transformações ocorridas na passagem de métodos de produção fordista para o paradigma produtivo e gestor pós-fordista que marca a contemporaneidade. Por fim, este domínio de especialização do design tem sofrido, de forma bastante clara, sobretudo nas últimas duas décadas, um conjunto de alterações bastante profundas que resultam de variadas mudanças técnicas e tecnológicas ligadas do surgimento da Internet e, posteriormente, de uma variedade de novos suportes de comunicação digital, o que exigiu adaptações da linguagem do design de comunicação a novos suportes

comunicacionais (*new-media*) que, fruto das novas possibilidades de interação digital, despoletaram mesmo o desenvolvimento de novas subáreas de especialidade em design cujos contornos são, nalguns casos, bastante fluídos e instáveis.

É, pois, a partir da constatação de que o design constitui um dos domínios centrais da atual retórica (técnico-científica, política, económica, mediática) em torno da relevância da economia criativa, que esta pesquisa toma essa área de atividade enquanto objeto privilegiado quer para compreender e debater a realidade prática do trabalho criativo, quer para problematizar algumas das conceções homogeneizantes e simplificadoras que, no quadro dessa mesma retórica *mainstream*, se têm afirmado sobre o trabalho criativo e do seu concurso para os processos de desenvolvimento socioeconómico na atualidade. Pretende-se com esta investigação questionar o que representa hoje o trabalho criativo em design gráfico e de comunicação e qual a sua relevância (política, económica, social, cultural) em Portugal; em que situações e sob que condições concretas é atualmente desenvolvido o trabalho dos designers gráficos e de comunicação, identificando as principais transformações e mudanças ocorridas nas últimas décadas; quais são as especificidades que distinguem este tipo de trabalho criativo de outras formas de trabalho “não-criativas”; e, por fim, como são, no seu âmbito, concebidas e aplicadas a noção de criatividade e outras noções associadas, como inovação, originalidade, autoria, empreendedorismo.

Partindo deste conjunto de objetivos, definiram-se as seguintes três hipóteses de trabalho principais:

- 1) existem múltiplas formas de trabalhar profissionalmente em design, bem como diversos níveis de reconhecimento do estatuto de “criativo”, resultando daqui uma grande heterogeneidade de situações, que é necessário compreender em profundidade para captar em toda a sua plenitude o que representa hoje o trabalho criativo;
- 2) a flexibilidade e autonomia que caracterizam o setor frequentemente resultam em profundos impactos pessoais e profissionais para os designers, que não são redutíveis a tipificações homogeneizantes;
- 3) a ideia de criatividade é polissémica, sendo diversamente gerida e praticada pelos designers de comunicação na sua atividade profissional, que incorpora componentes de trabalho “criativas” e “não criativas”.

Para concretizar este conjunto de objetivos e de hipóteses de pesquisa propõe-se um modelo analítico que compatibiliza uma abordagem macro e micro do trabalho criativo, analisando especificamente, numa perspetiva simultaneamente sincrónica e diacrónica, o campo do design gráfico e de comunicação em Portugal, procurando caracterizar o modo como esta área de atividade criativa se foi desenvolvendo no decurso do tempo; quais os seus principais protagonistas; quais os diversos discursos e retóricas (políticos, académicos, empresariais, mediáticos e outros) hoje existentes sobre o setor do design em Portugal, assim como as eventuais medidas e instrumentos de política pública que, no decurso do tempo, foram sendo especificamente dirigidas ao seu desenvolvimento e consolidação; quais os múltiplos contextos de trabalho em design gráfico e de comunicação em Portugal e o tipo de relações socioprofissionais que aqui se constituem e desenvolvem.

Metodologicamente, foram mobilizados distintos instrumentos e técnicas de pesquisa, de forma a obter-se um olhar sociológico mais amplo, multifacetado e complexo acerca do mercado de trabalho em design gráfico e de comunicação em Portugal.

Num plano macrossociológico, a análise incidiu nos contextos institucionais, sociais, políticos e educativos em que se produzem e reconfiguram diferentes discursos sobre a economia criativa e, em particular, sobre o campo do design. Procurou-se, assim, compreender os mecanismos de estruturação da retórica ideológica em torno do papel, função e relevância deste subsector criativo, bem como os instrumentos e medidas de política pública que têm vindo a ser implementados para apoiar o desenvolvimento deste mercado em Portugal. O objetivo desta análise foi tentar captar e compreender como vem sendo concebida e aplicada no país a noção de criatividade e de outras ideias a ela associadas – como as de inovação, originalidade, autoria, empreendedorismo, etc. Para tal, foi crucial a análise dos contextos institucionais, sociais, políticos e educativos em que se produzem e reconfiguram diferentes práticas profissionais e discursos sobre a relevância (política, económica, social) da economia criativa e, em particular, do design. Através do recurso a uma multiplicidade técnicas de análise, especificadas a seguir, procurou-se compreender os mecanismos que estruturam a retórica ideológica em torno do papel, função e relevância do SCC em Portugal e, mais em particular, sobre o campo do design e, quando relevante, especificamente sobre design gráfico e de comunicação, bem como analisar o conjunto de instrumentos e de medidas de política pública implementados, nos últimos anos, para apoiar o desenvolvimento deste mercado.

Procedeu-se então à recolha e análise de diversas fontes documentais relevantes para a realização de um levantamento histórico sobre o SCC em Portugal, dando particular enfoque ao campo do design, de modo a enquadrar devidamente o seu desenvolvimento do ponto de vista político, sócio-histórico, económico e pedagógico. De entre as várias fontes documentais privilegiadas no âmbito desta recolha e análise documental, destacam-se, por um lado, uma pluralidade de artigos, relatórios e teses académicas, nomeadamente no domínio das ciências sociais e, muito em particular, da sociologia, da história contemporânea e da (recente) história do design português. Por outro lado, considerou-se nesta recolha e análise bibliográfica outro tipo de documentos públicos e de cariz normativo, incluindo legislação, discursos oficiais, estudos, relatórios e análises realizadas e/ou encomendados por organismo públicos, entre outros. Além disso, procedeu-se ainda a uma monitorização sistemática de artigos e entrevistas publicados na imprensa generalista e especializada em arte e design (em papel ou *on-line*), entrevistas e textos de análise crítica publicados em catálogos de exposições e também em publicações independentes (*fanazines*, livros de artista, etc.), entrevistas e artigos (*posts*) publicados em blogues portugueses sobre design, bem como noutra tipo de plataformas digitais (incluindo em redes sociais como o Facebook, por exemplo).

Paralelamente, esta análise de âmbito mais extensivo contemplou ainda a recolha e tratamento de informação estatística oficial sobre o SCC em Portugal, de modo geral, procurando caracterizá-lo em termos de estrutura de emprego, dinamismo económico, evolução da oferta de ensino e formação, entre outros indicadores. Destacam-se, de entre os indicadores estatísticos oficiais consultados, as Estatísticas da Cultura e a Conta Satélite da Cultura, ambas disponibilizadas pelo Instituto Nacional de Estatística (INE). Para a caracterização do subsector do design nacional, nas várias dimensões anteriormente mencionadas, recorreu-se a uma multiplicidade de indicadores estatísticos. Por um lado, analisaram-se os dados regularmente disponibilizados pelo Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais do Ministério da Educação e da Ciência que possibilitaram uma caracterização da evolução do número diplomados em design, da oferta de ensino e formação e ainda da dinâmica de investigação científica nesta área. Por outro lado, e recorrendo à informação estatística disponibilizada pelo INE, através do Sistema de Contas Integradas das Empresas, estudou-se o universo de empresas que exercem atividade em design e a sua evolução no tempo, designadamente do ponto de vista da sua distribuição geográfica, da evolução do volume de negócios, evolução com gastos de pessoal, do Valor Acrescentado Bruto (VAB), entre outros aspetos.

Caraterizou-se o universo de pessoal empregado por conta de outrem, recorrendo aos dados dos Quadro de Pessoal disponibilizado pelo Gabinete de Estratégia e Planeamento do Ministério do Trabalho e Solidariedade Social. Foi igualmente caracterizada a evolução dos designers desempregados inscritos nos Centros de Emprego do Instituto de Emprego e Formação Profissional. Finalmente, recorreu-se aos dados nacionais do Inquérito Comunitário à Inovação (CIS), publicados pelo INE, para caracterizar o papel do design como “ferramenta” de inovação nas empresas portuguesas. Uma vez que, como aprofundaremos adiante, e contrariamente a muitos outros países, atualmente não existe em Portugal uma instituição especificamente dedicada ao subsector do design que, entre outros aspetos, assegure o acompanhamento, recolha e sistematização regular de informação, quantitativa e qualitativa, sobre a área e os seus profissionais, tentou-se colmatar esta lacuna recorrendo a outras fontes de informação.¹⁰⁷ Estabeleceram-se, assim, contactos com as duas associações profissionais de designers existentes em Portugal – a Associação Portuguesa de Design (ADP) e a Associação Nacional de Designers (AND) – no sentido de averiguar a existência de dados quantitativos que permitissem caracterizar o universo dos seus associados. No entanto, tais esforços acabaram por revelar-se infrutíferos por um conjunto de motivos diversos. No caso da APD, a mais antiga estrutura associativa de designers em Portugal (fundada em 1976), verificou-se que, ao longo de todo o período em que decorreu esta pesquisa, esta organização se encontrou numa situação de “hibernação” e impasse, inicialmente devido à demissão da Direção que, não tendo sido atempadamente substituída, impossibilitou a identificação de um interlocutor adequado; posteriormente, por total ausência de interlocução. No caso da estrutura associativa mais recente, a AND (criada em 2003), embora tenham sido feitos vários contactados, incluindo para a realização de entrevista com o seu presidente na época, António Lacerda, verificou-se uma reiterada recusa da Direção em disponibilizar este tipo de informação, alegando dever de reserva e proteção de dados dos seus associados. Deste modo, revelou-se, pois, impossível reunir os dados quantitativos necessários a uma contabilização e caraterização rigorosa do universo de designers gráficos e de comunicação em Portugal que estão vinculados a estas duas associações profissionais.

¹⁰⁷ Como veremos adiante, em Portugal já existiu uma entidade de utilidade pública sem fins lucrativos com este tipo de perfil: o Centro Português de Design (CPD), que funcionou entre 1990 e 2013, quando, por um conjunto de vicissitudes que teremos oportunidade de especificar adiante, foi extinto. Também não foi assim possível a recolha de outros elementos do CPD, para além de algumas das suas publicações.

Embora não estivesse inicialmente previsto, decidiu-se, atendendo à relativa carência de fontes informação de cariz mais quantitativo sobre o setor do design em Portugal, conceber e implementar um inquérito por questionário *online* que permitisse conhecer, de uma forma mais extensiva, a realidade dos designers portugueses, no que toca aos seus percursos escolares e profissionais (ia sua situação perante o emprego, vínculos contratuais, níveis remuneratórios, entre outros aspetos). A decisão de introduzir este novo instrumento de recolha de informação – que, no âmbito desta pesquisa, assume um estatuto exploratório e complementar, nomeadamente face à técnica das entrevistas que, como se explica adiante, são centrais – justifica-se, no essencial, por dois aspetos. Pretendeu, por um lado, colmatar uma certa escassez de dados estatísticos que permitam caracterizar, de um modo mais alargado, o universo em estudo; e visou, por outro lado, contribuir para enriquecer alguns dos elementos recolhidos através das entrevistas a designers, eventualmente ajudando a reforçar determinadas tendências identificadas. Conscientes dos limites e das dificuldades em implementar este tipo de instrumento de recolha de informação, procurou-se conceber um inquérito por questionário *online* de reduzida dimensão, cujo tempo de preenchimento não excedesse os dez minutos, assente num conjunto de questões bastante diretas e objetivas. Após uma primeira versão-teste, foi lançada, em junho de 2014, uma versão definitiva do inquérito, tendo sido feito um amplo esforço da sua divulgação, recorrendo, nomeadamente, à AND, às várias instituições de ensino superior com oferta graduada e pós-graduada em design e ainda à extensa rede de designers contactados no decurso da pesquisa, a quem se enviou um *email* solicitando que respondessem ao inquérito e o divulgassem junto de colegas e de alunos designers. O inquérito *online* esteve “aberto” e disponível para ser respondido até 30 de setembro de 2014. Após uma primeira fase de análise da base de dados, concluiu-se terem sido recolhidas 474 respostas consideradas válidas. Posteriormente, procedeu-se ao tratamento da base de dados, de modo a “limpar” e melhor organizar toda a informação recolhida. Tratou-se de uma tarefa morosa, que obrigou ao tratamento das respostas abertas do inquérito, de forma a tornar exequível a sua análise estatística. Concluída uma primeira fase de tratamento e análise dos inquéritos, que permitiu uma leitura ainda muito descritiva dos dados, trabalhou-se nalguns cruzamentos estatísticos que permitiram complexificar a leitura dos resultados do inquérito, a partir dos quais foram retiradas várias pistas analíticas que foram também integradas na redação da tese. Num plano de análise microssociológica, esta investigação centrou-se num conjunto restrito mas, ainda assim, bastante heterogéneo de designers gráficos e de comunicação

a trabalhar em Portugal desde a década de 1960, provenientes de diferentes gerações e com percursos e experiências profissionais e académicas relativamente distintas entre si. Procurou-se, assim, compreender as especificidades centrais que caracterizam o design gráfico e de comunicação em Portugal, investigando a diversidade de percursos, situações profissionais e condições concretas em que esse trabalho é desenvolvido. Interessava-nos, por outro lado, analisar as representações deste grupo de designers sobre a sua atividade profissional e da sua natureza intrinsecamente “criativa”. Por fim, pretendeu-se ainda avaliar os impactos da nova ideologia acerca do “trabalho criativo” nas carreiras e nos modos de trabalhar destes designers.

Tal como noutras investigações recentes sobre emprego, carreiras e mercado de trabalho no SCC, nesta pesquisa privilegiou-se uma abordagem qualitativa, na qual assume um papel central a técnica da entrevista, como se detalha adiante. Vários trabalhos de investigação sobre trabalho criativo enfatizam a opção por metodologias qualitativas – incluindo a etnografia, entrevista, observação direta e/ou participante, entre outras –, argumentando precisamente que este tipo de técnicas de pesquisa têm sido essenciais para a produção de um conhecimento mais aprofundado sobre os múltiplos e distintos modelos de organização socioprofissional, em diferentes áreas de atividade artística, cultural e criativa, permitindo desenvolver análises que, pelas suas características mais detalhadas, se distanciam claramente de abordagens mais convencionais ao SCC que, com frequência, optam por ângulos de observação e análise mais genéricos, recorrendo, no essencial, a metodologias de cariz quantitativo, sobretudo de perfil macroeconómico. Na verdade, o recurso a este tipo de estratégias de investigação de pendor qualitativo tem permitido justamente compreender o modo fortemente ambivalente como muitos profissionais do SCC se relacionam com o seu trabalho, assinalando a importância sociológicas de componentes “emocionais” ou “afetivas”, que incluem, por exemplo, aspetos associados não só ao *stress* e à forte pressão em regimes de trabalho ao projeto, mas também consideram certos aspetos ligados à gestão de outro tipo de sentimentos, como a frustração, desilusão e desapontamento, por exemplo, avaliando os impactos que têm na qualidade de vida destes indivíduos. Num contexto marcado, como vimos, por elevados níveis de competição, mas que, simultaneamente, se caracteriza pela forte atomização e isolamento de muitos destes trabalhadores, os sentimentos de insegurança agudizam-se, levando a que frequentemente os “criativos” optem por encontrar formas de gestão flexível das suas expectativas e dos sentimentos ambíguos e contraditórios relativamente ao trabalho e às condições muitas vezes precárias em que este é realizado

– construindo, assim, se tem vindo a designar de *mecanismos de autoexploração* (cf. McRobbie, 1998, 2002, 2016; Gill, 2002, 2007, 2010, 2014a, 2014b; Ursell, 2000; Banks, 2007, 2017; Hesmondhalgh e Baker, 2008, 2010, 2011; Pang, 2015).

É justamente atendendo à natureza complexa deste tipo de processos que David Lee (2013a) afirma que a abordagem sociológica microanalítica dos diferentes aspetos relacionados com as questões da identidade, da autonomia e da subjetividade nestas áreas constitui um caminho de pesquisa particularmente pertinente e rico para a análise do trabalho criativo – contribuindo, assim, para um robustecimento do conhecimento existente sobre o SCC, tornando-o, por um lado, mais diverso (nos subsectores representados) e, por outro, mais fundamentado empírica e teoricamente (pela profundidade e detalhe nas análises) –, permitindo, a partir daqui, uma discussão acerca de aspetos mais macroestruturais do setor, evitando cair em abordagens excessivamente genéricas e/ou determinísticas (Lee, 2013a: 7-8). Ora, como argumentado antes, os discursos (políticos, técnicos e mediáticos) hegemónicos sobre o SCC continuam a ser profundamente informados e “moldados” por perspetivas macroeconómicas, em geral pouco sensíveis à pluralidade de formas de organização presentes no SCC, bem como à preponderância de um conjunto de problemas e desigualdades que marcam um mercado de trabalho particularmente duro e competitivo, impactando negativamente a qualidade de vida de muitos profissionais criativos. É, pois, e em suma, neste contexto particular que o recurso a métodos e técnicas de análise qualitativos no estudo do trabalho criativo tem revelado grande utilidade e pertinência, permitindo a obtenção de informação bastante densa, rica, profunda e diversificada, fundamental para o desenvolvimento de outras perspetivas de análise e discussão acerca das diversas modalidades de conceção e de organização do mercado de trabalho no SCC.

Nesta investigação acerca do trabalho criativo em design gráfico e de comunicação em Portugal, concedeu-se uma grande centralidade à técnica da *entrevista compreensiva* (Kaufmann, 1996; Ferreira, 2014a, 2014b).¹⁰⁸ Esta opção metodológica justifica-se pelo

¹⁰⁸ Como argumentam Jean-Claude Kaufmann (1996) e Vítor Sérgio Ferreira (2014a, 2014b), a técnica da “entrevista compreensiva” permite superar outras tipologias de entrevista mais próximas do paradigma estrutural-funcionalista (como as das entrevistas “semi-diretivas” ou “semi-estruturadas”), desenvolvendo “formas mais intensivas, biográficas e criativas de entrevistar (...). Trata-se de uma técnica qualitativa de recolha de dados que articula formas tradicionais de entrevista semi-diretiva com técnicas de entrevista de natureza mais etnográfica, na tentativa de evitar quer o dirigismo do modelo do questionário aberto, quer o *laissez-faire* da entrevista não-diretiva” (Ferreira, 2014a: 169-170). Em especial, estes autores assinalam as potencialidades heurísticas desta técnica na produção de conhecimento (isto é, produção de novos conceitos e proposições teóricas), feita, em boa medida, a partir da riqueza de dados recolhidos no terreno – numa abordagem *bottom-up* claramente inspirada, ainda que livremente, na *grounded theory*.

potencial de, através do recurso a esta técnica de pesquisa, conseguir produzir e recolher um conjunto significativo de discursos e narrativas densas, nomeadamente do ponto de vista simbólico, numa rememoração reflexiva dos entrevistados sobre acontecimentos, experiências, sentimentos, etc. relacionados com a sua prática de trabalho. Não se trata, portanto, de uma informação de tipo “factual”, mas antes a captação de uma perspetiva individual (embora possa, em determinados casos, representar um ponto de vista institucional ou de um coletivo, formal ou informal) que narra certas práticas, acontecimentos, experiências ou interações, que são valorizados, ou não, interpretando-os e interrelacionando-os numa perspetiva necessariamente subjetiva e bastante pessoal. As entrevistas não nos permitem, assim, um acesso direto a domínios de práticas, experiências ou de interações – embora, através da entrevista, possam ser reconstruídos, de forma desejavelmente densa, reflexiva e, claro, subjetiva (Ferreira, 2014a, 2014b).

No âmbito desta pesquisa em concreto procurou-se, através da técnica da entrevista compreensiva e em profundidade, (1) obter um olhar, simultaneamente, plural e profundo, sincrónica e diacronicamente, sobre a evolução da área de trabalho criativo em design gráfico e de comunicação, ultrapassando certas limitações dos estudos e mapeamentos macroeconómicos disponíveis sobre o SCC em Portugal; (2) explorar diferentes estratégias e posicionamentos destes profissionais relativamente ao(s) mercado(s) de trabalho em que atuam e à forma como organizam as suas carreiras profissionais; e ainda, por fim, (3) identificar e caracterizar os principais impactos associados a estas formas de organização do trabalho, nomeadamente atendendo aos efeitos que estes produzem nas subjetividades dos sujeitos e na sua qualidade de vida.

O trabalho de terreno realizou-se entre fevereiro de 2013 e abril de 2015, tendo sido estabelecidos, neste período, um amplo conjunto de contactos, quer com algumas instituições ligadas ao universo do design, quer com especialistas e com profissionais do setor, que foram fundamentais para a realização das várias entrevistas em profundidade. A identificação e seleção dos designers a entrevistar baseou-se num leque de critérios que, contudo, foram sofrendo diversos ajustamentos e “afinações” ao longo da pesquisa. Houve, desde o início, a preocupação em garantir alguma diversidade em termos de “perfil” e trajetórias académicas e profissionais, bem como dos contextos profissionais de atuação dos designers, mas também variedade em termos geracionais e geográficos (pese embora importe reconhecer, desde já, a inequívoca centralidade de Lisboa e Porto, principais polos urbanos do país, onde se concentram a maioria dos *ateliers*, agências de

comunicação e publicidade e também muitas das mais antigas e relevantes instituições, públicas e privadas, de ensino superior e investigação em design em Portugal).

Tendo em consideração a sua centralidade e pertinência no âmbito desta pesquisa, iniciou-se logo no primeiro ano de investigação o estabelecimento de diversos contactos com vista à identificação de designers e outros peritos na área passíveis de entrevistar. Este foi um longo processo de “angariação” de potenciais atores sociais a entrevistar, tendo sido fundamentais os contactos e as indicações fornecidas por diferentes designers de outros designers e especialistas que, pelo seu conhecimento, experiência ou percurso, valeria a pena ouvir. Foi assim, deste modo bastante orgânico e “em bola de neve”, que se constituiu o “grupo de estudos de caso” (Small, 2009) a entrevistar em profundidade: os informantes iniciais indicaram potenciais designers a entrevistar que, após contacto e, nalguns casos, realização de entrevista, também eles indicaram outros entrevistados potencialmente interessante, e assim sucessivamente até ter sido finalmente alcançado um “ponto de saturação”, a partir do qual se considerou não ser necessário realizar mais entrevistas por ter sido atingido o objetivo proposto em termos do tipo de informação que se pretendia recolher.¹⁰⁹

Ao contrário do que estava inicialmente previsto, a realização destas entrevistas revelou-se, por vezes, uma tarefa bastante árdua, uma vez que muitos dos designers contactados estavam-se, recorrentemente, muito pressionados do ponto de vista da sua atividade profissional e, conseqüentemente, menos disponíveis para realizar um tipo de

¹⁰⁹ Refletindo acerca da questão, tantas vezes invocada, da legitimidade dos estudos de ciências sociais baseados em metodologias qualitativas, Mario Luis Small (2009) salienta a importância dos investigadores que desenvolvem pesquisa recorrendo a este tipo de abordagens qualitativas utilizarem uma linguagem própria e específica, que se constitua como uma alternativa à dos estudos quantitativos, clarificando o significado da terminologia que utilizam e evitando, assim, a frequente tendência para “moldarem” o seu próprio discurso a uma linguagem típica dos métodos quantitativos. Por exemplo, em pesquisas que recorrem à técnica da entrevista em profundidade, é comum observar-se a utilização de expressões de natureza estatística (como “amostra aleatória” ou “amostra por bola de neve”, por exemplo) para definir o conjunto de indivíduos entrevistados; ora, nota o autor, o uso deste tipo de expressões é problemático e, na verdade, nem sequer permite ultrapassar algumas das críticas recorrentemente colocadas às abordagens qualitativas que insistem, por exemplo, em aspetos como a falta de “representatividade” ou os problemas de “enviesamento” na seleção dos inquiridos. Pelo contrário, Small (2009: 14-15) defende que, quando se aborda a aplicação de técnica de pesquisa qualitativas como a da entrevista em profundidade, não deverá utilizar-se o termo “amostra”, mas sim o de “casos”. Nesta ótica, argumenta, a utilização de uma lógica de seleção de estudos de caso na realização de entrevistas em profundidade justifica-se pela densidade e profundidade da informação obtida e não pela sua “representatividade” (Small, 2009: 24). Cada entrevista realizada equivale, assim, a um caso de estudo singular e particular, sendo que é a partir da realização de um leque, mais ou menos extenso, de múltiplos “estudos de casos” que o investigador consegue finalmente chegar a um “ponto de saturação” em que já não é possível obter mais informações novas e relevantes sobre o fenómeno social em estudo (adotando uma lógica sequencial, que permite aprofundar sucessivamente a abordagem investigativa e, deste modo, ir refinando, reformulando, acrescentando e/ou retirando questões ao seu guião de entrevista).

entrevista que, considerando o grau de profundidade e de detalhe previsto, era exigente, nomeadamente no que concerne à extensão da sua duração temporal.¹¹⁰

Perante esta situação, foi necessária capacidade de adaptação e flexibilidade, alterando a estratégia de abordagem empírica inicialmente delineada. Por um lado, reviu-se o guião da entrevista, de forma a sintetizar a abordagem a alguns aspetos, indo assim de encontro aos condicionalismos de agenda e tempo de muitos dos nossos entrevistados.¹¹¹ De modo a não prejudicar os objetivos da pesquisa, decidiu-se ainda, por outro lado, aumentar o número de entrevistas e procurar, assim, garantir que os dados recolhidos eram suficientemente diversificados, incluindo em termos geracionais e de trajetos académicos e profissionais, espelhando a grande variedade de percursos, contextos, funções e experiências profissionais existentes em Portugal na área do design gráfico e de comunicação, em sentido amplo. Esta mudança de estratégia não invalidou, contudo, que, sempre que houve abertura e disponibilidade dos designers entrevistados para tal, fossem realizadas entrevistas mais longas e com os níveis de profundidade pretendidos.

No total, realizaram-se 63 entrevistas a designers gráficos e de comunicação a trabalhar em Portugal, abrangendo um arco geracional bastante amplo que vai da década de 1960 até à atualidade (2013-15) e que, no seu conjunto, evidenciam uma grande riqueza e variedade em termos de experiências e percursos em termos académicos e profissionais. Maioritariamente, as entrevistas foram individuais, com a exceção das entrevistas coletivas realizadas com os elementos de quatro *ateliers* de design de comunicação.¹¹²

¹¹⁰ Inicialmente estimou-se que a duração mínima das entrevistas rondaria as duas horas, estando, contudo, esta previsão altamente dependente da longevidade do percurso académico e profissional dos designers, sendo que, nalguns casos, a extensão do percurso de vida e/ou a riqueza das experiências profissionais, aconselharia que fosse realizada mais do que uma sessão de entrevista, de forma a conseguir abarcar, com o necessário detalhe, a riqueza e densidade de toda esta informação.

¹¹¹ Grant McCracken (1988: 24-25) sublinha que a preparação do guião de entrevista é particularmente útil no caso das entrevistas longas que, pelas suas características próprias, nomeadamente pelo seu carácter dilatado, poderão levar a que alguns dos tópicos a abordar acabem por ficar esquecidos; a elaboração prévia de um guião da entrevista permite, assim, que o investigador identifique e sistematize todos os aspetos que pretende abordar. Neste sentido, foi elaborado um guião da entrevista (apresentado em anexo) no que se identificaram as temáticas a abordar, o modo como se deveriam ser formular as questões e a sequência com que deveriam ser colocadas as várias questões. Entendeu-se que o guião deveria servir sobretudo como instrumento de orientação das entrevistas, mas de forma flexível, permitindo que, quando necessário, fossem introduzidas novas questões sobre temas que surgissem no decorrer da conversa e que se considerassem relevantes aprofundar. Na verdade, o guião de entrevista foi sendo sucessivamente reconstruído, reformulado e melhorado ao longo da investigação, à medida que surgiram novas descobertas e questões que, embora inicialmente não tivessem sido consideradas, importava compreender e estudar, designadamente devido à relevância atribuída pelos próprios entrevistados.

¹¹² Tratam-se dos *ateliers* Maga, Vivóeusébio, Bolos Quentes e Joana & Mariana, os dois primeiros sediados em Lisboa e os restante no Porto, em que participaram 3, 4 e 2 designers respetivamente.

Importa ainda referir que a este conjunto de 63 entrevistas formalmente realizadas, somam-se diversos encontros e conversas informais que, em muitos casos, se revelaram bastante interessantes e importantes para enriquecer esta investigação, fornecendo pistas e informações de relevo que, em vários casos, foram integradas na pesquisa.

Com uma única exceção, todas as entrevistas foram registadas em áudio, tendo sido posteriormente transcritas. Após realizar-se a transcrição das entrevistas e uma primeira análise das mesmas, optou-se por, do total de 62 entrevistas transcritas, selecionar um conjunto restrito de 38 que foram então analisadas em maior profundidade, procurando, assim, facilitar a operacionalização do tratamento e análise do conteúdo das entrevistas. Quanto às restantes 24 entrevistas transcritas, entende-se que, no quadro desta pesquisa, elas assumem um papel relativamente complementar, permitindo enriquecendo a análise e, por vezes, colmatar informações relativas a alguns aspetos apontados nas entrevistas selecionadas para o *corpus* principal da análise.

De modo a selecionar o conjunto mais restrito de 38 entrevistas a trabalhar em detalhe, foi necessário estabelecer um conjunto de critérios. Após uma primeira análise do total de entrevistas realizadas, identificaram-se sete perfis diferenciados de trajetos profissionais e formativos de designers gráficos e de comunicação a trabalhar em Portugal desde a década de 1960 até à atualidade (2013-2015), procurando, de forma agregada e, necessariamente, com um certo grau de simplificação, equacionar diferentes aspetos como sejam a idade; tipo de formação; características principais da atividade profissional desenvolvida (área de especialização e contexto de atividade profissional); tipo de vínculos profissionais (relações contratuais). Adicionalmente, foram ainda considerados na construção dos sete perfis outros aspetos como a tipologia de clientes; localização geográfica; o sexo/género; entre outros. Sintetiza-se, no quadro seguinte, estes sete diferentes perfis de trajetos profissionais e formativos de designers.

Perfis de trajetos profissionais e formativos de designers gráficos e de comunicação

1. Designers gráficos e de comunicação que compatibilizam a docência universitária com a prática profissional em *atelier* próprio ou em regime *freelance*.
2. Designers gráficos e de comunicação que trabalham essencialmente por conta própria (em contexto de *atelier* próprio ou em regime *freelance*)

Acrescem a estas entrevistas a entrevista realizada com a dupla Júlio Dolbeth e Rui Vitorino Santos, licenciados em design gráfico, professores universitários, ilustradores *freelancer*, curadores e galeristas.

3. Artistas plásticos que, sobretudo numa fase inicial do seu percurso, mantiveram uma ligação ao design gráfico, seja enquanto praticantes profissionais, seja como docentes no ensino superior
4. Designers de comunicação altamente especializados, em domínios de “nicho” (tipografia e infografia) trabalhando por conta própria (em *atelier* próprio ou em regime *freelance*) ou por conta de outrem, e, nalguns casos, mantendo ainda uma atividade pontual como docentes universitários e/ou formadores
5. Designers de comunicação especializados em Direção de Arte, trabalhando por conta própria ou por conta de outrem, em contextos diversificados e, nalguns casos, mantendo uma atividade pontual como docentes universitários e/ou formadores
6. Designers de comunicação “*in-house*”, que trabalham por conta de outrem em departamentos de comunicação de instituições, públicas e privadas, com dimensões diversas e que se inserem em setores de atividade também eles variados, mantendo, nalguns casos, uma atividade pontual enquanto *freelancers*
7. Designers de comunicação que se dedicam em exclusividade ao ensino e à investigação em design.

A elaboração destes diferentes perfis de trajetórias profissionais e formativas de designers constituiu um exercício complexo e moroso, atendendo não só à grande diversidade de percursos individuais identificados, mas também às profundas transformações – que decorrem tanto de fatores externos (as profundas mudanças tecnológicas, por exemplo), como internos (o surgimento e desenvolvimento de oferta de ensino especializado em design, por exemplo) – que inevitavelmente afetaram as condições de exercício desta prática profissional. Embora esta grelha de classificação de sete perfis distintos dos designers gráficos e de comunicação seja certamente discutível e, inclusivamente, passível de outro tipo de “alinhamento”, a sua elaboração no âmbito desta investigação revestiu-se de grande utilidade heurística, permitindo uma melhor organização, tratamento e análise sistemática do vasto manancial de informação empírica recolhida através das entrevistas.

Feita a seleção do *corpus* central de 38 entrevistas, procedeu-se então à sua análise temática. Num primeiro momento, fez-se uma leitura sistemática de todas as entrevistas, com vista à identificação dos principais temas que emergiam desta primeira leitura. O grande objetivo foi, nesta fase, reorganizar a informação em função de um conjunto de temas que foram emergindo no decurso das várias entrevistas – alguns deles propostos

pelo entrevistador mas também considerando outros temas que foram avançados por alguns dos entrevistados e que, desta forma, foram também incorporados nesta análise do conteúdo destas entrevistas. Avançou-se, a partir daqui, no processo de codificação, tendo sido seguida uma estratégia de “categorização aberta” (Saldaña, 2012). Uma vez que as categorias não estavam definidas à partida, foi necessário, nesta fase do trabalho, rever, ajustar e depurar sucessivamente o conjunto de códigos estabelecidos, chegando-se então a um conjunto mais restrito de categorias de análise consideradas como sendo as mais pertinentes do ponto de vista teórico-conceptual. Este foi, portanto, um processo bastante criativo, na medida em que foi possível equacionar diferentes abordagens aos dados empíricos recolhidos através deste conjunto de entrevistas, procurando identificar e testar a melhor forma de os interpretar; simultaneamente, foi também um trabalho moroso e exigente, que requereu a recorrente revisão crítica das categorias analíticas criadas, de forma a ajustá-las à interpretação analítica que se pretendia desenvolver, a partir dos dados empíricos recolhidos, numa lógica de construção do conhecimento *bottom-up*, de certo modo tributária da abordagem proposta pela *grounded theory*.

Estas entrevistas compreensivas a este, amplo e diverso, conjunto de designers gráficos e de comunicação a trabalhar em Portugal foram complementadas com a realização de algumas entrevistas com outros agentes ligados ao SCC que, em função da sua posição institucional e/ou *know-how* específico, permitiram o aprofundamento de alguns aspetos mais particulares. Nomeadamente, interessou-nos aprofundar questões relacionadas com os contextos fundamentais de constituição e desenvolvimento do campo do design em Portugal (essencialmente a partir do 25 de abril de 1974, quando ocorre uma efetiva institucionalização da profissão, bem como da formação específica nesta área), equacionando as implicações destas transformações em diversos planos, incluindo: ensino de design; mercado de trabalho; formas de organização profissional da área (incluindo dinâmicas associativas); instrumentos de trabalho em design; evolução dos contextos de reflexão e crítica sobre design no país; divulgação e reconhecimento público da relevância do design; políticas públicas; entre alguns outros aspetos. Naturalmente que, em algumas destas entrevistas, foram também abordados aspetos relacionados com o percurso académico e profissional dos entrevistados. No total, realizaram-se 20 entrevistas com diferentes especialistas que foram igualmente objeto de transcrição, tratamento e análise de conteúdo, seguindo os procedimentos metodológicos anteriormente descritos. Novamente, para além deste conjunto de entrevistas formalmente registadas, somaram-se vários outros encontros e conversas

informais com profissionais do SCC cuja atividade, por diversos motivos, esteve ou está ainda relacionada com design gráfico e de comunicação e que, de diversos modos, foram também bastante importantes para o enriquecimento desta investigação.

Sintetizando, nesta pesquisa procurou-se, através do recurso à técnica de entrevista, combinar dois níveis de análise distintos: um deles mais genérico, de enquadramento de diversas transformações, para o qual contribuíram não só as entrevistas com designers, mas também com especialistas cuja atividade, académica e profissional, está relacionada com o campo do design gráfico e de comunicação; e um outro mais específico, centrado na análise aprofundada dos percursos profissionais de alguns designers gráficos e de comunicação a trabalhar em Portugal da década de 1960 até à atualidade (2013-15). Procurou-se, assim, enriquecer e complexificar a análise dos processos de desenvolvimento do campo do design, e do gráfico e de comunicação em particular, na sociedade portuguesa, evidenciando, por outro lado, a multiplicidade e heterogeneidade de discursos, percursos e contextos de prática profissional existentes neste domínio.

Paralelamente, desde o início da investigação procurou-se fazer um acompanhamento dos diversos encontros e acontecimentos, mais informais ou mais formais, relacionados com área do design em Portugal e, em particular, com design gráfico e de comunicação, incluindo, designadamente, eventos de cariz científico, cultural, empresarial ou outros (inaugurações de exposições, lançamento de publicações, conversas e debates de cariz diverso, eventos de *networking* de âmbito empresarial, etc.). A observação e registo (escrito e, nalguns casos, também visual) destes múltiplos acontecimentos constituíram uma fonte de informação qualitativa complementar, mas muito relevante nesta pesquisa, no sentido em que nos permitiu gizar “em tempo real” um pouco da história do design em Portugal, mapeando os seus protagonistas e instituições mais relevantes, bem como perscrutar os sentidos de alguns dos discursos que, na atualidade, vão sendo construídos e publicamente veiculados sobre esta área de atividade criativa. A partir deste trabalho continuado de acompanhamento e de observação de diversos eventos relacionados com o campo do design em Portugal retiraram-se várias pistas analíticas que, como veremos nos dois próximos capítulos, foram também integradas na redação desta tese.

Complementar-me, e aproveitando muitas vezes a ocasião da realização das entrevistas, realizaram-se ainda visitas a diferentes contextos de trabalho criativo em design gráfico e de comunicação (*ateliers* de design de diferentes dimensões, agências de comunicação e publicidade, redações de jornais, instituições de ensino e investigação em design, espaços de *coworking*, empresas e instituições ligadas a setores “não criativos”, etc.).

Embora fosse muito interessante prolongar os períodos de permanência do investigador nos locais de trabalhos dos diversos designers contactados – o que teria permitido a captação *in loco* das dinâmicas de interação entre diferentes agentes, humanos e “não-humanos”, envolvidos nos processos de trabalho, assim como ensaiar compreender como a componente criativa e inovadora é concretamente gerida e praticada pelos designers gráficos e de comunicação nos contextos em que, quotidianamente, decorre a sua atividade profissional –, a verdade é que a concretização desta possibilidade, inicialmente ambicionada e planeada, acabou por não se concretizar devido sobretudo à pouca abertura manifestada pela esmagadora maioria dos designers contactados para realizar alguns períodos de observação direta nos seus espaços de trabalho.¹¹³ Contudo, considera-se que, através da pluralidade de métodos e técnicas de pesquisa mobilizadas no âmbito desta investigação – dos quais se destacam, designadamente, as entrevistas em profundidade a designers e especialistas, bem como as inúmeras conversas informais mantidas com profissionais da área, para além das visitas, ainda que de curta duração, realizadas a vários e diversos espaços de trabalho em design gráfico e de comunicação – foi possível, apesar de tudo, ultrapassar esta lacuna, recolhendo elementos suficientemente ricos e relevantes para “alimentar” esta nossa reflexão.

Ao longo dos próximos capítulos, dar-se-á conta dos principais elementos recolhidos no decurso desta investigação, evidenciando os principais resultados alcançados e ainda apresentando um conjunto de reflexões suscitadas pela análise sociológica destes vários elementos que, a escalas macro e micro, que nos permitiram traçar uma caracterização, rica e plural, sobre o trabalho criativo em design gráfico e de comunicação em Portugal.

¹¹³ Algumas pesquisas sobre design de forte pendor etnográfico assinalam justamente a presença deste tipo de obstáculos a uma permanência mais prolongada de investigadores em espaços de trabalho em design gráfico e de comunicação, como os *ateliers* ou as agências de publicidade. Ennis (2005) e Dorland (2009), por exemplo, referem as grandes resistências que encontraram à sua entrada neste tipo de terreno de pesquisa, que tiveram de gerir da melhor forma, atribuindo este tipo de reações negativas à presença de “estranhos” nestes locais de trabalho ao carácter fortemente concorrencial desta área. Note-se ainda que o facto de estas investigadoras serem ambas designers de comunicação revelou-se um importante trunfo, acabando por permitir-lhes uma mais fácil integração, uma vez ultrapassadas as resistências iniciais.

4. Design em Portugal: emergência, desenvolvimento e institucionalização

Este capítulo aborda, de modo sucinto, o processo de emergência do campo do design em Portugal, centrando-se sobretudo no seu desenvolvimento e institucionalização, a partir do último quartel do século XX e nas duas primeiras décadas do século XXI. Procura assim mapear, ainda que sinteticamente, os principais momentos, dinâmicas, instituições e atores que marcaram o processo de desenvolvimento histórico do design no contexto português, caracterizando o surgimento e a evolução de um campo de atividade criativa que, veremos, é ainda relativamente recente em Portugal, tendo, contudo, adquirido nas últimas três décadas um protagonismo e visibilidade crescentes – acompanhando, deste modo, embora com um certo atraso, as grandes tendências internacionais, abordadas no capítulo anterior.

Vale a pena recordar que, ao contrário dos países do Centro da Europa, o arranque da indústria em Portugal dá-se mais tardiamente e com um menor dinamismo (em termos económicos, técnicos e tecnológicos)¹¹⁴, o que se refletiu no modo lento e gradual como o design foi emergindo no país (Souto, 1992, 2009, 2015; Santos, 1995, 2002, 2015). Com efeito, as primeiras manifestações de design em Portugal surgem de forma muito pontual e localizada, concentrando-se nos centros urbanos de Lisboa e do Porto, entre finais do século XIX e os inícios do século XX. Em termos de produção gráfica, pontuam neste período as caricaturas satírico-políticas de Rafael Bordalo Pinheiro, Leal da Câmara, entre outros, e os cartazes publicitários e políticos, mas também de rótulos, postais e outros materiais gráficos produzidos por pioneiros como Raul de Caldevilla (Fior, 2005; Ventura, 2010; Samara e Baptista, 2010; Barbosa, 2011; Fragoso, 2012). Também se destaca, nesta época, a produção de cerâmica utilitária e artística, sobressaindo nesta última categoria as inúmeras peças desenhadas por Bordalo Pinheiro (França, 2007; Souto, 1992, 2009, 2015; Santos, 2015). Surgem também os primeiros

¹¹⁴ Diversos aspetos ajudam a explicar este atraso. Desde logo, a reduzida dimensão do país, agravada pelo seu posicionamento periférico no contexto europeu, a par de uma burguesia com pouca visão, reduzido acesso a informação e a conhecimento atualizados, e escassa capacidade de investimento, contribuíram para que Portugal mantivesse um cariz essencialmente rural, insuficientemente industrializado, com elevados níveis de pobreza e analfabetismo (Reis, 1993; Lains, 1995; Martins, 1997; Costa *et al.*, 2011, cap. 5). A reduzida classe média, com escasso de poder de compra, condicionou igualmente a emergência e expansão do design no país, limitando o desenvolvimento de uma oferta local mais vasta e consistente de comércio e serviços. Por fim, referir que o clima permanente de crise e instabilidade política e social (Cerezales, 2011, cap. 2) teve também repercussões relevantes a este nível.

stands de representações nacionais em feiras e exposições universais, bem como em feiras de divulgação da indústria e comércio em Portugal. Mais tarde, a partir dos anos 1920, começam a surgir alguns exercícios de design de interiores e de desenho de mobiliário associado à nova vaga de cafés modernos, “lojas finas”, *boîtes* e *clubs* nas principais cidades do país, com destaque para a capital (Santos, 1995, 2002, 2015).

Verdadeiramente, o impulso inicial para o desenvolvimento do design em Portugal está ligado ao regime ditatorial do Estado Novo (instaurado em 1933) que, desde cedo, apostou fortemente quer na divulgação internacional da indústria e comércio nacionais, quer na modernização, desenvolvimento e alargamento do mercado nacional, ao nível turístico, industrial e comercial. Recorde-se o vasto programa de iniciativas realizadas, durante as décadas de 1930 e 1940, através do Secretariado de Propaganda Nacional (SPN) – organismo que, em 1944, passa a designar-se Secretariado Nacional de Informação (SNI).¹¹⁵ Dirigido por António Ferro, o SPN/SPI foi responsável por definir, implementar e orientar o que ficou conhecido por *Política do Espírito*, apoiando-se para tal numa notável equipa de arquitetos, fotógrafos, pintores e dos chamados “artistas-decoradores” (ou seja, designers) – Fred Kradolfer, Carlos Botelho, Bernardo Marques, José Rocha, Thomaz de Mello (“Tom”), Emmerico Nunes, Paulo Ferreira, Maria Keil e outros –, cujo contributo foi decisivo na renovação de uma imagem mais moderna do país, concretizando assim os objetivos propagandísticos do regime.

A par dos trabalhos ligados quer à propaganda política do Estado Novo, quer à própria publicidade comercial, que gradualmente foi crescendo e diversificando (Estrela, 2004), foram também relevantes para o desenvolvimento do design em Portugal, e em particular do design gráfico, as ligações que vários artistas plásticos e ilustradores estabeleceram, neste período, com algumas correntes (políticas e culturais) críticas e de resistência ao regime. Destacam-se os trabalhos gráficos de grande qualidade realizados, a partir da década de 1930, por jovens artistas e “proto-designers” como Victor Palla, Manuel Ribeiro de Pavia, Júlio Pomar, Cipriano Dourado, Alice Jorge, Lima de Freitas, João da Câmara Leme, Rogério Ribeiro, entre outros, evidenciando grande proximidade ao Partido Comunista Português e à estética Neorrealista (Santos, 2008; Almeida, 2009, cap. 1; Fragoso, 2012: 123-124). Mais tarde, partir de finais dos anos 1940, adquiriu

¹¹⁵ Existe hoje ampla bibliografia que abrange os diferentes âmbitos da ação de Ferro e do SPN/SNI. Cf. nomeadamente, Acciaiuoli, 1991, 2000, 2013; Paulo, 1994; Ó, 1999; Melo, 2001; Alves, 1997, 2003, 2013; Roubaud, 2003; Gaspar, 2010; Félix, 2003; Victorino, 2018; Martins, 2000, 2015.

relevância no país a corrente Surrealista (Ávila e Cuadrado, 2001), embora o alcance da sua influência no grafismo tenha sido mais restrita e difusa (Fragoso, 2012: 124).

Apesar deste crescendo (em volume e em diversidade) de encomendas, só a partir da década de 50 é que, de forma lenta e gradual, o desenvolvimento e a institucionalização do design em Portugal verdadeiramente arranca, com “uma consciência mais clara do papel do design e do designer na sociedade [portuguesa], generalizada a um leque alargado de sectores: as indústrias, os projectistas, as instituições.” (Souto, 1992: 26).

Para tal foi crucial a profunda alteração de contexto económico, político e social decorrente do final da II Guerra Mundial, que impactou profundamente a sociedade portuguesa. Embora o país continuasse sob o jugo do Estado Novo, este período caracterizou-se por uma crescente abertura económica do regime, decorrente, designadamente, da participação do país, desde 1948, no chamado Plano Marshall (formalmente designado de ERP – *European Recovery Program*), o que lhe permitiu aceder a um leque de medidas de apoio ao desenvolvimento da economia nacional, através dos chamados *Planos de Fomento*¹¹⁶, bem como da adesão de Portugal às mais importantes instituições económico-financeiras internacionais criadas no pós-guerra¹¹⁷ (Almeida, 2009, 2015; Ramalho, 2014; Rollo, 1994, 2007). Neste contexto, em que o Estado Novo vai reorientar parte da sua retórica política e correspondentes instrumentos de política pública para fomentar e modernizar a economia nacional e, em particular, a sua indústria, o design emerge então como um fator relevante para atingir tal desiderato – a par de outros aspetos relacionados, nomeadamente, com a melhoria dos instrumentos de gestão das empresas, com a gestão de recursos humanos ou ainda com o desenvolvimento de linhas de investigação dirigidas às necessidades da indústria.¹¹⁸

¹¹⁶ Ao longo de quase duas décadas, entre 1953 e 1974, foram sendo delineados e implementados em Portugal sucessivos Planos de Fomento: o I Plano de Fomento decorreu entre 1953-58; o II Plano entre 1959-64; o Plano Intercalar entre 1965-66; o III Plano entre 1967-73; e, finalmente, o IV Plano deveria ter sido executado entre 1974-79, mas acabou por não se cumprir, devido à profunda alteração de contexto político, decorrente da revolução de 25 de abril de 1974.

¹¹⁷ Entre estas organizações, destacam-se a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), de que Portugal é um dos membros-fundadores, em 1948; a *European Free Trade Association* (EFTA), que Portugal também ajudará a fundar, em 1959; o Fundo Económico Internacional (FMI); e o Banco Internacional de Reconstrução e Desenvolvimento (BIRD), a que o país vai aderir em 1960.

¹¹⁸ Esta tentativa tardia do Estado Novo desenvolver uma dinâmica de industrialização no país revelou-se, contudo, em larga medida frustrada, tendo, como observa criticamente José Reis, “escassos efeitos na constituição de uma economia e de uma sociedade modernas (...) sem repercussões essenciais no emprego e no mercado de trabalho” (2018: 42), o que, de resto, se repercutiu em muito elevados níveis de emigração, cujos efeitos e repercussões perdurariam longamente no tempo, fazendo-se sentir na sociedade e economia nacionais ao longo das décadas seguintes.

Uma das peças fundamentais desta mudança política consistiu na criação do Instituto Nacional de Investigação Industrial (INII), em 1959¹¹⁹, organismo público que tinha por objetivo fomentar a modernização do tecido industrial português, promovendo um conjunto de medidas de política pública que contrariassem alguns dos seus principais fatores de atraso estrutural (Ramalho, 2014; Almeida, 2009, 2015; Souto, 2009, 2017). O INII dispunha de um serviço especificamente dedicado ao reforço da integração do design na indústria nacional – o Núcleo de Arte e Arquitetura Industrial (NAAI), inicialmente dirigido por arquiteto António Maria Teixeira Guerra, e, a partir de 1963, pela escultora Maria Helena Matos, até 1976. O cerne da sua intervenção consistiu em promover, junto de empresas e empresários nacionais, o que então se designava de “estética industrial”. Para tal, o NAAI estabeleceu (i) parcerias estratégicas com centros e peritos internacionais na área do design industrial, com vista obter *know-how* especializado; (ii) identificou algumas empresas industriais em dificuldades que permitissem testar *in-loco* novas soluções em termos de gestão, de tecnologia e de produtos – caso, por exemplo, da Fábrica-Escola Irmãos Stephens, na Marinha Grande; e (iii) promoveu o conhecimento sobre a importância do design industrial, em Portugal, designadamente publicando traduções em português de textos de referência sobre esta matéria, organizando palestras, colóquios e cursos de curta-duração, dirigidos sobretudo a empresários e quadros superiores das empresas, com vários especialistas internacionais em design industrial (Max Bill, Giedion, Madini-Moretti, Sergio Asti, Olof Gummerus, Henri Vienot, entre outros) e realizando várias exposições dedicadas à mostra de bons exemplos de design industrial, internacional e nacional – são marcantes a *1ª Quinzena de Estética Industrial*, realizada em 1965, em Lisboa, e a *1ª e 2ª Exposições de Design Português*, realizadas em 1971 e 1973, respetivamente, tendo estado patentes em Lisboa e no Porto. Estas duas últimas foram especialmente marcantes pela visibilidade que deram a alguns projetos de design industrial concebidos e executados em Portugal (Tostões e Martins, 2000; Manaças, 2005; Almeida, 2009, 2015; Ramalho, 2014; Souto, 1992, 2009, 2017). Note-se ainda que é justamente na sequência da realização da *1ª Exposição de Design Português*, que o NAAI altera a sua designação para *Núcleo de Design Industrial* (NDI), o que abriu caminho para uma institucionalização do termo “design” no discurso oficial em Portugal (Almeida, 2009).

¹¹⁹ Embora oficialmente o INII tenha sido criado em 8 de Junho de 1957, com a Lei nº 2089, só seriam criadas condições efetivas para o arranque do seu funcionamento quase dois anos depois, quando, a 23 de Janeiro de 1959, é finalmente publicado o Decreto-Lei nº 42 121 (cf. Ramalho, 2014: 89).

Outro aspeto interessante do INII prende-se com a relevância atribuída, num contexto ditatorial ainda marcado por um forte isolamento, ao estabelecimento de relações institucionais com organizações congéneres, à participação dos seus dirigentes e técnicos em encontros internacionais, bem como à realização de estágios e visitas de estudo a instituições de referência. Por exemplo, a designer Alda Rosa, que integrou o NAAI/NDI, frequentou o *Ravensbourne College of Art and Design*, em Londres, onde se licenciou em design gráfico, beneficiando de uma bolsa de estudos concedida pela Fundação Calouste Gulbenkian (FCG)¹²⁰ e de uma licença de dispensa de serviço concedida pelo INII. No contexto da sua estadia londrina, como relatou em entrevista, Rosa visitou com regularidade o *Design Centre* londrino, frequentando a sua biblioteca, exposições, conferências, colóquios e outras iniciativas, com o objetivo de conhecer outras experiências e exemplos de “boas práticas”, a nível institucional, que pudessem ser posteriormente replicadas em Portugal, sobre os quais elaborava notas detalhadas que enviava para Portugal (cf. igualmente Ramalho, 2014: 197; Almeida, 2009: 287).

Paralelamente ao INII, surge o Fundo de Fomento à Exportação (FFE) que realizou várias ações de promoção do design industrial em Portugal, nas décadas de 1950 e de 1960, que incluíram o apoio à participação de industriais portugueses em feiras internacionais (Castanheta, 2012: 48-49) e, mais pontualmente, a organização de exposições temáticas em Portugal que, por vezes casos, incidiram em áreas ligadas ao design industrial – por exemplo, a *I Exposição Portuguesa de Embalagem*, em 1961 (Leite, 2006: 21). A partir dos anos 1970, o FFE apoiou ainda a formação especializada em design industrial, seja através da atribuição pontual de bolsas de estudo internacionais, seja da realização em Portugal dos primeiros cursos de formação profissional em design industrial, frequentemente em colaboração com INII (Almeida, 2009: 302; Castanheta, 2012: 50).

Numa apreciação global, pode afirmar-se que, apesar de diversas limitações, as ações levadas a cabo a partir das décadas de 1950, seja via FFE, seja sobretudo via INII, foram relevantes para uma mais ampla divulgação da relevância do design na sociedade portuguesa, deste modo abrindo caminho à sua institucionalização (Almeida, 2009).

¹²⁰ Numa fase em que ainda não existia em Portugal formação especializada de nível superior em Portugal, é importante notar que, para além do caso de Alda Rosa, vários outros jovens portugueses beneficiaram, ao longo das décadas de 1960-70, de bolsas de estudo atribuídas pela Fundação Calouste Gulbenkian para frequentarem cursos superiores de design (gráfico e industrial) no estrangeiro. Este foi o caso, nomeadamente, de Jorge Pacheco, Cristina Reis (posteriormente colaboradora do NDI do INII, participando, nomeadamente, na conceção e na produção da *1ª e 2ª Exposições de Design Português*), José Brandão, Salete Brandão, João Segurado, José Pinto Nogueira, Madalena Figueiredo, entre outros (cf. a este propósito o interessante depoimento de Cristina Reis em Souto e Brízio, 2014: 11).

Além disso, contribuíram para “despertar a profissionalização” dos designers portugueses, “mau grado não ser essa a sua vocação primordial” (Almeida, 2009: 235). Com efeito, o Estado Novo teve, sobretudo através destes dois organismos públicos, mas não só¹²¹, um importante papel tanto ao nível da divulgação do design em Portugal, como do fomento da encomenda pública de projetos de design, promovendo uma maior dinamização do mercado de trabalho nesta área. Simultaneamente, dá-se uma gradual expansão do mercado de trabalho em design, com um número crescente de clientes privados, incluindo na indústria¹²², na publicidade¹²³ e na arquitetura¹²⁴. Ora, esta abertura e dinamismo económico, a par do crescente reconhecimento público do design, enquanto domínio de atividade dotado de especificidades próprias, foram cruciais para que surgissem, entre os anos 1950 e 1970, as primeiras gerações de designers modernos portugueses que, no caso do design gráfico, frequentemente operaram, de modo concomitante, como (i) *freelancers*; (ii) colaboradores nalguns *ateliers* de design que então surgem, sobretudo em Lisboa e no Porto; e/ou (iii) colaboradores nas várias agências de publicidade então existentes em Portugal. Dos designers gráficos com maior atividade profissional nesta época, e nestes diferentes domínios, podem destacar-se, entre outros, Victor Palla, Sebastião Rodrigues, António Garcia e Armando Alves.

¹²¹ Destaque-se, a par das ações do INII e do FFE, o conjunto de obras de renovação de variados espaços e edifícios públicos que, a partir da década de 1950, serão levados a cabo quer pela Direcção-Geral de Edifícios e Monumentos Nacionais, quer pela Junta das Construções para o Ensino Técnico e Secundário, o que possibilitou o desenho e a produção de variado mobiliário, permitindo que muitas empresas produtoras de mobiliário singrassem e, além disso, despoletou o surgimento de oportunidades de trabalho para uma nova geração de arquitetos e designers portugueses (cf. Almeida, 2015: 48; Martins, 2015).

¹²² Através dos vários estímulos públicos à industrialização criados pelos sucessivos Planos de Fomento vão surgir – ainda que de forma bastante pontual, senão mesmo excepcional (Manaças, 2005: 242) – novas oportunidades de trabalho para designers portugueses nalgumas empresas industriais nacionais. Designers como Daciano da Costa, Sena da Silva, Cruz de Carvalho, António Garcia ou Eduardo Afonso Dias conceberam assim, nas décadas de 1960-70, várias linhas de mobiliário originais para empresas portuguesas como a *Metalúrgica Longra*, a *FOC*, a *Interforma*, os *Móveis Olaio*, a *Altamira*, os *Móveis Sousa Braga*, entre outras (cf. Almeida, 2009, 2015; Ramalho, 2014; Manaças, 2005; Santos, 2001; Duarte, 2001; Souto, 2009, 2017; Neves, 2013; Coutinho, 2017).

¹²³ A melhoria da situação económica do país e a profunda alteração da sua estrutura sociodemográfica, levou ao surgimento de uma classe média jovem urbana, dotada de maiores qualificações e com outra “abertura de espírito”, o que se refletiu em novos padrões de consumo e estilos de vida, repercutindo-se num relativo *boom* da atividade em design gráfico e publicidade, que se amplia e diversifica neste período (cf. Fragoso, 2012; Baltazar, 2015; Almeida, 2015; Estrela, 2005).

¹²⁴ Neste período a arquitetura começa a incorporar no seu programa preocupações relacionadas com a decoração de interiores (mobiliário, iluminação, tapeçarias, painéis murais, etc.), o arranjo paisagístico dos espaços exteriores e a identidade visual (sinalética, imagem gráfica, estacionário, brochuras, etc.). Este novo contexto vai proporcionar o surgimento de interessantes oportunidades de colaboração entre alguns dos mais importantes gabinetes de arquitetura portugueses deste período com diversos artistas plásticos e designers. Segundo Manaças (2005: 205-207), esta ligação do design com a arquitetura foi mesmo fundamental para o desenvolvimento desta atividade profissional em Portugal, pois permitiu a muitos jovens designers autodidatas beneficiarem de relevantes “espaços intersticiais” deixados vagos pelos arquitetos em muitos destes projetos, o que lhes possibilitou ganharem alguma autonomia, em termos de prática profissional, bem como alcançarem independência, em termos económicos.

Finalmente, os anos do pós-guerra caracterizam-se ainda por relevantes alterações no ensino do design que concorreram também para que, lenta e gradualmente, aumentasse a consciência na sociedade portuguesa da importância e especificidade desta disciplina. Recorde-se que a primeira geração de designers portugueses modernos, nos anos 1940-1950, teve os primeiros contactos com esta atividade de formas muito diversas. Por um lado, era frequente este primeiro contacto fazer-se em *ateliers* de arquitetura e artes plásticas, assim como em jornais, cumprindo o aspirante a designer o ciclo normal de *aprendizagem informal*, segundo uma lógica de transmissão do “saber-fazer” então predominante no campo das chamadas Belas Artes e das Artes Aplicadas¹²⁵, assentando, no essencial, numa relação de grande proximidade entre mestre e aprendiz, sendo que o primeiro transmitia ao segundo, *de um modo informal*, os fundamentos e as necessidades procedimentais específicos da atividade (cf. Almeida, 2009). Em casos mais pontuais, o primeiro contacto com a prática projetual surgia no seio familiar e/ou de um círculo de amigos próximos ligados à atividade, desenvolvendo-se de forma autodidata, nomeadamente através de uma autoaprendizagem em contexto de *atelier*. Tal foi o caso, por exemplo, de Carlos Rocha, designer cuja envolvente familiar e a rede de amizades próximas, lhe possibilitou justamente ter, desde muito cedo, um contacto privilegiado com o universo das artes, arquitetura e design, como recordou em entrevista¹²⁶, desenvolvendo toda a sua atividade profissional em design de um modo autodidata.¹²⁷

¹²⁵ Por exemplo, esta era a forma como eram tradicionalmente transmitidas as competências e os “saberes-fazer” no contexto das oficinas tipográficas em Portugal que, como bem demonstrou Susana Durão, assentavam num processo de socialização bastante lento, ao longo de anos, em que era fundamental a relação estabelecida entre mestre e aprendiz, de acordo com a qual cabia tipicamente ao primeiro “apresenta[r]-se sobretudo como alguém que dá o exemplo (moral e técnico), cujo reportório de gestos deve atentamente ser observado” (Durão, 2003: 107), e ao segundo assumir uma postura persistente (e também, por vezes, resistente), demonstrando interesse em aprender, observando e ouvindo atentamente, interagindo e socializando intensivamente com os tipógrafos mais experientes (cf. Durão, 2003: 107-110).

¹²⁶ Carlos Rocha era filho de Carlos Rocha (fundador da galeria e *atelier* STOP) e sobrinho de José Ferrer Rocha (fundador, em 1936, do ETP – Estúdio Técnico de Publicidade, possivelmente o mais importante *atelier* de design gráfico e de comunicação existente em Portugal nas décadas de 1940-50) e de Velma Rocha [ex-mulher do conhecido designer gráfico e ilustrador suíço Fred Kradolfer, radicado em Portugal desde 1928, integrando um grupo de artistas liderado por Bernardo Marques, que incluía Maria Keil, Carlos Botelho, José Rocha (tio de Carlos Rocha), Thomaz de Mello (“Tom”) e Paulo Ferreira, e que não só colaborou em inúmeras iniciativas lançadas pelo SNP/SNI de António Ferro, como esteve ativamente envolvido em vários projetos de design e publicidade desenvolvidos pelo ETP]. Num contexto em que existiam já algumas agências de publicidade em Portugal (Estrela, 2004), mas eram praticamente inexistentes os *ateliers* de design, o ETP vai assumir um papel verdadeiramente pioneiro, trabalhando com um leque bastante diversificado de clientes e desenvolvendo algumas campanhas publicitárias com contornos bastante arrojados e inovadores para a época (é o caso, por exemplo, dos cartazes construídos em volume e dotados de iluminação própria que aproveitavam os tapumes utilizados para cobrir das fachadas dos estabelecimentos comerciais em obras na Baixa de Lisboa, na década de 1940), nos quais se envolveram alguns dos mais importantes artistas plásticos, ilustradores e “proto-designers” da época –

A partir da década de 1950, surge outra via privilegiada de contacto com a disciplina e a atividade profissional em design: as escolas de ensino técnico especializado em artes aplicadas e decorativas, criadas na sequência da chamada *Reforma de 1948*. Surgem, assim, as primeiras abordagens pedagógicas ao ensino do design, na Escola de Artes Decorativas António Arroio, em Lisboa, através de Frederico George e, mais tarde, Daciano da Costa (Souto, 2009: 74-75; Gomes, 2003: 50-52; Almeida, 2009: 89-91, 246-247; Manaças, 2005: 218-221)¹²⁸; e na Escola de Artes Decorativas Soares dos Reis, no Porto, com José Pereira e Calvet de Magalhães (Caetano, 2012: 105-140). Embora sendo reconhecidamente importantes na introdução do design no ensino técnico artístico em Portugal, estas abordagens revelaram, contudo, sérias limitações no alcance das suas ações e, sobretudo, graves insuficiências teórico-metodológicas (Almeida, 2009: 247).

A partir da década de 1960, dá-se um alargamento e diversificação da oferta formativa na área do design, tanto de cariz formal como informal, o que permitirá dotar uma nova geração de designers portugueses de conhecimentos, técnicos e científicos, mais sólidos. No ensino superior, surgem então algumas tentativas de renovação nos currículos, introduzindo alguns aspetos relacionados com a prática e a teoria do design, especialmente na vertente gráfica. Tal ocorreu na Escola Superior de Belas Artes do Porto (ESBAP), quando Armando Alves – então um pintor recém-formado, mas já com grande experiência profissional no domínio das artes gráficas – assumiu, em 1962, a regência da “velha” cadeira de Pintura Decorativa, reformulando-a totalmente para ser uma disciplina de introdução às Artes Gráficas, como explicou em entrevista, na qual propunha aos estudantes do curso de Pintura um conjunto de exercícios – que, em entrevista, classificou de “incipientes” e de “improvisos” – típicos de design gráfico, incluindo o análise, desenho e composição de cartazes, capas de livros, revistas e discos, etc. Para Rui Mendonça esta cadeira foi, na verdade, não só um contributo inestimável para a institucionalização do design gráfico no conservador ensino artístico da época, como “abriu também, e em definitivo, o espaço às artes gráficas, semeando o que veio a ser, mais tarde, o Curso de Design” (2007: 62), criado em 1975, como veremos adiante.

incluindo, para além dos já mencionados José Ferrer Rocha e Fred Kradolfer, Thomaz de Mello (“Tom”), Maria Keil, Bernardo Marques, Ofélia Marques, Carlos Botelho, entre outros (cf. Daniel, 2011: 41).

¹²⁷ Para um aprofundamento do percurso profissional do designer Carlos Rocha, cf. Daniel, 2011.

¹²⁸ Existia uma grande ligação entre a componente de ensino *formal*, desenvolvida na Escola de Artes Decorativas António Arroio, e a prática *informal* de aprendizagem que era realizada em contexto *atelier*. Na verdade, a segunda constituía, na prática, um prolongamento da primeira, com a qual comunicava de forma bastante estreita, pois tanto Frederico George como Daciano da Costa possuíam os seus próprios *ateliers*, onde acolhiam com regularidade alguns dos alunos mais promissores (cf. Souto, 1992: 103).

Em Lisboa, pelo contrário, predominava ainda um certo fechamento e conservadorismo nas instituições de ensino superior artístico, o que explica que, no início dos anos 1960, surjam as primeiras experiências pedagógicas realizadas *fora da academia* que, embora “não se constituam como casos orientados para o ensino sistematizado do design enquanto área disciplinar autónoma (...)[,] estão na génese da educação em design em Portugal” (Almeida, 2009: 238). Além dos já mencionados cursos de curta duração organizados pelo INII e pelo FFE, surgem outros cursos, com níveis de formalização e de duração bastante diversos, em geral realizados em *ateliers* de arquitetura e de artistas plásticos, com o objetivo de ajudar a ultrapassar as lacunas existentes ao nível do ensino artístico formal, preparando profissionalmente os jovens admitidos como aprendizes nos próprios *ateliers*, bem como aqueles que se estavam a candidatar ao ingresso na ESBAL (Almeida, 2009: 143; Souto, 1992: 211; Souto e Brízio, 2014: 9). No ano letivo 1965-66 é lançado o *Curso de Formação Artística*, que funcionou na Sociedade Nacional de Belas Artes (SNBA), em Lisboa, coordenado por José-Augusto França e Francisco Conceição Silva, no qual o design era também abordado (cf. Souto, 2009: 83-85; Manaças, 2005: 222-223). Pouco depois, surgem em Lisboa novas instituições de ensino privado que estiveram na génese do ensino superior em design em Portugal: o IADE, fundado em 1969¹²⁹, e o AR.CO, em 1973¹³⁰.

Exprimindo igualmente as carências do país em termos de uma formação qualificada e especializada em design, note-se ainda que, a partir da década de 1960, alguns jovens portugueses vão frequentar cursos superiores de design no estrangeiro, em geral beneficiando de bolsas de estudo concedidas pela FCG.¹³¹ Esta nova geração de jovens designers licenciados vai participar ativamente no desenvolvimento desta área, ainda durante os últimos anos do Estado Novo: no contexto institucional dos NAAI-NDI do INII; nalguns *ateliers* de design então existentes em Lisboa; ou participando nalgumas das tentativas de introduzir o ensino do design em Portugal. Como veremos adiante, serão também estes alguns dos protagonistas que vão assumir, após a revolução de 1974, um papel preponderante no processo de institucionalização do design no Portugal.

¹²⁹ Sobre a génese do IADE – Instituto de Arte e Decoração e sua relação com o ensino do design em Portugal, cf. Souto, 2017: 25-26; Souto, 2009: 86-89; Gomes, 2003: 105-107; Manaças, 2005: 223-224.

¹³⁰ Sobre a génese do AR.CO – Centro de Arte e Comunicação Visual e sua relação com o ensino do design em Portugal, cf. Manaças, 2005: 224; Gomes, 2003: 92-95; 2015: 372-273.

¹³¹ Caso de José Brandão, Salette Brandão, Alda Rosa, Cristina Reis e Jorge Pacheco, na *Ravensbourne College of Art and Design* (Londres, Reino Unido); de Madalena Figueiredo, na *Scuola Politecnica di Design Novara*, em Piemonte (Itália); e de Luís Filipe Oliveira, na Escola Superior de Design Industrial de Carmine (Veneza, Itália).

Ora, esta crescente dinâmica de atividade de designers em Portugal, acompanhada, como vimos, de preocupações e iniciativas, cada vez mais regulares e consistentes, relacionadas com o ensino do design, permitiu que surgissem, em diferentes contextos, textos de divulgação e/ou de reflexão crítica sobre design, a partir de finais dos anos 1960. Num contexto em que ainda imperava o autodidatismo entre os designers portugueses, estas publicações, a par dos catálogos que surgiram em Portugal, por iniciativa do INII, na década 1970, tiveram um papel fundamental no alargamento de conhecimentos (Rato, 2002: 10). Destacam-se a revista *Binário*, cujo primeiro número surge em 1958, tendo sido uma “das primeiras publicações portuguesas a integrar assuntos de design” (Almeida, 2015: 42), a par da revista *Arquitectura*¹³² e, mais tarde, da revista *Gráfica 70*, que se dedicava a temas de design, especialmente na área gráfica. Para lá das traduções portuguesas de textos de designers internacionais, destacam-se autores como Maria Helena Matos, João Constantino, Manuel João Leal, Calvet de Magalhães ou Sena da Silva que regularmente escreviam sobre design na imprensa nacional (Constantino, 1971, 1973), o que constitui um indício adicional do interesse e visibilidade mediática crescentes do tema na sociedade portuguesa.

Nas vésperas do 25 de abril de 1974, o design, entendido enquanto domínio de atividade profissional dotado de especificidades próprias e de uma certa autonomia disciplinar, já se encontrava, pois, em processo de franca institucionalização, sendo a sua relevância crescentemente reconhecida na sociedade portuguesa – pese embora este conhecimento permanecesse, apesar de tudo, restrito a um conjunto de atores e de instituições sociais, bem delimitado, do ponto de vista do seu estatuto cultural, político e socioeconómico. Isto é, o design permanecia, no essencial, uma atividade “de nicho”, sendo praticada e, sobretudo, discutida e reconhecida como relevante por uma parte, apesar de tudo, bastante reduzida da elite intelectual e cultural do país.

O processo de transição democrática do país vai aprofundar algumas das dinâmicas que já estavam em curso na sociedade portuguesa, o que possibilitou uma efetiva consolidação e institucionalização do campo do design em Portugal, cuja estruturação vai adquirir, a partir de então, características (cada vez) mais densas e complexas. Assim, analisa-se de seguida o período democrático, caracterizando este processo (apesar de tudo gradual) de consolidação e institucionalização do campo do design português,

¹³² Acerca da relevância, durante o período do Estado Novo, das revistas *Binário* e *Arquitectura* na divulgação em Portugal do design contemporâneo, internacional e nacional, bem como na criação gradual de espaços para a elaboração de uma reflexão crítica sobre design no país, cf. Rato, 2002, capítulo 1.

nomeadamente, abordando como se estruturou e desenvolveu o sistema de ensino, formação e investigação em design; a forma como evoluíram as retóricas e os instrumentos de política pública relacionados com o design em Portugal; a evolução e transformação do universo de atividade profissional em design, bem como das formas e dinâmicas coletivas de organização socioprofissional; e o lugar e estatuto no design na sociedade portuguesa, seja no plano da atividade económica, seja ao nível das dinâmicas artísticas, culturais e criativas contemporâneas.

Optou-se por estruturar esta análise em três subcapítulos que, do ponto de vista analítico e interpretativo, distinguem diferentes períodos ou etapas deste processo (não linear) do desenvolvimento do design no país, identificando as principais ruturas, continuidades e transformações registadas nas últimas décadas, em especial na área do design gráfico e de comunicação. Em concreto, estabeleceram-se três períodos ou momentos históricos fundamentais, em torno dos quais se irá organizar toda a análise que se segue, a saber: (i) um primeiro período, que compreende a primeira década de transição democrática (1974-85), correspondente a uma fase de consolidação do processo de institucionalização do design que, já vimos, arrancou nos últimos quinze anos de vigência do Estado Novo; (ii) um segundo período, que corresponde à expansão do design em Portugal, coincidente com a adesão do país à Comunidade Económica Europeia (CEE) e que *grosso modo* se prolongou até 2000, beneficiando da conjuntura (política, económica, social e cultural) bastante favorável; e (iii) um último período, que arranca logo em meados da primeira década do século XXI, sendo muito profundamente marcada pela forte contração e, a partir de 2008-2010, pela estagnação do país do ponto de vista económico-financeiro, inevitavelmente impactando negativamente a atividade profissional e o mercado laboral em design em Portugal, sendo que, simultaneamente, este é também um período que, acompanhando as grandes tendências internacionais, se caracterizou por uma crescente expansão e diversificação do campo do design, em geral, e muito em especial na área do design de comunicação. Por fim, conclui-se o capítulo com um breve subcapítulo que sistematiza os principais aspetos que resultam da análise dos processos de emergência e, sobretudo, de desenvolvimento e institucionalização do design em Portugal, procurando, sempre que possível, distinguir aspetos que resultam de especificidades próprias do contexto nacional, daqueles que correspondem a tendências internacionais de âmbito mais geral, já identificadas em capítulos anteriores.

4.1. O período de transição democrática e a consolidação do processo de institucionalização do design em Portugal (1974-1985)

Com a revolução de 25 de abril de 1974 termina o longo período de ditadura, iniciando-se então o processo de democratização do país que se vai caracterizar, entre vários outros aspetos, pelo esforço de definição e implementação de um novo regime de sociedade, com o surgimento e/ou a reconfiguração do tecido institucional português nas esferas política, social, económica, educativa e cultural, a par da tentativa de aprofundamento do processo de abertura económica e sociocultural do país que, como referido antes, se havia iniciado em finais da década de 1950, prolongando-se na década e meia seguinte. Todas estas mudanças vão ter, como seria porventura inevitável, um profundo impacto no desenvolvimento e institucionalização do design em Portugal.

O chamado *Período Revolucionário em Curso* (PREC), que se estende de 1974 a 1976, caracterizou-se por um enorme entusiasmo popular e grande envolvimento cívico e político de inúmeros intelectuais, artistas, fotógrafos, cineastas e designers gráficos, cuja participação se deu de forma autónoma e/ou enquadrada em iniciativas de âmbito associativo, político-partidário, institucional ou outro – como, por exemplo, as célebres *Campanhas de Dinamização Cultural e Acção Cívica*, dinamizadas e coordenadas pela Comissão Dinamizadora Central (CODICE) do Movimento das Forças Armadas (MFA), entre 1974-75 (Almeida, 2007, 2009; Bártolo, 2014c). Tal dinamismo ficou bem patente no conjunto notável de murais e de outros suportes de comunicação visual (Couceiro, 2004), sendo particularmente emblemático aqueles que evidenciavam uma estética neorrealista de inspiração marxista, maoista e troskista (Camilo, 2004; Pereira, 2014; Pereira e Sequeira, 2017), mas igualmente na proliferação de outras “formas urbanas e eruditas” (Fragoso, 2012: 128) de expressão visual. De entre estas, destacam-se a vasta produção de cartazes e *cartoons* assinados por João Abel Manta (Marques, 2016; Almeida, 2017); as publicações “corrosivas” de José Vilhena (como a *Gaiola Aberta*); os diversos *photobooks* que, através da objetiva de fotógrafos como Eduardo Gageiro ou Alfredo Cunha, registaram este período de forte ebulição política e social, entre outras publicações que surgiram neste período e cujas características híbridas dificultam a sua categorização (Marques, 2014); ou ainda os inúmeros cartazes, desdobráveis, publicações, autocolantes, *pins*, etc. que foram, em muitos casos, desenhados por artistas plásticos e designers gráficos conhecidos e reconhecidos no meio artístico e cultural português – Maria Helena Vieira da Silva, Marcelino Vespeira,

Sebastião Rodrigues, Robin Fior, Rogério Ribeiro, Espiga Pinto ou Armando Alves são apenas alguns exemplos, entre outros (Fragoso, 2012: 127-129; Bom, 2015, caps. 3 e 4). Foi neste ambiente (político, social, cultural) algo conturbado que surgiram, no ano letivo 1975-1976, as primeiras licenciaturas em design em Portugal, respetivamente, na ESBAL (cursos de Design de Interiores e de Equipamento Geral e de Design Gráfico) e na ESBAP (curso de Design de Comunicação/Arte Gráfica). Logo no ano letivo seguinte foi criado o curso de Design/Comunicação Visual no Instituto Superior de Artes Plásticas da Madeira (ISAPM) – que será, posteriormente, em 1992, integrado na Universidade da Madeira, passando então a designar-se de Instituto Superior de Arte e Design (ISAD/UMa).

Como descrevem Rui Mendonça (2007: 71-73), Victor M. Almeida (2009: 315-319) e Vítor Manaças (2005: 224-226), nas suas respetivas teses de doutoramento, viveram-se neste período do PREC momentos agitados no interior das duas Escolas de Belas Artes. Com efeito, na sequência do golpe militar revolucionário, o ano letivo 1974-1975 foi abruptamente suspenso, sucedendo-se então uma série de acontecimentos que geraram inevitáveis tensões e dissensões internas, em resultado, por um lado, dos vários processos de saneamento que levaram ao afastamento de alguns professores, bem como, por outro, pelo ambiente de aceso e permanente debate crítico que se instala em ambas as Escolas, envolvendo alunos e professores em infindáveis plenários e reuniões em torno da urgente reestruturação do ensino das Belas Artes no país, atualizando-o e assegurando maior participação de alunos e professores nos processos pedagógicos.

Se, no Porto, a decisão de criar um curso de design foi acolhida pacífica e até entusiasticamente (Mendonça, 2007: 72), o que não surpreendente considerando o histórico de abertura ao design gráfico que, como referido antes, caracterizava a ESBAP desde o início da década de 1960; já em Lisboa, pelo contrário, o processo que conduziu à criação do curso de design foi mais controverso e decorreu, em larga medida, na necessidade de “pacificar” o ambiente de forte tensão que então se vivia na ESBAL, opondo os cursos de pintura e escultura, por um lado, ao de arquitetura, por outro, surgindo o design “como estratégia de salvação institucional, i.e., na saída, desejada por alguns, do curso de arquitetura da ESBAL (que ficou claro nos diversos plenários que ocorreram quando a Escola esteve encerrada) havia que encontrar uma alternativa que se traduzisse numa elevada expectativa para os alunos.” (Almeida, 2009: 315).

Existem, por outro lado, algumas diferenças relevantes no que concerne à forma como, uma vez consensualizada e aceite internamente a decisão de serem criados estes novos

cursos de design, as duas Escolas Superiores de Belas Artes realizaram o processo de recrutamento de um corpo docente adequado a lecionar as disciplinas desta nova área. No caso da ESBAP, não foram contratados novos professores logo no arranque do curso de Design Gráfico, tendo sido aproveitado parte do corpo docente existente que, embora sem formação académica em design, dispunha de sólida experiência profissional na área – caso, por exemplo, de Domingos Pinho e Dario Alves, ambos formados em pintura, e de João Machado, em escultura (embora este último durante um período curto). Só posteriormente, à medida que o curso se foi desenvolvendo, é que foram integrados no corpo docente novos professores, em muitos casos recém-formados na ESBAP (Mendonça, 2007). Contudo, o curso de Design Gráfico manterá sempre uma profunda relação com o universo das artes plásticas, o que decorre, desde logo, da formação-base de muitos dos professores, aspeto reforçado pela própria estrutura dos cursos lecionados na ESBAP (de resto, idêntica à ESBAL), inicialmente organizada em dois ciclos de estudos, que decorriam de forma sequencial: o “Ciclo Básico”, de três anos, oferecia uma formação comum às áreas de Pintura, Escultura e Design Gráfico, seguindo-se o “Ciclo Especial”, de dois anos, para especialização numa destas áreas (Mendonça, 2007: 76). Vários designers entrevistados que se formaram na ESBAP nesta altura apontam justamente a grande proximidade ao universo das artes mais do que ao design gráfico *strictu sensu*, aspeto que é por vezes perspetivado negativamente, sendo interpretado como revelador das debilidades do corpo docente. Neste sentido, alguns entrevistados indicaram as características eminentemente práticas e aplicadas do tipo de ensino que ministrado na ESBAP neste período (finais da década de 1970 e 80), notando que várias disciplinas do curso propunham abordagens teórico-metodológicas pouco sustentadas em referências específicas do campo do Design, sendo colmatadas com referências, de cariz mais geral, provenientes dos campos disciplinares da História de Arte e da Estética. Veja-se, a este propósito, os testemunhos de Heitor Alvelos e Rui Guimarães, ambos licenciados em design gráfico pela ESBAP (formados em 1989 e 1986, respetivamente).

[Os professores] eram pessoas das artes gráficas, não eram designers de formação, embora o fossem muitas vezes em termos de prática profissional. Alguns. Mas era claramente um curso que estava a surgir e que estava a dar os primeiros passos e, portanto, era fortemente marcado pela ideia das artes plásticas. (...) O meu curso [de design gráfico] foi marcado por esse paradigma da execução [típico das Belas Artes]: um bom designer [gráfico], um bom estudante [de design gráfico] era, essencialmente, um estudante que pintava superfícies a guache que não ficassem manchadas, que tivesse rigor de execução, que fosse capaz de usar as ferramentas com máximo de rigor... (Heitor Alvelos)

Eu acho que me formei em 1986 e, se não me engano, entrei no segundo ano do curso. (...) Éramos muito poucos, éramos oito [alunos], dos quais só dois é que estão a trabalhar na área, que eu saiba. Portanto, na altura era uma coisa muito desconhecida, (...) [um]a verdadeira novidade. O curso ainda não estava bem estruturado, havia alguma ignorância da parte dos professores, havia também uma... Digamos, que se batia demasiado na tecla da História de Arte... (...) Era um curso de cinco anos, mas nos primeiros três anos [o plano curricular] era em conjunto com [os cursos de] Pintura e Escultura, ou seja, mais de metade da minha formação foi de artes em geral e só nos dois últimos anos [do curso] é que nos debruçámos mais sobre design de comunicação. (...) não havia nenhum [professor licenciado em design], porque não poderia haver. Estamos a falar essencialmente de [professores que eram] pintores ou de escultores... (Rui Guimarães)

Por outro lado, alguns entrevistados destacam positivamente os cruzamentos que então se estabeleciam, fácil e frequentemente, com outras áreas artísticas existentes na Escola, em resultado de um contacto quotidiano com colegas e professores dos outros cursos lecionados na ESBAP – Pintura, Escultura e, até 1979, Arquitetura, quando este curso se autonomiza, com a criação da Faculdade de Arquitetura da Universidade do Porto.¹³³ Já no caso da Escola de Lisboa, quer as estruturas curriculares dos dois cursos de design, quer a própria prática pedagógica foram influenciadas pela entrada na ESBAL, em 1975, de novos professores-assistentes formados em Londres¹³⁴ em design gráfico (José Brandão) e em design de equipamento (Salette Brandão e José Pacheco), que vieram complementar, do ponto de vista teórico-metodológico, os docentes “da casa”, onde se incluíam alguns professores já com uma vasta experiência, essencialmente empírica, nesta área (como Rogério Ribeiro e José Cândido, respetivamente, responsáveis pelos primeiros cursos em Design de Equipamento e Design de Comunicação na ESBAL). Embora nem sempre bem compreendidas e acolhidas internamente¹³⁵, a verdade é que as novas conceções sobre o ensino do design, com

¹³³ A FAUP foi criada pelo Decreto-Lei n.º 498-F/79, de 21 de Dezembro.

¹³⁴ Trata-se de três antigos estudantes bolsheiros da FCG, cujo relevante papel na formação de designers portugueses nas décadas de 1960, período em que ainda não existiam no país cursos superiores nesta área, foi já referido na introdução a este capítulo.

¹³⁵ Veja-se, a este propósito, o relato de Aurelindo Jaime Ceia que, em entrevista a Victor M. Almeida, descreve de uma forma particularmente impressiva o “ambiente” que se vivia na ESBAL logo nos primeiros anos de arranque do curso de Design Gráfico: “Professores como o José Cândido, o José Brandão, o Rogério Ribeiro, apesar de terem perfis diferentes, trabalhavam connosco as seguranças e as inseguranças. (...) Ou seja, [era] um processo de orgânico em formação e inquietação. Sabes quem foi o meu professor de Introdução ao Design? Foi um mestre chamado Jorge Pinheiro, que achava que o tinham posto ali de castigo! As aulas com o prof. Jorge Pinheiro considero-as o paradigma desta dinâmica que existia [na ESBAP] e que era umas vezes aflita, outras, bem disposta, e outras ainda, muito séria. Isto tem a ver também com alguns ‘estrangeirados’ que na história do design português são muito

novas referências teóricas e metodológicas, trazidas por este grupo de novos professores (muitas vezes apelidados de “os ingleses”) acabaram por se impor e terão sido mesmo fundamentais não só para uma renovação do ensino das Belas Artes em Lisboa – que mantinha, à época, uma matriz francófona bastante “clássica” – para influenciando a conceção dos cursos de design noutras instituições de ensino superior em Portugal (Calado e Ferrão, 2013: 1139).¹³⁶ Como na ESBAP, também em Lisboa ocorreu, a partir da década de 1980, uma gradual incorporação no corpo docente de ambos os cursos de design, de jovens designers licenciados pela própria Escola que, nos anos seguintes, viriam a assumir a regência de diversas cadeiras (Manças, 2005: 231).

O processo de institucionalização do ensino do design em Portugal, nomeadamente do ponto de vista do seu enquadramento legal no sistema geral de ensino universitário, viria a ser concluído alguns anos mais tarde, com o reconhecimento formal das licenciaturas em design, a partir do ano letivo 1983-1984 – e não sem ultrapassar variadas dificuldades (cf. Manças, 2005: 226-228). Quanto à integração das Escolas de Belas Artes de Lisboa e Porto nas respetivas Universidades, tratou-se de um processo complexo e algo controverso, que se prolongou por quase mais uma década, sendo concluído em 1992¹³⁷ – numa fase em que, veremos, o país assistia a um verdadeiro *boom* de cursos de design.

A par do desenvolvimento dos primeiros cursos de design em Portugal¹³⁸, mantiveram-se práticas de educação/formação de cariz *informal* que, como vimos, se encontravam bastante enraizadas em Portugal, realizando-se geralmente em contexto de *atelier*,

importantes, como é caso do José Brandão, da Salette [Brandão], do Jorge Pacheco, entre outros, e que puseram ordem nas tropas, digamos assim. Apesar do trabalho do prof. José Cândido, juntamente com o professor Rogério Ribeiro, o prof. Rocha de Sousa e o prof. Luís Filipe de Abreu, ser muito importante no sentido de estruturar o primeiro curso de Design de Comunicação da ESBAL, é o José Brandão que traz um pouco de cosmopolitismo e consegue, com isso, ultrapassar os muros do Convento [de S. Francisco, onde estava localizada a ESBAL, atual FBAUL – Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa]” (Almeida, 2007: 28). A este propósito, cf. igualmente Ceia, 2014b: 102-103; Manças, 2005: 224-230.

¹³⁶ Especificamente sobre a influência “tutelar” de José Brandão no ensino do design, e do design gráfico e de comunicação em especial, quer na ESBAL/FBAUL quer em Portugal em geral, cf. Ceia, 2014a.

¹³⁷ A integração da ESBAL, doravante Faculdade de Belas Artes, na Universidade de Lisboa encontra-se estabelecida pelo Despacho Normativo 144/92, de 18 de Agosto, emitido pelo Ministério da Educação e publicado no Diário da República (DR) nº 189/1992, Série I-B de 1992-08-18. No caso da ESBAP, a sua integração na Universidade do Porto foi determinada pelo Despacho nº 307/ME/92, de 30 de Outubro, emitido pelo Ministério da Educação e publicada no DR nº 272/1992, 2ª série de 24-11-1992.

¹³⁸ A par da ESBAP, ESBAL e Instituto Superior de Artes Plásticas da Madeira também as duas escolas privadas – IADE e AR.CO – vão, neste anos, rever e aprofundar as estruturas curriculares dos seus cursos de design, com o auxílio de especialistas internacionais. No IADE, coube ao conhecido designer e teórico Bruno Munari, a revisão e atualização dos cursos de Design de Interiores e de Equipamento Geral e de Design Gráfico, que serão reconhecidos pelo Ministério da Educação em 1979 (Gomes, 2003: 105). No AR.CO, coube ao designer inglês Robin Fior, radicado em Portugal desde 1973, a modernização do ensino do design gráfico nesta instituição de ensino privada, tarefa que assumiu no ano letivo 1974-1975 (cf. Bom, 2015: 373-380).

sendo, por vezes, acompanhadas pela frequência de outras modalidades de formação “alternativas” (Almeida, 2009: 319). Além disso, mantinha-se ainda bastante expressivo neste período o número de designers com formação autodidata ou em áreas conexas (sobretudo, em artes plásticas ou em arquitetura).

Surge também nesta altura a Associação Portuguesa de Designers (APD), formalmente constituída a 27 de Julho de 1976, na sequência das várias reuniões realizadas, desde Maio de 1974, “por um grupo de designers” que pretendia discutir os “problemas relacionados com o exercício da profissão e com a actividade do Design em Portugal, entre os quais se destacam, pela importância que revestem: a consciencialização do Papel Social do Designer; o Reconhecimento da Profissão tendo em atenção a situação já instituída noutros países e sua necessária equiparação em relação a níveis já reconhecidos noutras profissões paralelas; consequente reconhecimento de níveis de responsabilidade profissional e sua equiparação salarial.” (APD, s/d).¹³⁹ Em 1976, é lançado o desdobrável *O Lugar do Design*, com texto de Sena da Silva e arranjo gráfico de Sebastião Rodrigues, em que se apresentava publicamente a APD e os seus objetivos. Como aponta Almeida (2009: 333), a constituição da APD insere-se, a par da criação dos primeiros curso de licenciatura em design, na ESBAP e ESBAL, num processo de consolidação da institucionalização do design em Portugal que, verdadeiramente, já se encontrava em curso, sobretudo a partir de finais dos anos 1960, através de um conjunto de medidas e iniciativas com um cariz mais institucionalizado, bem como dos esforços e iniciativas de um núcleo relativamente restrito de designers “mais esclarecidos”, que pretendiam dar visibilidade e reconhecimento ao design e, além disso, qualificar e regularizar o exercício desta prática profissional em Portugal.

Observando a lista dos 50 sócios-fundadores da APD¹⁴⁰ constata-se que nela se incluem alguns dos mais importantes e reconhecidos representantes das duas primeiras gerações do chamado “design moderno português” – Sebastião Rodrigues, Vítor Manaças, Salatte Tavares, José Brandão, Carlos Rocha, Luís Carrôlo, Robin Fior, Madalena Figueiredo, Assunção Cordovil, Daciano Costa, Rogério Ribeiro, Eduardo Afonso Dias, António Garcia, Armando Alves, José Rocha, José Santa Bárbara, Cruz de Carvalho, Jorge Pacheco, Alda Rosa, Fernando Conduto, Maria Helena Matos, Sena da Silva, entre outros –, o que reforça a ideia de que a constituição desta associação não marcou uma rutura mas constituiu antes o aprofundamento do processo de institucionalização

¹³⁹ Sobre o processo inicial de arranque da constituição da APD, cf. Manaças, 2005: 233-240.

¹⁴⁰ A lista completa pode ser consultada no *website* da APD.

do design, aqui entendido enquanto domínio de atividade com autonomia disciplinar e especificidades próprias, já em curso na sociedade portuguesa desde a década de 1960. Apesar do esforço e empenho da APD e seus associados que, iremos ver, se envolveram na promoção de diversas atividades, sobretudo nos anos 1980 e 1990, a verdade é que, desde o início, a associação teve sérias dificuldades de afirmação e implantação junto de profissionais e estudantes da área¹⁴¹ – aspeto que se refletirá, mais tarde, num défice alargado de reconhecimento da APD e, sobretudo, no desconhecimento e nalguma desconfiança, expressa por vários designers, sobre a associação, duvidando da sua legitimidade e representatividade, bem como questionando o seu envolvimento nalguns processos que pretenderam influenciar a ação do Estado, nomeadamente no sentido de criar e implementar mecanismos de regulação e condicionamento do exercício desta atividade profissional em Portugal.

Importa, por outro lado, analisar como, uma vez ultrapassada a fase algo conturbada do PREC, o Estado encarou estrategicamente a área do design, definindo e estabelecendo um conjunto de orientações estratégicas, instrumentos e medidas de política pública voltados para o fomento deste setor de atividade em Portugal.

Nos primeiros anos de consolidação democrática (1976-1984), o país estava numa situação particularmente difícil, tanto do ponto de vista político – com a manutenção de diversos focos de crispação política –, como do ponto de vista económico e social – em resultado das sérias dificuldades económico-financeiras que atravessava (elevadas taxas de juros, forte inflação, perdas significativas nas reservas de ouro e divisas, agravamento na dívida externa, etc.), dos elevados níveis de desemprego, do escasso desenvolvimento tecnológico e industrial, do fraco dinamismo empresarial e ainda das enorme carências nas redes de comunicação (cf. Lopes, 1996). Acresce que Portugal sofreu os impactos externos do processo de alteração do paradigma macroeconómico vigente desde o pós-guerra, em resultado da grave crise internacional despoletada pelos choques petrolíferos de 1973-1974 e de 1979. Em resultado desta situação, o país teve de recorrer, por duas vezes, praticamente consecutivas, a programas de auxílio do Fundo Monetário Internacional – que vigoraram, respetivamente, entre 1977-1979 e

¹⁴¹ Vítor Manaças nota que, volvido um ano da criação da APD, “o número de inscritos na Associação era de 61, dos quais 4 eram ainda estudantes. Mesmo considerando a época em que nos encontrávamos, podemos dizer que a resposta daqueles que trabalhavam nas áreas do design não correspondeu ao esforço que o grupo inicial investiu para pôr de pé a APD, ou, então, a ideia de design estava tão pouco divulgada entre nós que até aqueles que a ele se dedicavam não tinham consciência da sua existência. Ou talvez fosse as duas coisas. (...) Algumas destas dificuldades mantêm-se e estão patentes na situação de marasmo em que a APD se encontra actualmente, o que é contraditório com o número cada vez maior de licenciados em design pelos diferentes cursos oficiais e particulares que existem.” (2005: 240).

entre 1983-1985 –, procurando, assim, recuperar da grave situação económica, financeira e social em que se encontrava. Ora, este macro contexto económico-social bastante depressivo acabou por marcar indelevelmente toda a primeira década de democracia e influenciou significativamente o processo de desenvolvimento do campo do design em Portugal – especialmente no ramo industrial, onde as perspetivas de trabalho se tornam (ainda) mais exíguas neste período.

Apesar desta profunda alteração de contexto, bem como dos novos desafios políticos, económicos e sociais que então se colocavam ao desenvolvimento do país, verifica-se, contudo, que os primeiros anos de democracia trouxeram muito poucas alterações no que concerne às orientações estratégicas de política pública para o design, persistindo, antes, uma idêntica retórica em torno do papel do design no processo de modernização do tecido industrial português, o que se repercutiu no recurso ao mesmo tipo de medidas de intervenção já preconizadas durante o Estado Novo, sobretudo através de organismos como o INII e o FFE, como vimos antes.

Esta continuidade, em termos de orientação política geral, insistindo na “velha” ambição de introduzir um claro impulso industrialista e modernizador da economia portuguesa através do design, explica-se, desde logo, pela manutenção de boa parte do corpo técnico que, em democracia, vai integrar as instituições públicas responsáveis pelas políticas de fomento do design em Portugal. Com efeito, embora o INII ainda se tenha mantido em atividade durante algum tempo após a revolução¹⁴², a mudança de regime tornou politicamente insustentável manter a instituição, que seria oficialmente extinta em maio de 1978, seguindo-se um processo de desmembramento da sua estrutura por diversos organismos públicos (Ramalho, 2014).¹⁴³ Neste quadro, boa parte dos funcionários do NDI do INII transitou para a Direção-Geral da Qualidade (DGQ), foi possível, apesar dos interesses da DGQ não serem exatamente concomitantes com os

¹⁴² Em 1976, Maria Helena Matos abandonou a direção do NDI do INII, sendo que o Núcleo, contudo, continuará em atividade – por exemplo, em 1977, Sena da Silva desenvolver para o NDI do INII a publicação *Projeto, Método e Atitude*, dirigida a empresários e técnicos da área da engenharia industrial, que pretendia divulgar os bons resultados alcançados por indústrias que apostaram em novas práticas de gestão e na renovação da sua produção, através do design industrial (Ferro, 2009: 181).

¹⁴³ Em 1978 é publicado em Diário da República pelo Ministério da Indústria e Tecnologia, o “Despacho Normativo nº 126/78” no qual eram elencados “os organismos a extinguir [naquele Ministério] nos termos do artigo 61.º do Decreto-Lei nº 548/77”, entre os quais constava o “Instituto Nacional de Investigação Industrial, criado pela Lei nº 2089, de 8 de Junho de 1957, e Decreto-Lei nº 42.120 de 23 de Janeiro de 1959” e o Núcleo de Design Industrial era integrado na Direcção-Geral da Qualidade, recentemente criada: “6.1 – A Direcção-Geral da Qualidade integra: (...) c) Do Instituto Nacional de Investigação Industrial – O Núcleo de design e respectivas funções.” [Diário da República, I Série - Nº 124, Suplemento (31 de Maio), 1978, pp. 982-(2); 982-(6)].

do INII, dar alguma continuidade à “divulgação da relevância do design, num período de fulgor popular determinado pela pós-revolução” (Almeida, 2014: 191).

Efetivamente, vários projetos ainda iniciados pelo INII tiveram continuidade na DGQ. Foi o caso, por exemplo, do estudo sobre a situação do design industrial em Portugal, encomendado ao designer alemão Guy Bonsiepe, em 1977, com o intuito clarificar o papel que o design poderia desempenhar na política económica e industrial de Portugal (Almeida, 2009: 351-352; 2014: 191). No relatório final, datado em 1978, Bonsiepe alertava para o amplo campo de intervenção existente nesta área, apresentando várias propostas que visavam uma racionalização dos meios existentes; sugeria, por outro lado, a urgência do desenvolvimento de uma oferta ensino em design, devidamente articulada com as estratégias de desenvolvimento industrial a implementar pelo Estado português. Posteriormente, Bonsiepe aprofundou esta reflexão sobre a política nacional de fomento do design industrial em Portugal, cujos resultados constam de um segundo relatório, entregue à DGQ em Novembro de 1979. A DGQ assumiu igualmente uma estratégia de prossecução e aprofundamento dos contactos internacionais do INII na área do design industrial, recorrendo, por um lado, a consultorias especializadas de *experts* como Bonsiepe ou o ergonomista italiano Antonio Grieco; e mantendo, por outro lado, uma participação ativa nalguns *fora* internacionais, nomeadamente junto de instituições com os quais o INII já mantinha relações protocolarmente estabelecidas (caso do ICSID – *International Council of Societies of Industrial Design*, por exemplo), mas também celebrando novos protocolos de colaboração (como ocorreu com o *Centre de Creation Industrielle George Pompidou*, por exemplo) (cf. Gonçalves, 1982: 18-19).

Também na senda do trabalho previamente realizado pelo INII, a DGQ vai prosseguir com a promoção de concursos e com ações de divulgação e formação – nomeadamente, em design de mobiliário, em pedras ornamentais e em design de jogos e de brinquedos. Por exemplo, em 1984, a DGQ edita *Design Industrial*, uma “publicação de divulgação e informação geral sobre Design Industrial” que pretendia contribuir para “estabelecer a ponte” entre designers e empresários industriais, e “ser um primeiro passo para a clarificação de ideias e conceitos, para o conhecimento das funções e potencialidades do design (e da sua história), para a divulgação de bons exemplos de design português e (...) a difusão de informações de utilidade prática para os empresários.” (Rosa, 1984: 5). Encontrava-se aqui um mapeamento de alguns “trabalhos exemplares” de design para a industrial nacional, numa abordagem abrangente que incluía desde a conceção de identidades visuais, ao design de objetos diversos, passando pelo design de fardamento,

calçado e acessórios. Também o perfil dos designers selecionados era bastante diverso, em termos gerações e de percursos formativos (contando com autodidatas, escultores, arquitetos e designers). Trata-se, portanto, de um projeto que, no essencial, retoma os objetivos e os métodos de trabalho seguidos pelo INII, não sendo certamente um acaso a responsabilidade pela sua coordenação ter cabido a Alda Rosa, designer gráfica que trabalhou vários anos no NAAI/NDI do INII, transitando deste organismo para a DGQ. Simbolicamente, é significativo o tributo prestado pela APD a Maria Helena Matos e ao trabalho que realizou à frente do NAAI/NDI do INII, dedicando-lhe a exposição *Design & Circunstância*, que esteve patente na Sociedade Nacional de Belas Artes (SNBA), em Lisboa, entre 8 e 18 de novembro de 1982, com o apoio da Associação Industrial Portuguesa, do Banco Português do Atlântico e da Fundação Calouste Gulbenkian (FCG). No texto de abertura do catálogo que acompanha a exposição declara-se a sua ambição de “glosar alguns dos motes sugeridos” (AA.VV., 1982: 3) pelas duas exposições de design português organizadas pelo INII, em 71 e 73, prestando homenagem a Maria Helena Matos e, assim, testemunhando “o nosso reconhecimento pela confiança que então depositou no grupo de profissionais que viriam a constituir a Associação Portuguesa de Designers.” (*ibidem*: 3). Esta iniciativa procurava dar uma panorâmica variada, ainda que restrita, do design português contemporâneo, reunindo trabalhos de 38 designers de diferentes áreas (gráfico, industrial, equipamento, cenografia) com percursos profissionais consolidados, como António Garcia, Daciano da Costa, Eduardo Afonso Dias, Jorge Pacheco, Sebastião Rodrigues, João Machado, Assunção Cordovil, José Brandão, Luís Carrôlo, Cristina Reis, entre outros. Longe de introduzir qualquer tipo de rutura com o passado, esta “exposição corresponde”, argumenta Victor M. Almeida, “tanto a um epílogo geracional de um grupo de designers herdeiros do modernismo português como ao final de um período marcado por uma nostalgia modernista.” (2014: 192). Rui Afonso Santos salienta, por seu turno, o caráter unitário da exposição “em termos de produção, atitude, prática e dignificação profissional (e até geracional)”, frisando, contudo, o modo como ostensivamente ignorou uma nova geração designers, formados pela ESBAL e ESBAP, que então emergia “com outras posturas e entendimentos do design” (2014: 38).¹⁴⁴ Indo mais longe, Vítor Manaças afirma que esta exposição foi uma oportunidade perdida,

¹⁴⁴ Uma ideia semelhante é apontada por José Bártolo (2008a), quando afirma que esta exposição foi sobretudo um “exercício da autocelebração (dentro de um quadro de crise económica generalizada) [da “segunda geração” de designers portugueses] enquanto (...) o “novo design” incubava no Bairro Alto”.

padecendo de algum anacronismo que levou a que se torna-se, na prática, num acontecimento irrelevante.

De facto, esta exposição de 1982 foi menos interessante do que as duas primeiras realizadas em 1971 e 1973 dado, entre outras coisas, o simbolismo com que recuperava não só o grafismo dos catálogos anteriores, como também a maioria dos seus conteúdos. Organizada pela APD, associação fundada depois do 25 de Abril com o esforço de um grupo de profissionais, não faz muito sentido que os seus organizadores se tenham virado para o passado em vez de terem questionado o futuro. Sem sequer fazer um balanço daquilo que tinha sido o design português até aí (salvo alguns dos artigos inseridos no catálogo), a exposição poderia ter sido realizado no contexto político, social e económico das outras duas. Neste sentido, esta exposição constitui, com efeito, a última manifestação, no que ao design diz respeito, de um país que tinha acabado com o 25 de Abril. (Manças, 2005: 164-165).

Num curto texto publicado no catálogo da exposição, António Santos Gonçalves, então diretor da DGQ, inscreve a intervenção do organismo que dirige na esteira do trabalho iniciado pelo INII, afirmando ser necessário manter, politicamente, a aposta nacional no design, que defende ser um “meio instrumental da qualidade industrial dos produtos” (Gonçalves, 1982: 18). Jorge Rocha de Matos, Presidente da Associação Industrial Portuguesa na época, defende, no mesmo local, a urgência de uma maior atenção e prioridade política à integração do design no tecido produtivo nacional, nomeadamente no sentido de potenciar um aumento das exportações. Neste sentido, afirma o seguinte:

... reconhecendo-se a necessidade de Portugal incrementar as vendas de produtos industrial, nomeadamente no estrangeiro (...) ter-se-á de atender ao encorajamento do «design» industrial, como factor decisivo do nosso fomento industrial e económica. Mais ainda, numa economia onde exportar mais e melhor constitui talvez a prioridade das prioridades do seu desenvolvimento e, conseqüentemente, uma das primeiras preocupações da indústria, o «design» industrial assume neste momento e neste país, uma importância que o torna credor de atenções muito para além das que geralmente lhe são concedidas. (Matos, 1982: 22).

Em suma, apesar da profunda alteração de contexto político ocorrida a partir de 1974, constata-se que, nos primeiros doze anos de transição democrática do país, vai persistir, pelo menos no discurso público, uma certa retórica em torno da centralidade do design no processo de modernização do tecido industrial português. Na prática, contudo, o processo de desenvolvimento do design em Portugal manter-se-á bastante lento e débil, em resultado, sobretudo, do clima económico-social bastante depressivo que marcou toda a primeira década da democracia portuguesa – que, como referido, se caracterizou

por uma persistência de elevadas taxas de juros, uma forte inflação, perdas significativas nas reservas de ouro e divisas, e um agravamento na dívida externa, o que originou elevados níveis de desemprego e um fraco dinamismo do tecido empresarial, mantendo-se muito pouco desenvolvido do ponto de vista industrial e tecnológico (Lopes, 1996).

4.2. Expansão e “democratização” do design em Portugal num quadro de abertura e modernização do país (finais da década 1980 – início da década de 2000)

A partir da segunda metade da década de 1980, todo o contexto, anteriormente descrito, altera-se positivamente, em particular a situação económico-social, em resultado da concretização da adesão do país à Comunidade Económica Europeia (CEE), em 1986. Genericamente, este período caracterizou-se pela maior estabilidade política, acompanhada por alguma prosperidade económica e melhoria dos níveis médios de qualidade de vida dos portugueses. Com efeito, ocorreram, nesta altura, importantes dinâmicas de transformação (urbanas, sociais, culturais, económicas, etc.) que tiveram um impacto profundo na sociedade portuguesa, possibilitando, embora com alguns desequilíbrios – nomeadamente, em termos territoriais, setoriais e socioeconómicos –, uma significativa abertura e modernização do país, cujos contornos foram inéditos, atendendo sobretudo ao facto desta mudança ter ocorrido num curto período de tempo e em ritmo acelerado, “rompendo”, assim, com o prolongado período de isolamento, restrições e escassez que caracterizou o Estado Novo.¹⁴⁵

Esta conjuntura genericamente positiva – do ponto de vista económico, social, cultural – é fundamental para compreendermos a crescente visibilidade e reconhecimento de que o design começa a gozar na sociedade portuguesa a partir de finais da década de 1980, tornando-se cada vez mais *popular* (Almeida, 2014) – acompanhando, assim, tendências gerais vividas nesse mesmo período, especialmente na Europa e EUA (cf. capítulo 3). As repercussões desta transformação, num contexto de crescimento económico do país e crescente abertura ao exterior da sociedade portuguesa, mormente em resultado do processo de integração europeu, foram bastante profundas, perdurando no tempo; constituem, por isso, elementos fundamentais nesta análise sobre o campo do design em Portugal na atualidade, como se encontra estruturado e como nele operam os designers.

¹⁴⁵ Para uma análise sociológica detalhada dos processos de transformação da sociedade portuguesa no quadro democrático e sua integração no espaço europeu, em sentido amplo, cf. nomeadamente Almeida, 1990; Barreto, 1996; Viegas e Costa, 1998; Santos, 1992, 1993; Silva, 1994; Fortuna e Silva, 2001, 2002.

Por uma questão de facilidade na estruturação e sistematização da informação, segmentou-se a análise, em termos históricos e sociológicos, deste período – que cobre, em termos temporais, o final da década 1980 até ao início da década de 2000 – em grandes “blocos temáticos” que focam as dinâmicas de evolução e transformação do país relativamente (i) à sua oferta de ensino, formação e investigação em design; (ii) aos instrumentos e medidas de políticas públicas orientados para o fomento do design; (iii) e, por fim, ao mercado de trabalho nesta área de atividade, bem como às dinâmicas de organização socioprofissional dos designers portugueses.

Ensino, Formação e Investigação em Design

Refletindo o interesse e a visibilidade crescentes do design em Portugal, assistiu-se, desde finais da década de 1980, à gradual consolidação do processo de autonomização disciplinar do design relativamente a outras disciplinas artísticas, como a pintura e a arquitetura, que, como vimos, tradicionalmente tutelavam o ensino e a prática do design.¹⁴⁶

Embora, como vimos, desde o ano letivo 1975-1976 se tivesse iniciado a abertura efetiva do ensino superior em Portugal à criação de oferta de formação específica em design – nas vertentes de design gráfico e de equipamento –, em finais da década de 1980 este processo sofre uma aceleração, assistindo-se a um verdadeiro *boom* da oferta formativa. Em apenas dois anos surgem, assim, cursos de bacharelato ou licenciatura em design, em diversos ramos de especialidade, na Escola Superior de Artes e Design (ESAD) das Caldas da Rainha (1988), que integra o Instituto Politécnico de Leiria; na Universidade Lusíada – Pólo de Vila Nova de Famalicão (1988); na ESAD de Matosinhos (1989); e na ESAD da Fundação Ricardo Espírito Santo Silva (1990). Em 1990 é ainda criado o primeiro mestrado em design, lecionado pelo recém-criado Instituto de Design da Universidade do Porto (IDUP), entidade que pretendia justamente contribuir a alterar a situação “incipiente” do design em Portugal.¹⁴⁷

Esta dinâmica manter-se-á ao longo dos anos seguintes, com a abertura praticamente ininterrupta, e abundante, de Norte a Sul do país, de novos bacharelatos, licenciaturas, pós-graduações e mestrados e, alguns anos mais tarde, de doutoramentos em design. Com efeito, no espaço de pouco mais de uma década, praticamente duplica o número de

¹⁴⁶ Internacionalmente existem situações bastante diversas, sendo frequente o ensino do design estar, de acordo com os diversos contextos, historicamente ligado tanto a disciplinas artísticas, como a outras disciplinas com uma forte matriz projetual, como as engenharias ou a arquitetura (cf. Vial, 2015).

¹⁴⁷ Termo utilizada por Joaquim Vieira, então Presidente do IDUP, citado em Mendonça, 2007: 149.

instituições de ensino superior universitário e politécnico, público e privado, com cursos na área de design, numa dinâmica que reflete a crescente aposta no desenvolvimento desta área disciplinar no país, bem como o visível aumento dos níveis de especialização. Segundo a Direção Geral do Ensino Superior, passou-se de 9 para 53 cursos de design, ao longo da década de 1990, sendo esse crescimento especialmente relevante no setor particular e cooperativo (passa de 2 para 29 cursos), seguindo-se o ensino politécnico público (passa de 2 para 14 instituições) e, com menor expressão, o ensino universitário público (passa de 7 para 10) (cf. Castanheta, 2012: 44-45).¹⁴⁸ Esta dinâmica beneficiou e, simultaneamente, “alimentou-se” de uma certa “moda” em torno da novidade do design que, como referido, se torna então bastante popular na sociedade portuguesa – dinâmica que não é, de resto, especificamente nacional, pois o mesmo ocorreu internacionalmente em idêntico período, como descrito no capítulo anterior. Por outro lado, este foi ainda um processo que se integrou plenamente numa dinâmica mais abrangente de ativa promoção de uma massificação do acesso ao ensino superior no país, ao longo das décadas de 1990 e 2000 (Magalhães e Machado, 2013), potenciada pelo processo de integração portuguesa no espaço europeu e, neste quadro, por uma ânsia de modernização e qualificação acelerada da sociedade portuguesa.

O *Inquérito ao Registo de Alunos Inscritos e Diplomados do Ensino Superior*¹⁴⁹, disponibilizado pela Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência (DGEEC), retrata bem a dinâmica de “massificação” do ensino do design em Portugal entre meados da década de 1990 e o início da década seguinte. No ano letivo 1995-1996, apurou-se um total de 661 diplomados em design, nos seus diversos ramos de especialização, dos quais 33 eram mestres ou pós-graduados (não havia, neste período,

¹⁴⁸ Das instituições de ensino superior público, universitário e politécnico, que criaram os seus cursos de design neste período destacam-se as seguintes: Universidade de Aveiro, Universidade do Minho, Faculdade de Arquitetura da Universidade Técnica de Lisboa, Escola Superior de Educação e Comunicação da Universidade do Algarve, Universidade da Beira Interior, Escola Superior de Tecnologia de Castelo Branco do Instituto Politécnico de Castelo Branco e a Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Viana do Castelo. Relativamente às instituições de ensino privado, politécnico e universitário, podem referir-se, entre outros exemplos, os casos do Instituto Superior de Humanidades e Tecnologias de Lisboa, ISEC Lisboa, Escola Superior Gallaecia, Escola Universitária das Artes de Coimbra, Escola Superior de Educação Jean Piaget de Almada, Universidade Atlântica ou da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

¹⁴⁹ A presente análise realizou-se através da pesquisa nas bases de dados da DGEEC, tendo-se considerado todos os diplomados em estabelecimentos de ensino superior por natureza do estabelecimento de ensino, tipo de ensino, estabelecimento/unidade orgânica, curso, ramo, curso/ciclo de estudos e área de educação e formação, na área do Design, entre o ano letivo 1995-96 (primeiro ano em que se encontrava disponível informação) e o ano letivo 2016-2017. Optou-se por excluir desta análise todos os diplomados em cursos de especialização tecnológica e em cursos de técnico superior profissional.

doutorados em design¹⁵⁰). No início do século XXI, e tendo decorrido apenas cinco anos letivos (o correspondente a um ciclo de estudos de licenciatura pré-Bolonha), verifica-se uma profunda mudança de cenário, mais do que duplicando o número de diplomados em design no letivo 2001-2002 (1.382 no total), dos quais a esmagadora maioria eram bacharéis ou licenciados em design (1.302), seguindo-se 75 mestres ou pós-graduados em design, nas várias áreas de especialização, e 5 doutorados em design.

Uma das grandes consequências deste processo de abertura de novos cursos de design, foi a ampliação, mas também a diversificação e o grau de crescente especialização da oferta de ensino superior existente. De facto, surgem neste período várias propostas de cursos especialização em novas áreas do design, tanto ao nível de licenciatura, como de pós-graduação, mestrado e, mais tarde, doutoramento. Foi o caso, por exemplo, da área de especialização em design de moda, cuja primeira licenciatura surge em Portugal só em 1992, na Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, beneficiando justamente deste contexto de maior abertura (Teodoro, 2013). Outro fator que também contribuiu para reforçar esta diversidade prende-se com a circunstância do ensino superior do design em Portugal, de nível universitário como politécnico, começar então a ser ministrado em instituições de ensino cujas unidades orgânicas responsáveis (faculdades, escolas, departamentos) estavam afetas a uma grande variedade de áreas científicas – das artes e design às ciência de educação, passando pela arquitetura, engenharias e tecnologias, gestão, administração e turismo –, o que eventualmente se repercutiu numa maior abertura do campo disciplinar a outras perspetivas de abordagem teórico-metodológicas.

Refletindo retrospectivamente sobre o *boom* de cursos superiores de design em Portugal que, como vimos, se inicia em finais dos anos 1980 e se estende nas décadas seguintes, vários foram os designers que, em entrevista, expressaram diversas questões e reservas. Embora reconheçam a importância deste processo, ao permitir qualificar um tecido profissional que, nesta fase, era ainda constituído por inúmeros designers autodidatas ou com formações noutras áreas, muitos entrevistados sublinharam, contudo, que ele teve o efeito de alargar excessivamente o mercado do ensino de design em Portugal, criando a necessidade de “alimentar” um leque muito alargado de instituições de ensino superior, públicas e privadas, que se veem continuamente obrigadas a atrair novos alunos, formando designers que vão “inundar” um mercado de trabalho cada vez mais saturado.

¹⁵⁰ Os primeiros doutoramentos concluídos em design surgem somente a partir do ano letivo 1998-1999.

Se o surgimento e desenvolvimento de uma ampla oferta de ensino superior nesta área foi, sem dúvida, “o passo principal na democratização do design” (Almeida, 2014: 192), a verdade é que o processo de “massificação” do ensino do design acabou por gerar este *efeito perverso* apontado por vários dos entrevistados. Com efeito, embora reconheçam que esta foi *em si mesma* uma dinâmica positiva – nomeadamente, ao permitir “romper” com o que alguns entrevistados designam de uma certa “elite” de designers nacionais, “abrindo” a prática profissional e vulgarizando a sua presença na sociedade portuguesa –, vários entrevistados manifestaram, ainda assim, algumas dúvidas e inquietações quanto à sustentabilidade desta expansão do ensino superior em design em Portugal, feita, conforme vimos, em ritmo acelerado e de um modo extensivo.

Por outro lado, alguns entrevistado expressaram ainda reservas quanto à qualidade do ensino praticado nalgumas instituições, apontando lacunas ao nível dos conteúdos dos programas curriculares então lecionados, bem como dos corpos docentes constituídos, integrando muitas vezes jovens designers ainda com pouca experiência profissional e/ou científica, noutros casos convidando profissionais de outras áreas disciplinares (pintura, escultura, arquitetura, informática) para lecionarem em cursos superiores de design. Daciano da Costa comentava justamente, em 1990, o “súbito surto de Design, [ocorrido] nesta década de oitenta”, considerando que muitos dos novos cursos superiores de design persistiam nalguns “dos antigos equívocos e ambiguidades. Isto no que diz respeito às matérias de Disciplinas Teóricas e Práticas, muitas vezes por distinguir, e pela falta de clareza de uma matriz pedagógica que articule criticamente Arte e Design” (1998a: 29). Alguns anos mais tarde, em 1997, o mesmo autor renovaria esta análise, defendendo uma urgente atualização das abordagens pedagógicas seguidas, ajustando-se às especificidades da disciplina, e, simultaneamente, procurando criar uma identidade própria, capaz de distinguir as várias escolas de design existentes no país – incluindo através da exploração de relações específicas com os territórios em que se inserem e o tecido social, económico e cultural aí existente (Costa, 1998b: 101). Daniel Raposo e João Neves, por seu turno, consideram que, mais do que um cenário marcado por um pluralismo de visões, conceções e abordagens à disciplina, o ensino superior de design em Portugal, no momento da transição do século XX para o século XXI, denotava sobretudo uma “falta de definição clara do que é pretendido para o design e designer” que se traduzia “[n]uma resposta de oferta formativa pouco amadurecida, sustentada e cientificamente débil” (2009).

Algumas debilidades apontadas ao ensino em design em Portugal neste período podem, pelo menos em parte, explicar-se pela persistência de concepções e práticas pedagógicas algo desatualizadas e tradicionais que, nalguns casos, assentavam ainda num modelo de transmissão de conhecimentos e aprendizagens típico das Belas Artes. É significativo, por exemplo, que vários designers gráficos e de comunicação que se formaram durante a década de 1990 e o início da seguinte tenham relatado, em entrevista, que a maioria das aulas tinha então um carácter eminentemente prático, consistindo na execução de exercícios em sala que, frequentemente, partiam de exemplos concretos de projetos que o professor tinha nesse momento em mãos. De certo modo, as salas de aula constituíam, portanto, uma espécie de extensão dos *ateliers* de muitos dos docentes, privilegiando-se um método de aprendizagem do design feito, no essencial, a partir da prática, o que nos remete claramente para um tipo de relação mestre/aprendiz que era tradicionalmente seguida nas Belas Artes enquanto abordagem pedagógica preferencial.

A transição de finais da década de 1980 para a de 1990 foi, por outro lado, profundamente marcada por mudanças tecnológicas e, em particular, pelo advento das ferramentas digitais que, acompanhando as tendências internacionais, embora com algum atraso, começam também nessa altura a surgir em Portugal. Com efeito, vários designers entrevistados convergem na ideia de que, até meados dos anos 1990, o ensino superior de design em Portugal, sobretudo nos casos da ESBAP e da ESBAL, se manteve arredado destas mudanças, o que atribuem, sobretudo, a um corpo docente algo envelhecido, cujo percurso formativo e a experiência profissional em design (nos casos em que existia) se tinham desenvolvido num quadro essencialmente “analógico”. A introdução ao uso do computador e das novas ferramentas digitais de desenho gráfico em contexto escolar ocorreu, assim, de uma forma tímida, relativamente rudimentar e, não raras vezes, perante manifestações de desconfiança, senão mesmo de “resistência”, de alguns destes professores mais velhos, sendo que muitos estudantes procuravam complementar estas abordagens fora da escola, quer através de tentativas de aprendizagem autodidata, realizadas por vezes em pequenos grupo, quer ainda através de uma prática de utilização do computador em contexto profissional, aproveitando que alguns dos principais *ateliers* de design gráfico começam nesta altura a investir na aquisição de computadores e respetivos *softwares* específicos para desenho gráfico.

Este contexto em que o ensino e a prática profissional do design tinham uma relação extremamente próxima, praticamente umbilical, na medida em que muitos professores não estavam dedicados exclusivamente ao ensino, mantendo a sua atividade profissional

em *atelier*, que traziam amiúde para a sala de aula, explica certamente a forma como, algo tímida e tardiamente, surgiu a investigação em design em Portugal (Félix, 2017). Como veremos a seguir, só em meados dos anos 2000 é que a investigação em design começa verdadeiramente a estruturar-se e a desenvolver-se, beneficiando para tal de um contexto global de mudança que foi impulsionado pelo chamado *Processo de Bolonha* obrigando à reforma e reestruturação da oferta de ensino superior em Portugal e do sistema nacional de investigação científica.

Apesar do ritmo de produção científica em design ser exíguo até ao final do século XX, surgem, ainda assim, algumas iniciativas pontuais que foram pioneiras neste domínio. Pelo seu carácter precursor, refira-se o *1º Seminário Nacional de Design*, que reuniu em Leiria, na Escola Superior de Educação, entre 22 e 23 de novembro de 1986, vários profissionais e académicos, nacionais e internacionais, ligados a esta área, e no qual foi apresentada uma comunicação do designer Vítor Manaças (1986) em que o autor ensaia uma primeira abordagem à história do design em Portugal (Rato, 2002: 4), abrindo assim caminho a um campo de investigação que terá continuidade, na década de 1990, com os trabalhos de Maria Helena Souto (1992) e Rui Afonso Santos (1995), investigadores provenientes do campo da história de arte¹⁵¹, secundados mais tarde pelas investigações dos arquitetos Ana Tostões e João Paulo Martins (2000), cujas aproximações ao design são feitas a partir do campo da história da arquitetura. Igualmente importantes foram o conjunto de exposições realizadas a partir de meados da década de 1990 que, como veremos, vieram despoletar o interesse por este tipo de questões, dando início a um processo de patrimonialização do design português (Quintela, 2014a) que só se afirmará mais tarde, em finais da década de 2000, beneficiando já de um contexto, científico e cultural, bastante distinto, como veremos. É também notória, por outro lado, a escassez da produção teórica e crítica sobre design realizada em Portugal, entre finais dos anos 1980 e finais da década seguinte, em geral dispersa por algumas revistas (*Cadernos de Design*, *Porto & Risco*, *MID*, *Page*, *Revista Artes Gráficas*, entre algumas outras, cuja longevidade foi muito variável), catálogos das (poucas) exposições de design realizadas e, mais raramente, em livros. Neste contexto, foi especialmente significativo o esforço levado a cabo pelo Centro Português

¹⁵¹ Anteriormente haviam existido já algumas incursões pontuais em áreas relacionadas com o design (como sejam as artes decorativas, o desenho ou a caricatura), pela mão de historiadores de arte como Manuel Rio-Carvalho, cujo trabalho foi pioneiro no estudo das artes decorativas em Portugal, na década de 1950, como apontou, em entrevista, Maria Helena Souto, e por José-Augusto França, na década de 60; contudo, estas eram abordagens que não reconheciam ao design especificidade e autonomia disciplinar.

de Design que, como veremos no ponto seguinte, promoveu, durante a década de 1990, um conjunto de edições relativamente amplo, incluindo a revista *Cadernos de Design*, cuja publicação se inicia em 1992, e a coleção “Design, Tecnologia e Gestão”, na qual serão lançados vários livros sobre design, sobretudo traduções de autores como Enzo Manzini, Christopher Lorenz, Gui Bonsiepe, Peter Dormer, entre outros, mas também algumas obras com textos de autores nacionais – destacando-se, neste último caso, a antologia *Design em Aberto*, organizada por Ana Alçada, Fernando Mendes e Martins Barata, publicada em 1993, que inclui textos de Sena da Silva, Daciano da Costa, Nuno Portas, Fernando Seixas, Martins Barata, Prista da Silva e E.M. de Melo e Casto; e o livro *Design e Mal-Estar* (1998), que reúne textos de Daciano da Costa, publicados entre 1978 e 1997, acompanhados de três entrevistas ao autor e uma seleção de imagens de alguns dos seus projetos “mais representativos”.

Políticas Públicas para o Design em Portugal

A alteração de contexto que ocorre a partir da segunda metade da década de 1980, em resultado de uma mudança global da situação económico-social do país e, em particular, do processo de adesão de Portugal à CEE, em 1986, possibilitou o surgimento de novos instrumentos de financiamento público que foram importantes para relançar as políticas nacionais de desenvolvimento industrial, nas quais o design se enquadrou. Neste quadro surgem novas entidades públicas que, a par da DGQ – organismo que, como vimos, “absorveu” parte dos quadros técnicos do NDI do INII, após a sua extinção –, tiveram um papel relevante no fomento do design em Portugal.

Uma destas entidades foi o ICEP – Investimento, Comércio e Turismo Português, organismo público criado em 1982, em substituição do antigo Fundo de Fomento de Exportação¹⁵², e que teve um papel de relevo na articulação entre instituições ensino superior de design e o tecido empresarial nacional, a par da internacionalização do design português. Entre meados dos anos 1980 e o início de 2000, o ICEP promoveu múltiplas iniciativas, incluindo, entre outras, artigos mensais sobre design na revista *Exporta*; ações de formação na área do design; promoção de vários concursos de design, como o *Concurso Jovem Designer*, o *Design na Indústria* (parceria ICEP e DGQ), o *Design para o Mercado Espanhol*, entre outros; e ainda várias exposições, sejam aquelas que se realizaram no âmbito dos vários concursos promovidos pelo ICEP, sejam

¹⁵² O ICEP será instituído pelo Decreto-Lei n.º 115/82, de 14 de abril.

as chamadas exposições “de prestígio”, que se realizaram a partir de 1987, dedicadas sobretudo ao chamado “design de autor”, estas últimas em parceria com a Secretaria de Estado/Ministério da Cultura (cf. Castanheta, 2012: 51; Silva, 2015: 9).

Das várias iniciativas do ICEP, destaca-se, pela sua consistência e prolongada duração, o *Concurso Jovem Designer* (CJD), concebido e coordenado por Madalena Figueiredo, entre 1986 e 2002. Com o objetivo de promover o design industrial em Portugal, o CJD possibilitou colaborações entre estudantes e designers recém-formados com empresas nacionais, realizando, a cada edição, uma exposição dos protótipos produzidos. Inicialmente dirigido à indústria cerâmica, o evento veio a abranger, gradualmente, outros setores industriais (Castanheta, 2012: 53). Neste processo, foram fundamentais as articulações estabelecidas com várias escolas superiores de design, públicas e privadas, mas também a estreita colaboração com a rede de centros de formação profissional especializados em diferentes tecnologias (cerâmica, vidro, madeira, etc.) que foi criada durante a década de 1980 – e que, de resto, também ela, se insere numa estratégia política nacional orientada para a renovação e a modernização da indústria portuguesa.¹⁵³ Almeida (2014: 195) salienta as características ímpares, no contexto nacional, do CJD, enquanto esforço sistemático e continuado de articulação da formação em design com o mercado de trabalho, ajudando a lançar a carreira de vários jovens designers industriais.

A par da DGQ e do ICEP surge, em meados da década de 1980, o Centro Nacional de Design,¹⁵⁴ mais tarde designado de Centro Português de Design (CPD). Esta instituição de utilidade pública teve como sócios fundadores diversos organismos públicos – os Ministérios da Indústria e Energia, do Equipamento Social e da Cultura, a par do Centro para o Desenvolvimento e Inovação Tecnológicos – e também várias associações industriais e profissionais privadas. Desde o início, o CPD pretendeu inserir-se numa política nacional para o design, tendo como principal objetivo a promoção e divulgação do design e dos designers portugueses. Em particular, o CPD propunha-se a desenvolver mecanismos de implementação do design no tecido empresarial nacional, especialmente na indústria. Por vicissitudes várias, as atividades do CPD só arrancaram de facto em 1990, sob a direção de Sena da Silva¹⁵⁵, beneficiando do forte apoio de fundos

¹⁵³ É o caso, nomeadamente, do CENCAL, CITEX e CIVEC, criados em 1981; do CINDOR, em 1984; do CENFIM e do CFPIMM, em 1985; do CEVALOR, em 1986; e do CENTIMFE, em 1991.

¹⁵⁴ O Centro Nacional de Design é criado pelo Decreto-Lei 47/85 de 26 de fevereiro.

¹⁵⁵ Arquiteto de formação e designer autodidata (trabalhou sobretudo em design gráfico, de exposições e de equipamento), António Sena da Silva foi, desde a década de 1950, um agente particularmente

européus, especialmente através do PEDIP – Programa Específico de Desenvolvimento à Indústria Portuguesa, cuja primeira e segunda edições decorreram entre 1988-1992 e 1994-1997, respetivamente. A disponibilidade de acesso a estas linhas de financiamento europeu foi, de facto, fundamental na afirmação institucional do CPD, permitindo-lhe alcançar rapidamente um grande protagonismo, graças ao amplo e diversificado leque de ações que o promoveu durante toda esta década, tornando-se assim “a principal instituição a fazer a ponte entre o Estado, o design, a indústria e os consumidores” (Silva, 2017: 39).

O PEDIP I concedeu especial atenção ao tema do design industrial, dedicando-lhe um subprograma específico, o 6 – “Missões de Qualidade e Design Industrial”,¹⁵⁶ ao que correspondeu um significativo investimento europeu – um feito inédito, na realidade, sem continuidade em posteriores quadros comunitários. Neste contexto, foram contemplados apoios a várias medidas inseridas na chamada “campanha de motivação para a qualidade e o design industrial”, bem como a outras iniciativas de promoção do design industrial, incluindo a realização de concursos, publicações, exposições, etc. (Silva, 2017: 38-39). Posteriormente, e embora o PEDIP II conferisse ainda relevância ao design industrial, verificou-se que o tema deixou de ser objeto de preocupações específicas, inserindo-se no conjunto de medidas genericamente orientadas para a modernização da indústria nacional que estavam enquadradas no subprograma 4 – “Programas de Produtividade, Qualidade e Internacionalização”. Neste âmbito, destacam-se os apoios concedidos II às chamadas *Campanhas de Sensibilização para o Design*, que incluíram o lançamento de várias publicações sobre design; a atribuição dos *Selos de Design* e dos *Prémios de Design*, destacando boas-práticas de integração do design na indústria; e a realização de inúmeros seminários, ações de sensibilização, *workshops* e exposições. No domínio da formação, o apoio do PEDIP II permitiu ao CPD promover o *Programa Designers para a Indústria*, uma iniciativa inédita que apoiava a realização de estágios de designers em empresas industriais.

interventivo na divulgação do design em Portugal. Desenvolveu ainda atividade pedagógica nesta área, em diferentes instituições e contextos de formação (de cariz formal e informal). Durante o Estado Novo, foi colaborador do NAAI/NDI do INII em vários projetos. Posteriormente, em democracia, foi um dos fundadores da APD e desempenhou o cargo de Presidente do CPD. Manteve ainda uma intervenção pública regular como divulgador de design, a par da sua atividade profissional, como docente, designer e arquiteto. Sobre o percurso e o pensamento de Sena da Silva, cf. AA.VV. 2000; Coutinho 2009.

¹⁵⁶ Note-se que o PEDIP I era constituído por sete subprogramas: Infra-estruturas de Base e Tecnológicas; Formação Profissional; Incentivos ao Investimento; Engenharia Financeira; Missões de Produtividade; Missões de Qualidade e Design Industrial; e, por último, Divulgação, Implementação e Controlo.

Apesar da diversidade de medidas e instrumentos de política pública, bem como dos fundos disponíveis para os concretizar, que se traduziu numa variedade de iniciativas lançadas ao longo da década de 1990, o objetivo de divulgar a importância do design (industrial sobretudo) e promover uma maior presença deste na economia portuguesa manteve-se, no entanto, lacunar. Isto mesmo se constata analisando os relatórios de avaliação (intercalar e final) do PEDIP II, onde são reiteradamente referidas debilidades na integração do design em empresas nacionais – incluindo naquelas apoiadas com estágios de designers que, embora considerados bem-sucedidos, em geral não tiveram qualquer continuidade, nem criaram novos postos de trabalho (Silva, 2017: 40-41). Inquéritos realizados pelo CPD neste período evidenciam ainda o profundo e persistente desconhecimento dos empresários relativamente à disciplina e às vantagens da integração do design nos processos de conceção, produção e comercialização (Aleluia e Pereira, 1999; Silva, 2017: 40-41).¹⁵⁷ Não admira, portanto, que em 1998, quando se aproximava a conclusão (física e financeira) do PEDIP II, José Pedro Martins Barata, então Presidente do CPD, lamentasse as fragilidades e os obstáculos estruturais que ainda era necessário suprir, alertando que “é cada vez mais necessário que uma «política do Design» se articule com uma «política industrial» [em Portugal]” (1998: 4).

Os débeis resultados alcançados em Portugal pelas políticas públicas de fomento e modernização industrial – onde se inserem as iniciativas e instrumentos de política pública orientados para a promoção do design industrial – devem ser interpretados à luz de um contexto histórico, social e económico bastante particular, marcado por processos complexos que caracterizam a transição do país para um modelo económico pós-fordista globalizado, cujas persistentes dificuldades decorrem da posição semiperiférica do país (Santos, 1992, 1993; Reis e Baganha, 2002; Reis, 2018). De facto, apesar dos esforços feitos, nestas últimas duas décadas do século XX, assistiu-se neste período à falência e encerramento de várias unidades industriais, abrangendo diferentes setores (calçado, mobiliário, vidro, cerâmica, têxtil, etc.), que se localizavam um pouco por todo o país.¹⁵⁸ São estas circunstâncias que, de algum modo, explicam a “falência” de uma certa retórica política em torno do papel chave do design nos processos de modernização do tecido produtivo nacional que se manteve, nos seus aspetos

¹⁵⁷ Castanheira refere que, a propósito do CJD, que também aqui se verificou que muitos empresários portugueses, mesmo após a sua participação na iniciativa, mantiveram, de forma persistente, uma grande dificuldade em “reconhecer as vantagens que o investimento em design poderia trazer” (2012: 132).

¹⁵⁸ Incluindo, entre estas, algumas das mais representativas empresas de mobiliário nacional que, inclusivamente, tinham já uma tradição de trabalho com designers portugueses relativamente consolidada que, nalguns casos, remontava aos anos 60-70 e às iniciativas então lançadas pelo NAAI/NDI do INII.

fundamentais, inalterada desde a segunda metade do século XX, independentemente do contexto socioeconómico e protagonistas políticos que surgiram, a cada momento, em Portugal (Quintela, 2019).

Como se analisará no ponto seguinte, ao longo de toda a primeira década de 2000 (e seguinte) houve um sério desinvestimento público neste tipo de medidas e instrumentos de política pública, que culminou no fecho e extinção do CPD, em 2013. Embora simbólico, na medida em que corresponde ao “encerrar” de um ciclo e tempo histórico, este momento ocorreu num altura em que, politicamente, já se tinha afirmado em Portugal toda uma nova conceção do design e da sua relevância económica, mormente enquanto atividade de forte cariz cultural e criativo que, acompanhando as grandes tendências internacionais anteriormente descritas, impactou significativamente as medidas e instrumentos públicos disponíveis para apoio o design e os designers.

Note-se, contudo, que esta orientação de pendor mais “cultural” das políticas públicas nacionais para o design é, na realidade, anterior, surgindo, ainda que timidamente, logo no final da década 1970 para a seguinte, com as primeiras exposições, publicações e outras iniciativas culturais, promovidas e/ou apoiadas por organismos públicos. Estes acontecimentos vão, de algum modo, sustentar um *novo olhar* sobre o design, bastante distante de conceções mais utilitárias e funcionalistas da disciplina então hegemónicas. Foi o caso, por exemplo, da *Lis’79 – I Bienal Internacional de Desenho de Lisboa*, apoiada pela Secretaria de Estado da Cultura (SEC), dedicou alguma atenção às áreas da ilustração e artes gráficas.¹⁵⁹

Durante a década de 1980 a dinâmica de exposições e mostras de design intensifica-se. Em 1982, para além da já mencionada exposição *Design & Circunstância*, promovida pela APD na SNBA, em Lisboa, realizaram-se, no Porto (Museu Nacional de Soares dos Reis – MNSR) e em Lisboa (novamente na SNBA), as duas primeiras exposições individuais do designer gráfico (escultor de formação) João Machado, intituladas *Cartazes de João Machado*, que o estabelecem “como cartazista maior” detentor de “uma poética própria” (Bártolo, 2016a: 46). Pouco depois, é publicada a primeira obra monográfica sobre o trabalho de Machado, com título homónimo à das duas exposições, a que se seguirão algumas outras.¹⁶⁰ Nos anos seguintes Machado lança-se num

¹⁵⁹ Embora previsto, este evento não teve continuidade pois “em Agosto de 1981 um violento incêndio irá destruir a Galeria Nacional de Arte Moderna de Belém e a totalidade das obras que aí integrariam a II Exposição Internacional de Desenho de Lisboa – Lis’81” (Silva, 2015: 5).

¹⁶⁰ Entre as décadas de 1980 e 2000, várias foram as monografias sobre o trabalho de João Machado foram publicadas: *Cartazes de João Machado* (Edições Asa, 1982); *50 Cartazes João Machado 1982-*

processo de internacionalização – certamente um dos mais singulares no contexto português –, com várias exposições realizadas no Canadá, Alemanha, França e EUA, acompanhadas de uma presença regular em publicações de referência na área, como a *Novum*, *Graphis*, *Design Journal* ou *Bruckmann* (Bártolo, 2016a: 57), para lá do reconhecimento internacional revelado por vários prémios internacionais – dos quais se destaca, pela sua relevância e prestígio, o Prémio ICOGRADA Excelência, que lhe foi atribuído em 1999.

Em 1983, realiza-se no MNSR a *Grafiporto – Mostra de Artes Gráficas*, evento que visava “incentivar e reconhecer a dignidade do trabalho das Artes Gráficas” (Feijó, 1983: 1), através da promoção de um concurso e mostra de trabalhos gráficos, nas categorias de cartaz e de livro ilustrado. Para este evento, mobilizaram-se várias instituições públicas da cidade – MNSR, Delegação Regional de Cultura do Norte e Câmara Municipal do Porto – que asseguraram o seu financiamento e logística. Apesar da fraca adesão à primeira edição, considerou-se que a boa qualidade do evento justificava a sua repetição, o que aconteceu três anos depois, em 1986, sendo então designado de *Grafiporto – 1ª Bienal Gráfica do Porto*. Para além do concurso e mostra das peças a concurso, esta edição contemplou ainda uma exposição de Armando Alves e João Machado, dois reconhecidos designers gráficos do Porto e que tinham vencido a edição anterior da *Grafiporto*, na primeira e segunda categoria respetivamente. Embora com um “número significativo de artistas concorrentes” (Feijó, 1986: 1) e uma manifesta da ambição do evento vir a assumir uma regularidade bienal, esta seria, contudo, a sua derradeira edição.

Ainda em 1986, no âmbito das comemorações dos 50 anos da Sociedade Tipográfica, realizou-se na SNBA, em Lisboa, com o apoio da Direção Geral de Ação Cultural da SEC, a exposição *Ver Artes Gráficas*, que foi acompanhada do ciclo de conferências *Falando do Ofício*, em que participaram Thomaz de Mello (“Tom”), Fernando de Azevedo, Victor Palla, Lima de Freitas, Octávio Clérigo e Sebastião Rodrigues, cujo essencial das intervenções ficou preservado no catálogo posteriormente editado (AA.VV, 1989) e que constitui um importante documento histórico, reunindo reflexões deste grupo de protagonistas centrais do design gráfico português das décadas 1950-

1999 (Edições Asa, 1988); *Cartazes João Machado* (Edição de Autor, 1992); *João Machado Cartazes* (Edição de Autor, 1995); *João Machado e a Criação Visual* (Campo das Letras, 2000); e *João Machado Stamps* (Caleidoscópio Editores, 2010).

1970 acerca do seu percurso, das suas conceções sobre o “ofício gráfico” e das várias transformações ocorridas no universo nacional das artes gráficas (cf. Bártolo, 2010a).

Importa ainda mencionar a especial atenção que, nestes últimos anos da década de 1980, a *Bienal Internacional de Arte de Vila Nova de Cerveira* vai dedicar ao design revelando o interesse que esta nova disciplina despertava junto dos artistas e críticos de arte da época – num contexto em que, como vimos antes, o ensino do design integrava há quase uma década a oferta de cursos da ESBAL e ESBAP. Em 1987, por iniciativa do designer João Nunes, é organizado o *Concurso do Design Artesanal*, em Vila Nova de Cerveira, centrado nas relações entre design e artesanato (AA.VV. 1987). No ano seguinte, decide-se dedicar a *Bienal de Cerveira* ao tema do design gráfico, tendo esta sexta edição decorrido de 30 de julho a 4 de setembro de 1988. Incidindo habitualmente sobre temáticas relacionadas com a arte contemporânea, adotou-se nesta edição do evento uma metodologia análoga às anteriores realizações: um concurso aberto a designers e “artistas gráficos”, nacionais e internacionais, do qual resultou uma grande exposição; e, a par deste, uma extensa exposição que homenageou seis “artistas gráficos” portugueses, onde se encontra um interessante equilíbrio geracional e geográfico: Armando Alves, João Machado e João Nunes, do Porto; Sebastião Rodrigues, José Brandão e Henrique Cayatte, de Lisboa (AA.VV, 1988).¹⁶¹

Também em 1988, mas em Lisboa, Manuel Reis¹⁶² organizou na *Loja da Atalaia*, a exposição *Colecção de Móveis e Objectos*, em que convidou jovens designers e arquitetos portugueses a desenharem peças originais, que foram comercializadas em séries de edição limitada e numerada. Em entrevista, Delfim Sardo destacou esta mostra como especialmente “marcante” e “interessante” deste período. Adiante abordar-se-á a importância que tiveram, em Portugal, esta e algumas outras lojas especializadas em design “de autor”, localizadas no Porto e em Lisboa, contribuindo decisivamente – a par das exposições – para divulgar novas visões, conceções e abordagens ao design.

A partir dos anos 1990 realizam-se, com crescente regularidade, um conjunto amplo e diversificado de projetos, eventos e acontecimentos de cariz cultural ligados ao design, nacional e internacional – muito deles de iniciativa pública direta, ou beneficiando de

¹⁶¹ Praticamente nas vésperas da inauguração da *Bienal de Cerveira '88*, a Cooperativa Árvore, no Porto, realizou, em maio 1988, a exposição *Nitidez*, dedicada aos trabalhos de design de comunicação desenvolvidos no *atelier* de João Nunes, fundado em 1985, e no qual tiveram um papel de relevo, para além do próprio Nunes, as designers Né Santelmo e Ana Menezes (Bártolo, 2016e: 78) que, em 1990, fundariam o seu próprio *atelier*, designado Pan Design.

¹⁶² Falecido em 2018, o empresário Manuel Reis foi um elemento central da chamada *movida lisboeta* das décadas de 1980-90, sendo o proprietário, para além da *Loja da Atalaia*, do restaurante *Pap'Açorda* e do bar/discoteca *Frágil*, dois outros espaços emblemáticos deste período (cf. Farinha, 2011).

apoios públicos. De um domínio que, como vimos, estava essencialmente ligado às políticas económicas e industriais, o design tornou-se, assim, numa área de atuação cada vez mais relevante para as políticas culturais e urbanas em Portugal (Quintela, 2019). Em conjunto estes vários acontecimentos foram decisivos para afirmar uma outra visão – que se pode definir como *cultural* – do design, inevitavelmente alterando o seu estatuto na sociedade portuguesa e, desta forma, contribuindo para que, paulatinamente, a disciplina e os seus profissionais beneficiassem de uma visibilidade e reconhecimento públicos cada vez mais alargados.

A internacionalização do design português assumiu, neste contexto, um papel relevante, na medida em que será justamente por esta via que se começará a edificar, de uma forma mais consistente, a gradual reorientação das políticas públicas para o design, reconceptualizando-o enquanto disciplina e atividade com fortes dimensões culturais, criativas e até, por vezes, *para-artísticas*. Como vimos, um dos eixos da intervenção do ICEP era a promoção internacional do “design de autor” português, tendo realizado, ao longo de toda a década de 1990, várias exposições “de prestígio” (Castanheta, 2012). Habitualmente, estas iniciativas realizavam-se em feiras industriais; contudo, graças à parceria estabelecida, no início dos anos 1990, entre o ICEP e a SEC foi possível apoiar a participação de designers portugueses nalguns eventos internacionais dedicados à arte e cultura contemporâneas.

Foram seminais, neste contexto, as exposições *Manufacturas – Création Portugaise Contemporaine* (inserida no Festival *Europália*, realizou-se em Bruxelas, na Galeria Théorèmes, em 1991) e *Diseño Portugês* (que se realizou em Madrid, de 19 novembro a 27 dezembro de 1992, no âmbito da mostra *Lusitânia – Cultura Portuguesa Actual – Identidad/Diversidad*).¹⁶³ Comissariadas por Delfim Sardo, estas duas exposições, realizadas no âmbito desta parceria ICEP/SEC, constituíram “um marco importante no surgimento de uma nova fase de institucionalização do design em Portugal”, defende Almeida, notando ainda que ambas surgiram “acopladas a eventos de Arte Portuguesa [...] no âmbito de uma estratégia cultural orientada para uma visibilidade externa da «nossa modernidade» no domínio da cultura material. O design como fenómeno cultural emergente era, assim, «oficializado».” (2014: 203).

¹⁶³ Como recordou Delfim Sardo, em entrevista, o projeto *Lusitânia* propunha-se a ser uma grande mostra cultural de âmbito nacional, ocupando, para este efeito, todo o Circulo de Bellas Artes de Madrid, onde foram apresentadas várias exposições que cobriam diversas áreas artísticas. Assim, e para além do design, cuja exposição foi comissariado por Sardo, realizou-se “uma exposição de fotografia, comissariada pela Teresa Siza, (...) uma exposição de artes plásticas, comissariada pelo Fernando Calhau (...) e depois havia um ciclo de conferências, havia uma série de concertos, uma exposição de livros também...”

Embora com diferenças, a proposta curatorial de Sardo para ambas as exposições assemelhava-se e, simultaneamente, contrastava da maioria das mostras e exposições de design anteriormente realizadas em Portugal, ao apresentar uma seleção eclética de peças de design industrial, sendo algumas delas pertencentes ao catálogo de empresas, outras objetos de mobiliário “de autor” desenhadas quer por alguns representantes do dito *novo design* português¹⁶⁴ (Filipe Alarcão, Marco Sousa Santos, Pedro Silva Dias, Raul Cunca, etc.), quer por arquitetos que integravam a chamada “Escola do Porto” (Álvaro Siza Vieira, Eduardo Souto de Moura, Pedro Ramalho, Carvalho Araújo, Carlos Nuno Lacerda Lopes, etc.), para além de outras obras que, pelo seu cariz híbrido, algures entre a escultura e o design, se revelam mais dificilmente catalogáveis – caso, por exemplo, das peças de Francisco Rocha (cf. Bártolo, 2014b: 57).

Sintomático do cariz relativamente disruptivo e inovador destas exposições de design, mormente no contexto nacional, mas também das hesitações que este tipo de abordagem então colocava, é o texto publicado por Sardo, a propósito de *Manufacturas*, sinalizando a aparente desadequação dos objetos de design ao dispositivo expositivo e museológico. “Uma exposição de design é sempre um contra-senso”, afirmava então Sardo, uma vez que “vocado para o uso ou o usufruto, o design, ou o que historicamente se tem entendido como tal, encontra o seu sentido no serviço que presta dentro da função para que é construído” (1992: 15). O grande desafio que se coloca é, conclui, como expor e enquadrar adequadamente os objetos de design e os seus autores, declarando que: “Mostrá-lo [ao design] é uma tarefa que, contrariando a sua própria vocação, tem de encontrar na sua presença o seu sentido, desvirtuando o uso” (*ibidem*: 15). Ao longo desta década muitas das interrogações e hesitações de Sardo serão, contudo, superadas, como se conclui pela proliferação de exposições de design de *vocação não-comercial* realizadas neste período, tanto em Portugal, como no estrangeiro.¹⁶⁵

A partir de meados dos anos 1990, intensifica-se esta tendência para inserir o design na esfera das políticas culturais e urbanas contemporâneas. Tal resulta, desde logo, da centralidade que as questões culturais e artísticas passam a assumir na agenda política nacional, à medida que o país converge com as principais tendências de política cultural

¹⁶⁴ Expressão do historiador Rui Afonso Santos (2002, 2014), faz referência a uma nova geração de designers de equipamento portugueses, muitos deles formados nos recém-criados cursos superiores de design (particularmente em Lisboa, na ESBAL e IADE) que, no início da década 1980, começaram a desenvolver projetos que, embora com abordagens específicas, denotavam, em geral, características vincadamente mais autorais e exploratórias, distanciando-se dos modos de produção massificados que tipicamente caracterizavam esta atividade (cf. igualmente Faria, 2011).

¹⁶⁵ Para um mapeamento das principais exposições de design realizadas em Portugal, cf. Bártolo, 2014b.

que, desde o pós-guerra, se vinham desenhando na Europa Ocidental. Vimos já (cap. 1), o consenso político alargado que foi possível gerar na sociedade portuguesa em torno da cultura, encarando-a como “alavanca” de desenvolvimento territorial e socioeconómico (Silva, 2004: 16), o que se refletiu no significativo incremento do investimento público em cultura, especialmente ao nível dos municípios, a partir de meados dos anos 1990. Ora, este “clima” propício a uma aposta na concretização de iniciativas culturais de diversa índole refletiu-se no desenvolvimento de um certo “design para a cultura” (Fior, 1999), especialmente visível ao nível do design gráfico e de comunicação, cuja qualidade e dinâmica de produção aumentam então significativamente, em resultado do verdadeiro *boom* de encomendas de clientes institucionais ligados ao setor da cultura, sobretudo públicos mas também alguns privados (mas que, em geral, começam também nesta fase a beneficiar de crescentes apoios públicos ao desenvolvimento das suas atividades):

... esta expansão do patrocínio do *design* de livros ilustrados e de catálogos de exposições (e às vezes cartazes interessantes) (...) permitiu o restaurar e alastrar das normas de qualidade no tipografismo e na produção gráfica. Permitiu ainda apoiar a manutenção de gabinetes de *design* “culturais” (...) com uma escala suficientemente importante, para sobreviver aos soluções políticos ou económicos. (Fior, 1999: 91-92).

Este investimento público foi particularmente relevante à escala local, nomeadamente graças ao esforço realizado por algumas autarquias que, em meados da década 1990, começaram a apostar seriamente no domínio das artes e da cultura. A este propósito, recorde-se o exemplo da Câmara Municipal do Porto que, durante toda a década de 1990 e até 2001 (coincidindo com a realização da *Capital Europeia da Cultura*)¹⁶⁶, realizou um contínuo e sistemático investimento nesta área, possibilitando a emergência e o desenvolvimento de novos *ateliers* de jovens designers gráficos locais que beneficiaram das encomendas regularmente realizadas quer pela autarquia, quer outras entidades artísticas e culturais que, neste contexto político, beneficiaram de um conjunto de apoios à cultural criados pelo município.¹⁶⁷ Neste período surgem no Grande Porto vários designers e *ateliers* de design gráfico – Rui Guimarães, Pã Design, Andrew

¹⁶⁶ Esta aposta na área da cultura está associada ao período de aproximadamente uma década (1990-2001) em que o Partido Socialista governou a cidade do Porto, assumindo Fernando Gomes a presidência da câmara e sendo Manuela de Melo vereadora com o pelouro da cultura (cf. Melo, 2007).

¹⁶⁷ Para além da autarquia, esta dinâmica beneficiou ainda do desenvolvimento, em igual período, de outros importantes projetos culturais na cidade, de iniciativa pública e privada, dos quais se destaca a Fundação de Serralves, criada em 1989 (cf. Oliveira, 2013).

Howard, R2, DROP (João Faria), Rev Design (Miguel Carvalhais), Martinho & Jaña, entre outros –, que se notabilizaram pelos projetos realizados na área da cultura.¹⁶⁸ Em entrevista Artur Rebelo, cofundador, com Lizá Defossez Ramalho, do *atelier* R2, recordou este período como sendo marcado pela grande efervescência na atividade cultural da cidade, com claros reflexos na produção gráfica, permitindo que a esta dupla de designers gráficos iniciarem a sua atividade em 1995, ainda estudantes na ESBAP (formalmente a empresa foi constituída em 98), realizando então alguns dos seus primeiros projetos de comunicação para companhias de teatro da cidade fundadas também nessa altura (*Teatro Bruto, As Boas Raparigas...*) e, mais tarde, colaborando na comunicação de alguns programas da *Porto 2001 – Capital Europeia da Cultural*.¹⁶⁹

Esta foi uma altura de esperança. Tu sentias que, aos pouquinhos, ias tendo mais trabalho, clientes mais interessantes, clientes mais importantes, que te pagavam um bocadinho melhor. E foi essa altura, se calhar, que nos motivou [a apostar no *atelier*]. Era uma altura muito motivante. Estávamos sempre muito entusiasmados e parecia que esse entusiasmo neutralizava o cansaço das horas de trabalho a fio e dos fins-de-semana [passados a trabalhar].

O otimismo e a sensação de uma certa prosperidade que, como acabamos de ver, marcou indelevelmente o período que vai de meados da década 1980 ao início de 2000¹⁷⁰ não se restringiu, como é evidente, ao setor das artes e da cultura. Este foi, de facto, um período que se caracterizou por uma grande expansão económica do país, bem patente quer no aumento do investimento privado, com uma rápida terciarização da economia, quer no acelerado incremento dos níveis de consumo médio dos cidadãos e famílias, que tiveram repercussões muito importantes no setor do design, ao contribuírem decisivamente, como veremos, para uma inédita dinamização do mercado de trabalho, especialmente no que concerne à área do design gráfico e de comunicação. Ao nível do Estado Central, a criação do Ministério da Cultura (MC), em 1995, constituiu não só um sinal politicamente muito relevante da nova centralidade atribuída às artes e à cultura, como também deu “espaço” para uma maior integração do design

¹⁶⁸ Em igual período, e considerando a mesma tipologia de trabalhos e de clientes, destacam-se em Lisboa designers como Henrique Cayatte ou Ricardo Mealha, a par dos *ateliers* B2 e TVM (cf. Fior, 1999: 92).

¹⁶⁹ A propósito dos trabalhos desenvolvidos pelo *atelier* R2 neste período, bem como do contexto em que estes surgem, cf. ainda a tese de doutoramento de Artur Rebelo (2015, especialmente ponto 2.2). Note-se que o *atelier* será mantido, em simultâneo, e logo desde 1998, com uma atividade regular e persistente destes designers gráficos como formadores e, mais tarde, docentes do ensino politécnico e universitário.

¹⁷⁰ Contudo, como bem evidencia a análise realizada por José Reis (2018), desde 1993 e até 2002, iniciase um ciclo económico de fraco crescimento, ou de “baixa estatura”, claramente contrastante com a década anterior (1984-1992) – uma mudança profunda, que este economista associa sobretudo um conjunto de mudanças introduzidas pela adesão de Portugal à União Económica e Monetária.

nas políticas culturais do país. Os apoios do Instituto de Arte Contemporânea (IAC), organismo criado em 1997¹⁷¹, passam então a abranger, no caso das artes visuais, além das “tradicionais” artes plásticas, o design, a arquitetura, a fotografia e os *new media*. Note-se, contudo, que os apoios à conceção, desenvolvimento e divulgação de projetos de design (com um cariz marcadamente autoral e orientados por fins não-comerciais) foram inicialmente atribuídos de forma bastante pontual e *ad hoc*, circunscrevendo-se, na prática, a algumas iniciativas consideradas *emblemáticas*. Destaca-se, de entre estas, o apoio do IAC a iniciativas claramente orientadas para a internacionalização do design português “de autor”, denotando características mais criativas e experimentais. Para tal, foi muito relevante a já mencionada parceria entre a tutela da cultura (através do IAC) e da economia (via ICEP), possibilitando a realização de várias exposições internacionais, entre meados da década de 1990 e o início dos anos 2000.¹⁷²

Importa, por outro lado, recordar que, desde meados da década de 1990, vão proliferar, por todo o país, eventos e iniciativas de cariz lúdico, artístico e/ou cultural, algumas delas marcadas por uma forte espetacularidade e mediatização, que vão ajudar a projetar uma imagem moderna renovada de Portugal e das suas cidades (Ferreira, 2004, 2010). Tal como já havia ocorrido durante Estado Novo, estes grandes eventos foram decisivos para dinamizar o mercado de trabalho nesta área, mobilizando um vastíssimo número de empresas e profissionais das áreas do design e da arquitetura, nacionais e estrangeiros, que participaram ativamente na conceção e implementação de projetos relacionados com estes grandes eventos culturais: da definição da identidade do evento à conceção de mobiliário urbano do espaço público envolvente, passando pelos projetos de design de exposições, de interiores, multimédia, sinalética, todos o tipo de edições, decoração de fachadas, marketing e publicidades, entre outras tarefas (cf. Silva, 2015; Bártolo, 2015). Efetivamente, vários designers entrevistados, ao analisarem o seu percurso profissional, reconheceram que a sua participação em grandes eventos – como a *Expo '98* ou as *Capitais Europeias da Cultura* de Lisboa (1994), Porto (2001) e Guimarães (2012) – foi relevante e, por vezes, até decisiva no desenvolvimento das suas carreiras. Salientaram, por um lado, a importância, visibilidade e notoriedade associada a este tipo de eventos,

¹⁷¹ Instituído pelo Decreto-Lei 103/97, de 28 de abril, o IAC foi um organismo público com competências e responsabilidades específicas no fomento da produção e difusão da criação artística portuguesa contemporânea.

¹⁷² Refiram-se, entre outras, as exposições *Design aus Portugal – Eine Anthologie* (Frankfurt, 1997); *Objects Convenients – Disseny Actual Portugués* (Primavera del Disseny, Barcelona, 1997); *Experimentables o Experimentales?* (Primavera del Disseny, Barcelona, 1999); *Diseño Portugués – Un Compromiso com la Industria* (Barcelona, 2000); *+5 Senses: Design from Portugal/+5 Sinne: Design aus Portugal* (Berlim, 2001).

o que lhes permitiu obter importantes ganhos reputacionais e estabelecer ou ampliar uma rede contactos profissionais no *meio*. Também referiram, por outro lado, os bons orçamentos que, em geral, estavam associados a este tipo de encomenda pública, o que, nalguns casos, permitiu uma certa “emancipação” com a criação de *ateliers* próprios.

A título de exemplo, observe-se o testemunho do designer António Silveira Gomes, cofundador, com José Albergaria e Nuno Horta Santos, do *atelier* Bárbara Say..., sedado em Lisboa. Em entrevista Gomes destaca a importância crucial da *Expo’98* para o *atelier* ganhar maior estabilidade e se tornar numa estrutura minimamente empresarializada e organizada – complementando, assim, a miríade de outros pequenos trabalhos pontuais que então realizavam, a par da colaboração regular que mantinham com a galeria *Zé Dos Bois* que, embora criativamente interessante e “prestigiante”, era muito insuficiente para sustentar financeiramente a atividade do *atelier*:

Acho que nós só começamos a ganhar autonomia [financeira] em 98 quando foi a *Expo*, aí tivemos imenso trabalho. Começamos a trabalhar para o Pavilhão do Mónaco, fizemos a sinalética ... [Simultaneamente,] trabalhamos para a *Moda Lisboa* (...) [Foi nessa altura que] nós começamos a assinar [os trabalhos] com o nome Bárbara Says... (...) Nós andávamos num meio social assim meio disperso mas muito centrado em Lisboa, de malta ligada à criação, à arte, à fotografia, à moda... Principalmente à arte independente. Conhecemos a *Zé Dos Bois*, a ZDB, e o Natxo [Checa]. E, portanto, estivemos ligados à Galeria *Zé Dos Bois* e conhecíamos esses meandros muito bem. (...) Eu lembro-me que aquilo foi uma coisa muito repentina. Foi em 97-98 que começamos a fazer montes de trabalhos e o telefone começou a tocar imenso. Nós [estávamos] ainda a acabar o curso [de design gráfico na ESBAL], com cadeiras em atraso (...) e, de repente, começaram a “chover” “montes” de encomendas. E, de facto, em 98 foi mesmo uma “explosão”, tivemos imenso trabalho. (...) Naquela altura todas as pessoas que viviam em Lisboa ligadas às artes e ao design trabalhavam para a *Expo*. Houve muita gente que abandonou o seu emprego e foi trabalhar para a *Expo* para a equipa de sinalética ou... Aquilo foi uma espécie de emprego geral para toda a gente!

Significativamente, o próprio design, enquanto área disciplinar, beneficiou também de uma atenção particular nalguns destes grandes eventos culturais, motivando a realização de conferências e exposições – o que constitui uma boa indicação da nova posição que o design começava já então a ocupar no seio da cultura contemporânea portuguesa.

Tal foi o caso, por exemplo, da grande exposição *Design/Lisboa 94*, comissariada por Tomás Taveira, que esteve patente no Centro Cultural de Belém (CCB), integrada na programação da *Lisboa 94 - Capital Europeia da Cultura* (Ladeiro, 1994). Esta mostra abordava o tema de uma forma bastante eclética e algo iconoclasta – “do design gráfico

ao mobiliário, da moda à cenografia” – o que suscitou várias reações negativas à época, levando “alguns autores a considera-la [à exposição] próxima da mostra comercial e afastada do debate e da reflexão teórica e disciplinar”, incapaz de permitir “uma completa avaliação do percurso divergente do design nacional” (Lopes, 2000: 84).¹⁷³ Nuno Lacerda Lopes, num artigo de balanço em torno das principais transformações no design português das últimas duas décadas do século XX, reconhecer, ainda assim, validade a este trabalho – “uma mostra alargada das diferentes actividades e preocupações dos designers portugueses” (*ibidem*: 84) –, assinalando a sua relevância histórica no contexto nacional, na medida em que, defende, é “a partir desta mostra que o Design adquire uma maior notoriedade pública [em Portugal]” (*ibidem*: 84).

Curiosamente, menos de uma década mais tarde, aquando da realização da *Porto 2001*, a intensificação e diversificação da programação cultural em torno do design, histórico e contemporâneo, era já bastante evidente. Das várias iniciativas realizadas neste contexto, destacam-se o ciclo de programação *ESAD@2001/Escala Porto*, que incluiu várias conferências sobre design e duas “exposições promotoras de confronto e diálogo entre artesanato e design contemporâneo *Re/Inventar a Matéria* (Centro Regional de Artes Tradicionais) e *Espírito e Razão* (Museu da Ciência e da Indústria)” (Bártolo, 2015: 35) e a exposição *Momentos de um Século de Artes Gráficas no Porto*, patente no antigo Mercado Ferreira Borges, notável “pelo seu carácter invulgar, de aproximação a um arquivo histórico raramente trabalhado no âmbito do design português” (*ibidem*: 35).

Os anos de viragem para o século XXI foram ainda marcados por dois acontecimentos particularmente influentes e impactantes neste processo gradual de afirmação de uma conceção *não-comercial* do design em Portugal – ora sublinhando a sua importância histórico-cultural, numa perspetiva patrimonialista (Quintela, 2014a), ora enfatizando dimensões mais contemporâneas na prática do design –, numa tendência que, veremos, se intensificou e tornou hegemónica a partir de meados da primeira década de 2000.

Em 1999, surge a *ExperimentaDesign*, primeira bienal de design realizada em Portugal que, desde a sua primeira edição, beneficiou de diversos apoios públicos – “dos fundos comunitários aos autárquicos e estatais” (Cardoso, 2017a: 31), nomeadamente do MC¹⁷⁴

¹⁷³ As críticas a esta exposição foram, de resto, ainda muito recentemente renovadas (cf. Santos, 2014: 45).

¹⁷⁴ De acordo com Joana Amaral Cardoso (2017a: 31): “Ao longo dos anos a Experimenta, uma associação cultural sem fins lucrativos, teve apoios públicos vários, dos fundos comunitários aos autárquicos e estatais (entre 2009 e 2013, por exemplo, foram objecto de protocolo 750 mil euros vindos do Ministério da Economia e 1,5 milhões de euros da Câmara de Lisboa) e até apoios da Direcção-Geral das Artes.”

–, que foram decisivos na viabilização deste grande evento internacional em Lisboa.¹⁷⁵ Toda a génese e desenvolvimento da *ExperimentaDesign* insere-se num contexto em que, como referido anteriormente (cap. 3), se assiste à proliferação de festivais, semanas e bienais internacionais de design (Gonzaga, 2012), cuja programação se aproxima de eventos idênticos realizados no campo da arte e arquitetura contemporâneas. Adiante, aprofundaremos reflexão sobre a importância em Portugal da bienal *ExperimentaDesign* – evento que terminaria em 2018, mantendo-se, contudo, em atividade a associação cultural com o mesmo nome, dirigida por Guta Moura Guedes – para a afirmação pública de uma certa *cultura de design* contemporâneo.

A par da *ExperimentaDesign* surge, também em 1999 e em Lisboa, o *Museu do Design*, a primeira instituição museológica dedicada exclusivamente ao design em Portugal. Mais uma vez, o MC assumiu um papel muito relevante neste processo (Bártolo, 2014b: 58; 2015: 26), possibilitando que o museu ficasse sedado no CCB, ocupando uma vasta área expositiva até então utilizada para exposições de arte moderna e contemporânea.¹⁷⁶

A abertura deste equipamento cultural constitui um marco importante em Portugal simbolizando o culminar de um processo gradual de reconhecimento público do design enquanto fenómeno cultural de “pleno direito”. Adiante voltaremos a abordar o papel do *Museu do Design*, que acabaria por encerrar no CCB em 2006, reabrindo noutra local, em 2009, doravante sob tutela da Câmara Municipal de Lisboa, sendo rebatizado de MUDE – *Museu do Design e da Moda, Coleção Francisco Capelo*.

A par do conjunto de iniciativas públicas (ou apoiadas através de fundos públicos, nacionais e europeus) em prol da promoção e divulgação do design em Portugal, anteriormente referidas, importa também mencionar que, ao longo da década de 1990, surgiram outras exposições, publicações e eventos pontuais, de iniciativa privada, que reforçaram igualmente este processo de reconhecimento da dimensão cultural do design. Pelo seu carácter emblemático, destaca-se a exposição antológica *Sebastião Rodrigues Designer*, realizada em 1995 e comissariada por José Brandão. A exposição esteve patente no Centro de Arte Moderna da FCG, em Lisboa, coincidindo com a realização, de 23 a 27 de julho, também na FCG, do 16º Congresso do ICOGRADA, dedicado ao

¹⁷⁵ Note-se, contudo, que, devido a problemas de financiamento, em 2008, a *ExperimentaDesign* realizou-se fora de Portugal, na de Amesterdão. Em 2015, e pela primeira e única vez, esta bienal de design ocorreu simultaneamente em três cidades portuguesas em simultâneo: Lisboa, Porto e Matosinhos.

¹⁷⁶ Atualmente, é aqui que está localizado o *Museu Coleção Berardo*, inaugurado em 25 de junho de 2007.

tema *Shifting Frontiers*, cuja organização envolveu ativamente a APD.¹⁷⁷ Muito bem acolhida no contexto da museologia nacional – foi inclusivamente premiada com o prémio da melhor exposição do ano, atribuído pela Associação Portuguesa de Museologia (APOM) –, esta exposição foi sobretudo marcante no panorama do design gráfico nacional, acabando por gerar “uma nova vaga de interesse pelo tipografismo e o *design* do livro ilustrado” (Fior, 1999: 92), especialmente graças ao seu catálogo, que se tornou numa espécie de “bíblia gráfica” (*ibidem*: 92), ao mesmo tempo que Sebastião Rodrigues se afirmava como a primeira *figura heroica* do design gráfico em Portugal.¹⁷⁸ Neste sentido, afirma Maria João Bom que “Mais do que um acontecimento simbólico, esta exposição marcaria o seu lugar na história do design gráfico em Portugal, não só por ser inédita, mas também por elevar de forma absolutamente pioneira em território nacional ao estatuto de mostra expositiva a obra de um designer português.” (2002: 12). Embora, como vimos, já tivessem sido anteriormente realizadas em Portugal algumas outras exposições de design gráfico de cariz monográfico, pelo *corpus* notável da obra de Rodrigues, pela dimensão desta mostra e pela qualidade reconhecida no dispositivo expositivo e respetivo catálogo, *Sebastião Rodrigues Designer* é, de facto, um momento seminal de uma nova vaga de exposições que evidenciam uma visão e ambição claramente historicistas na abordagem ao património do design português (Quintela, 2014a) que, verdadeiramente, só se vai afirmar em meados dos anos 2000, beneficiando do desenvolvimento de um campo da investigação em design em Portugal.¹⁷⁹

Transformações no mercado de trabalho e expansão do universo de profissionais em design

Vimos já que, a partir de meados da década de 1980, ocorreram em Portugal um conjunto de profundas transformações (do ponto de vista social, económico e cultural)

¹⁷⁷ Note-se que Sebastião Rodrigues havia sido já homenageado pelo ICOGRADA em 1991, através da atribuição do Prémio Excelência, o que reforçou o interesse em fazer coincidir em Lisboa a realização da exposição e do congresso, dando assim uma maior projeção internacional à obra de Rodrigues.

¹⁷⁸ Simbolicamente, é ainda relevante notar que, ainda em 1995, o Presidente da República Mário Soares atribuiu a Sebastião Rodrigues a *Medalha de Grande Oficial da Ordem de Mérito*.

¹⁷⁹ É importante assinalar que, anteriormente, a FCG tinha já promovido uma outra importante exposição sobre design gráfico e ilustração em Portugal, novamente com forte pendor histórico, intitulada *O Grafismo e a Ilustração nos Anos 20* (1986). Posteriormente à exposição sobre Sebastião Rodrigues, a FCG vai realizar outras importantes exposições que incidiram na obra de alguns designers e ilustradores, que foram geralmente acompanhadas de publicações/catálogos com um claro cariz antológico – caso das exposições *Bernardo Marques 1898-1998: obra gráfica* (1998), *Daciano da Costa, Designer* (2001), *Sena da Silva* (2009) e *José Brandão, Designer* (2015). José Bártolo destaca ainda outra exposição realizada na FCG, *Banda Desenhada Portuguesa: Anos 40-Anos 80* (2001), pelo contributo que deu “não só para revelar uma produção gráfica quase desconhecida, como também para lhe creditar uma “validade artística” de que a ilustração, o design gráfico e a banda desenhada nem sempre eram alvos” (2014b: 62).

que, globalmente consideradas, tiveram um efeito bastante positivo, possibilitando uma abertura inédita, e em ritmo acelerado, da sociedade portuguesa, a múltiplos níveis. Ora, como tem sido reiteradamente argumentado, o design beneficiou de forma bastante clara deste conjunto de dinâmicas e processos de transformação – e, em certa medida, contribuiu também para esta mudança, num momento em que o país procurava rapidamente modernizar-se, aproximando-se dos padrões económicos, educativos e culturais dos restantes estados-membros da então CEE (Fortuna e Silva, 2001).

Este *ambiente* geral de “normalização” da situação política do país, a par da perceção de que se vivia um momento de maior desafogo financeiro e de abertura à internacional, contribuíram para o incremento do investimento, público e privado, em comunicação, marketing e publicidade (Cardoso, 2009: 2; Fior, 1999). Assiste-se então à proliferação, por todo o país, de novas (ou reestruturadas) marcas que, apoiadas no desenvolvimento de novos suportes e conteúdos gráficos, buscaram consolidar ou ampliar a sua presença no espaço público e mediático. Tal dinâmica é visível nos inúmeros projetos de design de comunicação produzidos neste período, cobrindo os diversos setores de atividade – da banca (caso do *BNU*, do *Banif* ou da *SIBS*, por exemplo) à energia (*EDP*), passando pelas telecomunicações (*TLP*, mais tarde *PT*), o grande retalho (*Pão de Açúcar*, *Continente*), as empresas de transportes (*Carris*, *CP*, *TAP*), entre muitos outros.¹⁸⁰

Estes projetos mais institucionais, que se caracterizavam por uma maior dimensão, complexidade e exigência – e que eram também, para além disso, bastante bem pagos –, constituíram oportunidades de trabalho importantes para muitos designers portugueses, em especial para aqueles mais reputados e experientes. Tal foi o caso de Carlos Rocha, por exemplo, que, em entrevista, recordou as décadas de 1980 e de 1990 como um período de grande intensidade de trabalho, referindo alguns trabalhos que realizou neste período para diversas entidades, públicas e privadas – *EDP*, *INE*, *Grupo CUF*, *BCP*, *BANIF*, entre outros –, e que implicaram a conceção de logotipos, embalagens, folhetos e desdobráveis, entre outros elementos de comunicação. Outros designers portugueses de renome, que começaram a trabalhar nas décadas de 1950, 1960 e 1970 – como António Garcia, José Santa-Bárbara, Sebastião Rodrigues, Daciano da Costa, entre outros –, manter-se-ão muito ativos neste período, participando designadamente na criação de marcas e logotipos, no desenho de materiais gráficos diversos ou no design

¹⁸⁰ Esta seleção de casos é apenas exemplificativa, não pretendendo ser exaustiva. Para uma visão ampla, e ainda assim não sistemática, do panorama de atividade em design nas décadas de 1980e de 1990, cf. Silva (2015).

de *stands*, lojas e espaços institucionais, entre outro tipo de projetos, procurando, assim, responder às crescentes solicitações quer dos novos grupos económicos e empresariais privados que então surgiram no país, quer das diversas entidades e organismos públicos que integravam o vasto e complexo universo da administração pública portuguesa.

Além deste grupo restrito de designers que já estava no mercado desde o Estado Novo, gozando assim de maior prestígio e reputação, vão emergir novos protagonistas. É, pois, neste sentido, que se pode interpretar o final da década de 1980 em Portugal enquanto um momento de clara abertura e alargamento do mercado de trabalho em design. Sintomaticamente, surgem nesta altura no país algumas novas agências de publicidade, e também novas agências de design e comunicação. Tal foi o caso da Novodesign, fundada por Carlos Coelho e Paulo Rocha em 1985, e que José Bártolo considera ser emblemática deste período, correspondendo ao surgimento em Portugal “de um novo modelo de agência de design e comunicação, capaz de responder a um elevado volume de encomendas e a diferentes vertentes de um projeto” (2016b: 19).

Coincidentemente, o mercado de trabalho português é também nesta altura “invadido” pelas primeiras “vagas” de formados nos recém-criados cursos superiores de design e em outras áreas então emergentes, como o marketing, publicidade e relações públicas, ajudando a renovar o universo empresarial português, então ainda bastante tradicional, na abordagem às questões da comunicação, publicidade e marketing (Cardoso, 2009: 2). Este processo de modernização do mercado da publicidade foi ainda impulsionado, como referiram alguns entrevistados, pela vinda para Portugal nesta altura de diversos designers e *marketeers* estrangeiros, oriundos sobretudo do Brasil, trazendo consigo muita experiência, *know-how* e conhecimento atualizado nestes domínios.¹⁸¹

Em consequência deste conjunto de alterações, e sobretudo da afirmação de uma visão mais estruturada e profissional da comunicação, marketing e publicidade em Portugal, assistiu-se, ao longo de toda a década de 1990, sobretudo em empresas de maior dimensão, à criação de departamentos de marketing, responsáveis por delinear e implementar as respetivas estratégias de marketing e comunicação. Como foi assinalado em diferentes entrevistas, a emergência destes novos protagonistas – em particular de figuras como os diretores de marketing e/ou de relações públicas –, que rapidamente assumem alguma preponderância na estrutura hierárquica destas organizações e com

¹⁸¹ Foi o caso de Edson Athayde, responsável, no início da década de 1990, por algumas campanhas publicitárias e de marketing político particularmente bem-sucedidas e até *populares* (cf. Silva, 2015: 43).

quem os designers passam a dialogar, vai alterar profundamente o tipo de relações diretas e interpessoais que, tradicionalmente, se estabeleciam entre designer e cliente.

Neste sentido, é bastante impressiva a forma como, decerto com alguma nostalgia, Carlos Rocha, em entrevista, observou retrospectivamente esta mudança, comparando-a com momentos anteriores (décadas de 1960 e de 1970), em que trabalhou como designer e, mais tarde, diretor de arte em importantes *ateliers* de design e agências de publicidade de Lisboa, como a Marca, a Letra Design e, já início dos anos 1980, a Letra ETP:

As relações com os clientes eram uma coisa muito elevada. Também, [nessa altura] os clientes tratavam as agências [de publicidade] de uma maneira completamente diferente. E os artistas. Na altura, apesar de tudo, nós éramos uns privilegiados e éramos respeitados. E depois as coisas também se passavam... Eu lembro-me perfeitamente, com 19 anos, de fazer um *stand* para a *Companhia de Cimentos de Leiria*. E quem era um dos diretores? O senhor Champalimaud (...) [que] foi ver o *stand* e depois fomos almoçar. Tive a oportunidade de comer com o senhor Champalimaud, que devia já ter não sei quantos anos. A diferença de idades [era muito significativa]: ele era um homem e eu um puto ainda. (...) eram tipos com feitios difíceis e tudo mais, mas não eram dados a grandes importâncias. Ou, porque também tratavam os chamados artistas com uma certa diferença. Como faziam com os médicos! [risos] Hoje é o preço e é o não sei o quê... Ninguém liga nenhuma! Lembro-me perfeitamente de reuniões na *TAP*, em que havia uma certa delicadeza no trato, que [hoje em dia] se abandalhou, completamente.

Embora haja alguma ambivalência na forma como é avaliado o impacto deste *boom* do marketing e publicidade, que irrompe no país em meados da década de 1980, a verdade é que vários dos designers entrevistados reconheceram que teve um impacto muito significativo. Para muitos, estes anos correspondem a um “período áureo” da atividade, em resultado do notório aumento das preocupações com aspetos ligados à comunicação, acompanhado de uma maior disponibilidade para investir em novas abordagens, beneficiando de maior abertura e liberdade criativa – o que, muitos reconheceram, foi fundamental para impulsionar um salto evolutivo no design gráfico e de comunicação em Portugal. Neste sentido, vários designers referiram ainda, em entrevista, que esta evolução se repercutiu tanto no modo de comunicar as mensagens publicitárias (acentuando-se uma componente mais lúdica e “irreverente”, com o surgimento de novas abordagens de comunicação, mais criativas e inovadoras), como na própria qualidade da produção dos materiais comunicacionais, que melhora significativamente, refletindo as novas possibilidades técnicas e tecnológicas que então estavam a surgir, permitindo assim uma acelerada atualização do design de comunicação nacional,

aproximando-se das grandes tendências internacionais do marketing e da publicidade. Toda esta conjuntura contribuiu para tornar, entre finais da década de 1980 e seguinte, bastante apetecível para muitos designers gráficos e de comunicação portugueses trabalhar em marketing e publicidade, até porque, além disso, este era reconhecidamente um domínio muito bem remunerado.

As entrevistas realizadas consolidaram ainda a perceção, amplamente partilhada entre os entrevistados, de que o final dos anos 1980 e, sobretudo, toda a década seguinte constituiu uma época de intensa atividade em design gráfico e de comunicação, visível tanto em projetos com um cariz *comercial*, como noutros com um cariz mais *cultural*. José Bártolo observa ainda que este foi o período histórico em que, pela primeira vez

... começa a ser perceptível uma certa estratificação do design português, entre as grandes agências de perfil comercial, *ateliers* de média dimensão que gravitam entre clientes institucionais “pesados” e clientes de perfil cultural (espectro onde se situam João Nunes, João Machado e José Brandão) e uma proliferação de pequenos *ateliers*, formados por jovens designers, que procuram gerir circunstâncias e oportunidades para afirmar o seu espaço de trabalho. (Bártolo, 2016e: 19)

Esta dinâmica permitiu o alargamento inédito do mercado de trabalho nesta área, absorvendo não só os profissionais no ativo, como também aliciando muitos jovens (nuns casos estudantes ou recém-licenciados em design, noutros autodidatas ou com formações noutras áreas), seja nas grandes agências de publicidade que, como referido, nesta época ofereciam em geral melhores condições salariais e perspetivas profissionais, seja em *ateliers* e agência de design e comunicação, com dimensão e perfil variável, seja ainda trabalhando, em regime *freelance*, para várias destas empresas e outras, construindo assim a sua própria “carteira de clientes”. Este contexto explica ainda que, entre os designers entrevistados, seja naqueles que começam a trabalhar neste período que se encontra o maior número de casos que, embora tenham frequentado o ensino superior, acabaram por não concluir o curso, ingressando rapidamente num mercado de trabalho ávido de mão-de-obra – incluindo alguns que se destacam pelos seus percursos especialmente bem-sucedidos, como Henrique Cayatte ou Jorge Silva, por exemplo.

Esta transformação e alargamento do mercado de trabalho em design relaciona-se ainda com importantes mudanças que se registaram no tecido comercial das principais cidades portuguesas, neste período. Com efeito, logo a partir do início da década de 1980 dá-se uma expansão, em número e área, dos centros comerciais de Lisboa e Porto,

acompanhada do aumento de supermercados e, a partir de 1985, de hipermercados.¹⁸² Estes novos espaços comerciais vão transformar profundamente os hábitos e consumos da população e gerar importantes modificações na organização do retalho no país, nomeadamente com uma maior racionalização da gestão, possibilitada pela introdução de novas tecnologias e pelo recurso a técnicas de planeamento estratégico, bem como por uma profunda alteração das estratégias de marketing e de comunicação dirigidas aos consumidores, aspeto que se revela, de uma forma bastante clara, na crescente “importância da montra, do ‘layout’ da prateleira e do estabelecimento, do ‘design’ e da apresentação dos produtos” (Fernandes 1997: 160).

Vários dos designers gráficos entrevistados relataram a proliferação de oportunidades de trabalho neste período, ligadas à conceção e desenvolvimento de projetos gráficos e de comunicação solicitados por micro e pequenos empresários que estavam a criar as suas marcas e lojas, frequentemente localizadas em centros e galerias comerciais que então proliferaram nas Áreas Metropolitanas de Lisboa e Porto. Por exemplo, Antero Ferreira, designer gráfico e professor universitário, que inicia atividade profissional em 1983 – ainda antes de iniciar a sua licenciatura em design e artes gráficas na ESBAP, que concluiu em 1989, descreveu justamente, em entrevista, este tipo de experiência:

É assim que eu também começo a fazer mais trabalhos – portanto, ligados ao *surf*, ligados à [indústria] têxtil e depois tudo à volta disso... Porque, depois, as pessoas que estavam ligadas ao têxtil tinham uma loja, começaram a aparecer as lojas [de marca] nos primeiros centros comerciais. O *Brasília* é o primeiro centro comercial do país (...), depois abre o *Parque Itália* e essas pessoas que começam a abrir lojas, precisam de logótipo, precisam de linha gráfica, um catalogozinho, um postal...

Contudo, não foi apenas através desta via marcadamente mais comercial e institucional que o design gráfico e de comunicação se desenvolveu durante estes anos – muito embora esta tipologia de trabalhos e de clientes tenham sido, a par da formação e/ou da docência universitária, essenciais para assegurar alguma estabilidade e conforto, do ponto de vista económico, a muitos dos designers gráficos que então operavam profissionalmente nesta área, um aspeto que muitos reconheceram, de forma mais ou menos explícita, nas entrevistas realizadas.

¹⁸² “O primeiro hipermercado do Grande Porto – e do país –, pertencente à cadeia Continente (...) foi inaugurado em 10 de Dezembro de 1985, em S. Mamede de Infesta, Matosinhos” (Fernandes 1997: 148). Nos anos seguintes, multiplicaram-se os hipermercados: em 1987, inaugura o *Pão de Açúcar* da Amadora, seguido pelo *Continente*; em 1989, surge um novo Continente em Vila Nova de Gaia; em 1990, inaugura o *Euromarché*, em Vila Nova de Gaia, e, em 1991, o *Jumbo*, na Maia.

Foi já referido que o design gráfico e de comunicação para clientes na área da cultura – editoras, grupos de teatro, produtoras de cinema, museus e outras instituições culturais – aumentou significativamente a partir da segunda metade dos anos 1980, em resultado do processo de desenvolvimento de uma nova geração de políticas culturais em Portugal, que favoreceu um maior investimento neste setor. Esta dinâmica permitiu que alguns designers gráficos mais velhos, experientes e reputados (caso de Sebastião Rodrigues, Armando Alves, João Machado, João Nunes, José Brandão, João Botelho, Robin Fior, entre outros) mantivessem uma atividade importante, como também possibilitou a emergência de novos protagonistas, mais jovens, que se vão especializar nesta área (designers e ilustradores como Henrique Cayatte, Jorge Colombo, Francisco Providência, António Modesto, Rui Guimarães, Luís Miguel Castro e João Bicker, ou dos *ateliers* TVM, R2, DROP, Pã Design, Bárbara Says... e Martinho e Jaña). Destacam-se ainda, por outro lado, os avanços significativos, em termos de qualidade, sofisticação e até de algum arrojo, na linguagem gráfica e tipográfica utilizada neste período, por vezes recorrendo a abordagens comunicacionais menos convencionais que, em conjunto, vão tornar a cultura numa área bastante apelativa e sedutora para muitos jovens designers. Com efeito, à medida que se afirma a figura do designer “cultural” (Fior, 1999) em Portugal, também se reforça o prestígio atribuído a este domínio de atividade que, tornando-o numa aspiração amplamente partilhada por muitos estudantes de design e designers profissionais que, em geral, tendem a perspetivar a área da cultura enquanto um espaço de gratificação e consagração, em termos pessoais e profissionais, designadamente por beneficiar de um reconhecimento, prestígio e visibilidade pública mais alargados. Esta é uma tendência local que se encontra perfeitamente enquadrada do ponto de vista internacional, sobretudo a partir de meados da década de 1990 quando, como vimos no capítulo anterior, ocorre uma valorização, no seio da academia e da crítica especializada em design, mas também entre os profissionais, de abordagens mais experimentais e com um pendor vincadamente autoral, muito especial no campo do design gráfico e de comunicação. Ora, como veremos adiante, Portugal também tem acompanhado estes debates, em resultado, por um lado, do processo de maturação do ensino e da investigação em design, bem como, por outro, do surgimento de uma série de exposições e de publicações que, de algum modo, vieram simbolicamente “validar” e “consagrar” entre nós abordagens mais autorais, experimentais e criativas ao design. As décadas de 1980 e de 1990 correspondem ainda a um momento especialmente efervescente no campo do design editorial em Portugal. Com efeito, e para lá de alguns

projetos editoriais de menor escala – nalguns casos, particularmente marcantes pela cuidada abordagem gráfica cuidada que propunham¹⁸³ –, este período vai destacar-se sobretudo pela profusão de livros e manuais escolares lançados por grandes chancelas editoriais (*Caminho, Asa, Areal, Porto Editora*, etc.) que, através das suas encomendas regulares, vão “alimentar” um universo amplo de ilustradores e designers gráficos *freelancers*¹⁸⁴, bem como de *ateliers* de design de comunicação, de pequena e média dimensão.¹⁸⁵ Alguns entrevistados destacaram, em particular, a relevância que, a determinada altura, representava o mercado dos manuais escolares, em resultado de uma conjuntura histórica particular, em que um leque de reformas empreendidas no sistema de ensino, básico e secundário, no sentido da modernização das abordagens pedagógicas seguidas, motivaram uma profunda revisão dos conteúdos inscritos neste tipo de publicações.

Este foi também um período de autêntica “revolução na imprensa escrita portuguesa” (Almeida, 2014: 197)¹⁸⁶, cuja qualidade gráfica era, evidentemente, muito variável. Algumas destas publicações tornaram-se verdadeiros ícones de uma certa modernidade pelo seu arrojo, tanto em termos ideológicos, como estéticos, ajudando assim a afirmar o design gráfico em Portugal. Tal foi o caso, por exemplo, dos jornais *Blitz, Combate, O Independente, Kapa e Público*; e das revistas *Contraste, Ler, Cadernos Politika!, Sete e Quadrado* (cf. Farinha, 2011; Almeida, 2014; Silva, 2015). Margarida Dias Farinha destaca o contributo de algumas destas publicações para a “afirmação da juventude

¹⁸³ Tal foi o caso, nomeadamente, da *Assírio & Alvim*, através de alguns trabalhos notáveis assinados por Manuel Rosa, da *Afrontamento*, através das colaborações regulares com designers gráficos como Armando Alves, João Botelho ou Gil Maia, ou ainda da longa colaboração que João Bicker vai estabelecer com a *Fenda*, entre alguns outros exemplos que é possível encontrar neste período.

¹⁸⁴ Pela regularidade do trabalho realizado, destacam-se, entre outros, os trabalhos realizados neste período por António Modesto, Jorge Colombo, Manuela Bacelar, Luís Miguel Castro, Jorge Silva, entre outros.

¹⁸⁵ É especialmente notável, neste época, a prolongada colaboração, em variadas coleções e publicações, que o *atelier* de João Machado, sediado no Porto, vai estabelecer com a *Asa*, o mesmo acontecendo, em Lisboa, com o *atelier* de Henrique Cayatte, neste caso com a *Editorial Caminho*, por exemplo.

¹⁸⁶ João Pedro George descreve, do seguinte modo, este panorama de forte ebulição da imprensa nacional: “Graças ao crescimento exponencial do mercado publicitário (e à progressiva privatização dos jornais do Estado), o final da década de 1980 caracterizou-se pela enorme vitalidade da imprensa, com a propagação de revistas destinadas ao público feminino de classe média, a *Máxima* e as versões portuguesas da *Elle* e da *Marie Claire* (todas criadas em 1988); a emergência de revistas de sociedade como a *Olá-Semanário*, com reportagens sobre casamentos e festas da alta sociedade, e outras menos cautelosas, como a *Semana Ilustrada*, que divulgou casos de infidelidade, divórcios e escândalos sexuais (...); a diversificação das revistas com resumos dos programas de televisão, em particular das telenovelas, com o aparecimento de *Mariana*, que vinha concorrer com a *TV Guia* e a *Maria*; a multiplicação da imprensa especializada, do golfe aos desportos motorizados, passando pela divulgação científica, pelos adolescentes (revistas *Bravo* e *Superpop*) pela literatura (revista *Ler*, 1987), pelos estilos de vida de sucesso (a revista *Classe*), pelo luxo (arte, moda, mundanidades) e, sobretudo, pela informação económica, com as revistas *Exame*, *Expansão*, *Valor* e *Fortuna*. Em 1988, nasceram novos diários (o *Europeu*), uma revista (*Sábado*) e dois novos semanários, com destaque para *O Independente*...” (2013: 200-201).

como criadora e consumidora de uma cultura independente, através da música, do cinema, das artes plásticas, da moda e das várias manifestações estéticas que tiveram destaque nos anos 80 em Portugal” (2011: 97). Os grupos etários mais jovens, crescentemente escolarizados, tiveram de facto um papel chave na emergência de uma nova cultura urbana em Portugal, que se caracteriza por novos hábitos e consumos lúdico-culturais, transformando profundamente o país e, em particular, os seus principais polos urbanos, Lisboa e Porto (cf. Guerra, 2010). Neste sentido, pode afirmar-se que o design gráfico – a par de outras expressões artísticas e criativas como a música, o cinema e a moda – protagonizou um papel relevante na sociedade portuguesa do final do século XX, contribuindo igualmente para o já mencionado processo de atualização e modernização do país, colocando-se em acelerada rota de convergência com algumas das principais tendências culturais e intelectuais contemporâneas.

Ainda a propósito da capacidade que algumas destas publicações periódicas tiveram de, nestes anos, transportarem consigo um conjunto de novas referências internacionais, vale a pena referir o caso do *Contraste*, dirigido por Miguel Portas, entre 1985 e 1987. Embora com apenas 10 números publicados e uma circulação relativamente restrita, o *Contraste* foi, pelas novas abordagens gráficas que introduziu – inspirando-se claramente na revista *Madrid Me Mata*, mas onde também encontramos influências de revistas anglo-saxónicas como a *I-D* e *The Face*, que marcavam então a vanguarda de uma certa cultura urbana – “um importante ensaio para o *boom* da ilustração editorial em jornais e revistas como o jornal *Combate* do PSR¹⁸⁷ e, já no fim da década, *O Independente*¹⁸⁸ e o *Público*, pela mão de diretores de arte que tiveram papel de relevo no *Contraste*, como Henrique Cayatte, Jorge Colombo e Jorge Silva.” (Silva, 2012).

Posteriormente, a revista *Kapa*, dirigida por Miguel Esteves Cardoso, entre 1990 e 1993, foi também marcante pelo seu arrojo gráfico e irreverência editorial (Raio, 2014; Farinha, 2011). Além disso, esta publicação reflete um momento bastante particular de transição do design gráfico em Portugal, tal como em toda a Europa, rumo ao *desktop publishing*, na medida em que todo o trabalho de paginação e tratamento gráfico era ainda feito à mão, num trabalho artesanal de corte-e-cola em que, frequentemente, se

¹⁸⁷ O *Combate*, jornal do Partido Socialista Revolucionário, foi dirigido por Jorge Silva entre 1978 e 2003. A partir de 1986, por influência direta do *Contraste*, o *Combate* renova a sua imagem gráfica e assume a ilustração como um dos seus traços identitários. A partir de 1991, na sequência da saída de Jorge Colombo d’*O Independente*, Jorge Silva assume a direção arte do semanário (mantendo, em simultâneo, a direção de arte do *Combate*), assistindo-se a uma curiosa migração de ilustradores entre ambos os jornais – antagónicos do ponto de vista da sua orientação política (cf. Silva, 2010).

¹⁸⁸ *O Independente* foi um jornal semanário dirigido por Miguel Esteves Cardoso e por Paulo Portas, fundado em 1988, contando com a direção de arte de Jorge Colombo e, mais tarde, de Jorge Silva.

utilizavam imagens de revistas estrangeiras, recortadas à tesoura e coladas em folhas com a devida proporção, tal como os textos, não tendo muitas vezes o designer uma perceção completa da revista paginada até a ver finalmente impressa, como descreveu, em entrevista, Luís Miguel Castro, designer gráfico e diretor de arte da *Kapa*:

Até ao fim da revista *Kapa* eu fazia maquetas coladas [à mão] e aquilo ia para ser acabado lá na gráfica. (...) [Nessa altura] havia [computadores] nas gráficas, [mas] não havia computadores pessoais, ninguém tinha ainda. (...) Aquilo era um trabalhão! Tinha de se passar horas lá com os gajos [na gráfica], tínhamos de conquistar a confiança [dos impressores], era uma relação. (...) Eles [os impressores] recolhiam o texto e eram eles que paginavam, de acordo com uma maqueta que nós lhes dávamos. As fotografias a mesma coisa, eles digitalizavam as fotos. As fotos só eram paginadas depois na montagem, ainda era tudo montado em película na altura. Hoje não, hoje é tudo montado no computador e aquilo já nem sequer sai em película, vai diretamente para uma chapa, percebes? Nessa altura, não. Eles montavam aquilo numa película, as quatro cores, dava um trabalho do caraças aquilo, [porque] os gajos depois tinham de juntar as cores umas às outras, as fotografias, faziam um *ozalid*, que era uma prova num papel especial que depois era revelado numa coisa com amoníaco – aquilo fazia um mal do caraças, estava ali um gajo a levar com aquele amoníaco todo, era terrível! Depois vinha [a prova], aquilo era revisto, era tudo revisto, os textos eram todos revistos por um revisor e, no fim, eu via se, do ponto de vista da maqueta, as imagens estavam bem, se não havia coisas que tivessem mal nos títulos ou faltassem legendas ou coisas do género, ia para ser corrigido e, finalmente, vinha uma segunda prova para ver se estava tudo bem e, só depois, é que tudo avançava. O processo hoje é muito mais rápido, porque eu posso paginar tudo [no meu computador], faço eu uma revisão, ou faz quem eu tenha [contratado] para fazer uma revisão de texto, verifico as imagens, verifico tudo no computador, faço um PDF, mando-lhes [para a gráfica] e vai logo para impressão.

A *Kapa* constitui, pois, um dos últimos resquícios da tradição de trabalho “analógico” em design gráfico em Portugal, numa época já de transição para um uso generalizado do computador, o que se concretizaria nos anos seguintes, alterando muito profundamente as práticas dos designers gráficos, despoletando uma série de transformações que culminaram numa profunda e, porventura, inevitável crise no mundo das artes gráficas, com o encerramento de várias oficinas, durante a década de 1990 (Durão, 2003).

Um exemplo que contrasta nitidamente com a *Kapa* é o do jornal diário *Público*, dirigido por Vicente Jorge Silva, cujo primeiro número saiu para as bancas a 5 de março de 1990. O *Público* foi pioneiro em Portugal na utilização do computador na paginação e tratamento gráfico, sendo totalmente desenhado, escrito e paginado em computadores *Macintosh*, tirando para tal partido do que de mais avançado existia à época em termos de *hardware* e *software*, como afirmou, em entrevista, Henrique Cayatte, autor do

projeto gráfico original, que Robin Fior caracterizou de “limpo, moderno (...) define a sua audiência para uma elite cultural, e jovem” (1999: 94). Posteriormente, vários outros jornais e revistas portuguesas fizeram a transição para o digital – tal como ocorreu com a esmagadora maioria das agências de publicidade e dos *ateliers* de design –, o que contribuiu para que, ao longo de toda a década de 1990, se assistisse a uma profunda alteração dos processos de trabalho em design gráfico e de comunicação e, conseqüentemente, se fossem progressivamente dissolvendo as relações de dependência e de uma certa cumplicidade que até então se estabeleciam entre designers e tipógrafos, como realçaram vários dos entrevistados que viveram profissionalmente este período.

Retomando a análise sobre a importância do *boom* de publicações, de cariz diverso, que ocorreu em Portugal, a partir de meados da década de 1980, interessa, para concluir, salientar que tal permitiu ampliar significativamente o mercado de trabalho nesta área, bem como, graças à necessidade de rapidamente recrutar novos profissionais, favoreceu a emergência de uma nova geração de designers, trazendo consigo novas referências. Esta nova geração assumiu um papel muito relevante no processo de renovação do design português do pós 25 de Abril, abrindo-o finalmente a contaminações com outras expressões culturais e artísticas – algumas delas de cariz *underground*, outras marcadamente *pop*, em qualquer uns dos casos extravasando visivelmente “os limites impostos pelas gerações anteriores” (Almeida, 2014: 196) –, novamente evidenciando como, também neste domínio, Portugal vai, neste período, recuperar de um certo atraso, tentando rapidamente acompanhar as principais tendências internacionais da época.

Simultaneamente, foram também bastante importantes outras iniciativas e dinâmicas, ligadas quer ao consumo quer à fruição estética e cultural, que concorreram para a emergência de um *novo olhar* acerca do design em Portugal, reconceptualizando-o enquanto expressão cultural de forte pendor criativo, autoral e até *para-artística*.

Vimos anteriormente que, ao longo das décadas de 1980 e de 1990, várias exposições procuraram, ainda que pontualmente, abordar e refletir sobre a prática do design a partir de uma perspectiva claramente *não-comercial* e *não-funcionalista*, relevando, assim, a sua dimensão mais cultural, criativa, experimentalista e, por vezes, *para-artística*. Esta tendência consolidou-se a partir de meados dos anos 1990, sob os auspícios de uma nova geração de políticas culturais que enquadraram o design de um outro modo, enquanto uma atividade cultural, dedicando-lhe, assim, algumas medidas e instrumentos de política pública que foram também relevantes para o desenvolvimento desta área.

Importa destacar, por outro lado, o papel preconizado por conjunto relativamente restrito de lojas de design que, a partir de meados da década de 1980, surgiram em Lisboa (caso da *Dimensão*, *Loja da Atalaia*, *Fio de Prumo*, *Altamira* ou da *Paris Sete*) e no Porto (*Vantag*, *DDI*, *Elementar*, *De Facto*, *Sátira*, entre outras). Estas lojas, e a dinâmica de consumo a elas associadas, deram também um contributo muito importante para a renovação de certas conceções de design hegemónicas no país, nomeadamente através da divulgação de algumas abordagens mais experimentais e de forte pendor autoral que então emergiam internacionalmente (cf. Lopes, 2000; Farinha, 2011; Santos, 2014; Almeida, 2014; Silva, 2015). Neste sentido, Nuno Lacerda Lopes afirma que

O aparecimento das novas lojas como intermediários do design, permitiu a construção de um novo interface da sua comunicação e divulgação, que numa primeira fase foi desenvolvida por algumas lojas com intenção de comercializar e explorar novos gostos e mercados e, numa outra fase, garantir a crescente adesão dos novos arquitetos como indutores de um gosto diferente, de uma nova imagem e de uma exigente necessidade de renovação. (Lopes, 2000: 80-81).

Num contexto em que, apesar das iniciativas públicas de promoção da ligação do design à industrial em Portugal, o mercado de trabalho nesta área era exíguo, levando muitos recém-licenciados em design de equipamento a procurarem trabalho noutras áreas percecionadas como tendo uma maior “saída profissional”¹⁸⁹, saliente-se ainda o papel desempenhado por algumas destas lojas na “alavancagem” das carreiras de uma nova geração de designers de equipamento (Paulo Parra, Marco Sousa Santos, Pedro Silva Dias, Raul Cunca, José Viana, etc.) que então apostaram em projetos que, em geral, denotavam características vincadamente autorais, experimentais e exploratórias.

Também no campo do design de moda houve, ao longo de toda a década de 1980, vários acontecimentos pontuais que, embora centrados em Lisboa, foram relevantes na afirmação e autonomização desta área, designadamente de um ponto de vista criativo: da abertura de algumas lojas de roupa de designers de moda nacionais, como Ana Salazar e Manuela Gonçalves; à realização de eventos como o *Manobras de Maio*, iniciado em 1986 e que, embora de forma descontínua, teve várias edições até 2000, ocupando sempre o Largo do Século, no Bairro Alto (Lisboa), tendo contribuído para a divulgação das novas geração de designers de moda portugueses, como Eduarda Abbondanza, Mário Matos Ribeiro, Filipe Faísca, José António Tenente, entre outros

¹⁸⁹ Entre estas inclui-se a atividade docente, nomeadamente no ensino básico e secundário (Silva, 2015: 36), mas também o trabalho em design gráfico, um domínio de especialidade que, já vimos, na sequência da adesão de Portugal à CEE, em 1986, beneficiou do grande aumento do investimento, público e privado, em comunicação, marketing e publicidade.

(cf. Farinha, 2011; Coutinho, 2016; Duarte, 2006; Cardim, 2014). Esta dinâmica culminou, no início da década de 1990, na criação da *ModaLisboa* (1991, em Lisboa) e do *Portugal Fashion* (1996, no Porto), os mais emblemáticos eventos de design de moda português, que não só contribuíram para implementar um calendário regular de desfiles, devidamente profissionalizado, como foram decisivos na valorização, até então inédita no país, de uma vertente claramente autoral, experimental e até vanguardista ligada à chamada “alta-costura”, afirmando assim a centralidade dos designers de moda em todo este processo. Além disso, estes dois grandes eventos de divulgação da moda nacional foram acompanhados – e, de algum modo, impulsionados – pelo surgimento, entre finais da década de 1980 e o início dos anos 2000, de publicações especializadas em moda e *lifestyle* (caso das revistas *Elle*, *Mairie Claire*, *Máxima* e, mais tardiamente, da *Vogue*) que, “em paralelo com o fomento do *marketing* e publicidade e dos canais privados de televisão fazem com que a fotografia e produção de moda e as agências de modelo comecem também a ser áreas em desenvolvimento” (Coutinho, 2016: 22).

Refletindo um contexto social e económico que, como vimos, aparentava ser promissor, as décadas de 1980 e 90 correspondem, assim, a um momento de verdadeira explosão do design em Portugal, em múltiplas e variadas dimensões – do “boom das escolas de design, [a]o aumento muito significativo do número de estudantes, designers profissionais, *ateliers*, publicações e iniciativas ligadas ao design” (Bártolo, 2014b: 60). Neste sentido, é bastante curioso analisar *Design, Designers & Portugal*, que pretendia ser “o primeiro diretório de design português”, tendo sido editado pela APD em 1994, na sequência da sua participação na Exposição Mundial de Design *Nagoya’89* (AA.VV., 1994). Embora esta publicação esteja longe de esgotar todo o universo de designers profissionais então existente no país, o elenco de protagonistas aqui coligido evidenciava, de forma clara, uma dinâmica de alargamento e diversificação do campo do design em Portugal, seja no que concerne ao número de profissionais e empresas (157 no total), seja no que toca às áreas de especialização – que incluíam design gráfico, design industrial, joalheria, design de moda e design de palco. Além disso, encontra-se aqui um curioso equilíbrio geracional: desde figuras tutelares como Sebastião Rodrigues, Sena da Silva, Daciano da Costa ou Alberto Cardoso, a vários jovens designers, então recém-licenciados, nos cursos superiores de design da ESBAL e ESBAP, como Paulo Parra, Pedro Silva Dias, Raul Cunca, Antero Ferreira, Adriano Rangel, entre outros. Constata-se igualmente alguma diversidade de formações nesta seleção de profissionais, abrangendo desde licenciados em design (gráfico ou de equipamento) a profissionais

cuja formação foi feita, nuns casos, de modo autodidata ou, noutros casos, em outras áreas disciplinares, com destaque para o número bastante significativo de arquitetos.

Por outro lado, o lançamento desta publicação, a que se seguiu uma ativa participação na organização em Lisboa do 16º congresso do ICOGRADA, logo no ano seguinte, corresponde ao culminar de uma fase de maior dinamismo e projeção pública da APD em prol da afirmação, valorização e promoção do design em Portugal. Com efeito, durante os anos 1980 e 1990 a APD apostou em estreitar ligações às mais importantes associações socioprofissionais e outros organismos internacionais ligados ao design (ICSID - *International Council of Societies of Industrial Design*, o BEDA - *Bureau of European Design Associations* e ICOGRADA).¹⁹⁰ Em Portugal, a associação organizou e/ou participou em debates, colóquios e sessões de esclarecimento sobre design e a atividade profissional nesta área, nomeadamente em contexto escolar. Simultaneamente, promoveu, junto de entidades, públicas e privadas, ações de sensibilização para que introduzissem critérios de qualidade em domínios relacionados com a área do design (por exemplo, apoiando-as na preparação e realização de procedimentos concursais para aquisição e serviços de design, participando em júris destes mesmos concursos, etc.). Finalmente, a APD lançou pontualmente, ao longo dos anos 1980 e 1990, algumas publicações, em formatos diversos e incidindo sobre temas variados¹⁹¹, tendo-se ainda envolvido na organização de algumas exposições e mostras de design.¹⁹²

Contudo, e segundo vários testemunhos recolhidos em entrevista, a APD confrontou-se, sobretudo a partir de 1996, e mormente em resultado do significativo esforço realizado pela associação para viabilizar a realização do congresso do ICOGRADA em Portugal, com um conjunto de obstáculos que a impediram de manter a dinâmica em curso, acabando por entrar em declínio e, já no final da primeira década de 2000, num certo

¹⁹⁰ Entre 1993 e 1994, Margarida Oliveira integrou, como representante da APD, a direção do BEDA.

¹⁹¹ Foram diversas as publicações lançadas pela APD, destacando-se, entre outras, a já mencionada *Design, Designers & Portugal* (AA.VV., 1994) e a série *Comunicação Popular*, uma série de pequenos livros sobre “as raízes do Design em Portugal”, editada, entre 1993-94, com o apoio do CPD, tendo incluído abordagens a temas tão variados como os *Barcos* (Victor da Silva), as *Jóias do Tempo* (Filipa Taíña), os *Moinhos de Vento* (Nuno Vale Cardoso), as *Letras de Fachada* (José Brandão) e a *Comunicação Popular* (Manuel Paula). Além disso, foram igualmente publicados vários panfletos, caso dos desdobráveis “O lugar do design” (1976) e “Condições de Trabalho entre Cliente e Designer” (1994) e do boletim da APD *di'zain*, publicado entre 1994-95. Para uma listagem mais exaustiva das várias exposições realizadas pela APD, cf. Barradas, 2018: 24-26.

¹⁹² Das várias exposições realizadas pela APD, destacam-se, entre outras de menor dimensão, as já mencionadas *Design & Circunstância* (1982), em colaboração com a SNBA, e *Sebastião Rodrigues, Designer* (1995), esta última organizada pela FCG mas contando com a estreita colaboração da APD, pois inseriu-se no contexto da realização, também em Lisboa e na própria FCG, do 16º Congresso do ICOGRADA, no qual, como referido anteriormente, a APD esteve ativamente envolvida na organização. Para uma listagem mais exaustiva das várias exposições realizadas pela APD, cf. Barradas, 2018: 24.

estado de “hibernação” – situação em que, veremos no subcapítulo seguinte, se mantém até hoje.

4.3. O design português no Novo Milénio: massificação, heterogeneidade, diversificação e precarização

Na análise do processo de institucionalização e desenvolvimento do design em Portugal identificou-se como o último e mais recente período aquele que se iniciou, *grosso modo*, nos primeiros anos do século XXI e que se prolonga até à atualidade. Mais do que pelas constâncias e linearidades, esta fase caracteriza-se, no essencial, por alguma volatilidade, irregularidade e, não poucas vezes, pela presença de tendências algo contraditórias. Trata-se de um período em que, por um lado, se consolida o processo de massificação do design na sociedade portuguesa, em curso desde as décadas anteriores, como vimos. Este é também um período que, acompanhando as grandes tendências internacionais, se caracteriza pela crescente expansão e diversificação do campo do design, o que se reflete em percursos profissionais cada vez mais heterogéneos. Mas, por outro lado, este é um período profundamente marcado pela forte contração económico-financeira do país, iniciada logo em 2002-03, mas que se agravaria substancialmente a partir de 2008-10 (Reis, 2014, 2018), com consequências muito nefastas, nomeadamente do ponto de vista económico e social (Rodrigues, 2016; Carmo *et al.*, 2018), bem como pela deterioração e desregulação geral das relações laborais (Silva *et al.*, 2017; Carmo e Matias, 2019; Carmo e Cantante, 2015; Cantante, 2018; Ferreira, 2017), inevitavelmente impactando negativamente toda a atividade profissional em design em Portugal. E, por último, assiste-se neste período ao aprofundamento da orientação política que preconizava uma maior aproximação do design à esfera das políticas culturais e urbanas, em sentido amplo – o que, como vimos, se começou a afirmar ainda em meados da década de 1990. Tal como no subcapítulo anterior, e de forma a assegurar clareza e sistematicidade na análise interpretativa que se segue, esta será, uma vez mais, estruturada num conjunto de grandes “blocos temáticos”, através dos quais que examinam as principais dinâmicas de evolução e de transformação do campo do design em Portugal e, muito em particular, focando o subcampo do design gráfico e de comunicação, a partir dos anos 2000.

Ensino, Formação e Investigação em Design em Portugal: mudanças e transformações nos primeiros anos do novo Milénio

Historicamente, as décadas de 1980-90 corresponderam, como vimos antes, a uma fase de forte massificação do ensino superior português. No caso do design, tal dinâmica evidenciou-se num alargamento da oferta de instituições com cursos superiores na área, bem como no número cada vez maior de alunos interessados em frequentá-los, o que repercutiu a crescente popularidade da disciplina, no contexto nacional e internacional. Apesar do contributo significativo desta dinâmica para a afirmação da especificidade e autonomia do design em Portugal, nomeadamente no plano científico, a verdade é que, contudo, a investigação em design – assim como, de resto, a própria escrita ensaística e crítica de design – era nesta época praticamente inexistente no país. Esta situação começa a alterar-se na primeira década de 2000, em resultado das reformas no sistema de ensino superior e de investigação científica impulsionadas pelo chamado *Processo de Bolonha* (Félix, 2017), mas também de outras dinâmicas que, dentro e fora da academia, reclamavam o surgimento de novos espaços de debate e de reflexão crítica sobre design. Importa começar por analisar o panorama atual da oferta de cursos de licenciatura, mestrado e doutoramento em design que são disponibilizados por inúmeras instituições de ensino universitário e politécnico, público e privado, dispersas por todo o país. De acordo com os dados oficiais disponibilizados pela Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência (DGEEC), em 2019 Portugal tinha 45 instituições de ensino superior que disponibilizam oferta letiva cursos de design, nos três ciclos de estudos.¹⁹³ Analisando estes dados, conclui-se ainda que, nos últimos anos, a oferta de ensino superior em design em Portugal tem-se vindo a ampliar e diversificar, embora persistam predominantes os cursos de licenciatura, mestrado e doutoramento nas áreas de design gráfico, de comunicação e multimédia, e nas de design industrial e de equipamento (Agapito, 2015: 94-95) – duas áreas de especialização com maior “tradição” no país, estando associadas aos primeiros cursos superiores de design, como vimos antes. Destaque-se, por outro lado, um outro fator que parece contribuir para que Portugal tenha hoje um panorama mais diverso de ensino do design: a circunstância deste ser

¹⁹³ Informação retirada do *website* da DGEEC, importando salientar que todos os dados recolhidos estão estruturados de acordo com a Classificação Nacional de Áreas de Educação e Formação (CNAEF) e englobam todos os cursos pertencentes ao subsistema de ensino superior universitário e politécnico, público e privado, em Portugal, conforme se encontra estabelecido na Portaria n.º 256/2005, 16 de Março. Foi excluída desta análise a oferta de cursos de técnico superior profissional que são atualmente disponibilizados nalguns estabelecimentos de ensino superior politécnico, público e privado. Em anexo, apresentam-se tabelas que detalham esta informação.

ministrado em instituições de ensino superior, de nível universitário e politécnico, cujas unidades orgânicas responsáveis (faculdades, escolas ou departamentos) estão afetas a uma pluralidade de áreas científicas: artes e, nalguns casos, design; arquitetura; ciências de educação; engenharias e tecnologias; administração e turismo; entre algumas outras. Teoricamente, esta pluralidade disciplinar tenderá a refletir-se, em maior ou menor grau, na diversidade de perspetivas e abordagens teóricas e pedagógicas adotadas, levando a que o ensino do design atual se distancie da visão que, durante anos, prevaleceu no país que, como vimos, privilegiava a dimensão *prática*, em detrimento de outras, especialmente daquelas com características mais *teóricas, reflexivas e/ou investigativas*. Em linha com a tendência já registada durante os anos 1990, verifica-se que a distribuição geográfica das instituições de ensino superior com oferta na área do design manteve-se, nos últimos anos, bastante abrangente, alcançando praticamente todas as regiões do país (excetuando o caso da Região Autónoma dos Açores, onde esta oferta não existe). Trata-se de uma dimensão relevante pois, para além de permitir alargar e diversificar significativamente a oferta de ensino em design, também assegura uma maior equidade no acesso à mesma, em resultado desta ampla cobertura territorial. Apesar disto, assinala-se que continua a ser nas regiões mais urbanas, localizadas na faixa litoral do país, onde se concentra a maioria da oferta de cursos superiores de design, sendo que, no caso dos cursos de doutoramento, esta distribuição territorial sofre um afunilamento ainda maior, concentrando-se num grupo bastante reduzido de universidades, públicas e privadas, localizadas nos principais polos urbanos do país (cf. Agapito, 2015: 91-93).

Por outro lado, o alargamento e diversificação da oferta de cursos de design refletiu-se ainda no aprofundamento de uma dinâmica de massificação do ensino do design em Portugal que, embora bastante visível no final da década de 1990, sofreu um claríssimo aumento nas últimas (quase) duas décadas. Com efeito, analisando o *Inquérito ao Registo de Alunos Inscritos e Diplomados do Ensino Superior*¹⁹⁴ é nítida a dinâmica de franco crescimento do número de formados em design. Se, por exemplo, no ano letivo

¹⁹⁴ Esta análise baseou-se numa pesquisa nas bases de dados da DGEEC que considerou todos os diplomados em estabelecimentos de ensino superior portugueses – segundo a natureza do estabelecimento de ensino, tipo de ensino, estabelecimento/unidade orgânica, curso, ramo, curso/ ciclo de estudos e área de educação e formação – na área do Design, entre os anos letivos 1995/96 e 2016/2017. Sendo o foco da análise o grupo dos licenciados e pós-graduados em design, optou-se por excluir todos os diplomados em cursos de formação pós-secundária de nível não superior, que conferem qualificações do nível 5 do Quadro Nacional de Qualificações (QNQ), como é o caso dos cursos de especialização tecnológica (CET) e dos cursos de técnico superior profissional (CTESP), que atualmente são ministrados não só em escolas profissionais, mas também por algumas instituições de ensino superior com oferta na área do design.

1995-1996, houve um total de 661 diplomados em design, distribuídos pelos vários ramos de especialização, dos quais 33 eram mestres ou pós-graduados, constata-se que cerca de duas décadas mais tarde, no letivo 2016-2017, este cenário sofreu uma profundíssima mudança, em resultado do verdadeiro *boom* de diplomados em design (5.511 no total), que se distribuíam pelos 3 ciclos de estudos do seguinte modo: 3.633 licenciados, 1.765 mestres e pós-graduados e 113 doutorados em design, em várias áreas de especialização. De igual modo, observando a evolução global dos diplomados em design entre os anos letivos 2001-2002 e 2016-2017, fica bastante clara a dinâmica de crescente massificação do número de designers detentores de formação superior, graduada e pós-graduada: neste período, diplomaram-se em design um total de 36.620 pessoas, das quais 29.038 em cursos do 1º ciclo (bacharelatos e licenciaturas), 7.152 em cursos do 2º ciclo (pós-graduações, mestrados e mestrados integrados) e ainda 430 em cursos do 3º ciclo (doutoramento). Embora o aumento de diplomados em design seja bastante expressivo nos três ciclos de estudos, constata-se que, entre os anos letivos 2001-2002 e 2016-2017, foi sobretudo ao nível dos doutoramentos que houve uma clara “explosão”, o que se compreende, pois o seu número era praticamente residual até ao início do século XXI (apenas 5 pessoas tinham concluído doutoramento no ano letivo 2000-2001, por exemplo). Trata-se de um aspeto bastante relevante, pois corresponde a uma dinâmica, também ela crescente, de desenvolvimento e diversificação da investigação científica em design, cujas repercussões serão analisadas em maior detalhe adiante.

A equipa coordenada por Dora Agapito (2015, cap. 3) analisou com detalhe a evolução do número de diplomados (licenciatura, mestrado e doutoramento) em design no país, ao longo de uma década (ano letivo 2002-2003 a 2012-2013). Das suas conclusões merecem destaque dois aspetos ainda não referidos: por um lado, tem-se assistido a uma crescente feminização da frequência e conclusão dos cursos em design, em regra transversal aos diferentes ciclos de estudo, apesar de algumas exceções pontuais, acompanhando assim uma tendência que tem contornos mais amplos no país (*ibidem*: 83-86); verificou-se, por outro lado, que excetuando o ano letivo 2003-2004, durante todo o período em análise houve sempre um equilíbrio entre o número de diplomados no ensino superior público, politécnico e universitário, que se mantiveram praticamente equivalentes e, além disso, predominantes no sistema, suplantando assim os designers formados em instituições de ensino superior privado – sendo de assinalar ainda o maior

impacto das universidades privadas relativamente aos seus congéneres politécnicos (*ibidem*: 86-87).

Este *boom* da oferta de ensino superior em design a parte do início dos anos 2000, crescentemente diversificada e especializada, sobretudo ao nível do 2º e 3º ciclo, corresponde igualmente à mudança despoletada pelo chamado *Processo de Bolonha*, uma reforma geral do sistema de ensino superior em Portugal cujo alcance e impacto, nesta como em outras áreas científicas, se tem vindo a revelar bastante profundo.

Em termos gerais, o *Processo de Bolonha* pretendeu fazer convergir os sistemas de ensino superior no espaço europeu, de modo a facilitar o intercâmbio de estudantes, bem como a adaptar os conteúdos dos diferentes ciclos de estudos universitários às novas necessidades sociais, tornando-os mais curtos e especializados, bem como mais transparentes e reconhecíveis entre os diferentes países da UE, passando, desde então, a utilizar-se como método de quantificação das aprendizagens dos estudantes ao longo do seu percurso escolar os chamados créditos ECTS – *European Credit Transfer and Accumulation System*, mecanismo que teoricamente facilita a circulação dos alunos entre cursos e universidades, assegurando-lhes ainda maior liberdade e autonomia no desenho dos seus percursos educativos e investigativos. À semelhança dos restantes países que retificaram, a 19 de junho de 1999, a *Declaração de Bolonha*, Portugal iniciou a preparação da reforma do seu sistema de ensino superior logo nos primeiros anos da década de 2000; no entanto, pela complexidade associada à definição e execução destas mudanças, os seus impactos só se fizeram sentir de forma completa – isto é, abrangendo os três ciclos de estudos – a partir do ano letivo 2009-2010.¹⁹⁵

Os impactos do *Processo de Bolonha* no ensino superior e na investigação em design em Portugal foram bastante significativos. Com efeito, ao encurtar os ciclos de estudos, com programas curriculares mais dirigidos e especializados, esta reforma educativa veio inequivocamente reforçar e acelerar a dinâmica de “massificação” do ensino em design, assistindo-se há já referida proliferação de novas ofertas de cursos de 1º, 2º e 3º ciclo. Neste contexto, vários dos designers entrevistados questionaram a qualidade pedagógica da oferta de cursos disponibilizada nalgumas instituições de ensino superior de design, considerando que a aceleração generalizada dos ciclos de estudo e a compressão dos períodos dedicados à aprendizagem de determinadas matérias (tornando praticamente todas as cadeiras semestrais, por exemplo), acabam por prejudicar o processo de ensino-

¹⁹⁵ Sobre o *Processo de Bolonha* e a sua aplicação em Portugal, cf. Heitor e Horta, 2015; Veiga, 2015.

aprendizagem dos alunos, especialmente ao nível do 1º ciclo. Alguns entrevistados interrogaram-se ainda acerca da (in)sustentabilidade da manutenção do atual volume anual de diplomados em design, que consideram ser demasiado elevado, sobretudo atendendo à reduzida dimensão do país e às debilidades da economia portuguesa, e gerando assim um conjunto de efeitos perniciosos no mercado de trabalho, que serão analisados em detalhe adiante.

Independentemente dos aspetos menos positivos que se podem apontar à massificação do ensino do design em Portugal, dos anos 1990 em diante, um aspeto reconhecidamente positivo que resultou deste processo consistiu numa certa democratização do acesso à profissão de designer. Além disso, o *boom* de cursos superiores de design, ministrado por instituições, públicas e privadas, que estão dispersas por todo o território nacional, ajudou igualmente a alargar o reconhecimento e a valorização desta área criativa, fazendo chegar informação sobre ela a diferentes comunidades. Vai precisamente neste sentido a observação feita por um dos entrevistados, o *type-designer* Dino dos Santos:

... no final dos anos 80/início dos anos 90, houve um *boom* de escolas de design. Foi subtil ao princípio - estamos a falar do IADE, da ESAD, aqui em Matosinhos, da ESAP. Depois, disseminou-se um pouco por todo o país: Portalegre, Castelo Branco, Aveiro, Algarve, Trás-os-Montes, Minho. [Hoje em dia] há escolas de design em todos os sítios. Estamos a falar de milhares de alunos de design, alunos esses que têm família ... E, portanto, quanto mais não seja por aí, dá-se essa disseminação, esse apreço e uma maior compreensão sobre o que é o valor do design. E é difícil de o fazer de outra forma. Ou seja, faz-se por simpatia, mais do que por uma compreensão do que é [o design] ou do devido valor daquilo. Mas faz-se por simpatia. As pessoas estavam habituadas a ter um advogado ou um médico na família, agora estão habituadas a ter um designer.

Outro dos aspetos que resultou particularmente relevante deste processo de massificação do ensino do design em Portugal tem sido a gradual expansão, abrangendo todo o país, de uma nova *cultura do design*, através, nomeadamente, de uma profusão de eventos – colóquios, conferências, mesas-redondas, exposições, etc. – organizados por diferentes escolas superiores de design, públicas e privadas que, nos casos mais bem-sucedidos, conseguem alcançar audiências mais vastas, superando os limites estritos da academia.

Arrancando no início da década de 2000, esta dinâmica foi-se intensificando e ganhando não só uma cadência e regularidade crescentes, como, apesar de persistir uma tendência de concentração nas Áreas Metropolitanas de Lisboa e do Porto, conseguindo abranger, cada vez mais, outros pontos relativamente mais periféricos do território nacional.¹⁹⁶

O ciclo de conferências *Personal Views*, comissariado por Andrew Howard e organizado pela ESAD de Matosinhos, entre 2003-08, trouxe a Portugal reputados designers, investigadores e críticos internacionais, de algum modo colocando o país em rota de convergência com os principais debates que marcavam o panorama internacional da reflexão, ensino, investigação e crítica em design e, em particular, em design gráfico e de comunicação. Moura (2007) e Bártolo (2008b, 2015) atribuem especial importância a este ciclo de conferências – o “mais importante evento sobre design gráfico que teve lugar em Portugal e, seguramente, um dos maiores e mais relevantes do mundo” (Bártolo, 2008b) –, considerando que, a par da bienal *ExperimentaDesign*, este evento contribuiu para revelar a existência, em Portugal, de um novo tipo de público, mais informado e interessado em debater sobre design, refletindo criticamente sobre o exercício desta prática profissional e as suas repercussões na sociedade contemporânea. Embora inserindo-se num contexto académico, este foi um evento que, pelo conjunto de convidados internacionais efetivamente notável e pela atualidade do seu programa, teve um impacto bastante mais amplo, nomeadamente entre os profissionais a operar na área, aspeto que foi, de resto, também mencionado em várias das entrevistas realizadas.

Mais recentemente, surgiram outros eventos dedicados especificamente ao campo do design gráfico e de comunicação que, com maior ou menor regularidade, promovem espaços alargados de encontro e debate. É o caso, por exemplo, do *World Graphic Day*, instituído pelo ICOGRADA, e que, desde 2011, tem sido também anualmente celebrado a 27 de abril com um evento público, novamente organizado pela ESAD de Matosinhos, em parceria com a autarquia local, que disponibiliza o teatro municipal para o efeito. Em geral, o programa inclui apresentações curtas de *portfolios* de designers e de *ateliers* de design gráfico, cobrindo diferentes gerações e perfis relativamente distintos (embora,

¹⁹⁶ Fora dos grandes centros urbanos de Lisboa e Porto, destacam-se, pela sua regularidade e persistência no tempo, bem como pela razoável relevância que lhes é hoje reconhecida por vários designers e académicos ligados a esta área, os seguintes eventos que, tendo um perfil técnico-científico, incluem em geral dimensões públicas (exposições, *workshops*, conferências abertas, etc.): os *Encontros de Tipografia*, organizados pelo Instituto Politécnico de Tomar, e já com 9 edições (a última realizou-se em 2018); a conferência internacional *DESIGNA*, organizada pela Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior, na Covilhã (6ª edição em 2018); ou, em Faro, o *Algarve Design Meeting*, organizado pela Escola Superior de Educação e Comunicação da Universidade do Algarve, em parceria com a Câmara Municipal de Faro e a Associação Nacional de Designers, atualmente na sua 10ª edição (2021).

quase sempre, privilegiando abordagens com um cariz mais autoral), para além de pequenas exposições e/ou do lançamento de publicações que estão, de algum modo, relacionadas com o universo do design gráfico e de comunicação.

Por outro lado, e acompanhando o processo de afirmação da autonomia e especificidade disciplinar do design, enquanto área científica, tem-se assistido, desde a primeira década de 2000, ao aumento do número de centros de investigação que intervêm nesta área, numa dinâmica que tem sido acompanhada pelo incremento, também ele significativo, como vimos, do número de doutorados em design em Portugal. Maria João Félix (2017) articula o processo de institucionalização e desenvolvimento de práticas de investigação em design com o arranque do *Processo de Bolonha*, em meados da década de 2000, notando que, a par da profunda reestruturação dos cursos superiores, como vimos antes, este levou igualmente à revisão e reestruturação profunda de todo o sistema nacional de investigação científica. É, pois, neste contexto que os chamados Estudos Artísticos – um grande domínio disciplinar que, até então, se apresentava em Portugal algo disperso e cuja investigação era, em termos estritamente científicos, bastante incipiente e escassa – vão desenvolver-se bastante, tendo o design beneficiado grandemente desta dinâmica. Analisando o conjunto de centros de investigação atualmente acreditados pela FCT – Fundação para a Ciência e Tecnologia, identificaram-se nove centros de investigação cuja atividade se relaciona com o campo do design.¹⁹⁷ Significativamente, algumas destas unidades de I&D enquadram-se em domínios centrais do saber que extravasam os Estudos Artísticos *tout court*, como a Arquitetura, as Engenharias e Tecnologias e as Ciências de Comunicação. Trata-se de um aspeto interessante que vem reforçar a ideia, anteriormente avançada, de que, em linha com as grandes tendências internacionais, também em Portugal o campo do design tem vindo, de forma lenta e gradual, a autonomizar-se da esfera artística em sentido estrito, à qual está historicamente afeto, afirmando a sua especificidade própria e, além disso, abrindo-se a novas possibilidades de leitura e de cruzamentos inter e multidisciplinares.

¹⁹⁷ Tratam-se do 2C2T – Centro de Ciências e Tecnologia Têxtil, do ICNOVA - Instituto de Comunicação da NOVA, do CIEBA – Centro de Investigação em Belas Artes, do CIAUD - Centro de Investigação em Arquitetura Urbanismo e Design, do CITAR – Centro de Investigação em Ciência e Tecnologia das Artes, do CITAD – Centro de Investigação em Território, Arquitetura e Design, do UNIDCOM/ IADE – Unidade de Investigação em Design e Comunicação, do VICARTE – Vidro e Cerâmica para as Artes, do ID+ – Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura, da ESAD IDEA, investigação em design e arte, do LIDA – Laboratório de Investigação em Design e Artes e do CHAIA - Centro de História da Arte e Investigação Artística da Universidade de Évora. Em anexo, incluiu-se uma tabela descrita desta seleção de nove centros de investigação acreditados pela FCT com investigação no campo do design.

Como referido no subcapítulo anterior, até ao início do século XXI, a investigação em design em Portugal era ainda bastante incipiente, comparativamente a outros países, nomeadamente europeus e norte-americanos. Em diversos textos, Bártolo (2006, 2008b, 2010b) enfatiza justamente a escassez e as debilidades da produção e reflexão teórica sobre design em Portugal, o que atribui a um certo atraso no ensino e na investigação, fazendo notar ainda que tal contrasta claramente quer com o *buzz* político e mediático existente em redor do design, quer com a crescente relevância e centralidade da disciplina na vida quotidiana, nas suas diversas materializações e aplicações.

Em contraste com a crescente circulação da palavra *design*, são escassos os estudos que, em Portugal, se lhe dedicam. A escrita sobre *design* permanece, frequentemente, circunscrita ao registo da divulgação genérica ou da expressão de opinião. As escolas superiores de *design*, cujo número cresceu consideravelmente a partir do final da década de 1980, insistem numa cisão, sem dúvida obsoleta, entre *teoria* e *prática* e as suas publicações, quando as há, são de carácter exploratório, deambulatório e, na maioria das vezes, denotando a fragilidade que, por um estranho raciocínio, tende a estar associada ao que se tipificou por *publicação escolar*. (...) Esta *invisibilidade* relativa a um tratamento reflexivo sobre a prática do *design* e as suas múltiplas implicações contemporâneas é tanto mais estranho quanto estrondosamente contrasta com a disseminada presença da palavra *design* (que, há muito, se instalou no léxico dos discursos comerciais, tecnológicos e políticos) e dos artefactos de *design* (que, há muito, definem os nossos modos de existências quotidiana). (Bártolo, 2010b: 11).

De acordo com as perspetivas partilhadas, em entrevista, por diferentes investigadores e professores universitários ligados à área do design, a partir do início da década de 2000 a situação descrita por Bártolo começa-se gradualmente a alterar, em resultado de um conjunto de iniciativas que vão contribuir para a delimitação do design como domínio de produção teórica e de investigação científica em Portugal, autonomizando-se, assim, das velhas tutelas da História e da Teoria da Arquitetura, bem como da História de Arte. Entre os momentos chave identificados, incluem-se, logo em 2001, a realização da quarta conferência internacional da EAD – *European Academy of Design* em Portugal, organizada pela Universidade de Aveiro. No ano seguinte, arranca o primeiro projeto de investigação em design financiado pela FCT, coordenado por Eduardo Côrte-Real, professor no IADE¹⁹⁸, o que levou à acreditação pela FCT da UNIDCOM/IADE como unidade de investigação especificamente em design, a primeira em Portugal, em 2003. Posteriormente, realizam-se no IADE várias conferências internacionais de design, com

¹⁹⁸ Projeto “Análise Interdisciplinar de Sistemas de Sinalética e Orientação em Edifícios Hospitalares” (referência FCT: POCTI/AUR/41712/2002), que decorreu de outubro de 2002 a outubro de 2004.

uma dimensão mais pequena, numa dinâmica de grande investimento na inserção internacional do meio universitário português ligado ao design que irá, de algum modo, culminar na realização em Lisboa da Conferência Internacional da DRS – *Design Research Society*, em 2006, novamente organizada pelo IADE. Nesta última década, várias outros encontros científicos, de âmbito nacional e internacional, foram realizados, pelo que seria excessiva uma identificação exaustiva de todos eles.¹⁹⁹ De igual modo, tornou-se frequente projetos de investigação em design realizados em Portugal serem objeto de discussão em conferências e publicações científicas de âmbito internacional. Este aumento tão significativo da produção científica em design beneficiou do *boom* de programas de doutoramento nesta área que, como vimos, ocorreu em Portugal a partir de meados de 2000. Efetivamente, são os estudantes de doutoramento em design e a sua investigação os principais responsáveis pelo grande dinamismo científico desta área, contribuindo decisivamente para a sua afirmação no contexto nacional e internacional. A realização, desde 2012, de eventos como o ENED – Encontro Nacional de Estudantes de Design e o UDesign – Encontro Nacional de Doutoramentos em Design, ambos com periodicidade anual e que já decorrem em várias cidades com polos de ensino superior de design (Coimbra, Covilhã, Castelo Branco, Porto, Aveiro e Viana do Castelo)²⁰⁰, reforça igualmente a ideia de que estamos hoje perante um panorama substancialmente distinto daquele que caracterizava o país no final da década de 1990, designadamente no que toca à crescente estruturação, riqueza e diversificação quer da oferta de ensino superior em design, quer da investigação científica hoje realizada nesta área disciplinar. Também constitui um reflexo deste processo de amadurecimento e institucionalização do design em Portugal, enquanto domínio de investigação com especificidades próprias, o surgimento de um número crescente de publicações especializadas nesta área. Verdadeiramente, esta dinâmica arranca em 2006²⁰¹, com o lançamento, por iniciativa da UNIDCOM/IADE, da primeira revista científica nacional especializada em design, intitulada *The Radical Designist*. Publicada *online*, em regime de acesso aberto, esta revista cumpre, desde o início, os *standards* internacionais nesta matéria, na medida em

¹⁹⁹ Pela sua dimensão e prestígio internacional, merece destaque a realização em 2014 da conferência bienal da ICDHS - *International Conferences on Design History and Studies* na Universidade de Aveiro.

²⁰⁰ Tratam-se apenas de dois exemplos ilustrativos, que são aqui mencionados pela sua dimensão nacional; várias outras iniciativas que têm sido preconizadas por alunos de licenciatura, mestrado e doutoramento, de diferentes instituições de ensino (alternam, em geral, em formato do seminário/conferência e o da exposição, por vezes acompanhada de uma publicação).

²⁰¹ Desde 2001, o IADE editava a *Idade da Imagem – revista de arte, ciência e cultura do IADE* que, contudo, não estava sujeita ao cumprimento de normas científicas internacionais; a opção de interromper esta publicação, em 2007, coincide com o lançamento da *The Radical Designist*.

que todos os artigos propostos para publicação são sujeitos a um processo de dupla revisão “cega”, entre pares, mediante o qual é tomada a decisão de aceitação, ou não. Para além desta, existem ainda outras revistas científicas portuguesas que, embora não exclusivamente orientadas nesta área, publicam regularmente artigos sobre design.²⁰²

Com características diversas, mas mantendo um claro vínculo ao universo académico, importa ainda referir outras publicações periódicas, embora com regularidade incerta, que estão particularmente ligadas ao universo do design gráfico e de comunicação, como é o caso, desde 2007, dos *Cadernos de Tipografia*, dirigidos por Paulo Heitlinger e que são disponibilizados *online* e, a partir de 2011, da *PLI Arte & Design*, revista que é editada por José Bártolo e Sérgio Afonso e publicada pela ESAD de Matosinhos.

Simultaneamente, assistiu-se nos últimos anos a uma verdadeira proliferação de livros sobre design em português, com um cariz muito diversificado, sendo que muitos deles resultam – ou, pelo menos, beneficiam de forma bastante direta – do recente *boom* de investigação realizada neste campo em Portugal. Muitos destes livros têm sido lançados não só por chancelas editoriais ligadas às diferentes instituições de ensino superior, mas também despertam um interesse crescente de outro tipo de estruturas editoriais, nuns casos de perfil mais generalista, noutros ligadas ao universo da cultura e património que, como veremos, têm revelado um crescente interesse por esta área nos últimos anos – é o caso, por exemplo, dos catálogos que têm sido publicados por alguns museus, com destaque para o MUDE, ou dos vários livros sobre o tema que têm sido lançados pela INCM - Imprensa Nacional Casa da Moeda, desde 2011, quando se iniciou uma coleção de monografias de designer portugueses, a *Coleção D*, coordenada por Jorge Silva.²⁰³

²⁰² Caso da *Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes*, que publica regularmente artigos nas áreas do design, música e artes visuais; mais pontualmente, outras publicações científicas, sobretudo na área dos estudos da comunicação, dedicam alguma atenção a aspetos relacionadas com design – por exemplo, a *interact - Revista Online de Arte, Cultura e Tecnologia*, a revista *Estudos em Comunicação* e a *Revista de Comunicação e Linguagens* (esta última dedicou mesmo o seu número 41, lançado em 2010, ao tema do design, sob coordenação de José Bártolo).

²⁰³ Editada em formato bilingue, a *Coleção D*, publicou até ao momento 15 volumes monográficos que incidiram sobre os percursos profissionais de *ateliers* de design e, sobretudo, de designers individuais, dedicando uma especial atenção às áreas do design gráfico e ilustração e, com um menor protagonismo, do design de equipamento; além disso, a coleção tem procurado abranger tanto nomes históricos ligados à disciplina (João da Câmara Leme, Dorindo Carvalho, Vítor da Silva, Luís Filipe Abreu, Victor Palla, Roberto Nobre, Paulo Guilherme e Fred Kradolfer), como contemporâneos (Luís Miguel Castro, R2, Fernando Brízio, Pedro Falcão, Marco Sousa Santos, Eduardo Aires e Carlos Guerreiro). Como explicou, em entrevista, Jorge Silva, designer gráfico e professor universitário, que é também o coordenador e mentor da coleção, a principal motivação para a criação desta coleção consistiu na necessidade, por si identificada, de preencher a lacuna existente no mercado editorial de publicações de cariz não-académico sobre história do design português, alargando assim o conhecimento e interesse sobre estas matérias; simultaneamente, a *Coleção D* pretende igualmente contribuir para, mesmo em contexto académico, desenvolver um conhecimento mais sólido sobre a história da disciplina em Portugal (cf. igualmente Quintela, 2014a; Cardoso, 2011).

Em paralelo, assistiu-se, a partir de meados de 2000, a um (res)surgimento da produção crítica sobre design, que praticamente tinha desaparecido do país após a sua transição para a democracia. Tal dinâmica tem sido visível, por um lado, através de uma presença mais assídua de problemáticas relacionadas com design nalguma imprensa nacional de cariz generalista – é o caso dos jornais *Público*, *Expresso* e *Observador* que, com alguma regularidade, dedicam atenção ao tema, seja através da publicação de reportagens sobre design e/ou de entrevistas a designers e *ateliers* de design, seja através de colaborações com críticos especializados nesta área (é o caso de Frederico Duarte, Mário Moura, Jorge Silva e, mais recentemente, Guilherme Sousa no *Público*²⁰⁴; de Guta Moura Guedes no *Expresso*; e de Vasco Rosa no *Observador*). Por outro lado, verifica-se que, desde meados da década de 2000, adquiriram relevância crescente novas plataformas digitais que permitem a divulgação, reflexão e crítica sobre design. Tratam-se, nuns casos, de *websites* especializados na divulgação e crítica de arte contemporânea que, seguindo as tendências internacionais, procuram também acompanhar eventos e projetos de cariz mais autoral e experimental desenvolvidos no campo expandido do design – caso, por exemplo, da *Artecapital*, magazine digital fundado em 2006 que, desde o início, conta com colaborações especializadas nesta área (José Bártolo, Mário Moura, Carla Carbone, Joana Astolfi, António Coxito, etc.).²⁰⁵

Importa ainda destacar a produção textual de crítica de design em diversos blogues que, entre 2004 e 2010, vão emergir com alguma pujança e dinamismo em Portugal (Quintela, 2014b; Moura, 2013a, 2014a; Chambel, 2014).²⁰⁶ Embora a crítica de design na “blogosfera” tenha perdido centralidade na última década, à medida que, por um

²⁰⁴ O jornal *Público* chegou mesmo, em altura distintas, a manter colunas regulares de crónicas sobre design que eram assinadas por Frederico Duarte (“O Design Nosso de Cada Dia”) e por Jorge Silva (“Almanaque Silva”), mas que foram entretanto interrompidas.

²⁰⁵ Desde o início do século XXI, tem-se assistido, em Portugal, a uma significativa redução do espaço (tradicionalmente já escasso) que se encontrava disponível na imprensa escrita, tanto generalista, como especializada, para o exercício do jornalismo cultural e da crítica de arte, motivando a migração para novos suportes digitais, quanto não para o puro e simples desaparecimento (Osório, 2018).

²⁰⁶ É o caso, entre outros, de blogues como o *Designer X* (blogue de autor anónimo, criado em fevereiro de 2004 e extinto em março de 2006), *Ressabiator* (de Mário Moura, criado em março de 2004 e ainda em atividade); *Reactor* (de José Bártolo, criado em outubro de 2006 e, desde novembro de 2013, suspenso); *Isto Não é uma Tese!* (de Joana Baptista Costa e Mariana Leão Cunha, dupla que constitui o *atelier* Joana & Mariana, criado em junho de 2006 e desativado em outubro de 2008); *Montag: by their covers: resgate do fogo* (de Pedro Piedade Marques, criado em julho de 2007 e que continua ativo); *Desígnio* (de Luís Inácio, encerrado em novembro de 2010; posteriormente, em julho de 2012, Inácio criou o blogue *Design da Mente*, entretanto interrompido); *Cursivo* (blogue de Ricardo Lafuente, criado em maio de 2005 e extinto em fevereiro de 2007); *Type For You* (blogue de Pedro Serrão, Pedro Mesquita, Pride Paranoia e Pedro Ribeiro e Valdemar Lamego, criado em junho de 2006 e desativado em setembro de 2007); ou *Almanaque Silva* (blogue de Jorge Silva, criado em janeiro de 2011 e ainda ativo). Para uma análise tipológica mais aprofundada e detalhada acerca destes diferentes blogues de design, cf. Quintela, 2014b.

lado, se assiste à ascensão de uma certa *portfolio culture digital* que é potenciada pelo surgimento de novas “ferramentas de arquivo e partilha [online] – como o *Tumblr*, *Stumble Upon*, *Flickr*, *VWork* ou o *Behance* – e disseminada, com um crivo mínimo, por *outlets* surgidos na segunda metade da primeira década do século XXI – como o *Manystuff* e o *It’s Nice That*” (Bártolo, 2014a: 114), e em que, por outro lado, adquiriram crescente relevância e consistência, dentro e fora da academia, outros espaços de produção e reflexão crítica sobre design no contexto de exposições, publicações, etc., a verdade é que ela foi importante no desenvolvimento de novos *fora* de reflexão e produção crítica sobre design em Portugal, sobretudo num momento inicial em que as práticas de investigação e publicação científica em design eram ainda bastante imberbes no país. Não admira, pois, que muitos designers-*bloggers* tivessem relações muito estreitas com o meio universitário – enquanto professores, investigadores ou estudantes –, utilizando os seus blogues pessoais para ensaiar aproximações aos seus universos de interesse académico e profissional; para partilhar reflexões e inquietações; para divulgar trabalhos, projetos e iniciativas, nacionais e internacionais, que julgavam notáveis ou, pelo contrário, criticáveis; e ainda para desenvolver e afirmar no *meio* um determinado *estilo* e uma “voz” própria, *autoral*, enquanto críticos de design, expondo determinadas ideias e, neste processo, criando uma audiência interessada em discuti-las. Como se procurou demonstrar noutra contexto (Quintela, 2014b), constata-se que alguns dos *bloggers* mais reputados neste período conseguiram, a partir de uma intensa atividade na “blogosfera” e do prestígio e reconhecimento aí granjeado, trilhar novos caminhos para o desenvolvimento da sua atividade, nomeadamente explorando os universos da escrita crítica e ensaística remunerada, da curadoria de exposições e de outros eventos ligados à *cultura do design*, ou ainda da publicação e/ou da edição, recorrendo a suportes mais “convencionais”. Neste sentido, é bem elucidativo o texto publicado por José Bártolo no seu blogue *Reactor*, a 14 de julho de 2012, em que este professor universitário, investigador, curador, crítico, ensaísta e editor reflete sobre o crescente dinamismo associado a uma nova *cultura de design* em Portugal, salientando o notável alargamento dos contextos de intervenção e em que, de algum modo, anuncia o gradual abandono da “blogosfera”, que considerava esgotada.

Pela minha parte, tenho estado, igualmente, empenhado nesse esforço de fazer coisas em design. Em 2007, publiquei aqui no *Reactor* quase 200 *posts*; nos últimos dois anos publiquei, com este, apenas 20. Há para este facto mais do que uma razão, sentir ser hoje menos importante a blogosfera como fórum democrático de divulgação, discussão e crítica – as redes sociais, por um

lado, e novas formas de trabalhar os *media* tradicionais (livros, revistas) por outro, esvaziaram parte da utilidade dos blogues – mas sobretudo por estar, como talvez nunca, ocupado a fazer: exposições, publicações, *workshops*, uma série de projectos envolvendo velhos e novos amigos, catalisando interesses, explorando uma crescente economia de afectos. (Bártolo, 2012a)

Em suma, se na última década e meia tem-se vindo a assistir ao desenvolvimento de uma intensa atividade cultural em torno do design em Portugal, tal processo parece ser indissociável do processo de consolidação do ensino e da investigação em design. Tratam-se, na verdade, de duas dinâmicas que se foram “alimentando” e reforçando mutuamente, na medida em que, como argumentado antes, não só as escolas superiores de design contribuíram decisivamente para a *criação de públicos*, mais informados e exigentes, para um novo tipo de oferta cultural e intelectual ligada a esta área do design, como é também a partir do seio da academia que vão emergir muitos dos protagonistas que se dedicam hoje em dia a um novo tipo de atividades de *intermediação cultural* – como a escrita ensaística e crítica de design e/ou da curadoria em design, por exemplo. Esta evolução do ensino e da investigação em design no contexto português permitiu, por outro lado, alargar as conceções de muitos estudantes relativamente ao universo de atividades que se podem hoje integrar no *ofício* de designer gráfico, distanciando-se assim de um enfoque mais restritivo e tradicional da profissão. Acompanhando de perto as tendências e os debates internacionais em torno de uma nova conceção do designer enquanto *autor* e *produtor*, anteriormente abordadas (cap. 3), constata-se que também em Portugal várias escolas superiores de design têm procurado estimular este debate e promovido novas abordagens à profissão, marcadamente mais experimentais e autorais. Especificamente na área do design gráfico e de comunicação, é significativa a atenção académica dedicada às práticas independentes e DIY no domínio da ilustração e edição de “autor”, desde finais da década de 2000, patente em frequentes conferências, debates e mesas-redondas em torno do papel do designer enquanto *autor*, *produtor* e *agente cultural*, assim como no apoio à realização de feiras de *fanzines* e publicações independentes em meio escolar (cf. Bártolo, 2012b, 2015: 65; Quintela e Borges, 2015). Nos últimos anos ampliou-se ainda a oferta de *workshops* e cursos de especialização, com duração e níveis de formalização variáveis, que incidem especificamente no campo da edição, ilustração e impressão manual, procurando beneficiar do crescente interesse por abordagens à edição menos convencionais e “artesanais” (Quintela e Borges, 2015). Este interesse por temáticas relacionadas com autoria em design, o desenvolvimento de

projetos curatoriais em design ou com autoedição novos modelos de produção em design editorial, também se reflete nalguma produção científica em design recente, com projetos de investigação, dissertações de mestrado e teses de doutoramento desenvolvidas em Portugal em torno destas questões (ex. Camanho, 2008; Moura, 2011; Simões, 2012; Brás, 2013; Leal, 2014; Morais, 2014; Carvalho, 2018; Barros, 2018). Significativamente, vários designers de gerações mais novas apontaram, em entrevista, como tendo sido decisivo no seu contacto com objetos gráficos com características mais experimentais – ou menos convencionais e tipificadas – e com um cariz vincadamente autoral, justamente o período em que frequentaram o ensino superior, durante o qual foram estimulados a conceber, a produzir e, por vezes, até a comercializar, em regime DIY, edições próprias e outro tipo de objetos bi e tri-dimensionais, nomeadamente por docentes que, em muitos casos, estão também ligados à produção, edição e curadoria de exposições design gráfico e de ilustração, como tivemos ocasião de analisar mais detalhadamente num outro contexto (cf. Quintela e Borges, 2015).

Os recentes desenvolvimentos e alterações no sistema de ensino superior do design em Portugal têm igualmente despoletado mudanças relevantes no perfil dos profissionais que exercem hoje funções docentes e de investigação. Vimos no subcapítulo anterior que o *boom* do ensino superior em design, que se iniciou em finais da década de 1980, permitiu absorver um amplo conjunto de profissionais que, nuns casos, eram designers experientes que traziam para a sala de aula o *know-how* adquirido ao longo de anos, e, noutros casos, jovens licenciados em início de percurso profissional. Ora, na sequência das reformas impulsionadas pelo *Processo de Bolonha* – que, entre outros aspetos, restringiu o recurso à figura do professor convidado, obrigando a maioria dos docentes universitários a concluírem doutoramento e a comprometerem-se com a investigação –, mas também atendendo ao contexto de agravamento do mercado de trabalho nesta área, tem-se assistido a uma clara mudança do perfil do docente universitário e investigador em design que, cada vez mais, é um profissional que se dedica a *full-time* a estas tarefas. Esta é uma mudança que poderá ter um profundo alcance no desenvolvimento do design em Portugal, a médio e longo prazo, repercutindo-se positivamente na qualidade do seu ensino e investigação. Vários entrevistados não deixaram de alertar, contudo, para os riscos deste processo estar a conduzir ao afastamento do ensino superior de um leque, apesar de tudo ainda vasto, de professores-convidados que são reconhecidos sobretudo pela qualidade do seu percurso profissional como designers, irremediavelmente perdendo-se assim uma componente que entendem ser fundamental no processo de

formação de qualquer estudante em design e que se liga precisamente à *prática* profissional e ao conhecimento tácito e *know-how* específico que é produzido neste contexto. Significativamente, dos designers entrevistados que conciliavam a atividade profissional com a docência universitária, em regime parcial, vários foram os que manifestaram franco incómodo face às crescentes pressões sofridas para realizarem doutoramento, contra-argumentando que a sua principal mais-valia, em termos pedagógicos, consistia precisamente na experiência e conhecimento adquiridos a partir da prática profissional. Veja-se, a este propósito, o desabafo expresso, em entrevista, por João Bicker, designer gráfico que, a par da gestão e direção criativa do seu próprio *atelier* FBA, é também docente universitário na FCTUC:

...está a ser dada a indicação às pessoas – e eu sou um dos casos – de que façam doutoramento e, portanto, que ingressem na carreira [universitária], quando essa não era [a intenção do convite para vir lecionar na universidade]... Nem é sequer a vontade da maioria das pessoas. Por exemplo, para mim isso não faz sentido nenhum. Eu gosto de ser professor convidado. Quer dizer, gosto de ser um designer convidado para ir ensinar umas coisas que sabe na Faculdade, não é? E não quero fazer carreira académica, (...) não quero fazer investigação, não me interessa nada disso. Eu gosto é de fazer coisas e de ensinar a prática.

No mesmo sentido, Eduardo Côrte-Real, arquiteto, docente e investigador universitário, desempenhava ainda o cargo de Presidente do Conselho Científico do IADE aquando da entrevista, declarou ser importante encontrar algum equilíbrio neste processo, evitando ruturas que considerou serem desnecessárias e até nefastas, designadamente por aprofundarem o fosso entre o universo da academia e o do exercício profissional em design, afastando profissionais reputados do ensino e, simultaneamente, não articulando suficientemente a investigação em design com aspetos que estão diretamente relacionados com a prática profissional:

Cumpra às instituições [de ensino superior] aproveitar duas coisas: a possibilidade que ainda há nas artes de não ter um corpo docente totalmente constituído por doutorados e, de uma forma cíclica, ir convidando pessoas para terem a oportunidade de ensinar a profissão, nos seus aspetos da prática; e cumprir também aos programas doutorais fazerem investigadores em questões práticas, ou seja, [garantir] que aquilo que eles vão investigar sejam questões de ponta que podem ter repercussão na profissão ou no ensino da profissão. (...) Temos que arranjar um processo pelo qual as pessoas que estão a ter sucesso na sua vida profissional, possam regressar à escola para ensinar, [para que] possam estar cá [na universidade] de várias maneiras. Não quer dizer que seja com uma turma porque, às vezes, convidamos uma dessas pessoas e ela diz: “Eu não me posso comprometer com uma turma inteira num semestre, no mesmo dia, porque estou sempre a viajar, não dá. Arranjem-me aí uma coisa que eu possa ir lá fazer, um *workshop*, uma

semana ou uma coisa assim.”. (...) E aproveitar também uma outra coisa que existe na lei – não sei quanto mais vai durar – que é atribuir o grau de doutor pelo conjunto da obra [realizada] no âmbito das artes. E [desta forma conseguir que] algumas pessoas que possam vir cá obter esse grau de doutor, que possam ensinar, mas que sejam pessoas que, essencialmente, fizeram a sua carreira sendo designers.²⁰⁷

Esta posição não foi, contudo, consensual; pelo contrário, como foi possível verificar nas entrevistas realizadas, alguns designers, em especial os que estão profissionalmente vinculados à academia, lecionando e investigando a *full-time*, defenderam ser necessário aprofundar o debate em torno das especificidades do ensino e investigação em design, distinguindo-as definitivamente da componente da prática profissional. Para muitos, este é um passo fundamental para concretizar a afirmação plena do design em Portugal, no plano académico e científico. Este foi o posicionamento assumido, por exemplo, por Heitor Alvelos, atualmente professor-associado na FBAUP, onde dirige, desde 2011, o Programa Doutoral em Design, sendo também diretor do Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura (ID+), que, em entrevista, argumentou justamente o seguinte:

Penso que aqui é importante reconhecer (...) a mudança de paradigma de uma ideia de design, de uma formação do design como uma disciplina essencialmente de execução para uma formulação do design como uma disciplina de criatividade, de conceptualização. Da mesma forma há um salto que diferencia, a partir de certa altura, o *design enquanto prática* daquilo que é a *investigação em design* – que é outra coisa. Esta é uma distinção que nem sempre é clara e que, quanto a mim, é potencialmente problemática. (...) penso que o que é importante salientar aqui é que efetivamente já não se trata sequer, digamos, de amadurecer e robustecer o próprio design, como prática passível de ser ensinada e debatida enquanto profissão, trata-se também de abrir o território da ciência, no qual o design pode contribuir...

Independentemente dos distintos posicionamentos expressos por vários dos designers entrevistados acerca do *Processo de Bolonha* e à forma como estão a ser implementadas as reformas no ensino superior e na investigação em design, parece ser inegável que o trajeto percorrido em Portugal, ao longo desta última década e meia, aponta nitidamente para um aprofundamento da autonomização do design, em geral em termos disciplinares e, de modo particular, no plano científico, sendo acompanhado por crescentes níveis de especialização entre as classes de docentes e, mais recentemente, de investigadores.

²⁰⁷ Com efeito, existem em Portugal alguns casos particulares – João Bicker (2014), Artur Rebelo (2015) ou Francisco Providência (2012), por exemplo – cujas teses de doutoramento consistem justamente num exercício de (auto)análise e (re)avaliação crítica do seu próprio percurso profissional, normalmente a partir de um leque selecionado de trabalhos (*obras*) que estes designers produziram e que consideram ser mais relevantes ou exemplares da sua prática e pensamento em design.

Por outro lado, e considerando a importância fulcral das instituições de ensino, enquanto espaços fundamentais de aprendizagem e de sociabilização, onde são prescritos determinados modos de conduta, designadamente em contexto profissional, importa igualmente assinalar um outro impacto que, em larga medida, parece resultar deste processo de transformação no ensino e da investigação em design em Portugal, estando associado à emergência de novas conceções acerca do exercício da atividade profissional em design que, de uma forma gradual e paulatina, têm vindo a adquirir contornos cada vez mais amplos e a assumir características bastante mais heterogéneas do que aquelas que poderíamos encontrar em décadas anteriores. Com efeito, à medida que, acompanhando as tendências internacionais, também em Portugal a investigação e a reflexão crítica em design se tem vindo a afirmar e a autonomizar, também têm surgido novas formas de exercício da atividade em design que ganham alguma visibilidade e relevo – da crítica à curadoria em design, passando por outras abordagens à prática do design que, embora com contornos menos definidos, apontam igualmente para o carácter cada vez mais reflexivo, crítico e, sobretudo, autoral de uma atividade que, até muito recentemente, se encontrava ainda dominada pelo primado da *prática*, exercido em contextos laborais bastante tipificados. Ora, neste trajeto tem sido decisivo, pelas razões anteriormente referida, o processo de amadurecimento da oferta educativa em design, mas também o franco desenvolvimento da investigação científica nesta área, o que tem permitido alargar significativamente a presença e o debate público em torno do design em Portugal. Como veremos no ponto seguinte, esta dinâmica tem sido ainda acompanhada e impulsionada por novas medidas e instrumentos de política pública que, por seu turno, também têm sido importantes na afirmação e consolidação de uma nova *cultura de design* em Portugal, crescentemente intelectualizada.

Políticas Públicas para o Design em Portugal: a afirmação de uma tónica na cultura, nas cidades e na economia

O final da década de 1990 correspondeu, como já vimos, a um momento de reorientação das estratégias e dos instrumentos de política pública de fomento do setor do design. Perante os débeis e, muitas vezes, inconsequentes resultados alcançados pelas diversas iniciativas públicas que, durante os anos 1980 e 1990, procuraram promover a modernização das indústrias nacionais, assistiu-se, logo no arranque do novo milénio, a uma alteração gradual da retórica política *mainstream*, bem como dos instrumentos e das medidas que a concretizam, desistindo assim de um certo discurso político em torno

da importância do design industrial nos processos de modernização do tecido produtivo nacional que, como foi já argumentado, persistiu praticamente inalterado ao longo da segunda metade do século XX (Quintela, 2019).

Com efeito, logo em 2002, iniciativas emblemáticas, como o já mencionado CJD, promovido pelo ICEP, foram descontinuadas Simultaneamente, e apesar das reivindicações de sucessivos responsáveis pelo CPD, dá-se uma expressiva redução do investimento nas atividades do Centro que, gradualmente, se tornaram rarefeitas. Tal desinvestimento não pode evidentemente dissociar-se de uma mudança de prioridades políticas que se manifestou, por exemplo, na escassa relevância atribuída ao design no Quadro Comunitário de Apoio (QCA) III, que vigorou entre 2000-06, e do Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN), entre 2007-13. De facto, embora o CPD ainda tenha conseguido, durante o QCA III, beneficiar de algum financiamento para as suas atividades, através da exploração de um conjunto de novas áreas de intervenção²⁰⁸, a realidade é que o investimento no Centro foi escasseando, perdendo consequentemente protagonismo (político e mediático) e, cada vez mais, distanciando-se dos profissionais do setor e das empresas. O arrastar desta situação culminou no fecho e extinção do CPD em 2013, tendo por base dois argumentos. Por um lado, alegou-se o esgotamento do modelo de financiamento do Centro, decorrente da sua falta de autonomia financeira, agravada por vários anos de “resultados negativos acumulados” (Curado, 2013). Argumentou-se assim que a situação tornara-se política “insustentável”, particularmente no contexto de crise em que o país se encontrava, desde 2011, obrigando o governo a aplicar um conjunto de medidas económica e socialmente duras. Por outro lado, alegou-se o incumprimento dos objetivos para os quais o CPD tinha sido criado, referindo-se concretamente a sua incapacidade para criar “uma rede generalizada e estável de relações diretas com as empresas e em especial com as pequenas e médias empresas”, nem de “transpor o esforço de design para a inovação empresarial e a competitividade [também] não foi alcançado.” (S/A, 2013). Simbolicamente, a extinção do CPD correspondeu, de algum modo, ao “encerrar” de um ciclo político em Portugal, num momento em que já se havia afirmado politicamente toda uma outra conceção do design e da sua relevância no quadro das sociedades contemporâneas, que enfatizava sobretudo o forte cariz cultural e criativo desta área.

²⁰⁸ No âmbito do QCAIII, o CPD promoveu alguns projetos ligados, por exemplo, à divulgação de boas-práticas de design inclusivo em Portugal, no âmbito da Iniciativa Equal (Simões e Bispo, 2006a, 2006b).

Paralelamente, vimos já que, sobretudo a partir de meados da década de 1990, começar a emergir novos argumentos políticos que reconhecem e valorizam a dimensão cultural, autoral e, por vezes, até *para-artística* do design, enquadrando-o nos apoios públicos disponíveis, à escala central e local, às artes e à cultura.

Recorde-se que, na sequência do processo de criação do MC, em 1995, o design passou a integrar o leque de disciplinas artísticas apoiadas pelo recém-criado IAC. No entanto, os apoios públicos concedidos à conceção, desenvolvimento e divulgação de projetos de design (de cariz marcadamente autoral e claramente orientados por fins não-comerciais) foram inicialmente atribuídos de modo bastante pontual e *ad hoc*, circunscrevendo-se a um leque bastante restrito de projetos e iniciativas consideradas emblemáticas – como o *Museu do Design* e a bienal *ExperimentaDesign*, anteriormente referidos, ou algumas exposições internacionais de divulgação do design português, que abordaremos adiante. Com efeito, só com a redefinição do modelo de apoio às artes, em 2006²⁰⁹, na sequência da criação do Instituto das Artes (IA), em 2003 – renomeado, em 2007, de Direção-Geral das Artes (DGArtes) –, é que o design passou a ser efetivamente contemplado nos programas de apoio à criação artística contemporânea e, ainda assim, beneficiando de níveis de atribuição de apoios bastante modestos, quando comparado com os concedidos à generalidade dos restantes domínios artísticos, em igual período – com a exceção da fotografia e das artes digitais (cf. Garcia, 2014; Santos e Moreira, 2013). Posteriormente, entre 2009 e 2011, a DGArtes criou, conjuntamente com o IEFPP – Instituto do Emprego e Formação Profissional (Ministério da Segurança Social e do Trabalho), outro instrumento de política pública que, de certo modo, é emblemático da emergência de novas perspetivas relacionadas com o SCC, o *INOV-Art*, um programa de estágios internacionais que pretendia fomentar a inserção profissional e a

²⁰⁹ Com efeito, Decreto-Lei n.º 225/2006, de 13 de novembro, posteriormente alterado pelo Decreto-Lei n.º 196/2008, de 6 de outubro, veio estabelecer o regime de atribuição de apoios financeiros do Estado a entidades que exerçam atividades de carácter profissional de criação, de programação ou mistas, nas áreas do design, bem como da arquitetura, artes digitais, artes plásticas, dança, fotografia, música, teatro e chamadas “áreas de cruzamento artístico”. Note-se, contudo, que foram excluídas deste tipo de apoios todas as atividades que, pela sua natureza ou pelo seu carácter exclusivamente lucrativo, não se inserem nos objetivos de interesse público e de cumprimento do serviço público. As diferentes modalidades de apoio e procedimentos foram também fixados na Portaria n.º 1189-A/2010 de 17 de novembro. Mais recentemente, foi aprovado o Novo Regime de Atribuição de Apoios Financeiros do Estado às Artes, estabelecido pelo Decreto-Lei n.º 103/2017, de 24 de agosto de 2017, novamente incluindo o design entre as atividades profissionais objeto de apoios financeiros do Estado, através da DGArtes, a par da arquitetura, artes plásticas, fotografia e novos media, no campo das artes visuais; do circo contemporâneo e artes de rua, dança, música e teatro, no campo das artes performativas; e ainda das áreas de cruzamento disciplinar. Novamente, encontram-se excluídas as atividades de natureza exclusivamente lucrativa que não se inserem nos fins e objetivos de interesse público. Posteriormente, as Portarias n.º 301 e 302/2017, de 16 de outubro, aprova o Regulamento dos Programas de Apoio às Artes e o Regulamento relativo à composição e funcionamento das comissões de apreciação e das comissões de avaliação.

internacionalização de jovens profissionais portugueses do campo das artes e ICC – entre as quais o design. Curiosamente, e ao contrário dos apoios pontuais às artes, em que os apoios a projetos de designers tem sido até agora bastante escassos, no caso do *INOV-Art* verificou-se que o design foi justamente *a área mais apoiada pelo programa* – do total de 583 bolsas atribuídas nas três edições, 126 corresponderam à área do design (Costa, 2012: 104). Frederico Duarte assinala como esta iniciativa contrasta com aos programas de estágios de designers em contextos industriais que foram preponderantes nas décadas 1980 e de 1990, enfatizando, por um lado, o perfil distinto das instituições de acolhimento e, por outro, o relevo agora atribuído à dimensão autoral e *quasi-artística* do trabalho em design:

Nos anos 1980, a natural evolução de um estudante para um profissional de design seria a integração nos quadros de uma indústria (...). Esta interpretação mudaria no século XXI em programas como o *INOV'Art* da Direção-Geral das Artes (...) que apoiariam jovens designers e arquitetos a estagiarem não nos potenciais clientes, mas nos fornecedores de serviços de design, como *ateliers* de design, escritórios de arquitetura e agências de publicidade – por todo o mundo. Aqui, o estagiário surge como um profissional autónomo, um autor, um *jovem criador*. (Duarte, 2014: 71)

Além destas medidas e instrumentos de política cultural que têm possibilitado apoiar designers portugueses – ainda que, como vimos, com resultados limitados –, nas últimas duas décadas o MC tem estado ainda envolvido noutros projetos e iniciativas culturais consideradas *emblemáticas* e que, de algum modo, consubstanciam o esforço público em promover e internacionalizar o design em/de Portugal.

A internacionalização do design português “de autor” tem sido uma aposta pública relativamente consistente, nomeadamente através de uma colaboração regular entre as tutelas da cultura e economia que facilitou a realização de um número significativo de exposições internacionais, ao longo dos anos 1990, como referido no subcapítulo anterior. A partir da década de 2000, cresce a aposta na participação de designers portugueses nalguns eventos internacionais de design contemporâneo e “de autor”. Neste contexto, destacam-se as exposições *Portuguese Design 2000 – Duas Gerações no Novo Design Português*, comissariada por Marco Sousa Santos, realizada no contexto da *Semana de Design de Milão*, em 2000, contando para tal com o apoio do IAC, ICEP e CPD (Bártolo, 2014b: 62); e, quatro anos mais tarde, a exposição *P – Design de Portugal 1994-2004*, que teve como comissário-geral Henrique Cayatte, patente durante a *Trienal de Milão 2004*, que coincidiu com a visita oficial a Itália do

Presidente da República Jorge Sampaio (Duarte, 2014: 73). Poder-se-á designar estas exposições “de regime”, buscando transmitir a um público internacional uma certa visão do design português, simultaneamente, histórico e contemporâneo. Significativamente, ambas as exposições distanciaram-se de uma ligação próxima do design à indústria (tendência preponderante em décadas anteriores), enfatizando antes dimensões mais autorais e experimentais – opção patente, por exemplo, na mostra de protótipos de peças *especulativas* que nunca foram produzidas e comercializadas (Duarte, 2014: 74-75). Em jeito de balanço, Bártolo nota que *P – Design de Portugal 1994-2004* “seria, porventura, a última grande mostra de design português apresentada no estrangeiro, também por isso marco simbólico de uma mudança de ciclo, *terminus* de uma década de investimento público no design que anteciparia uma década progressivamente mais recessiva” (2015: 40).

E, com efeito, assim foi, pois somente uma década mais tarde é que se voltam a registar a participação de Portugal em iniciativas internacionais de cariz semelhante. Em 2014, no âmbito da *Beijing Design Week 2014*, há uma ampla participação nacional através do *Art On Chairs*, projeto promovido pelo Município de Paredes e cofinanciado pelo QREN 2007-2013. Para além de três exposições diretamente ligadas ao projeto – *The Experience of being By Paredes*, *Duets (2+1)* e *Chair Parade*, comissariadas por Francisco Providência e Vasco Branco, José Bártolo e Sandra Lau, respetivamente (Setepés, 2014) –, foi ainda apresentada *Como se Pronuncia Design em Português?*, uma grande exposição comissariada por Bárbara Coutinho, diretora do MUDE, que se propunha apresentar uma visão alargada do design português, sua identidade e herança, recorrendo, para tal, a um vasto conjunto de peças, históricas e contemporâneas (Coutinho, 2015). No ano seguinte, agora no âmbito do *Ano do Design Português*, Portugal participou na *São Paulo Design Weekend 2015* com a exposição *LEVE*, comissariada por Guilherme Braga da Cruz e Diana Sequeira, que se centrou no design de equipamento contemporâneo português, reunindo peças de designers consagrados e de “jovens promessas” (Cardoso, 2015).²¹⁰ Em 2016, o país regressa à *Trienal de Milão*, onde apresentou o ambicioso ciclo de programação *Objects After Objects*, comissariado por José Bártolo e curado por Roberto Cremascoli e Maria Milano, e que inclui exposições, residências artísticas, *workshops*, documentários, entre outras iniciativas

²¹⁰ Note-se que, âmbito do *Ano do Design Português* estava previsto, e foi publicamente anunciada, a realização de uma exposição em Londres, no *London Design Festival 2015*, que seria comissariada por Andrew Howard, dando um enfoque específico ao design gráfico e de comunicação português. Contudo, esta participação acabou por não acontecer, por razões que nunca foram publicamente esclarecidas.

ligadas à cultura do design e da arquitetura em Portugal – incluindo duas ações de marketing urbano do Porto e Matosinhos enquanto “cidades do design” (AA.VV. 2016). Por outro lado, vimos já que, desde meados da década de 1990, as políticas públicas desenvolvidas tanto ao nível central, através do MC, como das autarquias locais, desempenharam um papel fundamental no desenvolvimento do design em Portugal, particularmente do design gráfico e de comunicação, especialmente graças a uma clara intensificação do ritmo de encomendas relacionados com o setor da cultura, o que permitiu alargar o tecido de profissionais e empresas a operar nesta área (Fior, 1999). Paralelamente, surgem algumas iniciativas que, pela sua dimensão, pelo carácter inovador das abordagens que propunham e/ou pela forte visibilidade que alcançaram, foram bastante marcantes na afirmação de uma nova *cultura do design* no país. De entre estas, interessa aqui abordar, pelo seu significativo impacto, os casos particulares da bienal *ExperimentaDesign* e do *Museu de Design* que, como referido antes, surgem em Lisboa, em 1999, e que, embora com características distintas, correspondem ao culminar do processo de integração do design nas políticas culturais e urbanas em Portugal.

No caso da *ExperimentaDesign*, a primeira bienal de design realizada em Portugal, importa recordar que a sua génese e desenvolvimento enquadram-se num contexto internacional em que vão proliferar este tipo de grandes eventos culturais internacionais dedicados ao design (Gonzaga, 2012). Significativamente, desde a sua primeira edição, esta bienal procurou, com a sua programação, assumir uma orientação e posicionamento claramente internacionais. Com efeito, uma das suas premissas iniciais era contribuir para ampliar a discussão teórica sobre design em Portugal, sintonizando-a com o debate internacional contemporâneo. Neste sentido, ao longo das várias edições da bienal, foram convidados como conferencistas alguns dos mais reputados e consagrados designers e arquitetos internacionais contemporâneos.²¹¹

Simultaneamente, as diversas exposições, instalações e *workshops* realizadas, nas várias edições da bienal, possibilitaram a um público alargado contactar com uma diversidade de abordagens ao design, frequentemente com contornos atípicos e não-convencionais, que enfatizavam as suas características mais experimentais, autorais e *para-artísticas*. Para Bártolo (2014b: 61), a importância da *ExperimentaDesign* residiu sobretudo na sua forte orientação teórica e experimentalista, capaz de criar “um novo discurso curatorial

²¹¹ Entre vários outros, estiveram presentes nas várias edições da bienal designers e arquitetos “estrela” como Achille Castiglioni (edição de 1999); Philippe Starck (2003); Konstantin Grcic (2003); Frank Ghery (2005), os irmãos Humberto e Fernando Campana (2005); Marc Newson (2005); Stefan Sagmeister (2005, 2008, 2017); Rem Koolhaas (2008); Jasper Morrison (2013); Alice Rawsthorn (2017).

em Portugal” que, de algum modo, rompe com as convenções que, até então, vigoravam no país acerca do que se poderia, ou não, entender como uma exposição de design. É, além disso, também ao programa, em geral, bastante rico, diversificado e desafiador de *workshops*, debates e exposições proposto pela bienal, ao longo das suas várias edições, que também se deve a emergência em Portugal do debate e reflexão crítica sobre design contemporâneo – numa dinâmica que, como vimos, foi acompanhada (e impulsionada) pelo processo de consolidação do sistema científico nacional na área do design, que decorreu sensivelmente em paralelo com o desenvolvimento da *ExperimentaDesign*.

Ao cabo de uma longa e atribulada história de 18 anos de atividade ininterrupta – objeto, a partir de certa altura, de um número crescente e diversificado de críticas (cf. por ex. Bártolo, 2006; Duarte, 2014: 75; Santos, 2014: 48; Cardoso, 2017a) –, a bienal *ExperimentaDesign* terminou em 2017, alegadamente por desgaste dos organizadores, mas certamente também algum esgotamento do conceito original do evento (Cardoso, 2017a, 2017b). Hoje mantém-se em atividade a associação cultural *ExperimentaDesign*, dirigida por Guta Moura Guedes, que concebe e realiza, em Portugal e no estrangeiro, projetos diversos de valorização do design contemporâneo.

A par da *ExperimentaDesign*, a viragem para o século XXI foi igualmente marcada pela criação da primeira instituição museológica em Portugal especializada em design.

Inicialmente proposto para a Gare Marítima de Alcântara, o projecto veio a ser orientado para o CCB, em negociações com o ministro da Cultura [Manuel Maria Carrilho] que conduziram à definição de um modelo original de Museu de colecção privada e dupla tutela. Um acordo por dez anos, automaticamente renovável, foi firmado em Outubro de 98 entre o coleccionador (através da Associação Design Moda) e a Fundação das Descobertas, ficando expressa a intenção de uma futura doação ao Estado. (Pomar, 2007)

No final de abril de 1999, inaugura o *Museu do Design* que, como foi já referido, constitui um marco importante em Portugal, na medida em que simboliza o culminar de um longo processo de reconhecimento alargado do design enquanto fenómeno cultural. Apesar do sucesso que alcançou em termos de visitantes, a verdade é que o museu rapidamente revelou várias fragilidades enquanto projeto museológico, o que resultava da escassez de recursos humanos próprios e, sobretudo, de uma direcção com capacidade para definir e implementar uma estratégia de programação própria (Santos, 2014: 47). Em dezembro de 2002, a Coleção Francisco Capelo é adquirida pela Câmara Municipal de Lisboa (CML), encerrando o museu pouco depois devido ao protocolo celebrado entre o Comendador José Berardo e o Estado para a abertura, nesse mesmo local, do

Museu Coleção Berardo (Coutinho e Tostões, 2014). O museu reabre três anos depois, a 21 de maio de 2009, sendo então rebatizado de MUDE – *Museu do Design e da Moda, Coleção Francisco Capelo*.

Atualmente, o MUDE integra a rede de museus municipais da cidade de Lisboa, ocupando um edifício próprio, a antiga sede do Banco Nacional Ultramarino, localizado em plena Baixa Pombalina, remodelado e transformado propositadamente para o efeito (Cid, 2013; Coutinho e Tostões, 2014) – num sinal claro da relevância atribuída pela autarquia a este novo equipamento cultural e do potencial que lhe reconhecia, em termos de atratividade turística e regeneração urbana de uma área central da capital. Aquando da inauguração do MUDE, António Costa, à época Presidente da CML, afirmou justamente que este pretendia ser

Um espaço cosmopolita, uma coleção de referência internacional, expressão e inspiração das actividades criativas. Um impulso para a modernização da cidade. (...) um choque vitamínico para a reinvenção da Baixa. (Costa, 2009: 5).

Mais importante, o museu passou a dispor de uma direção e equipa técnica própria, sendo dirigido pela arquiteta Bárbara Coutinho desde 2006 (Coutinho e Tostões, 2014), desenvolvendo, com autonomia, uma programação regular dinâmica e de qualidade. Para além do acervo da Coleção Francisco Capelo, composto por peças icónicas de design e moda internacional dos séculos XX e XXI que integram a exposição permanente, o MUDE promove regularmente exposições temporárias relacionadas com design português, histórico e contemporâneo, que, por regra, incluem a edição dos respetivos catálogos – esta última dimensão reveste-se de importância, resultando da aposta do museu em contribuir para a produção e divulgação de conhecimento, frequentemente convidando curadores e peritos externos, geralmente ligados às faculdades e centros de investigação em design, história de arte e arquitetura.²¹² Pontualmente, o MUDE acolhe e/ou promove ainda, desde 2009, outras iniciativas relacionadas com a promoção do estudo e da investigação sobre design em Portugal (conferências, lançamentos de publicações, etc.). O edifício do museu está, desde maio de 2016 que encerrado ao público para obras profundas de requalificação e ampliação, devido a problemas de conservação estrutural, prevendo-se inicialmente a sua reabertura

²¹² Para uma análise sistemática do conjunto de exposições realizadas no MUDE até 2013, cf. Cid, 2013; para uma análise seletiva de algumas exposições tidas por “exemplares”, cf. Coutinho e Tostões, 2014. Para uma perspetiva mais crítica da abordagem do MUDE em termos expositivos, de política de coleções, de estratégia curatorial do MUDE e do próprio modelo de gestão da instituição, cf. Duarte, 2010, 2020.

em 2020 (Horta, 2019), entretanto adiada. Neste período a programação de atividades do museu “fora de portas” manteve-se dinâmica, com várias exposições temporárias que, de forma itinerante, ocuparam diferentes espaços da cidade de Lisboa.

A dinâmica de iniciativas ligadas ao design português de vocação *não-comercial* – que ora sublinham a sua importância de um ponto de vista histórico-cultural, ora enfatizam dimensões ligadas à criatividade, experimentalismo e autoria na prática contemporânea – intensificou-se significativamente a partir do final da primeira década de 2000, estendendo-se a todo o país. Tal dinâmica decorre dos esforços levados a cabo pelo Estado Central, frequentemente realizados em articulação, ou em paralelo, com outras iniciativas, públicas ou privadas, que são em geral apoiadas, direta e indiretamente, por diversos organismos da administração pública, à escala local, intermunicipal e regional. Um bom indicador desta dinâmica reside no facto de, após a abertura do MUDE, terem proliferado as exposições dedicadas às diferentes expressões do design em Portugal, permitindo, assim, uma certa descentralização desta oferta cultural que, em geral, tem sido promovida sobretudo pelas autarquias, frequentemente em colaboração com associações culturais locais e/ou com as diversas escolas superiores de design que, como vimos, têm proliferado por todo o país nos últimos anos (Bártolo, 2014b: 64-65). Embora com menor relevância do que nos anos 1980, manteve-se alguma dinâmica galerística privada interessada em realizar mostras e exposições de design de equipamento e de joalharia “de autor”. No campo do design gráfico, destacam-se alguns novos espaços de galeria, livraria e de feira que surgiram nos últimos anos, sobretudo em Lisboa e Porto²¹³, cujo enfoque se centra especificamente na mostra e comercialização de ilustrações, *fanzines*, *photobooks*, livros de artista e outro tipo de objetos gráfico bi e tridimensionais, alguns com características menos convencionais, ou mais experimentais, e que frequentemente denotam uma forte carga autoral.

Centrando-nos nos espaços expositivos e estruturas museológicas especializadas em design, refira-se o caso do MADE – *Museu do Artesanato e do Design de Évora*, equipamento gerido conjuntamente pela Entidade Regional de Turismo do Alentejo e pelo Município de Évora que, não sem polémica²¹⁴, acolhe, desde 2011, parte da

²¹³ Para um levantamento de muitos dos novos espaços privados ligados à exposição, comercialização e, nalguns casos, também à produção de objetos de design gráfico e ilustração, cf. Quintela e Borges (2016) e Carvalho (2018, especialmente o ponto 3.2.2.). Note-se, contudo, que muitos dos espaços que integram este novo circuito de galerias/livrarias/lojas/feiras têm características relativamente efémeras, dificultando a tarefa de manter devidamente atualizados este tipo de exercícios de mapeamento.

²¹⁴ O processo de reconversão do antigo Centro de Artes Tradicionais de Évora em MADE foi polémico e despoletou várias críticas negativas devido o modo desastrado como o programa museológico procurou

coleção privada do designer Paulo Parra, composta por peças icónicas de design de industrial internacional do século XX. Entretanto, em novembro de 2018 foi celebrado entre Parra e o Município de Barcelos um protocolo de cedência de outra parte da mesma coleção, composta por objetos de design nacionais, com vista à sua integração no futuro *Museu do Design Português*, a instalar na Casa Conde de Vilas Boas, localizada no centro histórico de Barcelos, que será recuperada e adaptada para o efeito, estando igualmente envolvida neste projeto a Escola Superior de Design do Instituto Politécnico do Cávado e Ave (IPCA), também sedado em Barcelos (Câmara Municipal de Barcelos, 2018).

Em Matosinhos, por iniciativa do município e da ESAD de Matosinhos, foi instalada no antigo Posto de Turismo a *Galeria Quadra* que, entre 2011 e 2013, promoveu e acolheu várias exposições sobre design, nacional e internacional. Posteriormente, realizaram-se, também no quadro desta parceria, outras exposições sobre design português em outros equipamentos culturais municipais (Museu da Quinta de Santiago, Galeria Municipal de Matosinhos e Galeria Nave). Paralelamente, aprofundou-se esta parceria com a criação em Matosinhos três novos equipamentos públicos dedicado ao design; a *Incubadora de Design de Matosinhos*, inaugurada em 2015, que alberga empresas de design gráfico, equipamento, têxtil e moda, joalheria e multimédia; a *Casa do Design* que, desde 2016, propõe uma programação regular de exposições de design, geralmente acompanhadas de *workshops* e debates, bem como pela edição dos respetivos catálogos; e a o espaço ESAD IDEA, localizado nos antigos Paços de Concelho, que acolhe, desde 2017, o centro de investigação ESAD Matosinhos e alberga a sede da *Porto Design Bienalle*, projeto se irá analisar já a seguir, dispondo ainda de uma pequena área expositiva e espaços de residência para designers e investigadores convidados.

Também o Porto apostou, nos últimos anos, em valorizar o design contemporâneo, integrando-o numa estratégia de marketing urbano que ambiciona projetar uma imagem renovada do Porto como polo de cultura, criatividade, inovação e empreendedorismo. Esta reorientação política iniciou-se no primeiro mandato de Rui Moreira na presidência da Câmara Municipal do Porto (CMP), em 2013, quando se alterou a identidade gráfica do município – trabalho encomendado ao *atelier* de design gráfico local White Studio, dirigido por Eduardo Aires, também docente na FBAUP. Como observa Mário Moura,

compatibilizar a exposição conjunta de peças de artesanato alentejano e de design industrial internacional, chegando a suscitar, ainda que sem sucesso, alguma mobilização institucional e da opinião pública local, no sentido de impedir a concretização deste processo (cf. Cardoso, 2010b).

este “não se tratou do procedimento discreto, quase de bastidores, que costumava acontecer no passado. Foi um evento público, noticiado e comentado desde os primeiros passos” (2017: s/p), o que, desde logo, confirma o crescente interesse causado pelo tema do design na sociedade portuguesa. Os resultados deste *rebranding* da marca “Porto.”, assente num complexo sistema de pictogramas que representam a multiplicidade de facetas da cidade, foram várias vezes premiados internacionalmente²¹⁵, o que suscitou uma expressiva atenção mediática, que não se restringiu à imprensa especializada, concorrendo assim para reforçar ativamente a estratégia de reposicionamento da cidade, num quadro de elevada competição interurbana global. Como argumentam Lantenois (2010) e Julier (2005, 2008, 2017), frequentemente o design gráfico e de comunicação assume hoje um papel de relevo nos processos de envolvimento público, apoiando na construção de consensos políticos alargados, particularmente em torno da aceitação dos novos modelos públicos da gestão das cidades de cariz empresarial. Também neste caso, a poderosa campanha de marketing urbano erigida a partir da nova imagem “Porto.” parece apontar para este tipo de dinâmica, evidenciando a crescente atenção que, também em Portugal, muitos decisores políticos dedicam ao design de comunicação

Paralelamente, o novo executivo autárquico incrementou as encomendas regulares de trabalhos de comunicação a artistas plásticos, designers *freelancers* e *ateliers* de design, de pequena ou média dimensão, em geral sedeados no Grande Porto. Esta diversificação dos prestadores de serviço gerou uma grande diversidade de registos de linguagem gráfica que, nos últimos anos, têm sido propostos para comunicar a atividade da CMP, em especial na área cultural. Esta foi uma opção política deliberada, como reconheceu o Presidente da CMP, no texto de abertura do catálogo da exposição *Design By Porto, Porto By Design: 4 anos de design da Câmara do Porto* (2017) – dedicada às principais encomendas de design de comunicação realizadas pela autarquia para divulgar a sua atividade cultural durante o primeiro mandato de Moreira (2013-2017) –, argumentando que, assim, a CMP pretendeu trazer o design “para o centro da sua estratégia cultural” (Moreira, 2017: s/p). Mais explicitamente, o edil havia já declarado, alguns meses antes, a relevância e até mesmo a centralidade do design de comunicação na estratégia por si delineada para um reposicionamento da cidade do Porto, afirmando o seguinte:

O trabalho desenvolvido neste domínio [do design gráfico e de comunicação] tem sido internacionalmente reconhecido por prémios e publicações de referência na área, tendo-se

²¹⁵ Dos vários prémios atribuídos à marca “Porto.”, destaca-se um “lápiz” nos *D&ED Awards* (2015); um “duplo ouro” nos *European Design Awards* (2015); e o *Silver Graphis Award*, na categoria *Print Branding*, no âmbito dos *Graphis Awards* (2015).

transformado numa verdadeira marca de água da cultura da cidade e num importante vetor da sua identidade. (Moreira, 2016: s/p)

Na senda do sucesso e reconhecimento (público e mediático) alcançados pela bienal *ExperimentaDesign*, em Lisboa, surgiram recentemente noutras cidades portuguesas propostas que, de certo modo, mimetizam este modelo de evento celebratório do design, nacional e internacional, buscando, simultaneamente, reforçar a notoriedade dos seus territórios, agentes, empresas e instituições ligadas ao *design*. É o caso, nomeadamente, da *Porto Design Biennale*, coorganizada pelos municípios do Porto e Matosinhos, em parceria com a ESAD IDEA, e que envolve várias instituições locais de ensino superior e investigação em arte, design e arquitetura, cuja primeira edição decorreu em 2019, tendo por objetivo afirmar “com grande relevância, a região Norte de Portugal [colocando-a] no mapa dos grandes eventos internacional na área do design” (AA.VV, 2017: 2), e da *Molda*, bienal dedicada ao design cerâmico que se realiza, desde 2016, nas Caldas da Rainha, numa iniciativa da autarquia local, novamente em parceria com várias instituições culturais, empresariais e de ensino e formação da cidade e região.²¹⁶

Com comissariado geral a cargo, respetivamente, de José Bártolo e de João B. Serra, docentes na ESAD de Matosinhos e das Caldas da Rainha, respetivamente, é possível identificar-se vários traços comuns na tipologia de atividades que são genericamente propostas em ambos os eventos, e que incluem, designadamente, a realização: (i) de um leque variado de exposições, quer com um perfil histórico, quer com uma orientação para aspetos mais contemporâneos, que são, em geral, acompanhadas pela publicação dos respetivos catálogos; (ii) de conferências, debates e conversas informais (*talks*); (iii) de pequenos cursos de formação e de *workshops*; e ainda (iv) de “residências artísticas”. Estas bienais são ainda ilustrativas da forma como diferentes municípios portugueses têm vindo a desenvolver novas estratégias de política cultural que assumem o design como “instrumento” de desenvolvimento (cultural, económico, social, urbano) e, simultaneamente, enquanto “ferramenta” de marketing territorial, ambicionando assim projetar nacional e internacionalmente uma imagem renovada dos seus territórios – neste caso, perfilando Porto e Matosinhos como “cidades de design” e Caldas da Rainha

²¹⁶ Entre as várias entidades parceiras na bienal *Molda*, incluem-se instituições de ensino e formação com importante *know-how* nas áreas do design de equipamento, da cerâmica e do vidro, como a ESAD Caldas da Rainha e o CENCAL; equipamento culturais como, por exemplo, os Museus Malhoa e da Cerâmica; colecionadores privados com acervos relevantes na área da cerâmica, histórica e contemporânea, como João Maria Ferreira e Fernando Brízio; e ainda algumas unidades industriais da região que ainda detém grande tradição e *know-how* na produção de cerâmica artística (como a Bordallo Pinheiro, por exemplo).

enquanto “cidade cerâmica”.²¹⁷ Para tal, mobilizam-se, estratégica e retoricamente, muitas vezes concomitantemente, as raízes histórico-patrimoniais locais e as dinâmicas culturais e criativas presentes no território – neste caso, aquelas mais diretamente ligadas ao design e a todo o “ecossistema criativo” a ele associado (escolas e centros de I&D, espaços artísticos e culturais, empresas e profissionais, tecido industrial, etc.), encarando-o, assim, como um *ativo diferenciador* das próprias cidades e regiões.

A crescente atenção política dada ao tema do design por muitas autarquias portuguesas, não deve ser ainda dissociado, por outro lado, do debate em torno das indústrias culturais e criativas e do seu alegado potencial de desenvolvimento socioeconómico dos territórios que, como já vimos (cap. 1), emergiu em Portugal em meados dos anos 2000. Recorde-se que, acompanhando as abordagens *mainstream* de delimitação do SCC, também em Portugal o design foi integrado no que alguns documentos de referência nacionais designam de “atividades criativas” (ex. Mateus, 2010, 2013b 2016). Acresce que, tal como noutros contextos internacionais, o design tem tido em Portugal algum destaque no âmbito deste debate, sendo relevado em vários relatórios e estudos técnico-científicos o seu significativo potencial económico – embora ainda não totalmente concretizado, visto que as taxas de crescimento médio anual deste subsector, sendo interessantes *per se*, ainda se mantém abaixo da média do SCC (*idem*) –, patente, nomeadamente, nas interessantes taxas de crescimento de exportações neste subsector, bem como na particular resiliência demonstrada face à grave crise económica pós-2008. Este tipo de análises macroeconómicas influenciaram a retórica política nacional sobre a relevância do design, conferindo-lhe centralidade no quadro da nova agenda criativa – que, como referido (cap. 1), possibilitou não só um verdadeiro *boom* de equipamentos, projetos e eventos que, embora com características diversas entre si, pretendiam estimular o desenvolvimento de um tecido cultural e criativo em Portugal. Além disso, nos últimos anos vários municípios adotaram, de modo explícito ou implícito, o *label* de “cidades criativas”, associando-o frequentemente a estratégias de marketing urbano. Neste contexto, a ambição dos municípios do Porto e de Matosinhos em afirmarem-se, nacional e internacionalmente, enquanto “cidades de design”, promovendo para tal um conjunto vasto e variado de projetos, eventos e iniciativas de valorização do design e de todo o “ecossistema criativo” que a ele se associa; ou, no caso das Caldas da Rainha, a

²¹⁷ Note-se que, no caso das Caldas da Rainha, a bienal *Molda* se inseriu num contexto mais amplo que envolveu a preparação de uma candidatura à Rede de Cidades Criativas UNESCO (Cardoso, 2016b), submetida com sucesso em 2019.

aspiração em projetar-se como “cidade cerâmica”, articulando a bienal de design *Molda* com o processo de candidatura à Rede de Cidades Criativas da UNESCO, submetida que aderiu em 2019, constituem dois bons exemplos da aplicação ao campo específico do design de uma tendência cujos contornos são, em Portugal, bastante mais amplos.

A “viragem criativa” das políticas públicas em Portugal beneficiou da disponibilidade de fundos europeus, nomeadamente através do QREN 2007-2013, que permitiram a prossecução das novas orientações e prioridades, apoiando inúmeras iniciativas que visavam fomentar o desenvolvimento de um SCC em Portugal (André e Vale, 2014; Quintela e Ferreira, 2018). O design suscitou forte interesse à luz desta nova perspetiva, especialmente na região Norte (Fundação de Serralves, 2008), onde surgiram vários projetos públicos que, de múltiplas formas, pretendiam impulsionar o desenvolvimento de um “ecossistema criativo” ligado ao design, frequentemente assentes em redes de parceria alargadas, que envolviam municípios, centros tecnológicos, instituições de ensino superior da região e o próprio tecido industrial local. Além de outros projetos e infraestruturas dedicadas à incubação e fomento de empreendedorismo criativo em geral – abrangendo, portanto, o design –, destacam-se dois projetos de iniciativa pública realizados nesta região, graças ao cofinanciamento europeu, que tiveram o seu enfoque específico no design e em toda a fileira de atividades que com ele se relacionam.

O projeto *iMOD – Inovação Moda e Design*, sediado na Fábrica de Santo Thyrsó, uma antiga unidade têxtil reabilitada e transformada em “quarteirão cultural” onde foi criado, entre outras valências (área de eventos, núcleo museológico ligado à memória e património industrial do lugar e sua relação com o Vale do Ave, áreas comerciais, etc.), um espaço de incubação de novos negócios criativos especializado em design de moda. Promovido e gerido pelo Município de Santo Tirso, em articulação com centros de I&D, instituições de ensino de design e associações industriais do setor têxtil e vestuário, o projeto procurava aproveitar a inserção num território de grande tradição industrial na área do têxtil e vestuário para atrair “talentos” que, através dos seus conhecimentos, criatividade e abordagens inovadoras, contribuíssem para aumentar a retenção de valor no concelho e na região (AA.VV., 2012a; Neves, 2014; Rei, 2016; Rei e Silva, 2018).

Também o projeto *Polo de Design de Mobiliário de Paredes* constituiu uma iniciativa autárquica, em parceria com instituições de ensino e investigação em design da região e com várias empresas de produção mobiliário do concelho. Possuindo várias dimensões, alcançou maior reconhecimento sobretudo graças ao programa *Art on Chairs*, cuja primeira edição (2013) foi galardoada pelos *Prémios RegioStars* da Comissão Europeia,

na categoria “Crescimento Inteligente: PME inovação”. O *Art on Chairs* ambicionava, em traços gerais, abordar a indústria de mobiliário a partir de uma perspetiva cultural, artística e criativa, desafiando empresas locais a inovarem, trabalhando com designers, jovens e consagrados, na produção de protótipos de novos objetos – alguns dos quais integraram várias exposições, nacionais e internacionais (onde se incluiu a participação na *Beijing Design Week 2014*, anteriormente mencionada). O programa realizou ainda várias atividades pedagógicas nas escolas do concelho, procurando assim sensibilizar as crianças e jovens de Paredes para a importância do design na história do mobiliário português dos séculos XX e XXI (cf. Marques, 2013; Ribeiro e Providência, 2014).

Como referido anteriormente, apesar do *boom* de iniciativas e equipamentos relacionados com a estratégia de criação de um *cluster* regional de indústrias criativas, que se refletiu, conseqüentemente, num avultado investimento público, não foi ainda realizada uma avaliação sistemática dos resultados e impactos alcançados (Quintela e Ferreira, 2018). Todavia, estudos de caso realizados sobre alguns dos projetos anteriormente referidos identificam fragilidades e apontam várias críticas à consistência e alcance dos resultados atingidos, questionando até a sua sustentabilidade futura (cf. Neves, 2014; Rei, 2016; Rei e Silva, 2018; Quatenaire Portugal, 2015).

Saliente-se, por outro lado, o modo como muitos destes projetos e iniciativas retomam – ainda que sob a égide de uma nova retórica técnico-política em torno da “criatividade” – algumas antigas “bandeiras” que, como vimos, marcaram duradouramente as políticas públicas para o design em Portugal, nomeadamente recuperando *velhos* argumentos em torno do papel do design no relançamento da economia nacional, contribuindo para a sua modernização, introduzindo elementos de inovação ao longo da cadeia de valor, etc. Foi neste quadro que realizou o *Ano do Design Português 2014-15*, uma grande iniciativa pública, organizada conjuntamente pelas tutelas da cultura e economia, com comissariado geral a cargo de Guta Moura Guedes, que pretendia (i) sensibilizar para a importância do design português, histórico e contemporâneo; (ii) valorizar a qualidade do design nacional e distinguir os profissionais de excelência a trabalhar em Portugal; e (iii) afirmar internacionalmente o design como uma das principais indústrias criativas nacionais. Este último aspeto foi especialmente enfatizado por António Pires de Lima, então Ministro da Economia, que no texto de apresentação institucional desta iniciativa, disponível no *website* oficial do *Ano do Design Português 2014-15*, argumentou acerca da relevância política e económica desta aposta estratégica, declarando ainda que o design português constituía uma “variável fundamental do crescimento do nosso país”.

Entre as diversas atividades que integraram o programa do *Ano do Design Português*, incluiu-se a realização de várias exposições de design, uma das quais internacional²¹⁸; o lançamento do *website* designportugues.pt, contendo informações sobre o programa, textos ensaísticos e um diretório *online* de profissionais e empresas de design nacionais; o lançamento de alguns livros sobre design português, histórico e contemporâneo²¹⁹; e a recuperação dos *Prémios de Design Português*, anteriormente promovidos pelo CPD.

Em geral, as reações do próprio campo a esta iniciativa laudatória do design português foram, contudo, bastante negativas, refletindo o contexto de austeridade social, económica e financeira em que o país se encontrava, em resultado da aplicação de um duro programa de intervenção externa que, a partir de maio de 2011, com a aplicação do chamado *Memorando de Entendimento* celebrado entre o Estado português, o Fundo Monetário Internacional, a Comissão Europeia e o Banco Central Europeu, justificou a adoção de medidas de “ajustamento” muito restritivas que, entre muitos outros aspetos, se repercutiram na ação do Estado – entre várias outras medidas, recorde-se que foi, neste contexto, decidido extinguir o MC, logo em 2011, retornando à anterior condição de SEC, e encerrar o CPD, em 2013. Acresce que este foi também um período bastante crítico para a atividade em design, sobretudo devido à fortíssima contração de mercado, público e privado, que inevitavelmente impactou profissionais e empresas da área. Neste quadro, assistiu-se ao *downsizing* ou mesmo ao encerramento de muitos *ateliers* de design, arrastando para o desemprego e/ou para a imigração muitos profissionais. Acompanhando uma tendência geral de deterioração das relações laborais no país (cf. Silva *et al.*, 2017; Carmo e Matias, 2019; Carmo e Cantante, 2015; Cantante, 2018), também no campo do design se verificou um agravamento das condições de trabalho, tornando-se ainda mais precárias neste período (cf. Quintela, 2013, 2016a) – aspetos que se abordará mais detalhadamente adiante. Não surpreende, pois, que uma iniciativa com as características do *Ano do Design Português 2014-15* tenha estado, praticamente

²¹⁸ Em Portugal, realizaram-se, no âmbito do *Ano do Design Português*, três exposições: *A Liberdade da Imagem: Design e Comunicação Visual em Portugal (1974-1986)*, entre maio e setembro de 2014, em vários espaços do Porto, com curadoria de José Bártolo; *Out of the Box - Exposição de Design Israelita Contemporâneo*, uma iniciativa da Embaixada de Israel em Portugal, com a curadoria de Galit Gaon, patente, entre dezembro de 2014 e janeiro de 2015, no Museu do Palácio Nacional da Ajuda; e a exposição dos 26 projetos selecionados para os *Prémios do Ano do Design Português*, patente no Museu Nacional dos Coches, em Lisboa, entre setembro e novembro de 2015. Realizou ainda no âmbito da *São Paulo Design Weekend*, em agosto de 2015, uma exposição sobre design de equipamento português contemporâneo, anteriormente referida.

²¹⁹ Destacam-se o livro *Portugal by Design*, coordenado por Jorge Silva e que foi publicado em suporte físico e digital, e a coleção (em oito volumes) *Design Português*, coordenado por José Bártolo, que foi dedicada à história do design português, tendo sido distribuída através do jornal diário nacional *Público* (cf. Quintela, 2016b).

desde o seu anúncio, envolta em polémica, sendo muitas das opções programáticas encaradas com desconfiança e até com um certo desdém por muitos designers. Contudo, sendo esta uma área de atividade que, historicamente, se caracteriza por uma grande atomização dos seus profissionais, o que se reflete, entre outros aspetos, numa escassez de estruturas de organização e representação coletiva dos designers portugueses, como já vimos, o alcance das muitas reflexões e observações críticas a propósito deste evento – feitas, essencialmente, de uma forma bastante informal e entre pares, nomeadamente em redes sociais como o *Facebook* e nalguns blogues de crítica de design²²⁰ – acabou por ser restrito, tendo, conseqüentemente, um impacto político e mediático limitado.

Esta apreciação crítica estende-se às atuais políticas públicas para o design em Portugal, em sentido amplo, como se concluiu da análise das entrevistas realizadas a designers que, em geral, expressaram uma grande desconfiança e descontentamento relativamente à mais recente “geração” de políticas públicas para o design – o que não significa, contudo, que se revissem necessariamente no tipo de projetos e abordagens preconizados por instituições “do passado”, como o CPD, por exemplo, cujo trabalho foi também, de um modo geral, perspetivado de uma forma bastante crítica. Com efeito, a maioria dos entrevistados entende que o termo design se tornou hoje num clichê, um autêntico “chavão” que invadiu a retórica política *mainstream* mas cujas concretizações práticas são, contudo, bastante escassas, nomeadamente no que concerne a estratégias e ações de política pública com um caráter mais efetivo e estruturante, capazes de superar a realização de iniciativas de cariz festivo e/ou apologético da importância da disciplina. Vários entrevistados revelaram ainda ter dúvidas quanto à eficácia e alcance dos vários projetos e eventos públicos, ou apoiados por fundos públicos, sobre design realizados nos últimos anos em Portugal, cujo enfoque assenta em geral numa visão *não-comercial* e *não-funcionalista* da disciplina design, sugerindo que estes tendem a ser consumidos entre pares, não se refletindo num alargamento do conhecimento sobre a disciplina e a sua história, nem tão-pouco num aumento do reconhecimento e valorização desta

²²⁰ Por exemplo, a propósito desta iniciativa, o professor universitário, investigador e crítico de design Mário Moura, escreveu no seu blogue pessoal, *Ressabiator*: “Tenho alguma dificuldade a comentar o ano do design. Não há grande mal em dedicar um ano a qualquer coisa, antes pelo contrário. Dá visibilidade, etc. Queixo-me sobretudo do que o próprio design se tornou, que já foi uma coisa dedicada à vida cívica, à integração – uma manifestação do Estado Social – e agora é por defeito empresarial, de luxo, feito para exportar, o que significa que é feito para ser usado noutra sítio qualquer, desde que não aqui. Já houve ocasiões onde o design se dedicava a produzir coisas boas, bonitas e baratas; agora assume-se que a maioria da população se contenta com simulacros de luxo ou migalhas que caem da mesa. E depois, o design é o veterano dos estágios não remunerados, da precariedade como coisa fixe. Tudo isto dedicado à produção de luxo, gurmê ou pior. Já não tenho paciência.” (Moura, 2014b).

profissão. Alguns designers consideraram mesmo que muitas destas iniciativas acabam por ter um efeito pernicioso, gerando “ruído” e alguma desinformação; advogaram, em alternativa, maior diversidade nas tipologias de ações de promoção e valorização do design, adotando abordagens que traduzam uma visão mais multidimensional e plural da disciplina, sem escamotear a sua profunda relação com o mercado e a indústria. Observe-se, nesta linha, a reflexão de Margarida Oliveira, antiga dirigente associativa (APD) e designer gráfica e de comunicação com *atelier* próprio que, em entrevista, apelou a uma maior diversidade de perspetivas nos projetos e iniciativas públicas de promoção do design em Portugal:

Eu não estou a dizer que não haja diferentes caminhos para o design. Ou seja, o que faz a *Experimenta Design*, o que faz o *MUDE*, etc., e até mesmo algumas das coisas que o *Centro Português de Design* fez, não estou a dizer que não devam existir ou que sejam caminhos ínvios para o design – não são. A única coisa que eu acho é que o design não se esgota nisso. Aliás, eu acho que isso deve ser uma parte marginal do design. Isto é, são formas de expressão do design, são caminhos do design e, às vezes, até são muito inspiradores e fomentadores de outras ligações e, às vezes, até muito rentáveis, muito estimulantes, do ponto de vista cultural e tudo isso. O que eu acho é que – e eu vejo muito pouco esse discurso, principalmente a nível oficial – por não se fazer o contraponto do que o design tem, enquanto disciplina transversal, enquanto disciplina que pode interessar a todos, que pode criar produtos, serviços, objetos, coisas para fruição, que interessam a todos, que servem a todos, que têm intenções que não são só comerciais, intenções que não são só de glória e de divagação, etc. Por falta desse discurso, o que acontece é que a maior parte da população portuguesa (...), quando fala em design, as pessoas associam sempre a uma carga de luxo, de coisas herméticas, uma certa modernidade, exclusividade, etc., e não aquilo que pode ser a coisa mais normal do mundo. (...) E eu acho que gostava de ver um discurso, a nível do Ministério da Economia, a nível do Ministério da Indústria, a nível do Ministério das Finanças, a nível do Ministério da Educação, que integrasse o design de uma forma natural, sem ser Joana Vasconcelos, sem ser algo excecional. Uma coisa normal! Uma coisa básica, necessária, funcional, útil. Eu acho que falta muito esse discurso [em Portugal].

Por outro lado, foi também bastante criticada a ausência de medidas de política pública que proativamente busquem contribuir para valorizar a atividade profissional em design. Embora não tenha sido possível identificar uma visão de algum modo consensual acerca do tipo de medidas concretas a adotar, vários entrevistados mencionaram a necessidade de maior regulamentação e proteção das condições laborais neste subsetor, combatendo a precariedade. Mencionaram ainda os abusos frequentes na forma como se utilizam certas medidas e instrumentos de apoio ao ingresso no mercado de trabalho de jovens designers recém-licenciados (os programas de estágios profissionais, por exemplo).

Certos designers sugeriram ainda, por outro lado, a possibilidade de serem adotados regimes fiscais e de proteção social mais ajustados às características de um mercado de laboral onde prolifera o trabalho “ao projeto”, em regime de autoemprego e *freelance*. De igual modo, alguns dos entrevistados mencionaram a necessidade de serem revistos os instrumentos públicos de apoio ao empreendedorismo nesta área, adequando-os ao carácter complexo e diverso que caracteriza esta atividade profissional (incluindo às especificidades próprias que caracterizam as várias áreas de especialização em design), ao invés de prosseguir com a adoção de abordagens relativamente genéricas e estereotipadas de empreendedorismo criativo.

A evolução do universo de designers e empresas de design em Portugal: expansão, diversificação e desregulação/precarização

Em Portugal, as décadas de 2000 e de 2010 correspondem a um momento de consolidação do trajeto – longo, lento e gradual – de institucionalização e afirmação do design na sociedade portuguesa, permitindo uma certa “vulgarização” e “popularização” desta disciplina e profissão. Como foi argumentado antes, este é um processo que resulta, nomeadamente, do *boom* da oferta de ensino superior, disseminada por todo o território e, mais recentemente, da investigação científica realizada nesta área, mas também repercute a ação de um conjunto amplo e diverso de projetos, acontecimentos e até de equipamentos culturais ligados ao design, frequentemente apoiados por novas políticas, de âmbito local, supramunicipal, regional e/ou nacional, e que têm, para além disso, beneficiado de crescente atenção pública e mediática, de pendor jornalístico e/ou crítico.

Neste quadro, foi notória a expansão do universo de profissionais ligados ao design em Portugal, em resultado sobretudo do vasto número de jovens diplomados em design que, a partir de meados dos anos 1990, têm entrado regularmente no mercado de trabalho. Embora a tendência geral seja para uma crescente especialização, importa notar que, apesar de tudo, persistem nesta área bolsas relevantes de designers autodidatas ou com formação noutros domínios disciplinares, incluindo em áreas historicamente próximas – caso da Arquitetura, Pintura e Escultura –, mas também em vários outros domínios – das Engenharias ao Multimédia, passando pelas diferentes Ciências Sociais e Humanas (Sociologia, Gestão, Marketing, etc.). Por outro lado, e acompanhando as grandes tendências internacionais anteriormente mencionadas (cap. 3), verifica-se que também entre nós esta é uma atividade que se tem vindo a tornar, cada vez mais, heterogénea,

assistindo-se à emergência de novas áreas de especialização, respondendo assim aos novos desafios colocados pelo mercado de trabalho – o que, de algum modo, corrobora a perceção genericamente partilhada entre os entrevistados de que o design em Portugal atingiu já a sua maturidade.

Centrando o nosso olhar especificamente no caso do design gráfico e de comunicação, subdomínio disciplinar em que a dimensão tecnológica adquiriu nos últimos vinte anos especial relevo, à medida que o chamado *desktop publishing* se tornou numa prática hegemónica, importa começar por referir que, desde meados da década de 1990, tem-se assistido à emergência de novas gerações de designers cujos trajetos formativos revelam características relativamente heterogéneas. De facto, se esta constitui inequivocamente uma área de especialização em design onde existe maior oferta formativa em Portugal, graduada e pós-graduada, concentrando também o maior número de diplomados (Agapito, 2015), o que contribui certamente para uma crescente especialização, observa-se, contudo, que continuam a persistir nesta área inúmeros casos de designers cuja aproximação à profissão se realiza de modo autodidata. Ao contrário do passado em que este tipo de aprendizagem ocorria informalmente, em contexto de *atelier* (Almeida 2009; Souto, 2009), atualmente esta aproximação à profissão é, no essencial, realizada individualmente, através da exploração autodidata das múltiplas ferramentas digitais de desenho gráfico e multimédia hoje disponíveis. Se esta evolução tecnológica contribuiu para, de certo modo, “democratizar” o acesso a ferramentas e linguagens da comunicação gráfica e multimédia contemporânea, tornando-as acessíveis a “leigos”, indelevelmente contribuiu também, por outro lado, para uma desvalorização do trabalho dos designers gráficos e de comunicação, favorecendo a proliferação modalidades de organização do trabalho crescentemente flexíveis, precarizando assim as condições laborais em que muitos profissionais se encontram. Neste sentido, Moura observa:

O computador e a internet desempenharam um papel fundamental nesses processos. Reduzindo os custos de produção, qualquer pequeno negócio, mesmo empresas de uma pessoa só, podia agora ter design. De grandes ateliês com dezenas de colaboradores, vai-se passando para o modelo do designer solitário com o seu portátil, trabalhando em casa ou, mais frequentemente, como uma espécie de secretário gráfico em empresas que não têm nada que ver com design. (Moura, 2013b: 23)

Face a um panorama geral do mercado laboral cada vez mais desregulado assistiu-se, também em Portugal, a um número crescente de designers gráficos e de comunicação que demonstram ter interesse em discutir e desenvolver novos tipos de abordagens ao

exercício da sua profissão que, frequentemente, denotam aspetos marcadamente mais experimentais e/ou autorais, o que lhes permite ambicionar valorizar certas dimensões específicas e, portanto, diferenciadoras do seu trabalho. Não por acaso, esta tendência emerge no final da década de 2000, coincidindo, assim, com um contexto de forte crise e austeridade económica que veio reduzir ou, pelo menos, limitar significativamente as oportunidades de trabalho nesta área, desvalorizando os orçamentos e as remunerações, bem como flexibilizando os vínculos e as relações laborais. Entre os novos domínios de atividade em design gráfico e de comunicação que começam então a ser explorados de forma mais ampla incluem-se, nomeadamente, os da ilustração e edição de autor, através do desenvolvimento de projetos que, muitas vezes, decorrem da iniciativa dos próprios designers, individualmente ou organizados em coletivos cujo perfil assume contornos relativamente informais, distanciando-se assim de estruturas mais formais, como os *ateliers* de design (cf. Quintela e Borges, 2015; Moura, 2013b; Bártolo, 2015). Aumenta também, neste período, o interesse pela escrita crítica e ensaística, a par do comissariado de exposições, conferências e outros eventos culturais, de perfil variado, que se podem enquadrar no chamado *campo expandido* do design (Bártolo, 2014a). Simultaneamente, adquiriram crescente relevo, sobretudo nos últimos quinze anos, novos domínios de especialização em design gráfico e de comunicação que, embora ainda sejam “nichos” de atividade, têm vindo a suscitar um crescente interesse. Tal é o caso, por exemplo, do *type design* (desenho tipográfico de letras e alfabetos) e do desenho de infografias (composições gráficas que combinam elementos de informação quantitativa, de texto e imagem, sintetizando, de forma apelativa, conjuntos de dados que, em geral, são relativamente volumosos e/ou complexos) – dois domínios de especialização em que alguns designers portugueses têm vindo a conseguir paulatinamente afirmar-se, nacional e internacionalmente. Em síntese, os trajetos e práticas profissionais em design gráfico e de comunicação em Portugal, na última década e meia, podem caracterizar-se por combinarem, em simultâneo, níveis elevados de especialização, de diversidade e de heterogeneidade, contrastando assim com a maior linearidade dos trajetos formativos e profissionais nesta área que, como vimos, caracterizou as décadas anteriores.

São vários os fatores que, de forma combinada e concomitante, explicam este processo. Além do *efeito impulsionador* gerado por um contexto de crise económica e social que, de algum modo, impeliu muitos designers a buscarem alternativas que viabilizassem a sua atividade profissional, importa igualmente recordar que, como foi já argumentado,

estas mudanças foram também despoletadas, por um lado, pelo processo de reforma do sistema de ensino superior e investigação científica em design, iniciado com *Bolonha*, que foi decisivo para o surgimento de uma nova geração de professores e investigadores interessados em explorar e divulgar novas formas de conceção e abordagem à profissão; e, por outro lado, pela dimensão cultural, autoral e até *para-artística* que o design adquiriu nos últimos anos, o que permitiu, de algum modo, aumentar e desdobrar as oportunidades de trabalho para os designers no SCC. Convém, contudo, recordar que estes constituem domínios de atuação profissional dos designers ainda emergentes, sendo, por isso, muitas vezes desenvolvidos em modalidades de trabalho precário (Bártolo, 2015: 65), ou pelo menos de forma “intermitente” – elemento certamente revelador das dificuldades que se colocam à sustentabilidade, a médio/longo prazo, deste tipo de projetos e iniciativas, sobretudo quando esta questão é estritamente equacionada do ponto de vista do seu retorno e viabilidade económico-financeiros.

Importa também reconhecer o papel crucial que os sucessivos progressos tecnológicos têm vindo a desempenhar nestes processos, introduzindo profundas alterações, seja nos modos de conceber, como de exercer a profissão de designer gráfico e de comunicação, independentemente dos setores de atividade específicos em que estejam envolvidos. Destacam-se, em particular, o conjunto de mudanças técnicas e tecnológicas ocorridas no campo da comunicação, que alteraram profundamente os média tradicionais (imprensa, rádio e televisão), ao mesmo tempo que surgem novos *players* e formas de conceção, disponibilização e comercialização de conteúdos (publicitários, informativos, culturais, de entretenimento), o que implicou mudanças e adaptações no papel até então desempenhado pelos designers de comunicação, obrigando-os a rapidamente adquirirem novas competências – em áreas de especialização como, por exemplo, os chamados UI (*User Interface*) e UX (*User Experience*) Design, hoje crescentemente requeridas pelo mercado, mormente por empresas ligadas às NTIC. Por outro lado, a própria utilização intensiva e abrangente das NTIC está ainda profundamente articulada com a afirmação, nas últimas duas décadas, de modelos de trabalho mais heterogéneos e flexíveis na área do design em geral, e muito em particular no campo do design de comunicação, no qual, conforme referido antes, o uso do computador e da Internet se tornaram hegemónicos.

Num contexto em que, como tem sido descrito, o design se assume como um campo de atividade profissional em clara expansão, contendo uma multiplicidade de domínios de atuação, cada vez mais abrangentes e heterogéneos, revela-se tarefa árdua e complexa a quantificação e o mapeamento rigoroso de todo o amplo e diversificado universo de

designers profissionais hoje em atividade no país, nos seus diferentes domínios de especialidade. Em todo o caso, importa referir que, graças à crescente atenção política e mediática sobre o SCC, anteriormente analisada, mas também, e sobretudo, fruto do empenho das duas associações socioprofissionais de designers, houve na última década e meia importantes avanços na informação estatística disponível sobre o design no país – ainda que, veremos, persistam um conjunto de limitações e fragilidades que recomendam cautela na análise destes dados quantitativos.

Com efeito, somente no final da década de 2000 é que, pela primeira vez, surgem dados estatísticos oficiais que, ainda que parcialmente, descrevem o universo de profissionais e empresas ligados ao design em Portugal. Esta mudança resultou, por um lado, dos esforços encetados pelas duas associações socioprofissionais de designers, APD e AND, que, tendo em vista o aprofundamento do reconhecimento da presença e relevância desta profissão na sociedade portuguesa, nomeadamente do ponto de vista económico, procuraram, de forma bem-sucedida, sensibilizar o Estado para a necessidade de melhorar o seu enquadramento legal e fiscal, obrigando a afinar os instrumentos de recolha de informação e respetiva mensuração. Estas mudanças decorreram também, por outro lado, da necessidade de produzir informação estatística oficial mais detalhada que permitisse a caracterização do SCC nacional e a comparação internacional (nomeadamente no quadro europeu) da sua dimensão e *performance* macroeconómica.

No final de 2006, foi aditada à classificação de atividades previstas no Código IRS – Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares a atividade “1336 Designers”, iniciando-se a aplicação no ano seguinte.²²¹ Em 2007 foi criado o Código de Atividades Económicas (CAE rev 3) “74100 Atividades de Design”.²²² Seguiu-se, em 2008, a inscrição da profissão “Designer” na lista CNP – Classificação Nacional das Profissões, posteriormente designada CPP – Classificação Portuguesa das Profissões²²³, enquadrada no Grande Grupo 2 – Especialistas das atividades intelectuais e científicas, mais especificamente, no Subgrupo 216 – Arquitectos, urbanistas, agrimensores e designers, onde se distinguem os “Designers de produto, têxteis, moda e de interiores” (2163) e os “Designers gráficos ou de comunicação e multimédia” (2166).

²²¹ Como estipulado no Orçamento do Estado para 2007, publicado no Diário da República n.º 249/2006, 1º Suplemento, Série I de 29 de dezembro de 2006.

²²² Conforme a Deliberação n.º 786/2007 do Conselho Superior de Estatística do INE - Instituto Nacional de Estatística, publicada no Diário da República, 2ª Série, n.º 92, de 14 de maio de 2007.

²²³ De acordo com o estabelecido em Diário da República, 2ª Série, n.º 106, de 1 de junho de 2010.

Tratam-se, portanto, de mudanças relativamente recentes, o que impede a realização de análises estatísticas com um maior recuo e abrangência do ponto de vista temporal. Além disso, embora estas alterações tenham buscado alcançar uma maior formalização, nomeadamente do ponto de vista legal e fiscal, das atividades profissionais em design realizadas em Portugal, mantém-se até hoje como uma prática corrente profissionais e empresas da área utilizarem outros CAE – o que se explica, em parte, pela frequente acumulação de atividades profissionais em diversos âmbitos, levando muitos designers a optarem por outros CAE mais genéricos [tais como, por exemplo, “outros artistas” (2015) e “outros prestadores de serviços” (1519)] mas também por existir um conjunto ainda significativo de profissionais e empresas de áreas adjacentes (arquitetura, por ex.) que realizam, mais ou menos pontualmente, projetos de design, não os considerando, contudo, centrais na sua atividade –, o que dificulta sobremaneira a realização de uma caracterização rigorosa, baseada exclusivamente em fontes de informação estatística, de uma atividade criativa com as características relativamente *porosas* e crescentemente abrangentes do design.

Foram já anteriormente referidos, a propósito da centralidade do design no quadro da chamada agenda criativa, alguns dados macroeconómicos que expressam o peso e a dinâmica auspiciosa deste subsetor, designadamente do ponto de vista do seu contributo para o VAB e PIB nacionais, bem como para o incremento das exportações. De seguida, a análise centra-se nos principais indicadores estatísticos que, de algum modo, descrevem o tecido empresarial nacional com atividade em design, bem como naqueles que caracterizam a evolução dos níveis de emprego e de desemprego neste subsetor.

Em 2016, existiam Portugal 5.101 empresas de design, maioritariamente de micro dimensão (5.045 tinha menos de 10 trabalhadores ao serviço), sendo que das restantes 51 tinham entre 10 e 49 trabalhadores e apenas 5 tinham entre 50 a 249 trabalhadores; não existiam quaisquer empresas de design em Portugal com 250 ou mais trabalhadores (INE, 2017). Já o universo total de trabalhadores ao serviço em empresas de design era, em 2016, composto por 7.548 indivíduos, que se concentravam sobretudo nas micro (6.347) e pequenas (772) empresas do subsetor (*idem*). Considerando o universo total de empresas do SCC em Portugal, em 2016, 55.422 empresas (4,6% do total de empresas do país), verifica-se que o peso do subsetor do design correspondeu, neste período, a apenas 9,2% do SCC nacional (*idem*) – valor em linha com o posicionamento deste subsetor no conjunto do SCC nacional, de acordo os dados anteriormente

disponibilizados pelos principais estudos macroeconómicos sobre o SCC em Portugal (cf. Mateus, 2010, 2013b, 2016).

Quanto à distribuição territorial das empresas de design, constata-se que, em 2016, estas concentravam-se maioritariamente no continente (4.962), estando praticamente metade na Área Metropolitana (AM) de Lisboa (2.205), onde estão também concentrados perto de metade dos trabalhadores ao serviço (3.040). Com menor peso, encontramos, em 2016, nas regiões Norte e Centro um volume, apesar de tudo, relevante de empresas de design – respetivamente, 1.522 e 831 empresas, com 2.641 e 1.171 trabalhadores; pelo contrário, o Alentejo e o Algarve, bem como as RA dos Açores e Madeira dispunham, de um número de empresas de design e de designers bastante mais diminuto - 193 empresas de design na região do Alentejo, empregando 227 trabalhadores; 211 empresas no Algarve, com 289 trabalhadores; 77 empresas na RA da Madeira, que dispunham de 103 trabalhadores; em igual período, existiam na RA dos Açores apenas 62 empresas de design, que empregavam um total de 77 trabalhadores (INE, 2017).

O relatório *A Economia Criativa em Portugal*, publicado em 2016, propõe um exercício de territorialização do SCC no país, de acordo com o qual o subsetor do design correspondia, em 2012, a cerca de 3% do total do emprego no SCC, distribuído de forma relativamente equivalente pelas AM de Lisboa e do Porto, onde se concentravam, respetivamente, 2% e 3% do total do emprego no SCC existente em cada território (Mateus, 2016: 25-26). Estes dados não surpreendem, na medida em que, como referido no cap. 1, existe uma tendência geral de forte concentração das atividades artísticas, culturais e criativas em territórios urbanos, que assume, de resto, contornos específicos em Portugal, pela fortíssima concentração deste tipo de atividades em Lisboa e no Porto – existindo, no entanto, um efeito de maior concentração do SCC na primeira que, graças à sua condição de cidade capital do país, tende despoletar fenómenos específicos de “clusterização” de algumas destas atividades (cf. Costa, 2000, 2007a, 2009, 2017; André e Vale, 2012). No design, e especialmente no design gráfico e de comunicação, esta dinâmica de concentração urbana é ainda reforçada, em resultado da importância que a proximidade geográfica a outras atividades económicas, *dentro e fora* do SCC.²²⁴

²²⁴ Vimos no capítulo 3 que em determinadas subáreas do design, em especial aquelas ligadas a domínios produtivos altamente industrializados, como sejam o design de produto/ industrial e o design de moda, existem fenómenos específicos de “clusterização” ligados à necessidade de uma maior proximidade física dos designers junto destas unidades (cf. nomeadamente Reimer *et al.*, 2008; Sunley *et al.*, 2008, 2011; Rusten e Bryson, 2007). Contudo, no caso do design gráfico e de comunicação parece existir uma maior propensão para a localização de profissionais e empresas junto a *hubs* e “quarteirões” culturais e criativos,

Com efeito, atendendo à conhecida a tendência para uma concentração dos principais grupos económicos e empresariais do país nestas duas principais áreas metropolitanas, não admira que também aqui que se concentre a maioria das empresas e profissionais do design. No entanto, estas macrotendências não impedem que, à semelhança de vários outros países (cf. cap. 3), também em Portugal cada vez mais se verifiquem processos de desterritorialização do trabalho em design, hoje muito facilitados pelas dinâmicas de crescente computerização e digitalização do trabalho, permitindo que muitos designers e empresas de design trabalhem remotamente para clientes de outros pontos do globo – lamentavelmente não existem, contudo, dados quantitativos que permitam descrever, com maior rigor, esta tendência que, embora ainda emergente, já assume alguma relevância entre nós, e relativamente à qual foi possível recolher algumas evidências empíricas, seja no quadro das entrevistas realizadas, seja através de outros elementos de pesquisa no terreno com cariz mais etnográfico.

A disponibilidade de um conjunto de indicadores macroeconómicos relativos ao SCC em Portugal, abrangendo o subsector do design, permite-nos ainda analisar alguns dos principais impactos resultantes do período de retração, crise e austeridade económica que, como mencionado antes, se iniciou verdadeiramente durante o ano de 2010, embora os primeiros sintomas remontassem aos anos de 2002-2003, agudizando-se a partir de 2008 e atingindo o seu “pico” nos anos de 2011-12 (Reis, 2014, 2018). Segundo o relatório *A Economia Criativa em Portugal*, a atividade económica no SCC desacelerou visivelmente entre 2008-12, afetando transversalmente todo o setor. Este impacto foi, contudo, mais acentuado em subsectores que estão particularmente ligados ao design gráfico e de comunicação, enquanto *encomendadores e/ou empregadores*: caso da “edição” e do “audiovisual”, incluindo publicidade (Mateus, 2016: 27-29), assim como, e de um modo particular, das “atividades nucleares” (artes performativas, artes visuais, património cultural, etc.) que sofreram uma forte contração da sua atividade neste período, em resultado da diminuição dos apoios públicos à cultura (Garcia, 2014; Garcia *et al.* 2016), reduzindo, de forma drástica, as encomendas ligadas, por exemplo, à conceção e produção de diversas tipologias de materiais de divulgação e interpretação.

A partir de 2013, surgem os primeiros sinais, ainda que tímidos, de alguma recuperação da atividade económica, o que se refletiu positivamente num incremento da atividade de

devido à busca de um maior prestígio e reconhecimento em termos simbólicos e mediático, bem como à possibilidade de um contacto mais direto e regular com artistas e criativos (cf. por ex. Drake, 2003).

profissionais e empresas de design (Mateus, 2016: 27-29).²²⁵ Note-se ainda que, quando globalmente considerados, “os subsectores do design e serviços de software diferenciam-se claramente [da arquitetura e publicidade], registando [entre 2006 e 2014] sucessivos aumentos do emprego, com a exceção do ano de 2012” (*ibidem*: 31). De acordo com os autores do relatório *A Economia Criativa em Portugal*, esta dinâmica positiva poderá, pelo menos em parte, explicar-se pelo peso dos inúmeros designers gráficos, de comunicação e multimédia que, neste período, trabalharam em setores económicos ditos “não criativos” (*ibidem*: 31-34), adquirindo maior polivalência e tornando esta atividade profissional, apesar de tudo, relativamente mais resiliente aos impactos negativos gerados por este período de forte retração económica do que outros subsectores do SCC (caso das “atividades nucleares” e da generalidade das “indústrias culturais”). De resto, estes autores declaram mesmo que as “atividades criativas” – que, para além do design, abrangem a arquitetura, publicidade, serviços de *software* e o que difusamente se designa de “componentes criativas em outras atividades” (*ibidem*: 19-20) – evidenciaram, num momento de forte contração da economia nacional, uma assinalável capacidade de resiliência, superior mesmo à revelada pela generalidade dos restantes setores da economia portuguesa, o que, na sua perspetiva, indicia claramente a sua “relevância (...) na diversificação da economia e na mitigação dos impactos negativos no rendimento e no emprego em períodos de crise” (*ibidem*: 48).

Apesar deste cenário aparentemente positivo, a verdade é que, entre 2007 e 2013, assistiu-se, contudo, a um aumento claro e consistente, ao longo do tempo, do número de designers desempregados inscritos nos Centros de Emprego – de 593 designers inscritos em 2007, passou-se para 1.326 inscritos em 2010 e 2.489 inscritos em 2013 (Agapito, 2015: 100). Importa, contudo, que esta dinâmica de aumento do desemprego no subsector do design seja, de algum modo, colocada em perspetiva, argumentando os autores do estudo *O perfil do designer e o papel do design nas empresas em Portugal* que, na realidade, os “valores médios (...) oscila[m] entre 1,5% e 2,4% do desemprego com formação superior”, o que sugere existir “uma valorização pelo mercado deste tipo de qualificação” (*ibidem*: 101). No período em análise, a região mais afetada pelo desemprego no setor do design foi o Norte, seguindo-se o Centro e a AML. No resto do país, constata-se que o número de designers desempregados inscritos, entre 2007-2013, nos Centros de Emprego foi muito menor, o que se compreende pela baixa concentração

²²⁵ Esta tendência positiva de retoma da atividade económica e do emprego no SCC tem sido, de resto, confirmada pelos dados macroeconómicos mais recentes (cf. INE, 2017: 43-44).

de profissionais e empresas do SCC nestes territórios, como anteriormente mencionado. Quanto à distribuição do desemprego em design em função, por um lado, das diferentes áreas de especialização e, por outro, dos vários ciclos de estudos superiores, novamente se constata que a perspectiva dos autores do estudo apresenta-se relativamente otimista, apontando para a existência um certo equilíbrio entre a dinâmica de saída de novos diplomados em design e a capacidade destes serem absorvidos pelo mercado de trabalho (*ibidem*: 108-109), que é transversal aos diferentes setores de especialização em design – com uma ligeira desvantagem para a área do design gráfico e de comunicação que, como já vimos, possui a maior oferta de cursos superiores graduados e pós-graduados e, conseqüentemente, também a maior “fatia” de diplomados (incluindo desempregados). Observam ainda que o “volume de desemprego no âmbito de mestrado e doutoramento tem registos nulos ou pouco significativos a assinalar”, o que, declaram Agapito *et al.* – porventura de forma excessivamente otimista –, indicia claramente que a generalidade destes designers pós-graduados “estão inseridos no mercado de trabalho” (*ibidem*: 111). Os dados estatísticos sobre a dinâmica económica e o mercado de emprego em design em Portugal, bem como as análises de cariz macroeconómico que estes suscitam, designadamente as dos autores dos dois relatórios anteriormente citados, impõem necessariamente uma leitura atenta e crítica. Com efeito, importa começar por notar que estamos perante um universo de profissionais relativamente reduzido do ponto de vista quantitativo, o que indicia prováveis lacunas de informação que, pelo menos em parte, se poderão explicar pelos motivos anteriormente avançados. Neste sentido, é importante ser cauteloso nas generalizações se podem estabelecer a partir daqui. Por outro lado, importa moderar algum otimismo excessivo que está presente nestas análises, avaliando criticamente a forma bastante *branda* como caracterizam e avaliam os impactos profundos do recente período de crise e austeridade económica, particularmente no que toca aos seus efeitos – económico-financeiros certamente, mas também, acrescente-se, psicossociais, em sentido alargado – no subsector do design.

Retomando a discussão tida nos capítulos anteriores sobre a urgência de superação de certos discursos hegemónicos sobre o SCC, em geral profundamente informados e “moldados” por perspectivas de cariz macroeconómico que tendem a ser não só muito pouco sensíveis à multiplicidade de formas de estruturação e de organização do trabalho neste setor de uma forma geral, ignorando ainda a preponderância de vários problemas e desigualdades estruturais que, como explicado antes, acarretam conseqüências negativas para a qualidade de vida e bem-estar dos profissionais criativos, incluindo designers.

Ora, é justamente à luz deste quadro que, como foi já argumentado, o recurso a métodos e técnicas de análise de pendor mais qualitativo tem-se revelado de grande utilidade e pertinência no estudo do trabalho criativo, permitindo obter informação bastante densa, rica, profunda e diversificada, crucial para o desenvolvimento de outras perspetivas de análise e discussão das diversas modalidades de conceção e de organização do mercado de trabalho no SCC em geral, mas também para um olhar mais atento e detalhado quanto aos aspetos específicos e particulares de alguns subsetores, como o design.

Todo o trabalho de terreno realizado, entre fevereiro de 2013 e abril de 2015, permitiu o contacto com um conjunto alargado de designers gráficos e de comunicação, de diferentes gerações e com percursos académicos e profissionais bastante diversos, que connosco partilham um conjunto de experiências e de representações que, globalmente, apontam para uma perceção mais negativa dos impactos do processo de crise e austeridade económica pelo qual atravessou o país nos primeiros anos da segunda década de 2000. Com efeito, não só os impactos da crise económico-social foram bastante profundos, sobretudo devido à forte retração de mercado, público e privado, que inevitavelmente conduziu a uma redução substancial da atividade em design gráfico e de comunicação, como os seus efeitos nefastos se prolongaram no tempo, numa tendência transversal de precarização crescente das condições de trabalho existentes nesta área.

Assistiu-se assim, por um lado, ao *downsizing* ou mesmo ao encerramento de muitos *ateliers* de design, arrastando para o desemprego e, nalguns casos, para a imigração muitos designers que trabalhavam na área em *ateliers* ou como *freelancers*, ao mesmo tempo que o contexto geral de crise também afetou de modo negativo outros designers profissionalmente inseridos noutra tipo de organizações, *dentro* e *fora* do SCC. Houve, por outro lado, um nítido agravamento das condições de trabalho neste subsector, o que se refletiu não só num decréscimo significativo do volume de trabalho, como dos orçamentos praticados, o que se repercutiu não só num incremento das horas de trabalho que passaram a ser, em geral, pior remuneradas, mas também na proliferação de situações de pluriatividade profissional, que se traduziram numa acumulação de empregos e/ou de projetos profissionais, dentro e fora da área do design. Paralelamente, assistiu-se à proliferação de trabalho não-pago (ou muito mal remunerado), uma prática

que, não sendo inédita na área do design²²⁶, normalizou-se e generalizou-se bastante desde o início dos anos 2000 e, sobretudo, a partir de 2008 – tal como ocorreu, de resto, em vários outros setores da economia nacional (cf. Cantante, 2018; Silva *et al.*, 2017; Ferreira, 2017; Carmo e Matias, 2019). Em especial, disseminou-se a figura do *estágio* – nas modalidades de estágio curricular e de estímulo-emprego (“profissional”) – que, embora já existisse anteriormente, ganhou então preponderância (Moura, 2009), sendo crescentemente encarado como um mecanismo preferencial de contratação de designers e até, com alguma frequência, um dispositivo que permite “viabilizar economicamente” alguns *ateliers* de design, de perfil e dimensão variada, que se veem, deste modo, aliviados de um conjunto de encargos e obrigações legais, fiscais e financeiras, gerando distorções profundas num mercado de trabalho cada vez mais competitivo e precário.

Neste quadro de crescente degradação das condições laborais no setor do design, importa igualmente salientar a escassez de respostas institucionais que permitissem, de algum modo, antecipar ou, pelo menos, procurar responder a esta situação. Com efeito, vimos já que este período correspondeu a uma fase de acelerado declínio do CPD, que culminou na sua extinção em 2013, por deixando assim um vazio institucional em matéria de promoção de maior articulação entre as estruturas de ensino e formação em design, os profissionais da área e ainda o tecido empresarial nacional. Recorde-se que, de forma indireta, o design beneficiou ainda de algumas iniciativas dirigidas ao SCC como, por exemplo, o programa de estágios internacionais *INOV-Art*, anteriormente referido, ou alguns dos programas de fomento de empreendedorismo criativo lançados por estruturas de incubação de negócios criativos criadas nos últimos anos, mas que acabaram por ter um alcance muito limitado, nunca superando verdadeiramente a condição de “projeto-piloto” e acabando por extinguir-se ao cabo de algum tempo, sem serem convenientemente avaliados os resultados alcançados.

Por outro lado, é relevante observar que, durante as décadas de 2000-10, mantiveram-se, se não mesmo se agudizaram, as dificuldades de afirmação na sociedade portuguesa das duas associações de designers: a APD (a mais antiga, como vimos, fundada em 1976, hoje em *stand-by*) e a AND (fundada em 2003). Este aspeto tem sido certamente inibidor de uma maior capacidade de reflexão e estruturação de propostas que, coletivamente, respondam aos complexos desafios que hoje se colocam a esta área. Tais

²²⁶ Nas décadas de 1950-60-70, era habitual o percurso profissional dos que ambicionavam ser designers iniciar-se como aprendizes em *ateliers* de design onde colaboravam e aprendiam, de um modo informal, *as artes do ofício*, geralmente sem auferir de qualquer remuneração (cf. Almeida, 2009; Souto, 2009).

dificuldades parecem resultar sobretudo dos profundos défices de representatividade destas duas associações, na medida em que, como mencionado antes, muitos designers afirmam não se identificar com as ações levadas a cabo por estas duas associações, nem tão-pouco reconhecem ter, entre os seus associados, elementos que reúnam as competências necessárias para assumirem um papel liderante, enquanto representantes deste grupo socioprofissional. Este tipo de posicionamento ficou bastante evidente na generalidade das entrevistas realizadas, sendo, por exemplo, raros os designers inscritos nalguma destas duas associações; pelo contrário, em geral os entrevistados expressaram até desinteresse em acompanhar as atividades e iniciativas destas estruturas associativas. Em todo o caso, importa não deixar de referir algumas medidas emblemática defendidas por estas duas associações de designers, tendo em vista o reforço da visibilidade e reconhecimento público desta profissão, bem como a introdução de certos mecanismos de regulação e controlo do acesso ao exercício desta atividade profissional em Portugal – até porque algumas delas tiveram até repercussões, no plano político-legislativo, conforme se descreve sucintamente de seguida.

Como referido antes, deve-se à ação empenhada destas duas associações a proposta de implementação de algumas medidas que visaram aumentar os níveis de formalização do exercício desta atividade profissional, designadamente do ponto de vista legal e fiscal, tendo subjacente o objetivo de aumentar a visibilidade e o reconhecimento político da importância do design, designadamente do ponto de vista económico, o que culminou no aditamento da atividade de design à classificação de atividades previstas no Código IRS, em 2006-07, e na criação de uma CAE específica para os designers, em 2008. Posteriormente, entre 2010-12, as duas associações mobilizaram-se conjuntamente²²⁷ no sentido de promoverem a constituição de uma Ordem Profissional de Designers, tendo despoletado um conjunto de iniciativa públicas e políticas com vista à sua aprovação, incluindo através da mobilização de algumas universidades, do Governo e da Assembleia da República (cf. Cardoso, 2010a). Os resultados destas *démarches* acabariam, contudo, por frustrar as ambições e expetativas da APD e AND, não sendo

²²⁷ Neste sentido, foi mesmo assinado, a 14 de janeiro de 2011, um Protocolo de Colaboração entre a APD e a AND, que estabelece no primeiro ponto da cláusula primeira o comprometimento de ambas as organizações na constituição de uma Comissão Conjunta que seria justamente responsável por estudar e elaborar uma proposta de estatutos para a futura Ordem Profissional de Designers.

concretizada a proposta apresentada, por manifesto desinteresse político e, sobretudo, pela forte controvérsia e dissenso técnico em torno desta matéria colocava.²²⁸

No âmbito das entrevistas realizadas, bem como da consulta de fontes documentais onde esta matéria é abordada, tornou-se evidente existirem posicionamentos, em geral, muito ambivalentes sobre as vantagens de limitar o acesso a esta profissão a indivíduos com formação superior específica em design.²²⁹ Com efeito, muitos profissionais assumiram ter dúvidas e até, nalguns casos, desconfianças quanto aos benefícios que eventualmente decorreriam da criação de uma ordem profissional dos designers, antevendo até impactos negativos associados aos elevados custos que sua manutenção acarreta. Para alguns, este foi um debate que, em Portugal, *verdadeiramente* não chegou a existir, na medida em que nunca mobilizou ou envolveu, de uma forma profunda, abrangente e plural, o conjunto da comunidade de profissionais e estudantes – excetuando breves trocas de argumentos, mais ou menos circunstanciais, nalgumas sessões de debate e, sobretudo, em blogues e redes sociais, com escassas repercussões. Não obstante, a verdade é que ciclicamente esta ideia ressurge – o que tem ocorrido nos últimos anos, até agora sem quaisquer resultados –, seja sob forma de petições *online*, seja através de declarações públicas de dirigentes associativos, reafirmando o seu comprometimento em concretizar este desiderato que, argumentam, permitirá contrariar a crescente degradação das condições laborais nesta área.

Recorde-se que muitas das dificuldades que ainda hoje se colocam ao debate interno entre designers portugueses, nomeadamente em torno de problemáticas relacionadas com o exercício da sua atividade profissional, remontam ao final da década de 1970, poucos anos após o surgimento da APD, quando emergem as primeiras dificuldades de mobilização coletiva dos designers portugueses, de diferentes gerações, contextos territoriais e áreas de especialização, o que conduziu, mais tarde, a um problema sério de falta de legitimidade da representação desta associação entre os profissionais da área – sendo que, em larga medida, estas dificuldades persistiram com a AND. Além disso,

²²⁸ A última sessão parlamentar sobre esta matéria realizou-se a 3 de julho de 2012, por iniciativa da APD, que então solicitou à Assembleia da República um esclarecimento “o mais pragmático possível” do pedido de autorização para a constituição de uma Ordem Profissional de Designers, acabando por obter resposta negativa, por falta de consenso técnico sobre a matéria e manifesto desinteresse político. Registo áudio da sessão acedido a 2 de setembro de 2019 em <https://www.parlamento.pt/ActividadeParlamentar/Paginas/DetalleAudiencia.aspx?BID=93185>

²²⁹ Sendo o design uma área onde historicamente sempre trabalharam um grande número de autodidatas, este constitui, na realidade, um tema bastante controverso mesmo no seio das duas associações, coexistindo posicionamentos distintos: nuns casos mais taxativos, restringindo o acesso a esta atividade a indivíduos com formação superior na área; noutros mais matizados, reconhecendo a possibilidade de, mediante formas de reconhecimento do mérito profissional, a estabelecer, se garantir o acesso à profissão.

esta profissão possui certas características específicas, já abordadas no capítulo anterior, que se evidenciam numa forte tendência para uma atomização desta atividade, tal como ocorre noutros domínios do SCC, prevalecendo entre os designers um certo individualismo e uma postura despolitizada (Elzenbaumer, 2013; Julier, 2017), o que talvez possa explicar porque, também em Portugal, este é um grupo profissional que, em geral, se revela avesso a aderir a este tipo de dinâmicas de organização coletiva.

Num contexto em que, como explicado, nenhuma associação socioprofissional conseguiu ainda desempenhar um papel de regulador da prática profissional em design, afirmando-se como instância de vigilância e de regulação da atividade, designadamente do ponto de vista ético e deontológico, o que implicaria que fossem para tal reconhecidas pelos próprios profissionais, bem como pelo Estado e por outras entidades, as instituições ensino superior, ainda que com limitações várias, passaram a deter o “controlo simbólico” da atividade em Portugal (Almeida, 2009: 36), não só “através dos diplomas outorgados”, mas também “por meio do acompanhamento dos alunos em estágios profissionais, do apoio a concursos nacionais e internacionais, bem como da divulgação do seu trabalho quando este se revela pertinente para as instituições” (*ibidem*: 36), nomeadamente através de exposições, de colóquios e/ou de publicações.

Bártolo (2015: 7-8) e Duarte (2014: 79) enaltecem, por seu turno, uma certa dimensão crescentemente crítica do ensino do design em Portugal que, argumentam, tem vindo a estimular e apoiar jovens estudantes de design a ensaiarem a adoção de novas práticas de colaboração e organização, cariz coletivo e associativo. Tal é o caso, por exemplo, dos ENED – *Encontros Nacionais de Estudantes de Design*, anteriormente referidos, iniciados em pleno contexto de crise (2012) e que, pelo modelo de auto-organização que propõem evidenciam um potencial interessante de envolvimento e debate, indiciador de uma eventual nova apetência para alterar as práticas de organização coletiva e de ação cívica e política no campo do design, cujas repercussões futuras interessa acompanhar. São igualmente interessantes projetos que, em contexto académico, buscam estimular os alunos a refletir criticamente sobre design, o seu papel na sociedade contemporânea e o rumo que toma esta profissão – como o projeto final dos alunos da licenciatura em design de comunicação da FBAUL, do que resultou numa exposição e publicação intitulada *Agora, irrepetível. A juventude, o design e a sua prática* (AA.VV. 2015), que estimulou uma reflexão, individual e coletiva, sobre os principais obstáculos, dilemas e desafios que se colocam a quem está prestes a entrar no mercado de trabalho.

Apesar do caráter auspicioso dos dois exemplos agora avançados, e de alguns (poucos) outros de cariz semelhante, importa, contudo, reconhecer que, como iremos analisar com detalhe no capítulo seguinte, hoje ainda continuam ser predominantes nas escolas superiores de design portuguesas discursos de forte pendor individualista, que tendem, por um lado, a celebrar um certo *ethos* neoliberal que se repercute em concepções “apaixonadas” do trabalho em design (Elzenbaumer, 2013; Julier, 2017), neutralizando, do ponto de vista ético e, sobretudo, político, um conjunto de práticas de trabalho negativas que estão hoje plenamente instituídas – como as baixas remunerações entre os jovens designers, que são acompanhadas por uma ausência generalizada de vínculos profissionais estáveis e pela escassez de mecanismos de proteção social, por exemplo –, ao mesmo tempo que, por outro lado, reforçam, nas suas práticas pedagógicas, uma certa ideia de “meritocracia”, através de uma valorização da *capacidade de sacrifício* dos jovens estudantes que é decisiva para “alimentar” certas práticas de “autoexploração” (McRobbie, 1998, 2002, 2016) hoje presentes em todo o SCC e, muito em particular, no campo do design.

4.4. Síntese conclusiva

Este capítulo procurou apresentar uma visão panorâmica sobre o processo de emergência, desenvolvimento e institucionalização do campo do design em Portugal, analisando os seus principais momentos, dinâmicas e protagonistas.

O surgimento do design em Portugal é relativamente tardio, comparando com outros países europeus, o que explica que esta disciplina e atividade profissional só se tenha verdadeiramente desenvolvido e institucionalizado a partir do final da década de 1950, alcançando uma popularidade, reconhecimento e visibilidade públicas mais alargadas nos anos 1990. Num país com uma economia e uma indústria débeis, as políticas públicas tiveram um papel de relevo neste processo. Acresce que a reorientação política do Estado Novo, após a II Guerra Mundial, foi decisiva para o fomento do design no país, influenciando as políticas públicas para o design em Portugal até ao final do século XX, colocando-o ao serviço do fomento da industrialização e da exportação da produção nacional. A adoção deste tipo de orientação em matéria de políticas públicas para o fomento do design em Portugal não decorreu tanto de processos *internos* de maturação de um pensamento próprio sobre a disciplina e a sua importância estratégica para o desenvolvimento português, mas foi sobretudo impulsionada por um conjunto de

estímulos políticos e financeiros *externos*: no pós-guerra, a participação do país no chamado *Plano Marshall* permitiu o acesso a avultados apoios que foram fundamentais para o lançamento das primeiras medidas de fomento do design industrial em Portugal; e, mais recentemente, a inserção internacional do país, mormente no contexto europeu, concorreu para a adoção de novas políticas públicas, influenciadas pela chamada agenda criativa, novamente convocado o design.

Por outro lado, desde finais da década de 1990 que Portugal tem vindo a integrar o design nas políticas culturais e urbanas, à escala central e regional. As abordagens ao design centram-se hoje nas dimensões mais experimentais, autorais e *para-artísticas* – em detrimento de perspetivas mais funcionalistas e orientadas para as necessidades e objetivos da indústria –, o que constitui uma mudança face à orientação política *mainstream* que vigorou durante décadas em Portugal. Este processo foi acompanhado pela inclusão do design nalgumas estratégias de marketing territorial e urbano, assumindo-o como um elemento chave e um *ativo diferenciador* de várias cidades.

Desde meados dos anos 1980 ocorreu um claro alargamento, incluindo em termos de dispersão territorial, da oferta de ensino e formação em design, pública e privada, existente no país. O verdadeiro *boom* de bacharelatos, licenciaturas, pós-graduações, mestrados e, mais recentemente, de doutoramentos em design permitiu um desenvolvimento fulgurante de uma área que, até ao 25 de abril de 1974, praticamente não dispunha de qualquer oferta especializada de ensino superior, proliferando práticas de aprendizagem de cariz autodidata e informal, em contexto de *atelier*, de acordo com modelos e lógicas de transmissão de um certo saber-fazer que tipicamente provinham do campo das Belas Artes e das chamadas Artes Aplicadas. Mais recente, e novamente graças a um conjunto de impulsos *externos* que, por via do chamado *Processo de Bolonha*, obrigaram Portugal a reformar e reestruturar a sua rede de ensino superior e o sistema nacional de investigação científica, inicia-se um processo inédito de estruturação da investigação em design. O desenvolvimento de uma nova dinâmica que está crescentemente associada à investigação, ao debate e à reflexão crítica sobre design tem-se repercutido num alargamento e diversificação dos contextos de discussão e produção relacionados com esta disciplina, o que, por seu turno, e em conjugação com uma dinâmica cultural cada vez mais intensa, tem contribuído igualmente para que, nestes últimos vinte anos, o design se tenha tornado num assunto cada vez mais trivial e popular no país.

Apesar do crescente reconhecimento da relevância do design parecem persistir, contudo, importantes debilidades que passam, desde logo, por uma deficiente integração desta disciplina na economia portuguesa, particularmente no tecido industrial nacional. A reorientação dos instrumentos de política nacional, sobretudo desde 2000, para o apoio a projetos e iniciativas que privilegiem uma conceção mais cultural e criativa do design, parece mesmo ter contribuído para aprofundar o fosso entre design e economia (indústria sobretudo), segundo vários designers e especialistas entrevistados.

Por outro lado, o período de crise e de austeridade económico-financeira vividos no país, sobretudo entre 2008 e 2013, veio colocar a nu um conjunto de outras debilidades relacionadas com o mercado laboral que, pelas próprias características do objeto central da sua atividade (a prestação de serviços a terceiros), está muito profundamente exposto às mutações e volatilidades na estrutura económica. Neste contexto, assistiu-se a uma redução assinalável da atividade de profissionais e empresas da área do design, conduzindo ao *downsizing* ou até mesmo ao encerramento de *ateliers* de design que arrastou para o desemprego e, por vezes, para a imigração muitos designers. Houve ainda um nítido agravamento das condições de trabalho no setor, que é patente a diversos níveis, tal como proliferaram situações de uma excessiva “flexibilização” das relações laborais.

Neste contexto, não é surpreendente que vários dos designers entrevistados questionem a completa ausência de medidas e instrumentos de política pública que possibilitem intervir em domínios considerados críticos por estes profissionais, como é o caso da regulação e proteção dos seus direitos laborais. Trata-se, contudo, de um processo que está, de algum modo, bloqueado pela ausência, longa e persistente, de estruturas de representação coletiva que sejam amplamente reconhecidas, desde logo pelos próprios designers, enquanto legítimas representantes dos interesses deste classe profissional.

5. Modos de ser trabalhador criativo: perfis de carreira, percursos profissionais e formas de gerir e representar a condição de designer gráfico e de comunicação

Este capítulo analisa a condição profissional e laboral em design gráfico e de comunicação, procurando responder às perguntas sobre o que é ser designer gráfico e de comunicação no Portugal contemporâneo e sobre quais são as dimensões e os fatores que intervêm nos processos através dos quais essa condição se materializa em carreiras e percursos profissionais, se exerce em práticas laborais e estratégias de relação com o mercado de trabalho e se faz reconhecer simbolicamente pela afirmação de uma cultura, de um *ethos* e de uma identidade profissional e disciplinar singular e distintiva. Com essa análise, procura-se também explorar os traços e os processos que, nas práticas e nos formas de estruturação e de exercício dessa condição profissional, refletem as lógicas de funcionamento e as dinâmicas de transformação do SCC e do trabalho criativo, de forma mais abrangente.

Como se explicou atrás, a pesquisa assentou na perspetiva de que no estudo de cada subsetor artístico, cultural e criativo importa considerar não só os variados contextos históricos e sociais que condicionam o exercício das atividades, mas também a multiplicidade de posicionamentos que os agentes assumem no interior do campo. Desenvolvemos, assim, uma proposta alternativa à generalidade das abordagens técnico-científicas às questões do trabalho no SCC que, como vimos (cf. cap. 2), privilegiam perspetivas macro e excessivamente homogêneas do setor, iludindo a heterogeneidade multiforme que o caracteriza efetivamente e se traduz, entre outros aspetos, na coexistência de modos muito diferenciados de organizar, regular, realizar e valorizar os diversos tipos de trabalho que concorrem para o seu funcionamento. Essa heterogeneidade está associada, em boa medida, às especificidades que distinguem os vários subsectores em que esse grande setor se desdobra. Procurando escapar a esse viés homogeneizante, e sem perder de vista os traços e as dinâmicas mais transversais que o vinculam quer ao SCC, quer às estruturas socioeconómicas e culturais do país, de forma mais ampla, abordamos o campo do design gráfico e de comunicação à luz das especificidades que caracterizam a sua evolução no contexto português, nomeadamente o seu processo, lento e gradual, de emergência e institucionalização, que descrevemos detalhadamente no capítulo anterior. A estratégia analítica adotada procura dar conta de como esses processos influíram nos modos de organização do mercado de trabalho

nesta área criativa, assim como na multiplicidade de representações e de posicionamentos dos próprios designers gráficos e de comunicação relativamente à sua atividade, à sua condição e à sua identidade profissional e disciplinar.

Em consonância com o quadro de problematização que guiou toda a pesquisa, e em especial com esta orientação, a análise foi desenhada com base na hipótese de que a condição profissional de designer gráfico e de comunicação assume formas diversas e se materializa em carreiras, modos de exercício profissional, estratégias de posicionamento no mercado de trabalho, condições laborais e autorrepresentações também elas diferenciadas. A exploração analítica desta hipótese permitiu não apenas confirmá-la, mas também compreender que essa pluralidade profissional e laboral é constitutiva da natureza, da lógica de funcionamento e da dinâmica evolutiva do campo do design gráfico e de comunicação – e do modo como, nele, se estrutura aquilo que, nas retóricas dominantes, é equivocadamente tipificado através uma conceção homogénea, simplista e redutora do trabalho criativo.

Esta orientação teórica e metodológica conduziu à identificação de um conjunto de fatores e processos que se revelam decisivos nas dinâmicas de formação, regulação e gestão das carreiras e das formas de exercício da atividade profissional. A exploração analítica do modo como esses fatores e processos se atualizam nos trajetos e nas narrativas dos designers entrevistados a respeito das suas carreiras, do campo do design gráfico e de comunicação e do seu posicionamento nesse campo, conduziram, por seu turno, à construção tipológica de *sete perfis formativos e profissionais diferenciados*, que sintetizam outros tantos modos e condições de se ser designer gráfico e de comunicação em Portugal. Este exercício de tipificação permite não apenas compreender a pluralidade de condições (profissionais, laborais, socioeconómicas, simbólicas, identitárias) em que se desdobra o exercício do trabalho criativo na área do design gráfico e de comunicação, mas também, de forma mais ampla, a complexidade multiforme que estrutura essa área disciplinar e de atividade como domínio referencial do SCC.

O presente capítulo organiza-se com base na caracterização, problematização e interpretação desses sete perfis e do que eles revelam a respeito da condição disciplinar, profissional e laboral do design gráfico e de comunicação e do trabalho criativo que nele se realiza. Começamos por apresentar uma visão panorâmica dos perfis e do exercício de sintetização analítica de que deles resultam, para, em seguida, analisar e discutir em detalhe cada um deles. Conclui-se o capítulo com uma discussão dos principais aspetos

que a análise transversal desta tipologia demonstra a respeito da condição multiforme que assume o trabalho criativo em design gráfico e de comunicação.

5.1. A construção tipológica: dimensões e fatores da modelação de uma condição profissional heterogénea e multiforme

Os sete perfis de trajetórias formativas e profissionais foram construídos a partir da análise de terreno e, muito em particular, do conjunto extenso de entrevistas realizadas com designers de diferentes gerações e que atuam em contextos também eles diversificados (cf. cap. 3 e anexo 1). No seu conjunto, estes perfis permitem-nos, a partir da identificação da multiplicidade de trajetórias formativas e profissionais observáveis entre os designers gráficos e de comunicação que se encontravam a trabalhar em Portugal desde a década de 1960 até meados da segunda década de 2000, mapear a grande variedade de modos de exercício da profissão, que se traduz em condições diferenciadas para o exercício da atividade, mas também numa grande heterogeneidade de formas de organização do mercado de trabalho. Os diferentes perfis traduzem, ainda, os posicionamentos distintos e as relações de poder que organizam internamente o campo e se repercutem numa pluralidade de conceções acerca da profissão.

A construção tipológica dos perfis articulou diferentes dimensões dos percursos narrados pelos entrevistados: o contexto institucional em que atuam; a evolução da carreira profissional, incluindo a natureza dos seus vínculos socioprofissionais; a dimensão temporal associada ao enquadramento geracional e à longevidade das carreiras; o percurso formativo; o reconhecimento e prestígio associados ao percurso profissional; o grau de especialização na atuação profissional; o tipo de clientes com quem trabalham, ou que tomam como alvo, considerando a abrangência em termos setoriais e territoriais; as questões relativas ao equilíbrio de género.

A tabela que seguidamente se apresenta procura descrever, de uma forma esquemática e breve, cada um dos sete perfis, posicionando-os à luz destas dimensões de análise.

Tabela 1: Síntese da proposta de tipologia de perfis de carreiras e percursos profissionais de designers gráficos e de comunicação em Portugal

Perfis de carreira e percurso profissional em design gráfico e de comunicação	Critérios de tipificação								
	Contexto institucional em que geralmente atuam	Percursos profissionais e evolução da carreira	Dimensão temporal (longevidade carreira/geração)	Percurso formativo	Grau de especialização na atuação profissional	Tipo de reconhecimento do percurso profissional	Abrangência da atuação em termos setoriais (perfil clientes)	Abrangência da atuação em termos territoriais	Equilíbrio de género?
Perfil 1 – <i>Designers gráficos e de comunicação que compatibilizam a docência universitária com a prática profissional em atelier próprio ou em regime freelance</i>	Trabalham em <i>atelier</i> próprio ou por conta própria (<i>freelancing</i>), atividade que mantém a par da docência universitária	Existem percursos relativamente heterogêneos dentro do grupo que, em certa medida, acompanham mudanças sociais e históricas, com reflexos em termos geracionais. Em alguns casos, a ligação à atividade docente surge tardiamente, em resultado de uma carreira de vários anos como designer <i>freelancer</i> ou em <i>atelier</i> próprio (antecedida, por vezes, por experiências profissionais noutros <i>ateliers</i> de design). Noutros casos, a docência universitária inicia-se já bastante mais cedo, por vezes quase imediatamente após o término da universidade ou logo após algumas experiências de trabalho iniciais, seja por conta de outrem, seja em regime <i>freelancer</i> .	Grande diversidade de situações, incluindo desde profissionais que arrancaram com a sua atividade nos anos 1960-1970 até designers mais jovens, que iniciaram mais recentemente a sua atividade (princípio da década de 2010)	Grande diversidade de situações. Em gerações mais antigas, encontramos desde designers com formação autodidata (ou frequência universitária não-completa) até designers com formação superior em design ou noutras áreas. Esta situação altera-se a partir dos anos 1990, com o predomínio de formação superiores em design – licenciatura, mestrado e/ou doutoramento.	Generalista, abrangendo diversas áreas dentro do design de comunicação (incluindo design expositivo e, mais recentemente, o <i>webdesign</i>). Alguns percursos individuais evidenciam níveis de especialização mais particulares (design de tipos ou <i>type-design</i> , história e crítica do design, etc.)	Em geral, beneficiam de um significativo reconhecimento entre pares, clientes e, em alguns casos mais particulares, junto de um público mais amplo. Nalguns casos mais particulares, tiveram já exposições e publicações antológicas dedicadas ao seu trabalho/percurso profissional, bem como foram atribuídas prémios e galardões (nacionais e internacionais) em resultado do percurso profissional realizado.	Muito diversa. No âmbito da sua atividade profissional por conta de outrem, os clientes são os próprios empregadores (instituições de ensino superior, universitário ou politécnico). No âmbito da atividade que realizam em <i>atelier</i> próprio, trabalham para uma tipologia de clientes bastante diversificada, abrangendo para todos os setores de atividade.	Sedeados sobretudo na Grande Lisboa, em Coimbra e no Grande Porto, desenvolvem a sua atividade como docentes e investigadores nos locais em que as instituições de ensino estão sedeadas (Lisboa, Porto, Coimbra, Aveiro ou Faro). No âmbito da atividade profissional que desenvolvem no seu <i>atelier</i> ou como designers <i>freelancers</i> trabalham sobretudo para o mercado nacional. Em gerações mais jovens, identificou-se um crescente número de experiências internacionais que estão associadas ao contexto académico, mas também à atividade profissional em design.	Não – sobretudo homens.

Perfis de carreira e percurso profissional em design gráfico e de comunicação	Critérios de tipificação								
	Contexto institucional em que geralmente atuam	Percursos profissionais e evolução da carreira	Dimensão temporal (longevidade carreira/ geração)	Percurso formativo	Grau de especialização na atuação profissional	Tipo de reconhecimento do percurso profissional	Abrangência da atuação em termos setoriais (perfil clientes)	Abrangência da atuação em termos territoriais	Equilíbrio de género?
Perfil 2 – Designers gráficos e de comunicação que trabalham essencialmente e por conta própria (em contexto de atelier próprio ou em regime freelance)	Trabalham em <i>atelier</i> próprio ou por conta própria (<i>freelancing</i>). Note-se que, no caso das gerações mais jovens, a ideia de <i>atelier</i> , embora se mantenha central, ganha contornos mais “fluidos”, podendo ser, ou não, formalmente constituído enquanto empresa (sendo, por isso, nalguns casos, este termo substituído pelo termo “coletivo”).	Alguns heterogeneidade de situações, sendo que, em geral, o percurso inicia-se com a passagem por <i>ateliers</i> de design, o que conduz à posterior fundação de <i>atelier</i> próprio ou início de um percurso como <i>freelancer</i> . Nas gerações mais recentes nota-se que a passagem por <i>ateliers</i> design (estágios e colaborações, em geral com vínculos precários) é muitas vezes acumulada com outros trabalhos fora da área; mesmo em momentos posteriores, quando se evolui para a criação de <i>atelier</i> próprio, ou para uma atividade regular como <i>freelancer</i> , nalguns casos, mantêm-se este tipo de trabalhos ditos “alimentares” fora da área do design (o que parece não suceder da mesma forma em gerações mais velhas).	Grande diversidade de situações. Inclui designers com percursos relativamente longos (arranque no final da década de 1960 e a partir dos anos 1970-1980) e designers com percursos relativamente curtos (arranque em meados dos anos 2000 e início da década de 2010).	Grande diversidade de situações. No caso das gerações mais velhas, cujo arranque da atividade se fez durante os anos 1960-70-80, o percurso formativo abrange autodidatas e designers com formação superior em diversas áreas. Já no caso de designers de gerações mais jovens constata-se uma mudança clara, pois todos possuem formação superior em design (licenciatura e, por vezes, mestrado).	Generalista, abrangendo diversas áreas dentro do design gráfico e de comunicação. Tendência para a ampliação das áreas de atuação no caso das gerações mais jovens, abarcando o <i>webdesign</i> ; a curadoria e investigação associada a exposições e publicações, por ex.; ou tarefas de cariz mais executivo (produção e implementação de soluções expositivas e de materiais gráficos ligados a alguns dos projetos que desenvolvem, por ex.).	Reconhecimento entre pares (sobretudo da mesma geração que, no caso dos designers mais velhos, se estende à geração imediatamente seguinte) e clientes (sobretudo no caso dos designers com carreiras mais longas). Nalguns casos mais particulares, tiveram já exposições e publicações antológicas dedicadas ao seu trabalho/percurso profissional, bem como foram atribuídas prémios e galardões (nacionais e internacionais) em resultado do percurso profissional realizado.	Trabalham para todos os setores de atividade e para clientes com perfis bastante diversos. No caso dos designers mais jovens, a rede de clientes é, como seria expectável, mais reduzida, bem como a diversidade de setores com os quais trabalham. Nas gerações mais jovens denota-se ainda a ambição de alguma especialização na prestação de serviços para artistas e entidades do setor cultural.	Sedeados sobretudo na Grande Lisboa e no Grande Porto, onde essencialmente trabalham, apesar de algumas experiências de trabalho noutros pontos do país. Nas gerações mais jovens identificam-se algumas experiências de trabalho internacionais (ainda muito pontuais).	Relativo equilíbrio – embora se denotem algumas diferenças em termos geracionais, tendendo a ser maior o número de homens nas gerações mais velhas (início do percurso anos 1970-80) e o inverso nas gerações mais jovens (início do percurso durante as décadas de 2000-10).

Perfis de carreira e percurso profissional em design gráfico e de comunicação	Critérios de tipificação								
	Contexto institucional em que geralmente atuam	Percurso profissionais e evolução da carreira	Dimensão temporal (longevidade carreira/geração)	Percurso formativo	Grau de especialização na atuação profissional	Tipo de reconhecimento do percurso profissional	Abrangência da atuação em termos setoriais (perfil clientes)	Abrangência da atuação em termos territoriais	Equilíbrio de gênero?
Perfil 3 – <i>Artistas plásticos que, sobretudo numa fase inicial do seu percurso, mantiveram uma ligação ao design gráfico, seja enquanto praticantes profissionais, seja como docentes no ensino superior</i>	Trabalham em contextos muito diversos, onde se inclui o trabalho como designers <i>freelancers</i> (ou, em alguns casos particulares, com <i>atelier</i> próprio) e, noutros casos, trabalho por conta de outrem, inseridos em instituições diversas (designers “ <i>in-house</i> ”); a par da docência universitária, lecionando design gráfico e artes plásticas; e do próprio trabalho artístico.	Percurso muito diversos, incluindo passagem por empresas em diferentes setores de atividade económica (nomeadamente, enquanto designers “ <i>in-house</i> ”), colaborações pontuais, enquanto <i>freelancers</i> , com <i>ateliers</i> de outros profissionais e agências de publicidade. Seguiu-se, a partir de certo momento, dedicação <i>full time</i> à docência universitária, mantendo, durante algum tempo, uma atividade pontual como designers <i>freelancers</i> , a par de uma atividade constante como artistas plásticos.	Percurso profissionais bastante longos, superando as quatro décadas (embora relativamente curtos no caso específico da sua relação com o design gráfico). Arranque da atividade profissional entre os anos 1960-1970.	Formação superior em artes plásticas (pintura).	Generalista, abrangendo diversas áreas dentro do design de comunicação (incluindo design expositivo, de <i>stands</i> , <i>packaging</i> , etc.)	Reconhecimento entre pares (sobretudo da mesma geração e imediatamente a seguir) e clientes.	Trabalharam para setores de atividade bastante diversos, ligados sobretudo às áreas industriais, publicidade, livro.	Sedeados no Grande Porto, onde essencialmente trabalham.	Não – sobretudo homens.

Perfis de carreira e percurso profissional em design gráfico e de comunicação	Critérios de tipificação								
	Contexto institucional em que geralmente atuam	Percurso profissionais e evolução da carreira	Dimensão temporal (longevidade carreira/ geração)	Percurso formativo	Grau de especialização na atuação profissional	Tipo de reconhecimento do percurso profissional	Abrangência da atuação em termos setoriais (perfil clientes)	Abrangência da atuação em termos territoriais	Equilíbrio de género?
Perfil 4 – <i>Designers de comunicação altamente especializados, em domínios de “nicho” (tipografia e infografia) trabalhando por conta própria (em atelier próprio ou em regime freelance) ou por conta de outrem, e, nalguns casos, mantendo ainda uma atividade pontual como docentes universitários e/ou formadores</i>	Trabalham em <i>atelier</i> próprio, trabalhando por conta própria (<i>freelancing</i>) ou por conta de outrem (jornais, revistas e outros órgãos de comunicação social). Verificam-se ainda que, em vários casos, existem experiências (pontuais ou regulares) de docência no ensino superior e/ou de formação especializada nos domínios em que são <i>experts</i> .	Área de especialização recente e num mercado de “nicho”. Encontraram-se, por isso, percursos muito diversos, incluindo passagem por <i>ateliers</i> de outros profissionais, evoluindo posteriormente para atividade <i>freelance</i> seguida da fundação de <i>atelier</i> próprio ou, noutros casos, trabalho por conta de outrem. Paralelamente, exercem regular ou pontual atividade docente em contexto universitário ou de formação especializada.	Percursos profissionais com longevidades diversas. Arranque da atividade durante as décadas de 1990-2000.	Grande diversidade de situações (autodidatas; formação superior em design, mas também em áreas diversas). Formação específica complementar na sua área de especialização (autodidata ou pós-graduada).	Elevada especialização, nomeadamente, nas áreas do <i>type design</i> (ou design tipográfico) e da infografia (ou design infográfico).	Reconhecimento entre pares (sobretudo da mesma geração e imediatamente a seguir) e clientes. Nalguns casos, este reconhecimento pelo trabalho realizado traduz-se na atribuição de prémios e galardões (sobretudo internacionais).	Trabalham para clientes diversificados, nacionais e internacionais, mas ligados sobretudo às áreas da comunicação (incluindo através de mecanismos de subcontratação por parte de <i>ateliers</i> de design ou de agências de comunicação e publicidade; noutros casos, contratação direta - por ex. através da aquisição em <i>foundry</i> própria de fontes específicas).	Sedeados na Grande Lisboa ou no Grande Porto, trabalham para o mercado nacional e internacional. Utilização, nalguns casos bastante intensiva, das NTIC, permite o estabelecimento de relações de trabalho <i>online</i> (especial preponderância nos trabalhos realizados para o mercado internacional).	Relativo equilíbrio – embora tenda a ser maior o número de homens.

Perfis de carreira e percurso profissional em design gráfico e de comunicação	Critérios de tipificação								
	Contexto institucional em que geralmente atuam	Percurso profissionais e evolução da carreira	Dimensão temporal (longevidade carreira/ geração)	Percurso formativo	Grau de especialização na atuação profissional	Tipo de reconhecimento do percurso profissional	Abrangência da atuação em termos setoriais (perfil clientes)	Abrangência da atuação em termos territoriais	Equilíbrio de gênero?
Perfil 5 – <i>Designers de comunicação especializados em Direção de Arte, trabalhando por conta própria ou por conta de outrem, em contextos diversificados e, nalguns casos, mantendo uma atividade pontual como docentes universitários e/ou formadores</i>	Trabalham em <i>atelier</i> próprio ou por conta de outrem (agências de publicidade e de comunicação, jornais e outros órgãos de comunicação social, ...). Em paralelo, experiência de docência no ensino superior (pontual ou regular).	Percurso relativamente homogêneos, enquanto trabalhadores por conta de outrem, em agências de publicidade e de comunicação, jornais e <i>ateliers</i> design. Nalguns casos, houve uma evolução posterior para atividade <i>freelance</i> ou fundando um <i>atelier</i> próprio. Nalguns casos, atividade regular ou pontual de docência universitária ou de formação especializada.	Percurso profissionais com longevidades diversas. Arranque atividade anos 1980-1990-2000.	Grande diversidade de situações (autodidatas; formação superior em áreas diversas). Formação específica complementar na sua área de especialização (sobretudo autodidata).	Elevada especialização, nomeadamente, na área de Direção de Arte.	Reconhecimento entre pares (sobretudo da mesma geração e imediatamente a seguir) e clientes. Nalguns casos, este reconhecimento pelo trabalho realizado traduz-se na atribuição de prémios e galardões (sobretudo internacionais – nas área da imprensa e da comunicação social).	Trabalham para clientes ligados sobretudo às áreas da comunicação (publicidade, comunicação social, etc.)	Sedeados sobretudo na Grande Lisboa, trabalham para o mercado nacional.	Não – sobretudo homens.

Perfis de carreira e percurso profissional em design gráfico e de comunicação	Critérios de tipificação								
	Contexto institucional em que geralmente atuam	Percursos profissionais e evolução da carreira	Dimensão temporal (longevidade carreira/geração)	Percurso formativo	Grau de especialização na atuação profissional	Tipo de reconhecimento do percurso profissional	Abrangência da atuação em termos setoriais (perfil clientes)	Abrangência da atuação em termos territoriais	Equilíbrio de género?
Perfil 6 – <i>Designers de comunicação “in-house”, que trabalham por conta de outrem em departamento s de comunicação de instituições, públicas e privadas, com dimensões diversas e que se inserem em setores de atividade também eles variados, mantendo, nalguns casos, uma atividade pontual enquanto freelancers</i>	Trabalham por conta de outrem em contextos institucionais diversos (dentro e fora do SCC). Mantêm, em vários casos, trabalho pontual como <i>freelancers</i> .	Em geral, percursos curtos e relativamente homogêneos, que incluem passagem por <i>ateliers</i> de outros profissionais (estágios e colaborações a vínculo precário), por vezes acumulando outros trabalhos (“alimentares”) fora da área, evoluindo posteriormente para um trabalho por conta de outrem (designers “ <i>in house</i> ”) mantendo, mais ou menos pontualmente, atividade <i>freelance</i>).	Apesar de existirem, entre os entrevistados, casos de designers com percursos profissionais mais longos, que arrancam ainda nos anos 1960-1970 ou na década 1990, a grande maioria dos designers que se enquadram neste perfil inicia a sua atividade profissional em meados dos anos 2000.	Formação superior (licenciatura e, por vezes, mestrado) em design.	Generalista, abrangendo diversas áreas dentro do design de comunicação (incluindo <i>webdesign</i>) e em áreas próximas (design expositivo, design de interiores, etc.) e também pontualmente evidenciando competência em áreas como a <i>copywriting</i> (geralmente, de modo a responder às necessidades de resposta rápida ou à falta de recursos, nomeadamente financeiros, das instituições em que trabalham).	Fraco reconhecimento (circunscrito, no essencial, a colegas da mesma geração).	Tipologia de clientes muito diversa. Por um lado, no âmbito da sua atividade em contexto institucional, os clientes são os próprios empregadores, cabendo aos designers uma atuação orientada para o apoio à própria comunicação da organização em que se inserem, sendo que esta abrange setores de atividade muito variados. Por outro lado, também no âmbito da sua atividade como <i>freelancers</i> , estes designers trabalham clientes com um perfil bastante diverso.	Sedeados no Grande Porto, na Grande Lisboa e na região de Coimbra, estes designers trabalham essencialmente para o mercado nacional. Assinale-se, contudo, que no âmbito da atividade <i>freelancer</i> , foram identificados casos em que o trabalho realizado é essencialmente para o mercado internacional.	Relativo equilíbrio – embora tendendo a ser maior o número de mulheres.

Perfis de carreira e percurso profissional em design gráfico e de comunicação	Critérios de tipificação								
	Contexto institucional em que geralmente atuam	Percurso profissionais e evolução da carreira	Dimensão temporal (longevidade carreira/geração)	Percurso formativo	Grau de especialização na atuação profissional	Tipo de reconhecimento do percurso profissional	Abrangência da atuação em termos setoriais (perfil clientes)	Abrangência da atuação em termos territoriais	Equilíbrio de género?
Perfil 7 – Designers de comunicação que se dedicam em exclusividade ao ensino e à investigação em design	Trabalham praticamente em exclusivo no contexto académico / universitário. Existem, contudo, vários casos de colaborações pontuais com entidades externadas (nas áreas da educação e cultura, sobretudo) que estão relacionadas com as respetivas áreas de investigação.	Percurso relativamente heterogéneos. Em alguns casos, a ligação à atividade docente e à investigação surge mais tardiamente, em resultado de uma carreira profissional “prática” de vários anos, frequentemente como designer <i>freelancer</i> ou em <i>atelier</i> próprio. Noutros casos, a docência universitária inicia-se, pelo contrário, muito mais cedo, logo após a conclusão da licenciatura e algumas experiências pontuais de trabalho na área, seja por conta de outrem, seja enquanto designer <i>freelancer</i> .	Arranque da atividade profissional entre o final da década de 1980, os anos 1990 e a primeira década de 2000.	Formação superior (licenciatura, mestrado e doutoramento – já concluído ou em fase de elaboração) em design.	Especializada nalguns domínios particulares do design gráfico e de comunicação (por ex. design de tipos ou <i>type-design</i> , história e crítica do design, etc.) que se relacionam com as áreas de investigação e docência dos designers.	Reconhecimento entre pares (sobretudo colegas da mesma geração e das gerações seguintes, muitas vezes antigos alunos), mas também, nalguns casos mais particulares, junto de um universo mais amplo de interessados em arte, design e comunicação, beneficiando assim do prestígio e da visibilidade resultantes da sua condição de académicos.	No âmbito da sua atividade profissional por conta de outrem, os clientes são os próprios empregadores (instituições de ensino superior, universitário ou politécnico). Pontual colaboração <i>freelancer</i> com instituições de âmbito cultural e/ou educativo, em projetos relacionados com as respetivas áreas de investigação – por ex. publicações e exposições).	Sedeados sobretudo na Grande Lisboa e no Grande Porto – mas também, por vezes, em cidade médias do interior do país onde se localizam polos universitários, como a Covilhã ou Évora- estes designers desenvolvem a sua atividade como docentes e investigadores em instituições sediadas em Lisboa, Porto, Coimbra, Évora, Covilhã, Tomar ou Barcelos. Alguma experiência internacional associada ao trabalho académico.	Relativo equilíbrio – embora tendendo ainda a ser maior o número de homens.

A construção de uma tipologia de perfis como esta implica a elaboração de uma síntese que resulte da leitura agregada das múltiplas dimensões de análise e envolve um exercício de abstração e generalização que comporta alguns riscos, associados à incontornável simplificação e agregação da enorme complexidade e diversidade que emerge dos dados empíricos. Na condição de se manter a vigilância sob esses riscos, como procurámos sempre fazer, este instrumento de leitura da realidade, inspirado na lógica dos tipos ideais weberianos e nas tipologias bourdianas, revela, no entanto, muito potencial heurístico, já que permite, entre a dispersão e a heterogeneidade da informação que foi sendo acumulada na pesquisa empírica, mapear aspetos críticos e estruturantes dos processos em análise.

Esta proposta tipológica permitiu, efetivamente, alicerçar um olhar interpretativo original sobre os múltiplos modos de organização socioprofissional na área criativa do design gráfico e de comunicação, proporcionando uma análise dinâmica e rica, que combina dimensões sincrónicas e diacrónicas. Trata-se de uma matriz de leitura que proporciona uma análise historicamente informada e conectada ao conjunto de transformações (económicas, sociais, tecnológicas, etc.) que marcam a evolução do design, de modo geral, e do design gráfico e de comunicação em particular. A tipologia de perfis permite-nos, assim, identificar, num mesmo período histórico, posicionamentos múltiplos e diferenciados dos designers de comunicação no mercado de trabalho nacional, que contradizem as leituras mais unívocas, estáticas e uniformes deste subsetor – e do SCC em geral. Ela revela que as últimas cinco décadas se caracterizam por uma crescente multiplicidade de modos de ser e de agir enquanto designer gráfico e de comunicação. Como veremos, em alguns casos os perfis de designers mantêm-se constantes no tempo, atravessando diferentes períodos históricos; noutros casos apresentam-se perfis que se tornaram gradualmente residuais, correspondendo a modos de ser designer gráfico e de comunicação que, tendo marcado uma época histórica anterior, foram, por diversas razões, perdendo relevância; noutros ainda encontramos perfis que são produto dinâmico da transformação das condições que determinam a inserção socioeconómica, profissional, laboral e disciplinar da atividade

5.2. Perfil 1: Designers gráficos e de comunicação que compatibilizam a docência universitária com a prática profissional em *atelier* próprio ou em regime *freelance*

Este primeiro perfil integra designers gráficos e de comunicação com percursos académicos bastante diversos e trajetórias profissionais com extensões muito variadas. Compartilhavam, contudo, aquando da realização das entrevistas, o modo de inserção nos contextos institucionais em que predominantemente atuavam, compatibilizando o trabalho simultâneo em estabelecimentos de ensino superior (universitário e politécnico, público e privado), enquanto professores e investigadores, com a direção de *atelier* próprio ou o trabalho por conta própria em regime *freelance*. Outra característica que marca, de forma relevante, este grupo prende-se com a grande amplitude e transversalidade da sua atuação dentro do campo do design gráfico e de comunicação, uma vez que trabalham nos diversos domínios de especialização que integram a área (incluindo, em alguns casos, o *webdesign*), além de frequentemente integrarem no seu *portfolio* áreas de especialização complementares (design de exposições, por exemplo). São, pois, designers que assumem um perfil algo generalista, sendo capazes de trabalhar em projetos com escalas, especificidades e níveis de complexidade muito diversos.

Do ponto de vista geracional, não existe neste perfil homogeneidade. Integram-se aqui designers gráficos e de comunicação de diferentes períodos e cujas trajetórias profissionais têm durações muito diversificadas. Esta característica transgeracional alerta-nos para o facto de, entre os sete diferentes perfis aqui traçados, este ser um dos que mais se conserva ao longo do tempo. Tal não significa a inexistência de especificidades que distinguem as diferentes gerações presentes; pelo contrário, a análise dos percursos formativos revela algumas especificidades geracionais, que são até, nalguns casos, contrastantes.

Tendo as gerações de designers mais velhos iniciado a sua atividade ainda durante do Estado Novo ou logo nos primeiros anos da democracia, num contexto em que a oferta de ensino superior em design estava ainda a emergir em Portugal de forma muito gradual, não é de admirar que existam entre os designers mais velhos situações em que o percurso de formação inicial se fez de forma autodidata e informal – nomeadamente, através da aprendizagem entre pares, em contexto de *atelier*, da leitura de bibliografia especializada (geralmente edições estrangeiras, em geral dispendiosas e de circulação restrita), da frequência do ensino formal nas duas escolas profissionais artísticas então existentes no país (António Arroio, em Lisboa, e Soares do Reis, no Porto). Contudo,

vários destes designers mais velhos acabaram por, posteriormente, frequentar cursos superiores, geralmente em design gráfico (ou em disciplinas artístico-criativas próximas, como arquitetura, pintura e cinema), que foram até, em alguns casos, realizados fora do país.

Já a geração de designers seguinte, cujos percursos se iniciaram nas décadas de 1970-80, partilha com a anterior o facto de reproduzir percursos autodidatas, sobretudo na fase inicial das carreiras. Contudo, geralmente evoluíram para o ingresso no ensino superior. Também aqui as opções de licenciatura não foram necessariamente para a área do design, sendo frequente a escolha de disciplinas artístico-criativas próximas, como a arquitetura. Nesta geração encontramos alguns casos em que as licenciaturas acabaram por não ser concluídas, em benefício de um ingresso rápido no mercado de trabalho, num período (1980-90) em que, como vimos, crescia a procura por novos profissionais nesta área. Muitos dos designers desta geração *de transição* acabariam mesmo por realizar e concluir, mais tarde, doutoramento em design – um requisito que se tornou praticamente numa condição *sine qua non* para a manutenção de atividade como docente universitário.

Finalmente, as gerações de designers que se formaram entre meados da década de 1990 e o início da década de 2010 caracterizam-se já por uma clara hegemonia de percursos formativos formais, rareando as situações de autodidatismo. Regista-se uma preponderância absoluta de licenciados em design gráfico e de comunicação, tendo a maioria prosseguido para a realização de mestrado e/ou de doutoramento (concluídos ou em curso), quer em design, quer em áreas disciplinares próximas, como ciências da comunicação ou arte contemporânea. Também nestas gerações mais jovens a realização do doutoramento correspondeu a uma etapa de progressão académica no ensino superior. Curiosamente, entre os designers entrevistados, estes foram os que maiores resistências e objeções apresentaram face às exigências de qualificação que se impuseram nas carreiras universitárias nas últimas décadas, argumentando que tal requisito traduz uma uniformização do ensino artístico-criativo, aproximando-o de outras áreas científicas e descaracterizando-o, retirando-lhe especificidades, como a forte dimensão associada à prática. Advogam das vantagens associadas ao estatuto do “professor convidado”, capaz de levar para o contexto académico o saber e a experiência prática dos profissionais. Este posicionamento revela também, como já vimos, a persistência de uma sobrevalorização da prática profissional no ensino do design.

Ilustram bem esta tensão entre *prática* e *teoria* algumas das observações apresentadas em entrevista por Miguel Palmeiro – designer de comunicação do Porto, licenciado em arquitetura (atividade que, pontualmente, também exerce) e detentor de uma ampla experiência profissional, possuindo um *atelier* próprio e mantendo em paralelo atividade docente na Universidade de Aveiro.

Em paralelo com o *atelier* continuas a dar aulas. (...) Qual é a importância da atividade docente?

Importância económica não tem nenhuma, posso-te dizer que vou dar aulas a Aveiro duas vezes por semana, ganho 600 euros por mês. Portanto, para mim é um custo, não é um rendimento. (...)

É importante por duas razões. Uma, porque te obriga a estar atento, obriga-te a continuar a ser jovem, obriga-te a... É um bocado essa coisa, aquela ideia, aquela pergunta que um gajo faz aos 20 anos: “será que quando tiver 50 anos vou gostar da mesma música que os putos que, nessa altura, tiverem 20 vão gostar?”. Mesmo que não goste, eu quero continuar a conhecer. E com o design é a mesma coisa, essa necessidade de continuar, de alguma forma, ligado aos interesses de pessoal que está a ferver, não é? (...) é estares a ser confrontado com jovens adultos que têm interesses determinados. Isso faz com que tu percebas às vezes o quanto tu estás distante das expectativas desses gajos. Isso faz-me gostar de dar aulas. Outra questão é também de alguma forma – acreditava um bocado nisso, agora acredito menos – que poderia ser de alguma forma um argumento comercial. Neste momento não acredito muito [nisso], porque falando em design e exclusivamente na Universidade de Aveiro, e sem pôr em causa o mérito de cada um, mas tu vês ali uma quantidade de gente a dar aulas e dessas trinta pessoas há duas que têm uma atividade profissional paralela. Isto é exatamente o inverso daquilo que eu observei quando fui aluno de arquitetura, todos os meus professores eram profissionais. (...) Neste momento, sinto que os alunos são menos confrontados com uma realidade profissional, porque têm menos professores a trabalhar, têm muitos professores académicos, sem qualquer desprimor para os académicos, não tenho nada contra, mas a questão é que, em cadeiras como design e arquitetura, um equilíbrio entre as duas coisas seria importante. (...)

O mercado já não olha para o professor académico como o gajo que é especialista em determinada coisa e isso deixa de constituir uma mais-valia. (...) O mercado já olha para o professor académico, como aquele gajo académico, que até tem o curso de design, de arquitetura ou do que for, mas que já não sabe fazer o design. Neste momento, é uma pergunta que me faço [a mim próprio] várias vezes: “o que estou aqui a fazer [na universidade]?” (...)

Essa questão dos professores de design se terem tornado profissionais do ensino também tem a ver com as próprias contingências do mercado, não é?

Sim, sim. E também com aquela coisa das universidades de belas artes terem de se reger pelas mesmas lógicas das outras, não é? Na altura tu não precisavas disto [do doutoramento], não precisavas de prestar provas, precisavas era de trabalhar, de ser reconhecidamente um gajo porreiro. (...) É porreiro haver conhecimento científico, acho eu – acho não, tenho a certeza! –, é

muito fixe haver gajos a pensar sobre... O que eu acho é que falta esse equilíbrio, os gajos a pensar sobre e os gajos a fazer sobre esse pensamento. E, de repente, há muito pouca gente a fazer sobre o pensamento.

No que se refere à evolução do percurso profissional, embora exista neste perfil heterogeneidade, refletindo mudanças de contexto económico, social e cultural, destacam-se sobretudo as linhas de continuidade. A trajetória profissional da maioria destes designers iniciou-se com experiências de trabalho independente em regime *freelancer*, evoluindo para a criação de *atelier* próprio, geralmente estruturas de micro, pequena ou, mais raramente, média dimensão, fortemente alicerçadas na *assinatura* e direção criativa do fundador. Existem, contudo, variações destes trajetos. Há alguns exemplos em que o percurso profissional se iniciou trabalhando por conta de outrem, nomeadamente em *ateliers* de outros designers, geralmente dirigidos por profissionais mais experientes, ao mesmo tempo que se mantinha atividade *freelancer* que posteriormente evoluiu para a criação de um *atelier* em nome próprio ou em colaboração com outros colegas.

Por outro lado, a ligação à docência no ensino superior surge em alguns casos tardiamente, como resultado de uma carreira de vários anos como *freelancer* ou em *atelier* próprio. Noutros casos, sobretudo entre as gerações mais jovens, a docência universitária inicia-se mais cedo, muitas vezes logo após as primeiras experiências de trabalho. Sobretudo entre as gerações de designers que concluíram as suas licenciaturas entre o final da década de 1970 e a seguinte, num período em que os cursos de design estavam ainda em processo de consolidação, a ligação ao ensino estabelece-se numa etapa bastante inicial do percurso profissional (em alguns casos, até mesmo durante os últimos anos de frequência da licenciatura).

A atividade docente tende a ser perspetivada pelos designers gráficos e de comunicação que integram este perfil como uma atividade complementar – senão mesmo como atividade “alimentar”, que assegura a subsistência, sobretudo nos primeiros e difíceis anos de trajetória profissional, geralmente marcados por grande instabilidade laboral (atividade intermitente, orçamentos baixos, proliferação de colaborações profissionais com diversos clientes e entidades, geralmente através de vínculos laborais relativamente precários e muitas vezes mal pagos). Por exemplo, Artur Rebelo, atualmente professor e investigador na Universidade de Coimbra, e simultaneamente cofundador do prestigiado

atelier R2, refere em entrevista a relevância que essa atividade, primeiro como formador e, mais tarde, como docente, assumiu desde o início do seu percurso:

Comecei a dar aulas em 1998. Se não me engano, comecei a dar aulas de formação na Alquimia da Cor, ainda nas antigas instalações. Foi uma experiência que eu gostei. Uma experiência muito porreira e o contacto com os alunos foi uma coisa que me começou a interessar. (...)

A formação era um trabalho mais pontual ou...?

Era pontual. Mas foi importante até para alguma subsistência financeira, alguma ajuda nas contas de casa. Em 2001 foi uma altura... Já te falei nisso?

Sim, a seguir à Capital [Europeia da Cultura], tiveste uma grande quebra [de trabalho]. E nessa altura a questão da formação foi um ponto de apoio?

Completamente. Trabalhava das 9h às 17h, jantava e ia dar formação das 19h às 23h, todos os dias.

Nessa altura já era praticamente um emprego...

Havia um dia qualquer [da semana] que eu não dava aulas.

Noutros casos, em que a possibilidade da carreira universitária surge mais tardiamente, os designers (em particular *freelancers*) tendem a perspetivar esse convite como uma oportunidade de beneficiarem de um vínculo profissional estável e, não menos importante, de uma ocupação de prestígio. Embora tenhamos identificado situações em que o trabalho *full time* como professor e investigador universitário constituiu uma oportunidade de alteração do rumo de vida, abandonando praticamente a prática profissional, na maioria dos outros casos estudados em que o início da carreira docente ocorreu tardiamente verificou-se a manutenção das práticas profissionais prévias, como *freelancer* ou sócio (formalmente não remunerado) de *atelier* próprio.

Encontramos neste perfil posicionamentos diversos sobre o modo como se relacionam com a compatibilização entre exercício de prática profissional e atividade docente. Na generalidade dos casos, a dimensão da prática profissional assume *maior* relevância, em termos profissionais, do que a atividade docente e a investigação universitária, sendo mesmo encarada por alguns como a sua verdadeira *vocação*. Diversamente, alguns designers, sobretudo os mais jovens e com trajetórias profissionais mais curtas, acentuam a maior relevância do ensino e investigação na sua atividade profissional. Não deixam, por isso, de relevar a experiência e o saber-fazer adquiridos ao longo da prática profissional, encarando-os como elementos fundamentais que “alimentam” a sua atividade de docentes – num sinal claro de que, apesar das sucessivas tentativas de aprofundamento do processo de institucionalização do ensino e da investigação do

design em Portugal, a dimensão da *prática* continua a ser preponderante em relação à dimensão *teórica*.

Uma outra dimensão relevante na definição deste perfil prende-se com a avaliação do tipo de reconhecimento, e consequente prestígio, associado ao trajeto profissional percorrido. Por abranger diferentes gerações de designers e carreiras com durações muito distintas, não encontramos homogeneidade ou coerência transversal em relação ao reconhecimento dos percursos e das *obras* (gráficas e académicas). Observa-se uma tendência para estes designers deterem um elevado protagonismo e reconhecimento no interior do campo, beneficiando do prestígio e da visibilidade decorrentes da dupla condição de “profissional-praticante” e académico. Mas não é uniforme.

Os designers com percursos profissionais longos e consolidados beneficiam de um elevado reconhecimento e prestígio entre os pares – não só designers da mesma geração, mas sobretudo de gerações seguintes, frequentemente antigos alunos e colaboradores, que lhes reconhecem papel de relevo na estruturação do campo do design em Portugal. Esse reconhecimento prolonga-se junto dos clientes e até, nalguns casos, de um público mais amplo. Contribuem decisivamente para a construção deste tipo de reconhecimento alargado a atribuição a alguns deles de galardões, prémios e menções honrosas, de âmbito nacional e internacional, assim como a inclusão dos seus trabalhos em exposições de design, de cariz coletivo e individuais. São também importantes formas de reconhecimento e consagração, ainda que menos frequentes, os artigos e publicações monográficas dedicadas à análise do *corpus* do seu trabalho.²³⁰

Apesar de este perfil poder ser classificado como generalista, alguns dos designers que o integram, sobretudo os que têm trajetórias profissionais mais longas, iniciadas entre as décadas de 1960 e 1980, desenvolveram ao longo das suas carreiras domínios de especialização que lhes possibilitam beneficiar de uma posição diferenciada no *meio* – como a capacidade que lhes é reconhecida de assegurarem a coordenação de equipas mais amplas e multidisciplinares (no âmbito, por exemplo, da conceção e montagem de exposições – incluindo grandes exposições, necessariamente mais complexas). Em alguns casos, mais raros, verifica-se ainda o envolvimento em projetos com um cariz mais pessoal, autoral e/ou para-artístico, através da realização de instalações e

²³⁰ A título exemplificativo, refiram-se algumas monografias dedicadas a designers/*ateliers* entrevistados: José Brandão/B2 Design (Ceia, 2014; Bártolo, 2016d), Artur Rebelo/R2 (Silva, 2011), António Silveira Gomes/Barbara Says (Chanaud *et al.*, 2006), João Bicker/FBA (Bicker, 2015), João Nunes/Atelier Nunes e Pã (Bártolo, 2016e) ou Francisco Providência/Providência Design (Bártolo, 2016f). Outros exemplos, que não foram por nós entrevistados, são Aurelindo Jaime Ceia (Nicolas *et al.*, 2007; Sousa e Ceia, 2020) e Eduardo Aires (Aires, 2013; Silva, 2019).

exposições dedicadas ao trabalho próprio ou da conceção e lançamento de publicações próprias (edições de autor). Esta última dimensão insere-se na tendência de uma “viragem autoral” na disciplina que, como vimos, ocorre a partir de meados dos anos 1990 e se encontra particularmente presente entre os designers mais jovens. Trata-se de um subgrupo que, frequentemente premiado, a nível nacional e internacional, tem beneficiado de um reconhecimento significativo, nomeadamente entre os pares, mas também junto dos clientes e de audiências de aficionados e interessados em design contemporâneo. Estes trabalhos de cariz mais autoral têm suscitado reportagens e entrevistas na imprensa especializada e oportunidades de participação em exposições e catálogos, o que constitui um fator de reforço da notoriedade e prestígio no interior do campo.

No que se refere aos clientes, a esmagadora maioria dos designers deste perfil está localizada nos dois principais polos urbanos, Lisboa e Porto. Existem também alguns designers inseridos cuja atividade tem tido maior abrangência territorial, trabalhando com uma rede de clientes – incluindo grandes instituições públicas e privadas – espalhada por vários pontos do país. Alguns lecionam em polos universitários fora do Porto ou Lisboa (Coimbra, Aveiro ou Faro, por exemplo), o que significa que realizam movimentações frequentes dentro do território nacional. Esta circulação no território e a possibilidade de, no âmbito da atividade docente, contactarem com diferentes entidades dispersas no território nacional, contribui para a ampliação das suas “carteiras de clientes”, que se estende em muitos casos às principais cidades médias do país. Ao contrário, a experiência internacional não é muito habitual, registando-se apenas pontualmente, sobretudo nas gerações mais jovens. Encontramos alguns designers, ainda que poucos, com experiência internacional consistente e regular, contemplando uma grande diversidade de dimensões – da prática profissional, aos intercâmbios de investigação e docência universitária, passando pela orientação de ações de formação breves.

Por fim, importa assinalar a claríssima prevalência do género masculino neste perfil.²³¹ Apesar de não se tomar esta amostra como representativa do campo do design gráfico e

²³¹ Foram enquadrados neste primeiro perfil os seguintes entrevistados: Antero Ferreira (FBAUP/Alquimia da Cor/Antero Ferreira Design), António Modesto Nunes (FBAUP), António Silveira Gomes (FCTUC / Barbara Says), António Lacerda (ESEC-UAlgarve/Design Thinking Studio), Artur Rebelo (FCTUC/R2), Eduardo Nunes (FCTUC), Francisco Providência, (UAveiro/Providência Design), Gil Maia (ESE-IPP), Gonçalo Falcão (Ideia Design, ESART-IPCB/FAUTL) Henrique Cayatte (UAveiro/Atelier Henrique Cayatte), João Bicker (FCTUC/FBA), João Castro (UÉvora/Moshi Moshi Design), João Faria (ESAD-Matosinhos/Drop), João Nunes (UAveiro/Atelier Nunes & Pã), José Brandão

de comunicação em Portugal, a pesquisa realizada mostra que o processo de feminização do campo é relativamente recente. A rarefação do número de mulheres em posições de maior visibilidade e poder, conjugando em vários casos o prestígio associado à atividade académica com a autonomia associada à direção de um *atelier*, com toda a carga “autoral” que hoje tal acarreta, sinaliza a persistência de desigualdades de género nesta área profissional e disciplinar em Portugal.

5.3. Perfil 2: Designers gráficos e de comunicação que trabalham essencialmente por conta própria (em *atelier* próprio ou em regime *freelance*)

Tal como o perfil anterior, também este integra designers gráficos e de comunicação com trajetos escolares e profissionais bastante heterogéneos. Constitui, contudo, um aspeto comum a todos designers deste grupo trabalharem, aquando da realização das entrevistas, essencialmente por conta própria, tanto em *atelier* próprio (estando formalmente constituído enquanto empresa, ou não), como em regime *freelance*. Tal como no perfil anterior, este é um grupo de designers que tende a exercer a profissão com uma grande amplitude e transversalidade. Trabalham nos diversos domínios de especialização que integram o design gráfico e de comunicação (incluindo o *webdesign*), além de frequentemente explorarem áreas de especialização complementares – especialmente as gerações mais jovens, que têm vindo a abarcar áreas tão diversas como a curadoria e investigação associada à conceção de exposições e publicações; a produção de soluções expositivas associadas à montagem das próprias exposições; a produção de materiais gráficos para os seu próprios projetos. Podemos, por isso, classificar também este perfil como generalista, do ponto de vista da especialização, uma vez que os designers trabalham em projetos com escalas, especificidades e níveis de complexidade muito variados.

Do ponto de vista geracional, integram este perfil designers com trajetórias profissionais de durações muito variadas. De novo, o carácter transgeracional alerta-nos para o facto de estarmos perante uma das tipologias de carreiras e percursos profissionais em design gráfico e de comunicação que mais se conserva no tempo em Portugal. Tal não é surpreendente. Como foi argumentado, a área do design sempre se caracterizou por uma presença hegemónica de formas de autoemprego, moldando, de resto, o *ethos* de uma

(FAUTL/B2 Design), Jorge Afonso (ESAD-Matosinhos) e Miguel Palmeiro (UAveiro/Miguel Palmeiro Designer/United By).

profissão de matriz liberal, profundamente assente no trabalho por conta própria, seja em regime *freelance*, seja em microestruturas empresariais (*ateliers*), que estão, em geral, muito vinculadas ao(s) seu(s) fundador(es).

Assim, encontramos neste perfil desde designers gráficos e de comunicação com percursos profissionais longos e consolidados (alguns iniciaram em finais da década de 1960, outros, no extremo oposto, nas décadas de 1980-90), até designers com percursos ainda curtos, que começaram geralmente a trabalhar durante a fase final da licenciatura ou logo após a sua conclusão (entre meados dos anos 2000 e o início da década de 2010) e que se encontram, portanto, ainda em fase de afirmação profissional.

A diversidade de gerações reflete-se em percursos formativos também heterogéneos e variados, que refletem, por seu turno, a própria evolução do campo em Portugal, tendente a uma crescente especialização, designadamente do ponto de vista da oferta formativa. Encontramos, por um lado, o predomínio de percursos autodidatas, sobretudo entre os designers mais velhos, cujos trajetos de formação formal, realizados em escolas profissionais artísticas, foram acompanhados e/ou complementados pela aprendizagem informal, nomeadamente em contexto de *atelier*, seguindo lógicas de transmissão do “saber-fazer” que, como vimos, foram predominantes nas décadas de 1950-60. Somam a isso a aquisição e o estudo próprio de bibliografia especializada, geralmente edições estrangeiras. Estamos perante um efeito claramente geracional. Note-se, contudo, que contrariamente ao perfil anterior, neste caso os designers mais velhos, cujos percursos profissionais, iniciados de forma autodidata, arrancaram nos anos 1960, não vieram a optar por, mais tarde, enveredar por trajetórias de ensino formal, nomeadamente frequentando cursos superiores.

Nas gerações seguintes que integram este perfil, verifica-se a tendência para maior frequência de cursos de formação superior em design, substituindo assim formações de tipo autodidata, que ainda surgem com alguma frequência nas décadas de 1970 e 1980, tornando-se bastante mais rarefeitas ao longo dos anos 1990.²³² Existe, por outro lado, uma tendência das gerações mais jovens para optarem por percursos formativos mais especializados. Com efeito, a generalidade dos designers formados nas pioneiras licenciaturas em design gráfico, que surgiram na segunda metade da década de 1970 na ESBAL e ESBAP, não enveredou por percursos formativos pós-graduados. Note-se que nesta geração, que entra no mercado de trabalho em finais da década de 1970 e início da

²³² Com efeito, apenas foi identificado um caso, entre os vários designers entrevistados que se enquadram neste perfil: trata-se de Ricardo Mealha, cujo percurso se inicia na primeira metade da década de 1990.

de 1980, verificam-se situações em que a aproximação inicial à profissão ainda ocorre de modo autodidata e, nalguns casos, segundo o método tradicional de aprendizagem informal em contexto de *atelier*, que é posteriormente complementado através da frequência, nem sempre concluída, de uma licenciatura em design gráfico ou em áreas artístico-criativas próximas. A partir das décadas de 1990-2000, ao contrário, há um absoluto predomínio das licenciaturas em design de comunicação, em vários casos completado com a frequência de pós-graduações, mestrados e doutoramentos.

Centrando-nos na evolução das carreiras destes designers, importa começar por assinalar a grande heterogeneidade de percursos profissionais, que refletem as mudanças de contexto económico, social e cultural. De um modo geral, as trajetórias profissionais tendem a iniciar-se com experiências de trabalho independente em regime *freelance* ou em trabalho por conta de outrem (em *ateliers* de design ou agências de comunicação e publicidade, geralmente em modalidades precárias). Nalguns casos, estas situações sobrepõem-se, devido à necessidade de robustecer o rendimento mensal, mas também pelo firme objetivo que muitos designers manifestam de, desde o início, trilhar um percurso em nome individual. Posteriormente, evoluem para a criação de um *atelier* ou empresa própria, a solo ou com um núcleo de colegas com quem têm cumplicidades. Em geral, são empresas de micro ou pequena dimensão, com atividade orientada essencialmente para a área do design gráfico e de comunicação e/ou para a publicidade.

Este percurso mais típico, que encontramos sobretudo entre os designers mais antigos, veio a complexificar-se e a tornar-se mais raro nos últimos anos. Por um lado, constata-se que, sobretudo entre as gerações mais jovens, a experiência inicial em *ateliers* de design ou agências de publicidade e comunicação (estágios e colaborações, em geral com vínculos precários) tem sido muitas vezes acumulada com a realização de outro tipo de trabalhos “alimentares” fora da área do design (por exemplo, no comércio, restauração e turismo). Mesmo em momentos posteriores, quando se dá a evolução para a criação de *atelier* próprio, ou quando já foram criadas condições para manter uma atividade profissional regular como *freelancer*, muitos destes designers, por razões económicas, mantêm em paralelo, ainda que de forma pontual e intermitente, ocupações “de subsistência” noutras áreas – acompanhando, deste modo, a dinâmica do fluxo de trabalho em design.

Esta situação é, em geral, perspetivada de um modo muito negativo pelos designers, que procuram, tão rapidamente quanto possível, revertê-la, abandonando em definitivo os

“trabalhos de sobrevivência” para se concentrarem na construção da carreira pessoal. Noutros casos, contudo, a perspetiva relativamente a estes trabalhos complementares é mais matizada, o que se parece relacionar quer com o tipo de ocupação (proximidade à área disciplinar), quer com a flexibilidade do compromisso assumido (horário de trabalho), quer ainda com as condições contratuais em que é exercido (contrato de trabalho, remuneração fixa). É o caso, por exemplo, de designers que realizam trabalhos na área do ensino (secundário) e/ou da formação profissional, lecionando disciplinas e/ou módulos de formação em design ou em domínios artístico-criativos próximos, obtendo assim um complemento de rendimento que é, muitas vezes, fundamental, assegurando alguma estabilidade económica em fases de menor fluxo de trabalho.

Como explicaram em entrevista Mariana Leão e Joana Baptista Costa, fundadoras do *atelier* Joana & Mariana, o ensino revela-se, em comparação com outros trabalhos paralelos “de subsistência”, uma opção mais interessante, que assegura remuneração fixa e a regularização da situação contributiva do trabalhador, proporcionando flexibilidade de horário, que é crucial para manterem a aposta pessoal no desenvolvimento do *atelier* próprio.

M. – Só há um ano é que estamos a 100% nisto [no *atelier*]. Só há um ano. (...) fomos tendo sempre algum trabalho, pensámos na ideia que éramos um *atelier*, apesar de nunca sermos oficialmente um *atelier* legalmente, porque trabalhamos sempre a “recibos verdes”, não há uma estrutura de empresa, não temos um volume de trabalho que nos permita ser uma empresa. E sempre tivemos outros trabalhos. Demos aulas, por exemplo. E, provavelmente, eu também continuaria a dar aulas, não fosse esta situação toda de não haver [trabalho]... Pronto, com toda a história dos cortes que houve na educação e por aí fora... Porque, de facto, é muito difícil pensarmos nisto [do *atelier*] a tempo inteiro. Só há um ano é que estamos a tempo inteiro nisto! (...) Dei [aulas] de tudo: Educação Visual, Oficina de Arte, Expressão Plástica, Desenho... Dei de tudo dentro da área do grupo 600, 500... E sempre foram trabalhos esporádicos, mais uma vez. Eu nunca me importei muito com isso, mas claro que é uma luta dos professores, mas nunca me importei muito com isso, porque eu fazia os “buracos”, as substituições de [professores durante] três meses, portanto aquele emprego que ninguém quer... Dava-me algum conforto financeiro e era um trabalho que até gostei de fazer, se bem que nunca pensei, muito honestamente, em fazê-lo a tempo inteiro. Os professores ficavam um bocadinho ofendidos com essa situação, porque eu assumia que não era uma profissão que eu quisesse ter a tempo inteiro, que o fazia porque precisava de alguma estrutura, até de um ponto de vista legal, não é? De termos um ordenado com subsídio de alimentação e por aí fora, que depois me dava algum conforto para passar recibos verdes. Tinha a Segurança Social resolvida, aquelas coisas.

Também fizeste outros trabalhos fora da área [do design]?

J. – Também dei aulas, sim. Depois dessa experiência [de trabalhar num *atelier* de design]

também dei aulas. No que se refere a esta situação desta dualidade de dois trabalhos e um objetivo, dar aulas foi a situação mais conveniente para mim, que me permitiu estar mais à vontade no trabalho do *atelier*, ter mais disponibilidade, não só porque os horários não eram completos. Por exemplo, na empresa [o horário] era a *full time* e aconteceu várias vezes eu ter compromissos relacionados com o *atelier* e não poder ir porque tinha um compromisso com a empresa. Isso também foi um dos principais motivos que me fez desistir da empresa, porque a dada altura achei que estava a investir numa coisa que eu sabia que não queria e que estava a perder outras coisas relacionadas com o *atelier*. Essa incompatibilidade de tempos. E quando dei aulas, [embora] não tendo total disponibilidade, permitia-me conciliar as atividades do *atelier* com a outra profissão.

É igualmente significativo notar que, em praticamente todos os casos estudados, a origem dos *ateliers* remonta ao período formativo dos designers, sendo informalmente constituídos durante a frequência da licenciatura, altura em que começam a trabalhar em conjunto, “assinando” coletivamente os primeiros trabalhos. Concluída a licenciatura, seguem-se, na maioria dos casos, curtos períodos marcados por situações de precariedade profissional, que incluem de estágios (remunerados e não-remunerados) em *ateliers*. Noutros casos, os designers optam por iniciar carreira autónoma em design de comunicação, seja de uma forma individual, em regime *freelance*, seja constituindo com ex-colegas e amigos de faculdade um *atelier* próprio.

O modo precário como muitos designers, sobretudo os mais jovens, operam hoje no mercado de trabalho, é também observável no facto de ser frequente de os seus *ateliers* não terem existência formal enquanto empresas. É uma condição que, em larga medida, se justifica pelas dificuldades que antecipam para assegurar todas as obrigações, legais e fiscais, que estão associadas, nomeadamente devido à elevada intermitência no fluxo de encomendas, mas também aos orçamentos baixos com que habitualmente trabalham. Constatou-se que vários destes *ateliers* são, na verdade, agrupamentos informais de designers *freelancers* que, embora trabalhando em conjunto e apresentando-se publicamente como *atelier*, não dispõem efetivamente de tal estatuto, situação que é contornada com o recurso à contratualização dos trabalhos de forma individual, através da emissão, de forma alternada e repartida entre os membros do *atelier*, de “recibos verdes”. Esta situação relativamente irregular gera desconforto e frustração entre os designers. Também a formalização da constituição da empresa, embora constitua um passo muito almejado por estes designers, tende a ser vivida com ansiedade, face à incerteza de ao cumprimento de todas as obrigações legais e fiscais.

Duarte Amorim e Sérgio Couto, cofundadores do *atelier* Bolos Quentes, explicitaram bem estas questões na entrevista, indicando a importância *simbólica* que atribuem ao passo de formalização do *atelier* (tanto do ponto de vista da interlocução com clientes, como das expectativas pessoais criadas durante o período formativo). Ao mesmo tempo, não deixam de evidenciar as novas preocupações e ansiedades que tal opção acarreta, na medida em que os impele à busca incessante de novos projetos que assegurem a sustentabilidade da empresa, o que interfere no seu próprio processo criativo, impõe de ritmos de trabalho crescentemente acelerados, e implica menor disponibilidade para experimentar e explorar abordagens e colaborações mais inovadoras ou disruptivas.

Em 2009/10, tomam a decisão de constituir uma empresa. E estavas a dizer que na altura ainda não tinham muitos clientes. Como é que foi esse processo de decisão?

D. – Estávamos a ficar estagnados e eu tinha a ideia de que se fizéssemos uma empresa iríamos ter clientes mais facilmente. De certa maneira isso veio a ser comprovado (...). Mas a empresa ajuda sempre, tu apresentares-te como uma empresa. (...) alguns clientes sentem mais confiança em trabalhar com empresas [do que com *freelancers*] (...) é mais a nível de facilitar a questão, por exemplo, dos “recibos verdes”, há empresas que não gostam de receber “recibos verdes”. Nós, antes de 2010, omitíamos isso, não dizíamos nada, íamos a reuniões e não dizíamos que não éramos uma empresa. As pessoas até pensavam que éramos uma empresa e, depois, quando surgia a questão do pagamento, ficavam a saber que afinal não éramos uma empresa. Nós rodávamos os recibos verdes por nós e isso era um bocado estranho. Porque é que fizemos a empresa? Precisamente, esse foi um motivo. Outro [motivo] foi porque começámos a ficar estagnados. (...) Não estávamos a sair da cepa torta, entre 2007 e 2009, 2010. (...)

S. – (...) uma questão que nos levou a assumir o papel de empresa, foi avaliar que se nós continuássemos a trabalhar como *freelancers* e tendo um volume de trabalho regular iríamos perder dinheiro em relação a fazer uma pequena empresa. Primeiro, a nível institucional, dá-nos outro tipo de estatuto, entre outras coisas. Financeiramente, foi uma solução que encontramos para nos ser mais sustentável [ter uma atividade profissional]. Mas também temos um problema, uma empresa tem despesas fixas e, às vezes, “apanhamos”. Já houve alturas que pagamos e não recebemos. (...)

A questão da dimensão e da capacidade do *atelier* crescer, é um aspeto sobre o qual já pensaram? Esta dimensão reduzida a duas pessoas, com algumas colaborações externas... É um objetivo vosso [crescer]?

D. – Neste momento, acho que tem de ser pensado, mas ainda não pensamos bem, bem.

S. – Muitas vezes resolvemos as questões de conseguirmos responder [a encomendas], ou não, com colaborações [externas]. (...)

D. – (...) uma coisa é recorrer à rede de contactos porque não temos as capacidades que essa rede de contactos tem, outra coisa é termos demasiado trabalho e não estarmos a responder, embora se o trabalho fosse separado, individualmente, conseguiríamos. Mas com todos [os trabalhos que decorrem] ao mesmo tempo [no *atelier*] não temos [capacidade para responder].

Isso é que, às vezes, tem de ser repensado, ainda não pensámos muito bem nisso, mas...

S. - A questão de nos mantermos pequenos é uma questão de sustentabilidade, de sobrevivência da “coisa”. (...)

Quando tu falas da sustentabilidade tem a ver com os ritmos de trabalho...?

S. – As despesas fixas, ter um leque de colaboradores fixos.

Obrigava-te a ter um volume de faturação maior...

S. – Nem é o volume de faturação, é uma regularidade muito maior. E nós, neste momento, ainda não conseguimos isso de forma que nos fizesse pensar [que] a solução é crescermos porque precisamos. Muitas vezes ficamos a pensar [que] “meter alguém dava jeito”, mas daqui a quatro meses estávamos a pensar o contrário. Não metemos ninguém, senão agora estávamos fodidos para aguentar [o *atelier*].

Ao mesmo tempo, existem neste perfil designers de outras gerações (aqueles que entraram no mercado de trabalho durante as décadas de 1980 e 1990) que, novamente, reforçam a ideia de que se tem vindo a assistir a um nítido agravamento das condições em que operam muitos dos que trabalham por conta própria. Em entrevista, relatam situações diversas de designers que, após vários anos a dirigir um projeto empresarial próprio, se viram obrigados, por razões económicas, a retornar à condição de *freelancer* – aqui entendida tanto em termos formais (efetiva dissolução da empresa), como informais (*ateliers* que, na prática, se esvaziaram, ficando reduzidos ao fundador, que hoje trabalha sozinho, recorrendo pontualmente a colaborações externas). A condição de *freelancer* assume, neste contexto particular, um carácter manifestamente precário e, desejavelmente, transitório, detetando-se uma expectativa, nuns casos mais explícita do que noutros, de um retorno à anterior situação de “normalidade”.

Tal é o caso de Rui Guimarães, designer de comunicação formado pela ESBAP no final da década de 1980 e que, após períodos a trabalhar por conta de outrem em *ateliers* de colegas mais velhos e, simultaneamente, como *freelancer*, fundou há mais de uma década o seu próprio *atelier*, que manteve sempre uma micro dimensão (raramente ultrapassou as quatro pessoas) e que se encontrava, aquando da realização da entrevista, justamente perante a necessidade de fazer um *downsizing* à empresa que, na prática, se tornou numa estrutura empresarial unipessoal.

Eu, até há um ano atrás, tinha gente aqui a trabalhar, não é? E espero ainda este ano pôr outra vez. Basicamente, eu é que lido com os clientes. A contabilidade é feita com uma rapariga que vem cá fazer as coisas, mas isto já nem se pode dizer que é um *atelier*. Agora, neste momento, sou um *freelancer* mesmo.

Esta análise dos percursos profissionais revela estarmos perante um cenário de claro agravamento do contexto de atividade para os pequenos *ateliers* de design e *freelancers*, que se caracteriza por uma crescente precariedade laboral que afeta, de um modo geral, todo o setor, mas que, como vimos, apresenta uma incidência geracional específica. Os orçamentos cada vez mais reduzidos e a forte instabilidade que caracteriza o setor limitam a capacidade de autonomia e de emancipação dos designers jovens que ambicionam hoje construir uma carreira “em nome próprio” – sendo este um cenário bastante contrastante, pelo que revelam os relatos de designers mais velhos, com períodos históricos anteriores (décadas de 1970 e 1980), em que tal aparentemente assumia contornos menos sistemáticos e vinculados.

Apesar da tendência clara para um agravamento das condições socioeconómicas em que operam hoje os designers que trabalham por conta própria, a ambição de desenvolver uma carreira “em nome próprio”, seja enquanto *freelancer*, seja constituindo *atelier* com a sua “assinatura”, parece persistir de forma vigorosa entre os designers deste perfil e, em particular, nas gerações mais jovens. Apesar das baixas expectativas de virem a criar, a curto prazo, um *atelier* “de autor”, justificadas pelas incertezas que envolvem hoje as trajetórias pessoais e profissionais dos mais jovens, muitas das entrevistas permitiram confirmar que este tipo de ambição e ideal resiste com firmeza. Tal tendência confirma o argumento, detalhado em capítulos anteriores, de que o ideal associado à figura do designer enquanto profissional liberal continua a ser amplamente difundido, tanto na academia, como nos mais diversos eventos e publicações ligadas ao campo do design, reiteradamente enaltecendo uma visão “heróica” da profissão.

Atente-se, por exemplo, na expectativa e ambição de vir a criar um *atelier* próprio, perspectivada como etapa lógica e sequencial de um percurso como *freelancer*, verbalizada em entrevista por Sílvia Prudêncio, designer *freelancer*, sediada em Lisboa e cujo trabalho está, no essencial, ligado ao setor da cultura, desenvolvendo, em paralelo, e de forma independente, os seu próprios projetos pessoais e ainda, pontualmente, trabalhando como formadora em áreas artístico-criativas.

(...) esta escolha [de trabalhar como *freelancer*] que eu fiz, porque foi mesmo uma escolha, e agora, quando eu olho para trás, não foi uma escolha nem uma, nem duas vezes, foi sendo uma escolha ao longo de um percurso. Eu acho que essa escolha tem pontos negativos, tem dificuldades e angústias. Por exemplo, eu agora tive uma fase em que tive tanto, tanto trabalho que eu ia morrendo. Precisava mesmo de ter alguém a trabalhar comigo. E tive. Mas depois, não tendo uma estrutura... Percebes? Foi um momento difícil para mim porque eu não tenho uma estrutura e eu precisava de ter pessoas a trabalhar para mim e não tinha uma forma legal de lhes

pagar, porque não tenho sequer uma empresa, sou uma trabalhadora independente. Mas depois também, por outro lado, não tenho um fluxo de trabalho constante, que me permita pensar: “Não, ok. Agora vou formar uma empresa, vou...”. E ficas assim numa situação um bocadinho esquizofrénica, de tal maneira é imprevisível e inconstante. E isso é difícil, não é? (...) Isto para falar que existe uma escolha que eu fiz, no sentido em que eu não quero trabalhar para um *atelier* e, sinceramente, eu não quero e não me vejo a fazer isso. Acho que já não me iria sentir realizada.

Mas vês-te a abrir o teu próprio *atelier*? Tens esse desejo, essa ambição?

(...) Essa pergunta é difícil. Eu acho que sim. Eu acho que, realmente, sim. Acho que sim. (...) a resposta mais honesta é dizer-te que sim, que tenho esse desejo, embora me questione se estarei a agir nesse sentido, entendes? Eu acho que o que aconteceu até agora foi sempre uma coisa, mais ou menos, orgânica.

Noutros casos, a opção por, imediatamente após a conclusão da licenciatura, constituir um *atelier* próprio, reunindo colegas e amigos de faculdade, surge como uma alternativa interessante – porque mais autónoma e com a possibilidade de desenvolver um trabalho “autoral” – perante um mercado de trabalho cada vez mais precário e desestruturado.

Tal foi o caso do *atelier* Vivóeusébio, projeto formado por quatro antigos colegas de licenciatura em design de comunicação da FBAUL (Rafael Lourenço, João Silva, Andreia Almeida e Joana Sobral), que deram desta forma continuidade, agora em contexto profissional, a uma prática prévia de trabalho em conjunto durante a faculdade:

A.A. – ... nós quando começamos, começamos sem experiência nenhuma, saímos logo da faculdade e, portanto, começamos por nós próprios a tentar arranjar clientes. Sem experiência. Portanto, na altura para nós foi bastante complicado. Nós sabíamos em que área queríamos trabalhar (...) que era para a área cultural, ou pelo menos para uma área mais experimental dentro do design de comunicação. (...)

J.Sobral – ... nós encaramos essa transição da universidade para o mundo do trabalho com muita ingenuidade, porque, na verdade, nós não tínhamos sequer um cliente. O que tínhamos era a certeza de que queríamos trabalhar juntos e que tínhamos uma boa dinâmica juntos enquanto estudantes na faculdade. (...) Tínhamos um espaço [de *atelier*] que podia ser cedido pelo Rafael no Barreiro e então pensámos que, em vez de ir cada um procurar o seu trabalho, vamos tentar juntos, com as nossas energias, tentar fazer trabalho por nós. Quando eu falo em ingenuidade é por isso: não tínhamos um único cliente! (...)

R.L. – Eu acho que existia essa ingenuidade sobretudo no desconhecimento de como é que iríamos começar a criar essa base de clientes e de contactos, que acabou por ser de forma muito espontânea e natural. Mas, ao mesmo tempo, o facto de nos decidirmos, logo à partida, por criarmos o projeto juntos, de alguma forma antecipávamos as dificuldades que seria começar esse projeto de raiz e percebemos que juntando as forças de cada um num único projeto seria mais fácil do que cada um individualmente ir por *freelance* tentar a sorte no mercado de

trabalho... (...) juntos era mais fácil descarregar essas dificuldades iniciais e acho que, de uma forma mais intuitiva, fomos chegando lá.

J.Silva – E também nenhum de nós queria, no fundo, fazer um estágio de 6 meses não remunerado e depois voltar ao ponto de partida que é... Pronto, sabíamos que acontece. (...) Se corresse mal, ao menos tínhamos tentado fazer qualquer coisa juntos. Já sabíamos que trabalhávamos bem juntos, havia muita coisa a favor nesse sentido. Se corresse mal, tínhamos sempre a hipótese outra vez de [procurar] estágios, de tentar montar *atelier* ou de *freelance*...

Contrariamente ao perfil anterior, neste grupo não existe uma experiência regular e continuada de trabalho como docente de ensino superior em design – ou, nos casos em que tal ocorreu numa fase ainda inicial do percurso, acabou por ser interrompida. Vimos que a ligação à universidade constitui um elemento muito relevante, a diversos níveis, para os designers *freelancers* ou com um *atelier* próprio. Não surpreende, pois, que alguns profissionais deste perfil tenham transmitido em entrevista uma certa amargura e arrependimento pela opção tomada, a determinada altura do seu percurso, de não enveredar por uma carreira docente no ensino universitário ou politécnico, apostando, ao invés, no desenvolvimento do seu próprio *atelier*. Retrospectivamente, estes designers (sobretudo da geração que entrou no mercado de trabalho final da década de 1980 e início de 1990) entendem que esta terá sido, afinal, uma má opção, penalizando-os a diversos níveis: o seu trabalho dispõe hoje de menor visibilidade e reconhecimento; não beneficiam do prestígio social que consideram que o meio académico continua a proporcionar; abdicaram de uma fonte de rendimento estável, segura e regular, que complementasse a atividade do *atelier*, crescentemente incerta; afastaram-se de um contexto que impulsiona a atualização permanente dos profissionais relativamente aos avanços mais recentes da área; e, ainda, não puderam beneficiar de um contacto constante com novas gerações de designers, mantendo-se atualizados relativamente à evolução do mercado.

Veja-se, a este respeito, a opinião expressa, em entrevista, pelo designer Rui Guimarães, anteriormente já citado:

Eu fui convidado para dar aulas na ESBAP e não quis [risos]. Não quis... Isto nos anos 90 ou 80 ainda. Se me arrependo? [Pausa prolongada] Gostaria de dar aulas. Arrependo-me. Acho que me tomaria muito tempo, mas acho que manteria o contacto com os jovens e com um universo profissional, torna tudo muito mais dinâmico, muito... Atualiza-me. Melhora a minha prestação. Na altura não aceitei porque... Não quis. Não me mostrei interessado, digamos, porque tinha muito trabalho e... “Lá vou agora perder tempo a dar aulas, quando tenho tanto que fazer [aqui no *atelier*], não tenho possibilidade de dar aulas.” Fui burro, deveria ter aceite. Mas também, por

outro lado, tenho a minha vida profissional a girar deste lado, não é? Vou tendo contacto com professores amigos e miúdos que também trabalham comigo... Pronto. É o que é. Não aceitei porque tinha muito que fazer e não tinha disponibilidade para dar aulas.

Centremo-nos agora num outro aspeto relevante para definir este segundo perfil de designers gráficos e de comunicação: a avaliação do reconhecimento e prestígio alcançados em resultado do percurso profissional, percorrido essencialmente trabalhando por conta própria. Contrariamente ao perfil anterior, observa-se aqui que o reconhecimento pelo percurso profissional e o trabalho realizados tende a apresentar contornos bastante mais delimitados, circunscrevendo-se essencialmente à esfera mais restrita do design gráfico e de comunicação. Existem, evidentemente, *nuances* geracionais que criam algumas cambiantes. Observa-se, por exemplo, que entre os designers mais experientes e com carreiras mais longas, cujos *ateliers* são muitas vezes conotados com o desenvolvimento de trabalhos emblemáticos, em domínios “clássicos” do design gráfico (identidade, design editorial, cartaz, ilustração), existe um razoável reconhecimento, nomeadamente entre os designers da sua geração e das seguintes, bem como por parte dos clientes. Beneficiam, portanto, de um maior reconhecimento e prestígio entre pares e clientes. Já no caso dos designers mais jovens, os níveis de reconhecimento são substancialmente mais reduzidos, circunscrevendo-se, no essencial, aos colegas da mesma geração. O recurso às plataformas e redes sociais digitais (como o *Behance*, o *Instagram*, o *Tumblr* ou o *Flickr*) constitui para este subgrupo de designers *freelancers* ou que estão a iniciar os seus *ateliers*, e que entrou no mercado de trabalho entre meados da década de 2000 e o início da seguinte, um instrumento privilegiado para a divulgação do seu *portfolio* que, como vimos, se caracteriza em muitos casos por uma forte carga autoral. Excepcionalmente, encontramos alguns casos mais particulares que, em resultado da atribuição de galardões, prémios ou menções honrosas, ou da inclusão e análise do seu trabalho e percurso profissional em contexto académico ou expositivo, conquistam um reconhecimento público um pouco mais amplo. Mas, anda assim, esse reconhecimento assume, de um modo geral, contornos bastante mais circunscritos, quando comparado com o perfil anterior.²³³

²³³ Os casos de João Machado, Carlos Rocha, Ricardo Mealha ou, mais recentemente, Sérgio Alves podem ser apontados como exemplos de designers enquadrados neste segundo perfil que – em diferentes momentos e com níveis de intensidade e profundidade claramente distintos (destacando-se, pela maior consistência do acompanhamento ao longo do tempo, o caso de J. Machado) – beneficiaram de uma atenção pública mais alargada ao seu trabalho e percurso profissional, extravasando o universo profissional mais restrito ligado ao design gráfico e de comunicação. É significativo que jornais

Como se disse, este perfil caracteriza-se pela natureza generalista do seu trabalho, do ponto de vista da área de especialização. Embora sejam especializados e reconhecidos, sobretudo pelos trabalhos desenvolvidos em domínios particulares do design gráfico e de comunicação (identidade, design editorial, cartaz, ilustração, *webdesign*), prevalece a tendência para, ao longo do percurso profissional, abranger um número crescente e diferenciado de domínios da comunicação, o que, em vários casos, também permite abarcar um leque de clientes amplo e diversificado.

Uma outra tendência relevante, circunscrita às gerações mais jovens e com percursos profissionais curtos e pouco consolidados, é a de abarcarem domínios tradicionalmente não associados aos designers com este perfil. Com efeito, alguns designers e *ateliers* emergentes têm vindo a intervir noutros domínios de especialidade dentro do campo do design, como o design de exposições. Em alguns casos mais particulares, esta participação estende-se a um envolvimento ativo em tarefas quer a *jusante* do design expositivo (curadoria e investigação associadas ao desenvolvimento de exposições cujas temáticas se relacionam com design gráfico e de comunicação, incluindo elaboração de textos para catálogos), quer a *montante* (execução de soluções expositivas e materiais de comunicação). Pontualmente, alguns destes jovens designers e *ateliers* têm-se envolvidos em projetos de cariz mais pessoal, autoral ou *para-artístico* (por exemplo, conceção, realização, produção e comercialização de publicações próprias). Esta é, assim, uma nova geração de designers de comunicação que, embora ainda bastante jovens, dispõem já de uma panóplia de experiências de trabalho vasta e heterogénea, manifestando alguma polivalência e disponibilidade para abraçarem diversas áreas de atuação que, por vezes, se distanciam das áreas e dos modos de atuação tipicamente associados ao design gráfico e de comunicação.

Observando o perfil de clientes e a tipologia de trabalhos realizados, importa começar por referir que a esmagadora maioria dos designers está localizada em Lisboa e Porto. É sobretudo entre os designers com percursos profissionais mais longos e consolidados que se destaca uma maior abrangência de clientes, que, como no perfil anterior, se traduz numa ampla rede que se dispersa pelo território nacional. Já nas gerações mais jovens, com trajetos profissionais em consolidação, há uma maior concentração da

generalistas de grande tiragem, como o diário *Público* ou o semanário *Expresso*, tenham elaborado textos de obituário que homenagearam Carlos Rocha (com “honras” de chamada de capa) e Ricardo Mealha, por exemplo (cf. respetivamente Cardoso, 2016a; Coelho, 2015; Soromenho, 2015). Em ambos os casos foram ainda emitidas “notas de pesar” por parte da tutela pública para a cultura, o que novamente atesta a visibilidade e o prestígio de que beneficiavam.

atividade profissional nas duas áreas metropolitanas do país. Por outro lado, independentemente do enquadramento geracional, as experiências de internacionalização não são ainda muito habituais neste grupo, ocorrendo de uma forma bastante ocasional e fortuita, não tendo geralmente continuidade futura.

Por último, importa assinalar que existe algum equilíbrio de género neste segundo perfil de designers, pese embora se denotem algumas diferenças significativas em termos geracionais. Tendo em consideração o universo de designers entrevistados²³⁴, há um maior número de homens entre as gerações mais velhas (cujo início do percurso profissional ocorreu entre finais dos anos 1960 e as décadas de 1970-80), sendo que tendência inversa caracteriza as gerações mais jovens (cujo início das trajetórias profissionais se dá dos anos 1990 em diante). Conjuntamente, esta configuração parece concorrer, assim, para reforçar a ideia de que, sobretudo nos últimos, se vem assistindo a uma crescente feminização da área do design no país, um fenómeno que, como vimos no capítulo anterior, está intimamente associado ao *boom* de oferta de ensino superior especializada a partir da década 1990.

5.4. Perfil 3: Artistas plásticos que, sobretudo numa fase inicial do seu percurso, mantiveram uma ligação ao design gráfico, seja enquanto praticantes profissionais, seja como docentes no ensino superior

Este terceiro perfil integra artistas plásticos que, sobretudo numa fase inicial do seu percurso, mantiveram uma ligação ao design gráfico, designadamente como praticantes profissionais e/ou como docentes no ensino superior. É um grupo que, ao contrário dos anteriores, apresenta uma forte homogeneidade ao nível das trajetórias escolares e profissionais. Trata-se de uma modalidade de exercício da atividade de design gráfico que se apresenta hoje como *residual*, correspondendo a um perfil de designers que, embora tenham marcado de forma relevante o campo em períodos históricos anteriores – num contexto em que o ensino e a formação especializada em design eram praticamente inexistentes no país, proliferando um certo autodidatismo – têm hoje uma

²³⁴ Foram enquadrados neste segundo perfil de designers gráficos e de comunicação os seguintes entrevistados: André Santos, Carlos Rocha, Cláudio Rodrigues (Oof), João Dorminski (Prumma), João Machado (João Machado Design), Luís Carrôlo, Luís Miguel Castro, Manuel Paula, Margarida Oliveira (Forma, Design / By the Book), Paulo Seabra, Rui Guimarães, Ricardo Mealha, Sérgio Alves (Atelier d'Alves), Sílvia Prudêncio, Teresa Cardoso (CMC); e ainda os membros dos seguintes *ateliers* de design de comunicação: Bolos Quentes (Duarte Amorim e Sérgio Couto), Joana & Mariana (Joana Baptista Costa e Mariana Leão) e Vivóeusébio (Rafael Lourenço, João Silva, Andreia Almeida e Joana Sobral).

presença substancialmente menor.²³⁵ Neste perfil, o trabalho desenvolvido em design gráfico assume também um carácter generalista, na medida em não revela forte especialização, centrando-se sobretudo nos domínios de intervenção mais “tradicionais” (design editorial, da ilustração ou do cartaz, mas também do desenho de embalagens ou design de *stands*). Contudo, a amplitude, abrangência e complexidade do trabalho realizado por estes designers é substancialmente menor do que aquela identificada nos dois grupos anteriores.

Este terceiro perfil considera, assim, um tipo muito particular de designers gráficos, cuja experiência de trabalho na área foi, de um modo geral, curta, considerando a extensão dos seus percursos profissionais (mais de trinta anos de carreira), que se centrou no trabalho desenvolvido no campo das artes visuais, seja como artistas plásticos, seja como docentes universitários e pedagogos. Aqui, centrar-nos-emos na análise das relações que estes protagonistas estabeleceram, no plano profissional, com o design gráfico e de comunicação, atividade que exerceram em condições e contextos institucionais relativamente diversos, que incluem o trabalho em regime *freelance*, muitas vezes exercido em simultâneo com o trabalho por conta de outrem (para agências de publicidade, oficinas de artes gráficas, empresas de setores industriais, enquanto designers gráficos internos), posteriormente complementado pela docência universitária que, durante algum tempo, teve um enfoque específico na área disciplinar.

Do ponto de vista geracional, este perfil apresenta também grande homogeneidade, pois todos os designers-pintores que nele se enquadram têm hoje mais de 70 anos, encontrando-se já reformados. Os percursos profissionais iniciaram-se durante a década de 1960 e início da seguinte, começando a trabalhar em design gráfico muitas vezes ainda antes de frequentarem o ensino universitário, cursando pintura. Em termos de percurso formativo, é relevante notar que, na maioria dos casos, frequentaram previamente cursos técnicos de “artes aplicadas” (incluindo artes gráficas), nas Escolas de Artes Decorativas António Arroio, em Lisboa, e Soares dos Reis, no Porto. À semelhança de outros designers da mesma geração, esta educação formal inicial, obtida em escolas técnico-artísticas, foi decisivamente complementada por uma formação informal, de matriz autodidata, realizada antes, durante e/ou após a frequência da

²³⁵ Tal não significa, contudo, que não continuem a existir casos de artistas plásticos e de outras profissões artístico-criativas (arquitetos, por exemplo) que, de uma forma pontual e, em geral, segundo uma lógica de complementaridade à sua atividade principal, desenvolvem trabalhos gráficos e de comunicação (incluindo ilustração). No entanto, optou-se no âmbito desta investigação por delimitar este terceiro perfil às características específicas que foram concretamente identificadas no terreno empírico de pesquisa, através dos casos que foram analisados e entrevistados.

licenciatura, em empresas diversas, ligadas ao universo das artes gráficas, e através da aquisição e estudo de bibliografia especializada em artes gráficas.

Observando a trajetória profissional destes artistas plásticos e o modo como se relaciona com o campo do design gráfico e de comunicação, importa começar por recordar que, como referido no capítulo anterior, entre as décadas 1930 e 1970 foram vários os artistas plásticos em Portugal que, de forma mais ou menos pontual, trabalharam em design gráfico (ou em “artes gráficas”, expressão então mais habitual). Era habitual encontrarmos, nesse período em que ainda não existia no país formação específica na área, designers formados em escultura, pintura ou arquitetura, que acumulavam trabalhos em várias e diferentes áreas (design gráfico, mobiliário ou expositivo, prática da arquitetura e da fotografia). Numa época de carência de profissionais na área, muitos dos designers e pintores que integram este perfil encontravam com facilidade ofertas de trabalho relativamente bem remuneradas, seja enquanto *freelancers*, seja inseridos em estruturas empresariais ligadas à produção gráfica, à edição ou à publicidade, na condição de designers internos. De acordo com o relatos obtidos, era habitual a acumulação destas duas situações, para lá da gestão da própria carreira de artistas plásticos então emergentes, o que suscitava ritmos e jornadas de trabalho intensos, mas que, no entanto, permitiam uma maximização dos rendimentos.

Por outro lado, a atividade profissional de muitos destes designers e pintores estendeu-se ainda, e desde bastante cedo, ao ensino artístico universitário, desempenhado um papel chave na introdução em Portugal de alguns dos fundamentos ligados ao ensino da artes gráficas em contexto universitário público²³⁶ e, posteriormente, a partir de 1975-1976, na implementação dos primeiros cursos de design gráfico.²³⁷ Contudo, a partir das décadas de 1980-1990 perde relevância a ligação destes intervenientes ao design gráfico, o que se justifica por um conjunto de alterações na vida profissional, incluindo, nuns casos, a opção por uma dedicação *full time* à docência universitária, mas focando agora aspetos disciplinares mais diretamente ligados à esfera das artes plásticas, ou, noutros casos, pelo maior impulso entretanto conseguido nas suas carreiras artísticas. Talvez por isso, a ligação destes pintores ao campo do design gráfico tende a ser hoje, num olhar retrospectivo, por eles muito desvalorizada, encarando-a essencialmente como

²³⁶ Caso de Armando Alves que, como referido no capítulo anterior, assumiu a regência da cadeira de Pintura Decorativa na ESBAP, entre 1962 e 72, sendo posteriormente substituído por Domingos Pinho.

²³⁷ Caso de Domingos Pinho e de Dario Alves, que partilham com Armando Alves a formação em pintura e uma grande experiência profissional em design gráfico, e que vieram, mais tarde, a estar profundamente ligados à criação e implementação da primeira licenciatura em design gráfico na ESBAP.

um “trabalho alimentar”, que teve um papel instrumental, no início das suas carreiras, para assegurar subsistência e autonomia, mas que foi perdendo relevância à medida que se foram conseguindo afirmar como artistas plásticos e, nalguns casos, como docentes universitários e pedagogos no campo das artes plásticas.

Consideremos agora o plano da avaliação do reconhecimento e prestígio alcançados no campo específico do design gráfico e de comunicação por este grupo de designers-pintores, em resultado da sua obra e percurso profissional. Embora o percurso não seja, em geral, bem conhecido e estudado, constatou-se que, pelo menos em alguns casos (por exemplo, o pintor Armando Alves), a obra continua a ser ainda hoje reconhecida entre pares, aqui considerando designers gráficos e de comunicação praticantes, sobretudo de gerações mais velhas (antigos colegas e estudantes), mas também designers com ligações ao meio universitário e da investigação. Neste sentido, observa-se ainda que o tipo de trabalho que é hoje referenciado se delimita, no essencial, a alguns objeto gráficos considerados mais icónicos (sobretudo capas e cartazes), bastante valorizados pela sua dimensão plástica, mais do pelas qualidades gráficas, tendo sido alguns deles objeto de estudo e marcado presença em exposições coletivas e em publicações relacionadas com a história do design gráfico em Portugal.²³⁸

Observando o perfil de clientes e a tipologia de trabalhos realizados, todos os designers que deste perfil estão localizados no Grande Porto, tendo desenvolvido o essencial da sua atividade profissional em design gráfico um pouco por toda a região Norte, onde prestaram serviços de “artes gráficas”, como então se designava, para variadas instituições, públicas e privadas, em domínios variados dentro do design gráfico “clássico” (identidade, design editorial, cartaz, ilustração, etc.), bem como em áreas próximas, como o design de embalagens (*packaging*) e a conceção de *stands* para feiras e certames industriais. Curiosamente, as poucas experiências de internacionalização referidas em entrevista associam-se sobretudo a trabalhos realizados no quadro da participação de empresas industriais da região Norte em algumas feiras internacionais, tendo estes designers e artistas plásticos estado envolvidos quer na conceção de *stands*, quer na conceção de outro materiais gráficos de cariz promocional e publicitário.

²³⁸ A este propósito, refira-se a atenção que a Imprensa Nacional Casa da Moeda, tem vindo a dedicar a alguns artistas plásticos e arquitetos, que foram também notáveis designers gráficos e ilustradores, publicando monografias e catálogos de exposições sobre a sua vida e obra. Podem referir-se, a título de exemplo, as publicações lançadas sobre Paulo Guilherme, Roberto Nobre, Fernando Lemos, Maria Keil, Luís Filipe de Abreu, Dorindo Carvalho ou João da Câmara Leme.

Por último, é de destacar a absoluta preponderância do género masculino entre o conjunto de designers entrevistados²³⁹, o que, novamente, reforça o argumento sobre o carácter tardio do processo de feminização do design gráfico em Portugal – o que, como é evidente, não significa sustentar a absoluta inexistência de mulheres artistas plásticas em Portugal com algum tipo de ligação às artes gráficas e ilustração; esses casos constituem, contudo, notáveis exceções perante um meio essencialmente masculino.²⁴⁰

5.5. Perfil 4: Designers de comunicação especializados em domínios de “nicho” (tipografia e infografia), trabalhando por conta própria (em *atelier* próprio ou em regime *freelance*) ou por conta de outrem, e, nalguns casos, mantendo ainda uma atividade pontual como docentes universitários e/ou formadores

Este quarto perfil agrega um conjunto de designers cujos trajetos escolares e profissionais apresentam contornos claramente distintos dos perfis anteriores. São designers altamente especializados, cujo trabalho se caracteriza por um enfoque em domínios particulares, como o design de tipos de letras (*type design*) ou o de infografias. Operam em mercados de trabalho que se organizam de formas também muito específicas, como veremos, distinguindo-se da generalidade dos mercados em que operam os restantes designers que temos vindo a analisar. É um grupo internamente muito heterogéneo no que respeita às trajetórias escolares e profissionais e às pertenças geracionais. Mais homogéneo é, em contraposição, o enquadramento contratual e institucional em que desenvolvem a atividade.

A longevidade dos percursos profissionais dos designers que se enquadram neste perfil é diversa: nuns casos é ainda curta (inferior a dez anos de atividade, tendo-se iniciado em finais da década de 2000); noutros é substancialmente mais extensa (com duas décadas ou mais de experiência profissional, cujo arranque remonta ao início da década de 1990). Esta diversidade em termos geracionais, mas também o facto de se tratar de áreas de “nicho”, dentro do campo alargado do design gráfico e de comunicação, cuja especialização é ainda bastante recente em Portugal, reflete-se na heterogeneidade dos percursos formativos que é possível encontrar neste perfil. Predomina a frequência universitária de âmbito generalista (sobretudo em design gráfico e de comunicação, mas

²³⁹ Foram enquadrados neste terceiro perfil de designers gráficos e de comunicação os seguintes entrevistados: Armando Alves, Dario Alves e Domingos Pinho.

²⁴⁰ Veja-se, por exemplo, o caso notável e, de algum modo excecional, da multifacetada artista plástica Maria Keil, cuja ligação à publicidade e à ilustração remonta às décadas de 1930-40 (cf. AA.VV., 2014).

também, por vezes, em áreas conexas, como a arquitetura), que é posteriormente complementada com uma especialização nos domínios da tipografia ou da infografia. Contudo, e visto que só muito recentemente começou a existir entre nós oferta de formação pós-graduada nestas áreas, verifica-se que, em muitos casos (sobretudo entre os designers mais velhos, no mercado de trabalho desde os anos 1990), essa especialização fez-se inicialmente de forma autodidata. Em alguns casos, foi posteriormente complementada com a realização quer de pós-graduações e mestrados (muitas vezes em universidades estrangeiras), quer de outro tipo de formações mais específicas, de curta duração e com cariz mais informal (*workshops*, cursos breves, etc.), abrangendo, por vezes, domínios do saber complementares, nomeadamente jornalismo e ciências da comunicação, no caso do desenho infográfico²⁴¹.

Entre estes designers identifica-se, no plano do enquadramento contratual e institucional, o predomínio dos trabalhadores por conta própria, seja em regime *freelance*, seja em *atelier* próprio (em geral de micro-dimensão, não ultrapassando as quatro pessoas). Em alguns casos, sobretudo de infográficos, encontramos trabalhadores por conta de outrem, principalmente para órgãos de comunicação social. Vale a pena observar, contudo, algumas especificidades que caracterizam os modos de organização do trabalho nestes domínios altamente especializados e “de nicho”, distinguindo-os de outros modos de posicionamento no campo do design gráfico de comunicação em Portugal.

Tratando-se de áreas de elevada especialização, o trabalho é, de um modo geral, realizado de uma forma individual ou recorrendo a equipas de reduzida dimensão, montadas propositadamente para responder aos objetivos de cada projeto, reunindo para essa ocasião *experts* que colaboram em regime *freelance*. Embora seja habitual a prática da encomenda que, como vimos, é transversal a todo o campo do design, estas áreas mais especializadas e de “nichos” possuem alguns métodos de trabalhos relativamente específicos, que as distinguem relativamente aos restantes perfis de designers.

Veja-se, a este propósito, o exemplo dos designers especializados em desenho de tipos de letra (ou *type design*), uma área de “nichos” em que, de acordo com diferentes

²⁴¹ Na realidade, a área da infografia poderá ser encarada como híbrida e denotando um caráter fortemente interdisciplinar, combinando aspetos claramente relacionados com o design gráfico e de comunicação, por um lado, e outros que se relacionam com jornalismo e ciências de comunicação, por outro, conforme observam vários autores (ex. Moreira, 2018; Ribeiro, 2008). Aliás, nos últimos anos, graças aos desenvolvimentos em termos de visualização de dados, este tem sido mesmo um domínio de “nichos” em franco desenvolvimento. Não é por acaso que alguns dos designers especializados em infografia que entrevistamos são regularmente convidados a lecionar em cursos de especialização para jornalistas.

entrevistados, embora existam situações de encomenda, o procedimento mais habitual é o desenho de letras/famílias tipográficas ser realizado por iniciativa do próprio designer, sendo o trabalho posteriormente colocado à venda *online*, quer em *websites* próprios, quer em plataformas digitais especializadas (as chamadas *foundries*). Há também muitos casos em que, mediante um pedido específico, o designer desenvolve uma “customização” de determinado tipo de letra, ajustando-o às especificidades de um cliente ou projeto específico. Embora em menor grau, o mesmo tipo de situação ocorre em design infográfico. Paralelamente, este é um dos perfis em que, devido à forte incidência de trabalhadores por conta própria, o desenvolvimento e a divulgação *online* de conteúdos autopropostos é muito frequente, servindo para alimentar os *portfolios* pessoais dos designers, demonstrando a qualidade e versatilidade do seu trabalho.

Também neste perfil é frequente a acumulação da prática profissional com a atividade docente e/ou de formação. Esta dinâmica tem-se, resto, intensificado nos últimos anos, em resultado da multiplicação da oferta de formação em áreas de “nicho”, acompanhando o *boom* global de oferta superior pós-graduada, pública e privada, em design de comunicação em Portugal. Paralelamente, desmultiplicou-se, o número de *workshops*, *masterclasses* e cursos de curta duração especializados, quer em tipografia, quer em design infográfico, realizados amiúde em Portugal e no estrangeiro, criando assim oportunidades para alguns dos designers que se enquadram neste perfil participarem como formadores.

A análise da evolução dos percursos destes designers revela o modo com muitos profissionais, sobretudo os mais velhos, foram paulatinamente orientando a sua atividade para uma área de especialização que, sendo relativamente recente no nosso país, se caracteriza ainda por elevados níveis de especialização, dentro do universo amplo do design gráfico e de comunicação. Da análise realizada, resulta clara a ideia de que este tem sido um processo bastante lento e gradual, que tem permitido a um grupo restrito de designers disporem das condições necessária para um enfoque e uma dedicação crescentes a estas áreas de “nicho” – numa dinâmica que está visivelmente relacionada com um processo mais amplo de crescimento, maturação e sofisticação do campo do design gráfico e de comunicação em Portugal, mormente nas últimas duas décadas, conforme descrito no capítulo anterior. Com efeito, estes “nichos” desenvolveram-se sobretudo nos últimos quinze ou vinte anos, o que significa que dificilmente seria possível, em momentos históricos anteriores, um designer gráfico a

trabalhar em Portugal encontrar as condições suficientes para se poder dedicar a eles de um modo exclusivo.

Em consonância com isso, verificou-se que todos os designers estudados deste perfil tiveram experiências profissionais anteriores diversas, tanto em design de comunicação, como noutras áreas (arquitetura, por exemplo), e mais tarde enveredaram pelas respetivas áreas de especialização, primeiro a tempo parcial e posteriormente a *full time*. Independentemente da longevidade do percurso profissional, verifica-se que, em geral, as trajetórias tendem a desenvolver-se inicialmente de forma altamente individualizada (em geral, em regime *freelance*), procurando, de uma forma muito gradual, conciliar a especialização em áreas de “nicho” com a realização de diversas outras atividades dentro do campo do design gráfico e de comunicação. Apenas ao cabo de alguns anos parece ser possível a estes designers evoluir para uma situação de maior especialização: nuns casos, trabalhando a *full time* como *freelancers* especializados em *type-design* ou infografia; noutros casos, criando *atelier* próprio; noutros ainda, sendo integrados no quadro de pessoal de empresas que internalizam, assim, um tipo de trabalho até então “externalizado” com recurso a *freelancers*.

Esta última situação tem ocorrido sobretudo entre os infográficos, designers especializados numa área que obteve um forte impulso nos últimos anos, em resultado da crescentemente aplicação da infografia à imprensa, em suporte de papel e digital, levando mesmo alguns jornais e revistas nacionais a criarem nas suas redações pequenos departamentos/núcleos especializados nesta área. O excerto da entrevista realizada com o designer de comunicação Dino dos Santos, um dos mais experientes e reconhecidos *type-designers* nacionais, narra o modo lento e gradual como este “nicho” de especialização emergiu e se afirmou em Portugal – processo que condicionou, de forma decisiva, as possibilidades de concretização de um percurso profissional especializado nesta área.

A [minha] aproximação à tipografia foi imediata [durante a licenciatura]. Depois, existe, de facto, um conjunto de problemas e de circunstâncias que nos levam a ter que abdicar de algumas coisas. Uma das primeiras circunstâncias é, em 1994 [ano em que termina a licenciatura], não estou a ver quem tivesse Internet em Portugal, o que significa que o fluxo de informação continuava a ser muito fechado. Depois, uma pessoa acaba o curso e o objetivo é, claramente, começar a trabalhar e, portanto, começa onde lhe oferecerem emprego. Eu fiz isso. Fui trabalhar para uma fábrica [ligada à produção e transformação de cortiças] e, portanto, eu era mais um daqueles designers anónimos, dentro de um espaço fabril muito amplo. (...) E a tipografia começa a ficar secundarizada neste processo, porque eu recebia bem... (...) Eu continuei a

desenhar tipos de letras, sempre, em paralelo, mas, digamos que estava limitado do ponto de vista do que é que eu posso apresentar desse mesmo trabalho. Fiz algumas apresentações na altura, inclusive em faculdades (...) quando eu chegava lá e dizia que fazia aquilo [*type design*], e estamos a falar em 1995/96, as pessoas gozavam, achavam aquilo completamente ridículo! (...) Havia um certo desdém, um certo menosprezo (...). Depois há aqueles fatores da vida pessoal: uma pessoa casa, tem filhos... Há que priorizar as coisas e a tipografia vai vai sendo secundarizada (...). Mas estive sempre, sempre a desenhar tipos de letra. Só retomo, de facto, com maior vigor, a questão da tipografia já em 2000, muito embora tivesse muitos tipos de letras desenhados, que me davam algum *background*. (...) Quando integrei uma outra empresa de design [AFTP], aqui em Matosinhos, aí como sócio também, pude exercer um pouco todo esse *know-how* que tinha vindo a adquirir, particularmente do ponto de vista do desenho gráfico, pois desenhávamos tudo quanto eram logos, desenhávamos os tipos de letra especificamente para aquelas marcas. (...) Em 2004, saio dessa empresa e decido dedicar-me, em exclusivo, ao desenho tipográfico. (...) Nessa entrada no mercado da tipografia (e entrei sem a mínima expectativa), a primeira coisa que eu fiz foi colocar um tipo de letra à venda [*online*] e (...) subitamente tinha vendido duas licenças, pouca coisa, estamos a falar de 17 dólares, na soma total, mais do que esse valor, achei curioso alguém ter decidido, dentro de uma parafernália enorme de tipos de letra, adquirir os meus tipos de letra. Permitiu alguma motivação, alguma confiança no processo. O processo estava certo e, portanto, era, a partir daí, fazer uma evolução na continuidade, no sentido de: “Agora, vou estruturar toda a minha carreira com base nisto e secundarizar completamente a parte letiva”. Porquê? Porque eu não dava aulas de tipografia. Sempre dei aulas de diversas outras coisas: informática, multimédia, teoria do design, dei toda uma série de coisas, mas nunca tinha dado aulas de tipografia. Só vou dar aulas de tipografia já no final da primeira década de 2000 (2008/2009/2010, acho que foi por aí). Até lá não dava aulas de tipografia, dava aulas de outras áreas. (...) Nós [em Portugal] chegamos atrasadíssimos a este fenómeno (...), quando eu chego, estamos a falar de uma altura em que já existia uma oferta tipográfica imensa [à escala global].

Como resulta claro deste excerto, que é exemplificativo de outras narrativas semelhantes verbalizadas por outros entrevistados, nestas áreas de forte especialização (*type design*, ou design tipográfico, e design infográfico), em que opera um número relativamente restrito de profissionais em Portugal, não só o seu surgimento e desenvolvimento é ainda recente entre nós, como o correspondente reconhecimento foi igualmente tardio, emergindo já na década de 2000, quando começaram a surgir alguns encontros e publicações de cariz académico especializados no tema, “despertando” assim o interesse de designers e diretores de arte. Em sentido mais alargado, poderá afirmar-se que tal reconhecimento ainda não se concretizou plenamente, estando

circunscrito ao campo do design gráfico e de comunicação, bem como a algumas áreas disciplinares relacionadas com as questões da comunicação.

Consequentemente, os designers que se enquadram neste perfil são reconhecidos num círculo restrito de pares, pelo trabalho muito especializado que desenvolvem. É também desse círculo que vêm, com frequência, os seus principais clientes. Com efeito, os designers que operam neste domínios de elevada especialização são frequentemente contratados para a realização de projetos específicos, sendo temporariamente integrados nas equipas “*in-house*” de determinados *ateliers* de design, de arquitetura ou de agências de comunicação e publicidade.

Embora estejam localizados essencialmente em Lisboa e no Porto, as características de elevada especialização do trabalho que realizam, assim como o facto de se movimentarem num mercado de “*nicho*”, permite-lhe a estes designers aceder a um leque diversificado de clientes, nacionais e internacionais. A relevância e até, nalguns casos, a preponderância do trabalho realizado para clientes internacionais constitui, de resto, outro dos aspetos que distingue decisivamente este perfil. A maior incidência da internacionalização pode justificar-se, por um lado, pelo conjunto de oportunidades que são hoje geradas e impulsionadas pelos pontos de venda (direta ou mediada) *on-line* de licenças tipográfica, assim como pelas cada vez mais frequentes colaborações diretas que, através do recurso a plataformas *online*, muitos designers estabelecem com colegas, *ateliers* de design ou agências de comunicação. Por outro lado, explica-se também pela experiência de alguns destes designers na dinamização, como formadores/professores, de cursos breves, *workshops* e/ou de *masterclasses* internacionais, em diferentes contextos institucionais e com diversos graus de formalização, que proporcionam contactos internacionais.

Por fim, importa assinalar a clara preponderância do género masculino entre o conjunto de designers entrevistados que foram enquadrados neste quarto perfil.²⁴²

²⁴² Foram enquadrados neste quarto perfil de designers gráficos e de comunicação os seguintes entrevistados: Joana Correia, Dino dos Santos (DSType Foundry), Luís Taklim (Anyforms Design) e Hélder Brites.

5.6. Perfil 5: Designers de comunicação especializados em Direção de Arte, trabalhando por conta própria ou por conta de outrem, em contextos diversificados e, nalguns casos, mantendo uma atividade pontual como docentes universitários e/ou formadores

À semelhança do perfil anterior, também neste quinto perfil se destacam as trajetórias escolares e profissionais de um grupo de designers gráficos e de comunicação muito especializados. Ao contrário do perfil anterior, contudo, o tipo de trabalho realizado não se caracteriza tanto pela aplicação de um conhecimento altamente técnico, circunscrito e aprofundado, mas antes pela aplicação de um tipo de conhecimento mais abrangente e transversal às diversas áreas disciplinares da comunicação, que se revela nas suas capacidades de coordenar e articular equipas amplas e de cariz multidisciplinar. É, de resto, relativamente habitual que designers que foram inseridos no perfil anterior contribuam com o seu *input* específico para projetos mais amplos sob coordenação de um Diretor de Arte integrado neste perfil (caso, por exemplo, de projetos editoriais que requerem um tipo de letra específico ou um conjunto de infografias de apoio ao texto).

Este grupo de designers caracteriza-se igualmente pelo carácter heterogéneo das trajetórias escolares e profissionais e das pertenças geracionais. Do ponto de vista do enquadramento contratual e institucional em que desenvolvem atividade, coexistem aqui designers que trabalham por conta própria (em *atelier* próprio) e por conta de outrem (em agências de publicidade e de comunicação ou em jornais e outros órgãos de comunicação social). Encontramos ainda alguns casos em que a prática profissional é combinada com uma experiência, regular ou pontual, de docência no ensino superior, lecionando justamente o que se convencionou designar de Direção de Arte – uma atividade que, importa esclarecer, engloba não só garantir a direção criativa de projetos que têm, em regra, uma certa dimensão e complexidade, como também a coordenação global das equipas de trabalho e que, por norma, assumem uma dimensão média ou grande e têm frequentemente um perfil multidisciplinar (incluindo, além de designers de comunicação, *copywriters*, fotógrafos, videastas, etc.).

Em termos de abrangência geracional, este perfil abrange um leque de designers com percursos profissionais já relativamente longos (nalguns casos superiores a duas décadas, iniciando-se entre as décadas de 1980 e 1990, noutros superiores a uma década de trabalho, arrancando já no início dos anos 2000). Tal como no perfil anterior, a especialização em Direção de Arte, recente entre nós, ocorre de uma forma gradual, em resultado de uma experiência profissional acumulada ao longo de vários anos e do

conhecimento aprofundado de que muitos destes designers dispõem acerca do campo amplo da comunicação em Portugal. É um conhecimento, note-se, construído essencialmente de forma empírica, com base no *know-how* prático e na conhecimento tácito e implícito dos códigos, das regras e dos protagonistas que marcam hoje estas áreas disciplinares que, reafirmamos, não se restringem ao campo do design de comunicação *per se*.

O carácter relativamente recente deste domínio de *expertise* em Portugal reflete-se ainda, por outro lado, no escasso grau de formalização dos conhecimentos dos designers que, de uma forma essencialmente informal e autodidata, se têm vindo a especializar em direção de arte. Com efeito, analisando o percurso formativo dos designers estudados, verifica-se que existe um claro predomínio da frequência de licenciatura em design de comunicação ou noutras áreas artístico-criativas próximas (som e imagem, por exemplo), que foram, de um modo geral, concluídas com sucesso.²⁴³ Sendo também um domínio que se encontra escassamente formalizado do ponto de vista técnico-científico – o que contrasta com o perfil anterior, por exemplo –, foi sem supressa que se verificou que, na generalidade dos casos, a formação académica de base destes designers foi posteriormente complementada de modo informal ou autodidata, sobretudo através da experiência e do conhecimento obtido em contexto profissional, mas também através do estudo, realizado de forma autónoma e individual, de alguma bibliografia especializada, geralmente estrangeira, disponível em papel e *online*.

No que se refere aos percursos profissionais, em contraposição a outros perfis, encontramos neste grupo uma maior linearidade, que se traduz frequentemente na evolução dentro de uma mesma organização, com a assunção gradual de maiores responsabilidades, nomeadamente ao nível da coordenação das equipas e da direção artística dos projetos. Noutros casos traduz-se na mobilidade entre empresas concorrentes, de perfil idêntico, beneficiando de melhoria das condições laborais e/ou salariais. Esta característica prende-se com o facto de ser sobretudo em alguns contextos profissionais específicos (caso, nomeadamente, das redações de jornais e revistas ou das agências de comunicação e publicidade), cujo *core* da atividade assenta no desenvolvimento de projetos de maior dimensão e/ou complexidade, que o recurso à

²⁴³ Há exceções neste grupo, sendo designadamente esse o caso de Jorge Silva, um dos mais experientes e reconhecidos diretores de arte em Portugal, especializado em design editorial para publicações periódicas, que começou a trabalhar nesta área enquanto frequentava a licenciatura em design gráfico na ESBAL, ainda em finais da década de 1970, acabando por nunca a concluir.

figura do Diretor de Arte surge mais frequentemente, criando assim condições propícias ao desenvolvimento endógeno deste tipo de competências e *know-how* que, como já vimos, se encontra ainda muito pouco formalizado.

Apesar do caráter relativamente linear de muito dos trajetos profissionais, encontram-se também situações em que os designers optam por abandonar esse tipo de estruturas, mantendo a sua área de especialização em Direção de Arte, que passam a exercer em regime *freelance* ou, mais comumente, nos seus próprios *ateliers* de design. Nesses *ateliers*, que como na maior parte dos casos que tratamos aqui são de dimensão micro ou pequena, trabalham, em regime de subcontratação, para o mesmo tipo de entidades e de setores que genericamente os empregavam anteriormente, isto é, empresas ligadas à esfera publicitária, à imprensa escrita, mas também a todo o universo ligado ao campo editorial.

Pontualmente, ocorrem situações de acumulação com atividades associadas ao universo do ensino e da formação. Com efeito, um número reduzido de designers deste perfil tem experiência de docência universitária, lecionando (a tempo parcial) sobre Direção de Arte em pós-graduações e mestrados de design de comunicação. Observa-se também a prática de participar esporadicamente, como formadores, em cursos breves, *workshops* e *masterclasses*, que se realizam tanto em Portugal, como no estrangeiro, assegurando a condução de módulos temáticos sobre Direção de Arte. O surgimento deste tipo de oferta formativa em design de comunicação, que parece, cada vez mais, incidir em domínios de elevada especialização, corresponde ao amadurecimento do processo de institucionalização do design em Portugal, em curso desde finais da década de 1960, mas espelha também, de forma inequívoca, a crescente afirmação desta área nos campos académico e científico.

É justamente nesse sentido que aponta Jorge Silva, um dos mais reconhecidos designers de comunicação em Portugal, especializado em Direção de Arte para projetos editoriais, detentor de um longo percurso profissional, que dirige atualmente um *atelier* próprio, Silvadesigners, e leciona a tempo parcial na FBAUP.

(...) [Há hoje] uma crescente segmentação dos saberes e das disciplinas [dentro] do próprio design. (...) Por exemplo, eu estou a dar uma disciplina [no mestrado em Design Gráfico Projetos Editoriais, na FBAUP] que é Direção de Arte, e que, aqui há uns anos atrás, pura e simplesmente não existia. (...) Tem a ver com essa segmentação também [no design], que faz

com que essas novas disciplinas, ou uma visão mais específica sobre elas, precise também de eventos públicos, de encontros, de congressos, de palestras, enfim...

Se, do ponto de vista académico, este domínio de especialização tem vindo a beneficiar de um maior reconhecimento nos últimos anos, o mesmo tem vindo a ocorrer na esfera da prática profissional, ainda que em moldes mais restritos. Ainda assim, parece ser inequívoco o amplo reconhecimento de que beneficia, especialmente entre pares (designers de comunicação da mesma geração, mas também, em muitos casos, o universo amplo de profissionais ligados à comunicação com quem colaboram), o reduzido número de profissionais que, ao longo do seu percurso, se tem vindo a especializar neste domínio de atividade bastante específico e que é, de algum modo, menos visível para o grande público. Ao contrário de outras áreas de especialização em design gráfico e de comunicação, ainda não é muito frequente, no contexto nacional e até internacional, a atribuição de galardões, prémios e menções honrosas aos melhores diretores de arte. Inversamente, constata-se que esta é uma categoria que tende a ser mais valorizada e premiada no contexto específico tanto da publicidade, como do jornalismo e da imprensa escrita, sendo vários os casos de designers entrevistados cujo trabalho, enquanto diretores de arte, foi inúmeras vezes distinguido e premiado, nacional e, sobretudo, internacionalmente, nesse quadro.²⁴⁴

Como vimos, este quinto perfil de designers revela um elevado grau de especialização, constituindo um grupo de profissionais relativamente restrito. Ora, estas condições refletem-se igualmente num universo de clientes que, pelas razões já avançadas antes, é também ele limitado. Não surpreende, pois, que a generalidade destes designers se localize em Lisboa, onde se concentram as principais agências de comunicação e de publicidade, bem como os grupos de imprensa de maior dimensão.

É também relevante notar que a esmagadora maioria destes designers trabalha para o mercado nacional – ou, como ocorre na publicidade, para clientes internacionais a partir de empresas sediadas em Portugal. Uma vez mais, isso indicia que estamos perante um

²⁴⁴ Para dar alguns breves exemplos, podem referir-se os vários prémios, sobretudo internacionais, atribuídos a Jorge Silva ou Sónia Matos pelo trabalho realizado no universo da direção de arte em contexto editorial e jornalístico. Já no contexto da publicidade, o trabalho de direção de arte realizado por designers como Mário Mandacaru, Pedro Serrão ou Luís Alvoeiro, entre outros, tem sido regularmente reconhecido em Portugal e, mais pontualmente, no estrangeiro.

“nicho” de atividade muito restrito, cujo acesso é limitado aqueles que dispõem de maior capital de inter-relações pessoais e profissionais dentro do *meio*.

É isso mesmo que expressa o modo como Pedro Serrão, cofundador do *atelier* This Is Pacífica, sediado no Porto e especializado em *branding* e publicidade, assinala a importância decisiva das relações interpessoais criadas e mantidas no universo das agências de comunicação e publicidade, não só para uma compreensão do modo de funcionamento desta área, mas também para estabelecer uma *boa* reputação no *meio*, fundamental para a criação de relações de confiança mútua com os diversos clientes de um *atelier* que trabalha quer como subcontratado de outras agências, quer como prestador de serviços finais para diversas empresas e marcas.

No vosso caso, como é que foi possível, digamos assim, “furar” e evidenciarem-se como um tipo de *atelier* que fazia um tipo de trabalho diferente?

Isso do “furar”, eu acho que qualquer pessoa consegue... Porventura, poderá ter ajudado... Quer eu, quer o Filipe [Mesquita] estivemos em Lisboa a trabalhar, em empresas [de comunicação e publicidade] distintas, só que também ganhámos... eu não diria um conhecimento, não é um conhecimento, mas é um... de alguma forma, uma rede ou qualquer coisa que se estabelece lá, tu estás, de certa forma, à vontade. Por um lado, sabes o que é que se passa nas agências, porque já trabalhaste em agências grandes, e percebes que não há, às vezes, nenhum motivo para um estúdio mais pequeno poder fazer o mesmo [que uma grande agência]. (...) E foi um processo muito gradual, não é? E ainda está a ser um processo muito gradual de posicionamento nesse sentido. (...)

Uma aposta que nós tivemos desde o início foi entrar no Festival do Clube de Criativos de Portugal, por exemplo. E isso é... Se tu fores a ver, o número de *ateliers* do Porto que entraram é mínimo. (...) Aqui no Porto não pegou, digamos assim, as pessoas não viam nenhum interesse nisso. E eu acho que essa nossa aposta na entrada nesses festivais [de publicidade] e de termos ganho alguns prémios também acaba por... De repente, vais ao palco e nesses festivais estão não só as empresas que trabalham nessa área, mas também os clientes. Os clientes são também convidados, clientes de marcas grandes. Portanto, de alguma forma isso pode também ter sido uma estratégia, não muito pensada mas, pronto, pode ter ajudado a criar algum nome.

Também aqui o predomínio masculino impera²⁴⁵, sugerindo neste caso a lentidão e as resistências à feminização no acesso a posições de liderança e gestão de equipas, com maior responsabilidade e visibilidade, como é o caso dos Diretores de Arte.

5.7. Perfil 6: Designers de comunicação “*in-house*”, que trabalham por conta de outrem em departamentos de comunicação de instituições, públicas e privadas, com dimensões diversas e que se inserem em setores de atividade também eles variados, mantendo, nalguns casos, uma atividade pontual enquanto *freelancers*

O sexto perfil integra designers gráficos e de comunicação que, aquando da realização das entrevistas, se enquadravam genericamente no mesmo tipo de contextos institucionais e disponham de vínculos contratuais relativamente semelhantes: trabalhadores por conta de outrem em departamentos de comunicação de instituições, públicas e privadas, com dimensões diversas e de variados setores de atividade – o que, na gíria da profissão, é habitualmente apelidado de designers “*in-house*” (internos). Proliferam, neste perfil, situações em que, de forma mais pontual ou mais regular, os designers complementam a sua atividade profissional *full-time* com a realização por conta própria de alguns projetos, normalmente em regime *freelance*, em geral de forma individual – pese embora, por vezes, associando-se a colegas com os quais colaboram no desenvolvimento desses trabalhos.

É marcante, na prática profissional deste perfil de designers, a grande amplitude e transversalidade de atuação dentro do campo do design gráfico e de comunicação. Trabalham genericamente nos diversos domínios de especialização que integram a área, para lá de, em muitos casos, explorarem áreas de especialização próximas e complementares – como o design de exposições, a fotografia ou o *copywriting*. Assume-se assim que, do ponto de vista da sua área de especialização, os designers com este perfil têm características generalistas e transversais ao design gráfico e de comunicação, revelando-se capazes de trabalhar em projetos com escalas, especificidades e níveis de complexidade muito diversos.

Do ponto de vista geracional, é significativo observar que, apesar de existirem situações pontuais de percursos profissionais mais longos, a maioria dos designers são

²⁴⁵ Foram enquadrados neste quinto perfil de designers gráficos e de comunicação os seguintes entrevistados: Sónia Matos (Público), Fernando Costa (Ogilvy Portugal), Jorge Silva (Silvadesigners), Mário Mandacaru (A Equipa), Pedro Serrão (This Is Pacifica), Luís Alvoeiro e José Mendes (MAGA).

relativamente jovens, com idades inferiores a quarenta anos, tendo iniciado os seus percursos profissionais na década de 2000. Estamos, portanto, face a um perfil de designers gráficos e de comunicação que é recente em Portugal, parecendo a sua emergência repercutir o processo de massificação da profissão, sobretudo a partir de finais da década de 1990, que acompanhou o incremento da oferta de formação superior.

É em grande parte esse enquadramento que permite compreender um traço observável neste perfil, que marca alguma diferença em relação aos anteriores: um certo sentido de erosão das ambições partilhadas por muitos jovens designers de virem a construir uma carreira na área como profissionais liberais, trabalhando como *freelancers* ou em *atelier* próprio – elementos fundamentais, como vimos, na construção do *ethos* profissional –, levando a que se sobreponha uma perceção e disponibilidade para abraçar um leque mais vasto e diversificado de saídas profissionais potencialmente existentes. Para isso concorre também a criação de um número crescente de gabinetes de comunicação internos em empresas e instituições, públicas e privadas, de diferentes áreas, muitas deles completamente exteriores não só ao campo restrito do design, como ao próprio SCC. Resultam daí novas oportunidades de trabalho para alguns destes jovens designers, num processo que revela simultaneamente a abertura crescente do país para o design, porventura em resultado de um conjunto amplo e variado de outras iniciativas que, conforme analisado no capítulo anterior, se foram avolumando ao longo das décadas de 1990 e 2000, aumentando a sua visibilidade e reconhecimento público entre nós.

No plano formativo, e produto da sua articulação com a pertença geracional deste grupo de designers, não surpreende que se observe uma clara hegemonia de percursos formativos especializados em design gráfico e de comunicação. Todos os profissionais que foram enquadrados neste perfil são licenciados em design gráfico e de comunicação, tendo já alguns deles entretanto concluído cursos de pós-graduação e mestrado, igualmente nesta área de design.

Centrando-nos agora na análise da evolução dos percursos profissionais, importa salientar que, na sua globalidade, estes evidenciam alguma homogeneidade, o que, em larga medida, repercute o *efeito geracional* a que aludimos anteriormente.²⁴⁶ Com

²⁴⁶ Este *efeito geracional* extravasa, de resto, os designers que foram enquadrados neste sexto perfil, encontrando alguns paralelos com os percursos de outros designers seus contemporâneos, nomeadamente com o grupo de designers que trabalham exclusivamente com *freelancers*, enquadrados no segundo perfil.

efeito, se excluirmos desta análise alguns casos de designers mais velhos, com percursos muito singulares dentro do campo do design nacional²⁴⁷, as carreiras são, além de curtas, caracterizadas pela contrastante acumulação de um significativo número de experiências de trabalho prévias à situação profissional e contratual atual que, muito frequentemente, são marcadas por alguma precariedade e intermitência laboral. Combinam experiências diversificadas de trabalho em regime *freelance* com outros tipos de experiências de trabalho subordinado em contextos institucionais variados, embora todos ligados à área da comunicação – *ateliers* de design, agências de comunicação, editoras, órgãos de comunicação social.

Alguns dos designers entrevistados relataram ainda, em entrevista, experiências prévias de trabalho ocasional, em instituições de ensino secundário e/ou formação profissional, onde lecionaram disciplinas e/ou módulos de formação em áreas artístico-criativas, de modo a obterem um rendimento suplementar à atividade como *freelancers*. Foram igualmente relatadas situações em que o trabalho *freelance* em design de comunicação, porque irregular e muitas vezes mal remunerado, foi complementado (ou mesmo substituído) com outras ocupações profissionais, frequentemente em regime *full time*, em áreas que não se relacionavam diretamente com a área de formação (por exemplo, operador de *call center* ou lojista). Por fim, identificaram-se neste grupo situações pontuais de completo desemprego, ainda que, em geral, delimitadas a períodos de duração relativamente curtos.

A oportunidade de trabalhar no departamento de comunicação de uma entidade, surge, em suma, somente após os primeiros anos de experiência no mercado de trabalho, frequentemente em situações laborais relativamente adversas que, como descrito antes, se traduziram na acumulação de uma variedade de projetos e atividades em simultâneo, geralmente mal remuneradas e realizadas em condições muito precárias, a vários níveis. É à luz deste contexto, transversal à generalidade dos designers entrevistados deste perfil, e que iniciaram a sua atividade durante a década de 2000, que se compreende que a oportunidade de trabalharem como designers “*in-house*”, beneficiando de melhores condições laborais (nomeadamente em termos de segurança, ao beneficiarem de um vínculo profissional estável), tenda a ser perspetivada como um aspeto muito positivo e

²⁴⁷ É o caso notável e de algum modo raro de Alda Rosa que, praticamente desde o início do seu percurso profissional, trabalhou sempre como designer gráfica *in-house* em organismos públicos diversos, beneficiando de um vínculo laboral estável, ao mesmo tempo que foi pontualmente estabelecendo diversas colaborações profissionais, tanto a solo, enquanto designer *freelancer*, como conjuntamente com alguns colegas (no âmbito da cooperativa PRAXIS, por exemplo).

relevante, senão mesmo preponderante, tendo presidido à tomada de decisão para aceitarem esta oferta de emprego a *full time*.

Esta reorientação do rumo profissional não significa, contudo, abandonar em absoluto o trabalho em nome próprio que, como já vimos, é muitas vezes alicerçado numa ideia de autoria. Vários dos designers entrevistados mantêm alguma atividade por conta própria, trabalhando, de forma mais regular ou apenas pontualmente, como *freelancers*. Na realidade, as entrevistas realizadas permitiram perceber que a oportunidade de trabalhar num contexto institucional, beneficiando de uma maior estabilidade e segurança laboral, é encarada por alguns designers como uma oportunidade para manterem alguma atividade independente, que podem assim exercer sendo até mais seletivos e criteriosos nos projetos que aceitam realizar. Por outro lado, valorizam também o facto de esta atividade *freelancer* lhes possibilitar desenvolver tipologias de projetos que habitualmente não realizam no seu trabalho quotidiano em contexto institucional, bem como adotar abordagens com um cariz mais experimental ou autoral, beneficiando assim de uma maior autonomia, tanto no domínio criativo e conceptual, como no controlo do processo de produção. Isso permite-lhes distanciar-se da linguagem gráfica e de comunicação que, em diversos momentos, reputam de excessivamente “institucional” ou “comercial”.

É exemplar o testemunho de Sara Westermann, designer de comunicação que, aquando da realização da entrevista, integrava o quadro permanente da Casa da Música, trabalhando no gabinete de comunicação desta instituição cultural.

Sim. Tenho vários trabalhos como *freelancer*.

E decidiste sempre manter essa ocupação?

Sim. Sempre que posso, sim. (...) Ao início [quando comecei a trabalhar na Casa da Música], lembro-me que era um bocadinho impossível manter [essa atividade], porque só estávamos dois designers cá e, muitas vezes, tínhamos de ficar [a trabalhar] até altas horas da noite. Lembro-me dessa altura não ter muita vida [própria]. Mas agora não. Agora dá para manter esses projetos [paralelos]. E é muito bom ter outros projetos, porque também ajuda a *limpar a cabeça*... (...) Eu gosto muito da parte manual toda, nos trabalhos. Para mim, estava sempre a desenhar letras à mão e tudo. E também gosto muito de me envolver no processo de impressão. Agora faço serigrafia em casa, comecei a fazer também carimbos... (...) tento sempre que a maior parte do trabalho [*freelancer*], seja feita do meu lado. Entretanto, surgiu uma oportunidade de trabalhar com uns amigos meus que abriram um espaço em Londres em que fazem agora *Supper Clubs* e fazem muitos concertos também, que é *The Portuguese Conspiracy*, e isso também me veio ajudar ao que eu mais gosto de fazer, porque eles confiam no meu trabalho e eu faço... O projeto

é basicamente decidido por mim. A maneira como o faço, tudo o que faço... É um cliente fixe para trabalhar! [risos] (...)

Como é que vêes estes projetos [desenvolvidos enquanto designer *freelancer* para a *The Portuguese Conspiracy*]? É mais gratificante para ti do que...?

É muito mais gratificante.

Corresponde mais ao que tu pretendes?

Sim. (...) Aqui [na Casa da Música] há muito mais fases de negociação. Aqui, muita coisa que sai, não fui eu que a fiz, não é? Embora tenha sido o elemento, o *técnico* que fez [risos], muitas vezes não gosto das coisas que saem e não há tempo para... (...) E, neste caso [do trabalho para a *The Portuguese Conspiracy*] sou eu que dita o tempo... Sei lá, tenho duas semanas para fazer um cartaz, o que é incrível. (...) Lembro-me de quando entrei para a Casa da Música, às vezes nem uma manhã tinha para fazer um cartaz, ou num dia tinha que fazer X anúncios, X cartazes... Era uma máquina! Agora é diferente, mas há muita coisa que sinto que não é feita por mim...

Noutros casos, contudo, o trabalho *freelance* não é encarado como algo especialmente interessante ou desafiante do ponto de vista criativo, constituindo, antes, um complemento para robustecer o rendimento mensal fixo e que, nessa perspetiva, alguns designers deste perfil consideram ser interessante manter. É nesse outro sentido que aponta o testemunho de Joana Macedo, designer de comunicação a trabalhar a *full time* no gabinete de comunicação da Faculdade de Farmácia da Universidade do Porto.

[A atividade como designer *freelancer*] é um complemento, sim. Já tive mais avenças mas, desde há três anos, tenho uma avença com uma farmácia (...). Tenho uma avença que vale a pena manter, porque é o complemento que... Já há muito tempo, o designer – e eu vejo, por exemplo, os meus amigos – não ganha aquilo que sempre nos “pintaram”, não é? Ou que alguns outros ganham. Na função pública eu ganho como técnica superior, mas depois, no fundo, com os cortes todos, não dá. Tenho que... Para se poder manter uma vida, para poder viajar, para poder fazer uma vida diferente, tenho que ter esses trabalhos. Sinto que tenho que ter, para além de gostar, tenho que ter. (...)

Mas isso corresponde a muito trabalho [realizado] depois [do horário expediente], fora de horas?

Sim, sim. Muito. Sim, mas também já é natural, já é... (...) Tento sempre transformar um bocado o trabalho numa parte que não custe, que não seja maçador. Claro que há os trabalhos [como] os relatórios e contas – que eu, mesmo assim, gosto de fazer, porque gosto de paginação, mas [que] são trabalhos mais “maçudos”... Mas que é aquele trabalho que é “maçudo” mas que dá dinheiro. Dá dinheiro mais rápido, termina o trabalho e já está!

A questão do reconhecimento é um aspeto claramente distintivo em relação aos outros perfis já analisados. Neste perfil, os designers têm um fraco reconhecimento entre pares.

Isso explica-se, em parte, pelo facto de o seu trabalho ser, em geral, anónimo, uma vez que os gabinetes de comunicação institucionais em que trabalham tendem a não divulgar publicamente o nome dos responsáveis pelo desenvolvimento dos projetos. Por outro lado, o fraco reconhecimento público reflete outro efeito de invisibilidade, associado à posição que ocupa no interior do campo do design contemporâneo. Como argumentámos no capítulo anterior, esse campo valoriza hoje mais, por um lado, o trabalho com características autorais e experimentais, produzido em contexto de *atelier* de autor ou em regime *freelance*, e, por outro lado, os projetos de design produzidos no contexto da indústria da publicidade. O trabalho de comunicação desenvolvido quotidianamente no quadro das diversas instituições que empregam os designers aqui considerados estão distantes destes critérios de valorização, ficando ignorados e sendo mesmo menosprezados. Entende-se, por isso, que os poucos designers deste perfil que obtiveram algum reconhecimento entre pares – ainda assim de um modo bastante circunscrito, se comparado com outros perfis de designers – sejam aqueles que, em paralelo ao trabalho *full time*, têm continuado a desenvolver trabalho como *freelancers*, sobretudo para clientes ligados à área cultural e artística²⁴⁸, ou que estão envolvidos em projetos pessoais que se destacam por um cariz mais experimental ou autoral.

À semelhança de outros perfis analisados, também aqui se observa o recurso crescente às plataformas e redes sociais digitais, que assumem um papel cada vez mais decisivo, sobretudo entre os designers mais jovens, para o estabelecimento de contactos profissionais e a divulgação dos *portfolios* – que, neste caso, são mais centrados no trabalho desenvolvido enquanto *freelancers*.

É elucidativo o testemunho de Sara Westermann, em entrevista, a este respeito.

... agora tenho o *site*, tenho um *Tumblr*, tenho *Behance*, tenho loja *on-line* (...) todos os dias tento tomar conta dessa realidade, não é? E é muito importante, porque noto que cada vez mais... Por exemplo, tenho tido várias propostas de trabalho através do *Behance*. Sexta-feira mandei uma ilustração para uma exposição que vai haver em Leeds, que é de uma rapariga que trabalha no *Behance* e pronto, enviei a ilustração. Entretanto, também tive uns rapazes da [editora discográfica] Enchufada, que também me pediram que enviasse propostas para uma capa de um CD... Os contactos [profissionais] agora vão sendo, cada vez mais, pela Internet. Mas também tenho amigos meus... Por exemplo, tenho uma amiga minha que entretanto foi para Berlim, ela é fotógrafa, e sempre que lhe pedem algum contacto, dá o meu contacto. (...) Ou

²⁴⁸ Trata-se, com efeito, de uma tendência profundamente enraizada no campo do design, conforme foi já explicado anteriormente. Refira-se, a título de exemplo, o caso emblemático de Alda Rosa, cujo extenso trabalho como designer gráfica é ainda hoje, de um modo geral, bastante desconhecido, sendo que, mesmo nos casos em que é mencionado e estudado, essencialmente em contexto académico, se verifica com frequência serem sobretudo valorizadas as componentes ligadas à esfera artístico-cultural.

seja, isso vai surgindo. A maior parte [dos contactos para a realização de trabalhos *freelance*], se calhar, é a partir de amigos, mas noto que, cada vez mais, a Internet é uma ferramenta que, se calhar, muitos designers ainda põem em segundo plano, mas noto que é muito importante, mesmo.

Predomina, neste perfil, nos modos de trabalho, uma polivalência. As práticas de trabalho quotidiano abrangem não só os vários domínios de atividade que caracterizam hoje o design gráfico e de comunicação (incluindo o *webdesign*), mas asseguram também o desenvolvimento de projetos de design de interiores (*stands*, lojas, espaços expositivos), a realização e tratamento de produções fotográficas e/ou videográficas, a colaboração na redação pontual de textos de comunicação (trabalho de *copywriter*). Na generalidade dos casos, esta polivalência decorre da necessidade prática de responder, de uma forma rápida e expedita, às necessidades que surgem, por vezes de uma forma imprevista, no decurso de diferentes projetos. É também uma estratégia para encontrar soluções económicas, pragmáticas e eficazes para ultrapassar as frequentes limitações (financeiras e/ou burocráticas) das organizações, evitando, deste modo, o recurso à subcontratação de serviços especializados nas diferentes áreas artístico-criativas.

Localizando-se nas regiões de Lisboa, Coimbra e Porto, onde desenvolvem atividade profissional, os designers deste perfil revelam uma forte abrangência, quer em termos setoriais, quer territoriais.

Do ponto de vista setorial, no momento em que foram entrevistados, trabalhavam a *full-time*, em departamentos de comunicação – ou unidades orgânicas com um cariz semelhante – de instituições, públicas e privadas, ligadas a setores económicos muito diferenciados: cultura, ensino superior, saúde e cuidados hospitalares, conceção e venda de materiais de construção e de soluções de iluminação, entre outros. Nos casos em que desenvolviam também, pontual ou regularmente, alguma atividade profissional paralela, enquanto *freelancers*, verifica-se que o perfil dos seus clientes era também bastante heterogéneo, abrangendo setores de atividade económica muito distintos.

Do ponto de vista territorial, estamos igualmente perante um cenário heterogéneo: nuns casos, o trabalho que os designers realizam é essencialmente orientado para a comunicação institucional do funcionamento regular e quotidiano das organizações empregadoras (caso, por exemplo, de um equipamento cultural ou hospitalar); noutros casos, o trabalho desdobra-se para outros contextos territoriais, respondendo às

necessidades de comunicar a instituição e a sua oferta de produtos e serviços noutros pontos do território português.

Embora a experiência de internacionalização da atividade profissional deste grupo de designers não seja extensa, registaram-se alguns casos pontuais em que tal ocorre. Estas experiências de internacionalização estão, em geral, relacionadas com trabalho em regime *freelance* e beneficiam das facilidades de comunicação e troca de documentação que se tornaram hoje possíveis através do uso da Internet e das NTIC.

A questão do género é um aspeto muito diferenciador deste perfil, em comparação com os demais. Há, aqui, um claro domínio quantitativo das mulheres²⁴⁹, o que, considerando a preponderância de designers mais jovens neste grupo, parece refletir efeitos da lenta, mas gradual, tendência de integração das mulheres no ensino e na profissão. Por outro lado, e sendo este um perfil que, conforme vimos, se caracteriza por uma razoável invisibilidade e anonimato do trabalho dos designers, com consequências no plano reputacional e no prestígio que granjeiam, o predomínio de mulheres que aqui encontramos pode constituir também um indicativo relevante dos desequilíbrios de género que perduram no campo do design, designadamente no que concerne ao acesso desigual às posições mais recompensadoras nos planos económico e simbólico.

5.8. Perfil 7: Designers de comunicação que se dedicam em exclusivo ao ensino e à investigação em design

O sétimo e último perfil integra um conjunto de designers gráficos e de comunicação que, no momento em que foram entrevistados, partilhavam do mesmo tipo de contextos institucionais e disponham de vínculos contratuais semelhantes: trabalhadores por conta de outrem, lecionando e investigando sobre design gráfico e de comunicação *full time*, atividade que desenvolviam praticamente em exclusivo, em estabelecimentos de ensino superior, universitário ou politécnico. É um perfil que reflete o processo geral de crescente especialização do sistema de ensino superior em Portugal, nos últimos vinte anos, e a afirmação da autonomia disciplinar do design, aspetos que foram analisados com detalhe no capítulo anterior.

Este perfil contrasta vincadamente com o primeiro apresentado, que, como vimos, tipifica designers que compatibilizam a docência universitária com o exercício regular

²⁴⁹ Foram enquadrados neste sexto perfil de designers gráficos e de comunicação os seguintes entrevistados: Alda Rosa, Antónia Guerra, Diana Santa, Gabriel Santos, Joana Macedo, Nilza Paraíba e Sara Westermann.

da prática profissional em design gráfico e de comunicação. Tal não significa que, em alguns casos particulares e circunscritos, designers que se enquadram neste perfil não se envolvam, pontual ou até regularmente, na realização de projetos extra-acadêmicos, com um cariz vincadamente mais pessoal, autoral e/ou *para-artístico*. Entre esses projetos, contam-se a curadoria de instalações e/ou de exposições, geralmente relacionadas com as áreas de investigação dos designers académicos/investigadores, e a conceção e lançamento de publicações, em suporte de papel (muito frequentemente projetos editoriais de iniciativa própria) ou *online* (incluindo a criação e dinamização de blogs, bem como outras plataformas e redes digitais).

É um grupo de designers que apresenta forte especialização em alguns domínios particulares do campo amplo do design gráfico e de comunicação, o que, em geral, se relaciona e articula com áreas específicas em que estes profissionais investiram, através de formação avançada ou da investigação realizada ao longo do seu percurso académico e profissional.

Do ponto de vista geracional, é relevante começar por sublinhar a relativa heterogeneidade deste perfil, que integra um conjunto amplo e bastante diversificado de designers gráficos, cujas trajetórias têm longevidades muito diferenciadas – variando de percursos ainda curtos (inferiores a dez anos de carreira) até outros muito longos (aproximando-se, em vários casos, das três décadas de carreira). Na maioria dos casos, estes designers iniciaram atividade profissional entre o final da década de 1980 e os primeiros anos da de 2000. Mais heterogénea e complexa ainda é a meada das trajetórias académicas e profissionais, que se apresenta numa série de variações e desdobramentos dos percursos profissionais e se repercute em posicionamentos diferenciados face ao mundo laboral e, em especial, na forma como encaram o ensino e a investigação em design.

Em termos de percurso formativo, e como seria de prever, existe uma clara hegemonia de licenciados em design de comunicação, tendo a maioria prosseguido para a realização de mestrado e/ou de doutoramento (concluídos ou ainda em curso no momento da entrevista), quer em design, quer em áreas disciplinares próximas, como as ciências de comunicação e a arte contemporânea. À semelhança do primeiro perfil, também aqui a opção por realizar o doutoramento correspondeu, nos casos em que já existiam ligações prévias ao ensino superior, a uma etapa lógica da progressão académica, tendo-se tornado até num requisito obrigatório estabelecido, como vimos anteriormente, pelo chamado Processo de Bolonha. Noutros casos, a realização de

doutoramento em design constituiu, ao contrário, uma oportunidade para iniciar um novo percurso profissional como docente e investigador universitário, abandonando assim por completo outro tipo de ocupações profissionais, designadamente aquelas que mais diretamente se relacionam com a prática profissional do design.

A diversidade de trajetórias profissionais observada reflete, em parte, efeitos geracionais, nomeadamente relacionados com as fases de evolução do ensino e da formação, a que nos vimos referindo. À semelhança de designers das mesmas gerações que foram enquadrados noutros perfis, entre os designers com este perfil que iniciaram percurso profissional no final da década de 1990 e ao longo da seguinte, são habituais trajetórias que combinam experiências iniciais de trabalho *freelancer* e um conjunto de outras experiências profissionais dentro da área, incluindo colaborações com *ateliers* de design e outro tipo de estruturas empresariais com algum tipo de ligação às chamadas “artes gráficas”, muitas vezes realizadas de forma relativamente prolongada no tempo, embora geralmente com vínculos laborais instáveis e precários. Se, em muitos casos, a integração no ensino superior e investigação afirma-se mais tarde, já em alguns outros a ligação ao ensino e/ou à formação em design surge logo nesta etapa inicial dos percursos profissionais, ainda que de uma forma pontual, ocasional e intermitente, mas sendo já perspectivada como uma opção relevante, nomeadamente porque, muitas vezes, é assumida como um complemento importante aos rendimentos mensais, então parcos e irregulares.

Foi sobretudo entre os designers mais velhos, cujas trajetórias profissionais se iniciaram entre o final dos anos 1980 e a década seguinte, que se identificaram casos em que as oportunidades de ligação à universidade surgiram num momento precoce do seu trajeto profissional, muitas vezes começando a lecionar logo após concluírem a licenciatura ou poucos anos mais tarde. Estes designers beneficiaram de um contexto histórico bastante particular, de algum modo irrepetível, beneficiando da massificação do ensino superior em Portugal e do impulso que nesse quadro ganharam os cursos superiores de design, como mostrámos no capítulo anterior. Muitos dos novos professores recrutados então na área do design mantiveram a atividade docente a *full-time*, lado a lado com uma prática profissional em contexto de *atelier* próprio ou em regime *freelance*, como vimos antes (cf. perfil 1). Heitor Alvelos, professor universitário e investigador em design de comunicação, licenciado na ESBAP, instituição onde iniciou o seu percurso profissional em 1989/90, enquadra-se justamente neste tipo de trajetória.

... a minha relação com o mundo profissional sempre foi muito ambivalente e eu percebi muito rapidamente que o meu forte era exatamente uma veia mais exploratória, exploração de fronteiras mais híbridas e mais permeáveis, dificilmente eu me realizaria profissionalmente trabalhando numa modalidade mais ortodoxa. A seguir à conclusão do curso, grande parte dos meus colegas criou os seus próprios gabinetes – foi uma geração muito fértil nesse campo, foi a primeira geração, no fundo, ali naquela reta final dos anos 1980, formados nos cursos de *design*, com ambições de consolidar a profissão. Portanto, muitos dos meus colegas ou abriram os seus gabinetes ou integraram gabinetes já existentes. E eu, desde logo, percebi que não queria ir por aí (...), percebi que tinha bons dotes de oratória, tinha uma veia intelectual curiosa e interessada pelo conhecimento e, desde logo, me seduziu a ideia de fazer uma carreira universitária. E rapidamente fui contratado pela Faculdade [de Belas Artes da Universidade do Porto], ao fim de meio ano – acabei o curso em julho de 1989 e entrei como [professor] assistente em novembro. (...)

Curiosamente, por um lado, esta ideia da carreira académica confirmou-se rapidamente, era um espaço mais coadunado com a minha intenção de explorar, mais exploratório e deu-me ali uma almofada conceptual e intelectual – e financeira, obviamente –, para estar a explorar campos mais abertos, sem a pressão de um mercado redutor das minhas ambições. Agora, a coisa correu ainda melhor quando fui aceite pelo projeto *Fulbright* Portugal para fazer um mestrado em Chicago. Entrei em novembro de 1989 como assistente e em julho de 1990 estava a fazer as malas para ir viver para os Estados Unidos. Enfim, a Direção da Faculdade, nomeadamente o Dario Alves, foi impecável, percebeu a importância deste tipo de investimentos. Claro que fui sobre o compromisso de regressar, portanto de devolver à instituição tudo o que aprendi, e assim fiz. (...)

Regresso para trabalhar com o 1º ano da licenciatura, que foi um pedido meu. (...) E houve ali uma geração que aderiu muito bem a essas propostas, essas aulas eram celebrações de criatividade. (...) Pedagogicamente, nós vivíamos na ideia de que um professor é essencialmente um avaliador e um castigador, estava ali para detetar erros e para penalizar os alunos mediante os erros detetados. O que eu trago de Chicago, tendo sido assistente de um docente da School of Art Institute (era prática comum os estudantes de pós-graduação darem assistência prática às aulas de licenciatura), foi exatamente o modelo que, acima de tudo mais, o professor é alguém que está ali para valorizar o potencial dos alunos.

Contudo, já entre as gerações de designers gráficos e de comunicação cujos percursos se iniciam em finais dos anos 1990 e ao longo da década seguinte, as trajetórias profissionais realizaram-se, em regra, de forma diferente, como referido anteriormente, surgindo bastante mais tardiamente a possibilidade de ingressarem numa carreira universitária, a tempo completo. Para alguns dos designers entrevistados, este convite constituiu uma oportunidade para alterar o seu rumo de vida e conjugou um conjunto de aspetos que perspetivavam como positivos: passaram a beneficiar de um vínculo

profissional estável, numa ocupação de prestígio, e, ao mesmo tempo, reduziram os elevados níveis de ansiedade e de *stress* que estavam associados ao trabalho em regime *freelance*. Foi o caso de Nuno Coelho, por exemplo, designer gráfico e de comunicação que, após vários anos de atividade profissional como *freelancer* (que compatibilizava, de resto, com uma pluralidade de outras ocupações que mantinha em paralelo: organização de eventos, trabalho como DJ, desenvolvimento ocasional em projetos de curadoria de exposições e de publicações), encarou a possibilidade de iniciar um novo percurso como investigador e docente universitário como uma hipótese de mudança de estilo de vida. Mantém, ainda assim, atividade *freelance* ocasional, na qual tende a ser seletivo, conforme também explica, aceitando somente projetos de âmbito artístico, cultural ou de ativismo social e político que considere serem especialmente interessantes e desafiantes e se articulem de algum modo com os seus próprios interesses de investigação académica.

Em 2008, sou convidado para começar a dar aulas aqui [em Coimbra], no arranque do curso [de Design e Multimédia da FCTUC]. Nunca tinha tido a experiência de ensinar, mas era uma experiência que eu queria muito ter.

E porque é que te chamaram? Sabes? Foi por via do teu trabalho ou...?

Eu acho que foi por via do meu trabalho. Ligaram-me, perguntaram-se se eu queria vir dar aulas para Coimbra. Fiquei contente, porque era uma experiência que eu sempre queria ter tido. Comecei logo nesse ano, ou seja, no ano de arranque do curso. Mantive atividade como designer *freelancer*, mas entretanto, eu diria há dois/três anos, que eu não estou a exercer atividade como designer. Por várias razões. Essencialmente por causa do tempo de ensino, [que] é o meu trabalho a tempo inteiro. Também não me arrependo de ter abdicado de uma atividade pela outra, porque neste momento estou a achar muito estimulante o ensino. (...) Muito sinceramente, neste momento eu acho muito mais estimulante o ensino do que a prática profissional. (...)

A partir do momento em que estás [a trabalhar] como professor também ganhas uma maior flexibilidade para aceites ou recusares determinados trabalhos...

Sim, sim, sim. Eu costumo dizer que isso foi um efeito colateral de ser assalariado. Pela primeira vez, eu estou a receber um ordenado. Ou seja, quando eu estava [a trabalhar] em [regime] *freelance* era sempre aquela... Eu não conseguia desligar! O meu escritório é em minha casa (...), ou seja, eu nunca saía do meu espaço de trabalho. E mesmo quando eu ia para a cama estava sempre a pensar em coisas [relacionadas com trabalho], porque eu não consigo desligar. (...) Não tinha férias, não é? Para eu ter férias tinha que andar a poupar para poder fazer férias e naquele tempo que estava a fazer férias não estava a trabalhar. Tinha que gerir muito bem o dinheiro. Por questões de pagamentos, atrasos e não sei quê, lembro-me perfeitamente de estar quatro meses sem receber dinheiro de lado nenhum. Isso para mim foi uma coisa preocupante porque pensei: “Será que..? Quanto tempo é que...?”. Porque tu nunca sabes quando é que um cliente te vai pagar... (...) Eu não tinha muito o hábito de fazer contratos de trabalho, é tudo

muito verbal, troca de *emails*... (...) A questão de ter pela primeira vez um salário, descobri uma coisa que para mim não era evidente, mas agora é que é: chamemos-lhe estabilidade... Ou seja, quando eu era *freelancer* tinha que não só de fazer o trabalho, como estar sempre à procura de angariar novos trabalhos e depois fazer a gestão [dos pagamentos]. Eu trabalhava sozinho e, portanto, era eu que tinha que fazer tudo: tinha que fazer o design, tinha que fazer a gestão, contabilidade, angariar cliente. (...) Esta preocupação, da constante luta pela sobrevivência, não é? (...) Eu costumo dizer que, pela primeira vez, comecei a ouvir a minha cabeça a pensar! [risos] Porque libertou-me dessa constante ânsia de estar sempre a manter a máquina a mexer.

Contrastando com os posicionamentos de alguns designers que enquadrámos no primeiro perfil, os designers deste grupo conferem forte relevância à dimensão do ensino e da investigação no quadro da sua atividade profissional, reconhecendo que esta assume uma clara preponderância relativamente a outras ocupações e atividades que, pontualmente, possam desenvolver. Especialmente no caso dos designers mais jovens que, em geral, evidenciam ritmos mais velozes de progressão entre os vários ciclos de estudos, a aposta na construção de uma carreira centrada quase exclusivamente no universo académico é assumida de forma séria e clara, constituindo a fonte primordial para o desenvolvimento das suas práticas pedagógicas. Vale a pena notar que se enquadram neste perfil alguns dos designers que, desde finais da primeira década de 2000, mais têm contribuído, entre nós, para colmatar a escassez de produção e reflexão de cariz teórico-científico sobre design.

Não obstante, é de assinalar que muitos dos designers deste perfil continuam a valorizar a experiência e o saber-fazer que adquiriram na prática profissional, considerando-os elementos importantes na atividade docente, alimentando-a e qualificando-a. Reproduzem, assim, a preponderância que a dimensão da *prática* continua a ter no ensino e na investigação do design em Portugal, em contraste com as dimensões *teórica* e *investigativa*..

No plano da avaliação do reconhecimento e prestígio, importa começar por referir que, por abranger diferentes gerações de designers gráficos e de comunicação, este é um perfil onde não existe homogeneidade, até porque os próprios critérios de perceção e avaliação se desdobram de formas diversas entre os planos académico e gráfico das obras e dos percursos. Em todo o caso, é clara a tendência para este grupo de designers ser objeto de forte reconhecimento não só entre os seus pares (colegas da mesma geração e das gerações seguintes, muitas vezes antigos alunos), mas também num universo mais amplo de interessados em arte, design e comunicação, beneficiando do

prestígio e da visibilidade associados à condição de académicos. São decisivas para a construção desse reconhecimento mais alargado a participação, como comissários ou peritos, na criação de exposições sobre design e a produção de textos críticos para contextos variados que, em vários casos, superam o âmbito estritamente académico (blogues, fanzines, imprensa escrita, livros e catálogos em chancelas editoriais com cariz generalista e não-académico).

A maioria dos designers deste perfil está localizada na Grande Lisboa e no Grande Porto, surgindo alguns também em cidade médias do interior do país onde se localizam polos universitários, como a Covilhã e Évora. À semelhança do que tínhamos notado a propósito do primeiro perfil, muitos dos designers entrevistados realizam deslocações frequentes dentro do território nacional e desenham um território amplo de referência, que ultrapassa largamente o local onde se sediam, para o exercício da atividade enquanto docentes e investigadores, mas também para colaborações extra-académicas pontuais, por vezes realizadas em regime de prestação de serviços (*freelance*), noutros casos ao abrigo de protocolos de colaboração celebrados entre as instituições de ensino e entidades de âmbito cultural e/ou educativo. Identificam-se ainda, neste perfil, várias experiências de internacionalização, designadamente no âmbito de intercâmbios de investigação e docência universitária.

Apesar das proximidades que, em vários planos, este perfil apresenta em relação ao primeiro, na questão da representação dos géneros há uma tendência para o distanciamento. Aqui, observa-se um maior equilíbrio de género, apesar de a presença de homens ser ainda superior à de mulheres, entre os designers entrevistados.²⁵⁰ Não se tratando de inferir para o universo geral do design em Portugal a partir de uma amostra que não tem, nem poderia pretender ter, pretensões de representatividade estatística, este maior equilíbrio parece refletir traços e tendências evolutivas do contexto académico, como se argumentou também em relação ao perfil anterior. Não deixa de ser assinalável, no entanto, que, apesar de esse ser um contexto particularmente favorável à ultrapassagem das barreiras e problemas de desequilíbrio de género, ele não deixa de ser manter desigual e, aparentemente, discriminatório, como o sugere o descompasso entre

²⁵⁰ Foram enquadrados neste sétimo perfil de designers gráficos e de comunicação os seguintes entrevistados: Carlos Rosa (IADE), Francisco Paiva (UBI), Fernando Moreira da Silva (FAUTL), Heitor Alvelos (FBAUP), Jorge dos Reis (FBAUL), Maria João Bom (IPT), Maria João Félix (IPCA), Mário Moura (FBAUP), Nuno Coelho (FCTUC), Sofia Gonçalves (FBAUL), Tiago Navarro Marques (UÉvora) e Victor M. Almeida (FBAUL).

o avanço da feminização do corpo estudantil e o bem mais lento acesso de mulheres ao exercício profissional da docência e investigação.

5.9. Um olhar transversal sobre os perfis: condições, estratégias e modos de se ser e se conceber como trabalhador criativo

A análise dos sete perfis identificados e a exploração das várias dimensões que os caracterizam e distinguem entre si desvendam um campo disciplinar e profissional que se constitui com base na coexistência de uma grande diversidade de contextos e modos de exercício da profissão e que é atravessado por uma permanente e instável dinâmica de adaptação e transformação. A conclusão mais importante a que a análise conduz é talvez a de que essa diversidade dinâmica e transformativa é constitutiva do design gráfico e de comunicação como disciplina e área profissional – refletindo traços que são mais genericamente característicos do SCC.

Os percursos formativos e os trajetos de carreira dos designers estudados revelam, ao mesmo tempo, as estratégias de gestão das carreiras que esses profissionais desenvolvem e os fatores de contexto que as condicionam – e que permitem interpretá-las como estratégias de adaptação às transformações mais amplas do design gráfico e de comunicação e do seu posicionamento na economia e na sociedade portuguesa, com destaque para o posicionamento no SCC.

Procuramos nesta secção sintetizar algumas das principais questões que, numa leitura transversal e sintética dos vários perfis e das práticas, concepções e representações expressadas pelos entrevistados a respeito dos seus percursos de vida e das suas carreiras, se apresentam como particularmente relevantes para a compreensão da natureza do trabalho criativo em design gráfico e de comunicação – e do que ele indicia, de forma mais geral, sobre o trabalho criativo no SCC.

Esta síntese analítica transversal organiza-se em quatro pontos chave. Começa-se por abordar algumas dimensões estruturantes da diversidade e da dinâmica que caracterizam a área disciplinar e profissional. Explora-se, em segundo lugar, a ideia do design como profissão criativa, identificando nos discursos e representações dos designers entrevistados as diversas concepções acerca do exercício da sua atividade profissional. Em terceiro lugar, centra-se a discussão nas estratégias e processos de construção de reputações no *meio* do design. Finalmente, aborda-se o modo como os diferentes

contextos, processos e condições de trabalho condicionam e influenciam *qualitativamente* o modo como os designers exercem a sua atividade

Mapear uma atividade e uma área disciplinar plural e em mutação constante: tendências de especialização e de flexibilização adaptativa

Os perfis de designers gráficos e de comunicação permitem-nos “mapear” a *grande variedade de modos de exercício da profissão*, cobrindo um arco temporal longo, que vai desde a década de 1960 até meados da segunda década de 2000. Esta proposta tipológica contribui, na verdade, para questionar muito dos discursos hegemónicos sobre o SCC, assentes frequentemente em visões uniformizantes e estáticas do setor, que menosprezam as especificidades que o caracterizam e iludem a pluralidade de posicionamentos que podem ser encontradas no interior dos diversos campos artísticos, culturais e criativos.

Como vimos, diferentes modos de exercício da profissão coexistem num mesmo período histórico, revelando que o design de comunicação constitui, também no tempo presente, um campo complexo, plural e diverso. Essa diversidade prende-se, desde logo, com a multiplicidade de contextos institucionais e organizacionais em que os designers atuam, mas também com as diferentes áreas de especialização que emergiram nos últimos anos, repercutindo-se em tipologias de clientes variadas, designadamente em termos setoriais e territoriais, o que, por seu turno, frequentemente corresponde ainda a níveis e a formas de reconhecimento e de prestígio variáveis.

Importa, por outro lado, assinalar que a tipologia de perfis permite também compreender as dinâmicas de evolução do design gráfico e de comunicação à luz das especificidades do contexto nacional. Atente-se nomeadamente, à manutenção de alguns perfis de designers que se mantêm constantes há cerca de cinco décadas, perpassando diferentes períodos históricos e sendo marcados pela presença de diferentes gerações de designers (perfis 1 e 2, correspondendo este último ao *ethos* “clássico” do designer profissional liberal, trabalhando em *atelier* próprio ou em regime *freelance*). Outros perfis traçados assumem características emergentes, que correspondem a alterações relativamente recentes no campo do design de comunicação em Portugal (perfis 4, 5 e 7), que eram no passado meramente residuais (perfil 6), ora que, ao contrário, se tornaram recentemente residuais, não assumindo já a relevância de outrora (perfil 3).

Transversalmente à pluralidade de percursos e modos de exercer a atividade, encontramos uma tendência para a *crescente especialização desta área criativa* –

tendência essa que, de resto, se articula de forma estreita com a crescente diversidade de áreas e práticas profissionais que coexistem no campo. Os designers gráficos e de comunicação das gerações mais jovens têm qualificação escolar mais especializada e essa tendência aumenta à medida que avançamos no tempo, em contraste com as trajetórias formativas e profissionais de designers mais velhos que, como vimos, são muito frequentemente marcadas por um certo autodidatismo e pelos métodos tradicionais de aprendizagem típicos das Belas-Artes, que marcaram profundamente o campo do design a partir dos anos 1940-50 (Almeida, 2009; Souto, 2009). O incremento dos níveis de formação e especialização corresponde, assim, ao culminar de um processo moroso de institucionalização do design na sociedade portuguesa, que conduziu ao reconhecimento e afirmação, nestas últimas duas décadas, do caráter autónomo e específico desta área relativamente a outros universos disciplinares, nomeadamente no campo artístico-criativo. Importa, contudo, notar que nalgumas subáreas de “nicho” – como o design infográfico, o design tipográfico ou a direção de arte (abordadas, respetivamente, nos perfis 4 e 5) –, se verifica ainda uma persistência de trajetórias formativas e profissionais muito marcadas pelo autodidatismo.

O processo lento e gradual de alteração da perceção quanto à relevância e autonomia do design na sociedade portuguesa assinala efetivamente uma mudança significativa, que a análise diacrónica de alguns dos perfis permite compreender muito claramente. Ao contrário do que ocorria com frequência há poucas décadas, o design gráfico e de comunicação constitui hoje um domínio de trabalho central para a generalidade dos designers que opera neste campo, não tendo sido identificados, entre os representantes das gerações mais novas, casos em que fossem evidenciadas perspetivas de que o design constituiria um trabalho de “sobrevivência” – isto é, uma atividade profissional entendida como secundária e cuja principal função consiste em assegurar que o individuo dispõe dos meios de subsistência necessários para se continuar a dedicar a outro tipo de atividade. Isso ocorria, com certa frequência, durante os anos 1960-70-80, nomeadamente entre alguns arquitetos e artistas plásticos, por exemplo (perfil 3, hoje praticamente residual). Pelo contrário, e de um modo muito significativo, o que se verifica é que, em vários casos, a situação se inverteu por completo. Nas entrevistas de designers mais jovens (sobretudo dos perfis 2 e 6), sobressaem relatos sobre como alguns se viram forçados a encontrar, ao longo do seu percurso profissional, trabalhos “de subsistência” que lhes permitissem (ou permitam ainda) “alimentar” a ambição e o sonho de virem a construir uma carreira profissional como designers – atividade essa

que, muito claramente, consideram ser *a sua atividade central*, no que corresponde a um posicionamento que está ancorado numa ideia de *vocação*, típica do universo das artes e de um certo ideal do trabalho artístico, analisado no capítulo 2. Vários estudos sociológicos sobre trabalho artístico assinalam o modo frequente com que muitos artistas menosprezam as retribuições financeiras em favor de uma ideia de vocação e da valorização de gratificações não-remuneradas, de forte pendor simbólico e imaterial, associadas às noções de “entusiasmo”, “paixão” ou “prazer” que retiram da atividade criativa (Freidson, 1990; Throsby, 1994; Menger, 1999, 2005a, 2014; Oakley, 2009c). Outras investigações revelam ser frequente os artistas manterem, em paralelo à atividade artística, outras ocupações profissionais que, embora interpretem como secundárias, asseguram uma parte substancial dos seus rendimentos, garantindo-lhes alguma estabilidade (Throsby e Hollister, 2003; Throsby e Zednik, 2010, 2011, 2012; Bridgstock, 2005).

Se o campo do design gráfico e de comunicação em Portugal se tornou crescentemente diverso e especializado, desdobrando-se numa multiplicidade de modos de exercício da profissão, constata-se, no entanto, que persiste ainda uma forte *tendência para a pluriatividade profissional*. Analisando as trajetórias profissionais de designers de diferentes gerações, confirma-se que o *trabalho “ao projeto”*, prestando serviços para diferentes clientes, frequentemente em simultâneo, mantém-se como um elemento central na profissão (são exceções os perfis 6 e 7). Importa, no entanto, distinguir algumas mudanças de contexto que, de forma sensível, têm vindo a alterar o contexto do exercício da prática profissional entre os designers de diferentes gerações.

Entre os designers de gerações mais velhas, são frequentes os casos dos que detêm uma experiência profissional ampla e rica, em resultado da acumulação de oportunidades para desenvolver projetos em diversos domínios, não só no âmbito restrito do design gráfico e de comunicação, mas também em áreas de especialização próximas, como o design de exposições, design de interiores ou o design de equipamentos (perfis 1, 2 e 3). A acumulação de atividades e projetos tendeu a ser, em vários casos, acompanhada por uma atividade de docência, no ensino superior e politécnico, que constituiu frequentemente uma âncora de rendimento estável, seguro e regular.

Embora este tipo de trajetória profissional ainda se observe atualmente, a análise longitudinal mostra alterações relevantes. Existem hoje objetivamente menos oportunidades de emprego no ensino superior, rareando o acesso das gerações mais jovens a essa atividade. As condições de trabalho em design gráfico e de comunicação

têm vindo a sofrer uma assinalável deterioração nos últimos vinte anos, obrigando à *intensificação dos ritmos de trabalho* e a um forte incremento da quantidade dos projetos aceites, que são realizados num curto espaço de tempo, o que, justificam muitos dos entrevistados, decorre de a maioria do projetos disporem de orçamentos bastante reduzidos. Embora este cenário afete de forma transversal quase todos os designers entrevistados (à exceção dos perfis 6 e 7), muitos designers das gerações mais jovens têm não só incrementado a histórica tendência para a *forte pluriatividade* nesta área, como também têm procurado ativamente, em diversos casos, ampliar a sua intervenção no âmbito desses mesmos projetos, estendendo-a a áreas adjacentes ao *core* da sua atividade “tradicional” – por exemplo, assegurando a componente da conceção que, por vezes, implica a própria elaboração de conteúdos; ou incorporando a execução gráfica de trabalhos; ou garantindo a execução parcial de soluções de design expositivo. Esta *maior abrangência* das intervenções dos designers nos projetos reflete uma tendência evolutiva do próprio campo do design que, como vimos, vem valorizando a dimensão autoral (*designer como autor, designer como produtor*), e enaltecendo uma dimensão mais interventiva destes profissionais, envolvendo-se pró-ativamente em todo o processo de desenvolvimento do projeto. Encontramos aqui também efeitos das transformações tecnológicas que, associadas ao advento do digital e das NTIC, têm permitido que muitos designers mais jovens (sobretudo perfis 2 e 6) dispensem hoje alguns dos intermediários técnicos que eram fundamentais no passado (por exemplo, tipógrafos-impressores ou fotógrafos). Trabalham, assim, de um modo cada vez mais autónomo, desenvolvendo soluções que, por vezes, se caracterizam pelo baixo custo (*low-cost*) e pela possibilidade de serem, parcial ou integralmente, executadas pelos próprios designers/*ateliers*, de um modo razoavelmente autónomo e DIY. Simultaneamente, estas mudanças estão também associadas a um crescente interesse e até a um certo fascínio que muitos designers contemporâneos demonstram ter por um conjunto de aspetos ligados à “materialidade”, ao saber-fazer “analógico” que, na viragem para o novo milénio, começou a marcar maior presença nos processos de conceção e de execução dos projetos.

A crescente abrangência dos domínios em que hoje se desenvolve a atividade de muitos designers gráficos e de comunicação não pode ser, contudo, reduzida a uma *mera* opção de cariz ético, estético, político ou ideológico. Ela revela-se, em inúmeras situações, uma opção pragmática para os designers *freelancers* e *ateliers* de design, especialmente aqueles que estão ainda a iniciar o percurso na área e que tentam, desse modo, superar

ou mitigar um contexto de atividade bastante duro, em que, como se referiu, os orçamentos são cada vez mais reduzidos.²⁵¹

Entre os designers do segundo perfil, aqueles que trabalham essencialmente por conta própria (*atelier* próprio ou regime *freelance*), importa igualmente salientar a centralidade que ainda hoje mantém o *atelier*, aqui entendido como contexto privilegiado de organização e atuação dos profissionais. Vimos (cap. 3) o papel chave que as instituições de ensino e de formação há muito desempenham a este nível, afirmando ideologicamente o design como *profissão de matriz liberal*, prescrevendo à generalidade dos jovens alunos uma normatividade assente no *freelancing* e, mais tarde, na criação de *atelier* próprio, assumidos como *os* espaços nobres para o exercício da profissão (Julier, 2008, 2010b, 2017; Wijk e Leisink, 2004). O que a análise aqui desenvolvida revela é que, em grande medida, a ideia de *atelier* tem vindo a sofrer, sobretudo na última década, importantes mutações, que se relacionam com a deterioração das condições de trabalho, assumindo crescentemente contornos de ordem mais conceptual do que propriamente jurídico-formal. Observámos, sobretudo no perfil 2, que existem hoje vários agrupamentos informais de designers *freelancers* que, apesar de trabalharem em conjunto e se apresentarem publicamente como um *atelier* de design, não têm o estatuto jurídico e fiscal correspondente ao de uma estrutura empresarial formalmente constituída – situação que é contornada através do recurso a formas de contratação individual de prestação de serviços, com a emissão, de forma alternada e repartida entre os membros do *atelier*, de “recibos verdes”. Embora a desconformidade entre o plano ideal e a realidade concreta seja geradora de desconforto e embaraço, como relatado nalgumas entrevistas, o *ethos liberal* mantém enorme centralidade no imaginário partilhado por muitos designers, incluindo os das gerações mais jovens.

Ao mesmo tempo, constata-se o crescente número de designers internos (“*in-house*”), especialmente incidente entre as gerações mais jovens, que trabalham nos departamentos de comunicação, ou similares, de diversas instituições, públicas e privadas, abrangendo os mais diferentes setores de atividade (perfil 6). Esta é uma alteração que, novamente, remete para o lento e gradual processo de institucionalização do design em Portugal e para o incremento da visibilidade pública da área, designadamente ao nível político e mediático, reforçando a notoriedade da profissão. É também resultado do desenvolvimento do sistema de ensino superior em design,

²⁵¹ Para um maior desenvolvimento destas ideias, devidamente ilustradas com um conjunto de exemplos, sugere-se a consulta das duas seguintes publicações: Quintela e Borges, 2015; Quintela, 2016a.

ampliando a oferta de licenciaturas, mestrados e doutoramentos na área, particularmente em design de comunicação. Em paralelo à tendência de afirmação de designers gráficos e de comunicação a trabalhar *na sua área*, observa-se um número de crescente de designers que trabalham *fora da sua área*, numa multiplicidade de setores que extravasa claramente a esfera restrita do SCC, correspondendo ao que alguns autores têm vindo a designar de *trabalhadores criativos incorporados (embedded)* em setores ditos “não-criativos” da economia (Higgs *et al.*, 2005, 2008; Cunningham, 2011; Hearn *et al.*, 2014; Bridgstock e Cunningham, 2016; Bakhshi *et al.*, 2013). A possibilidade de trabalharem por conta de outrem, embora *fora da área do design*, ocorre frequentemente após percursos profissionais relativamente longos e não raramente desgastantes – devido não só a uma acentuada pluriatividade, mas por serem desenvolvidos muitas vezes em contextos marcados por precariedade laboral. Para muitos destes designers, esta é uma oportunidade para encontrarem um enquadramento profissional que entendem ser mais favorável, num quadro institucional que lhes assegura condições de trabalho razoáveis, uma remuneração salarial fixa compatível com o seu estatuto socioprofissional (categoria de técnico superior, no caso da função pública) e maior segurança e estabilidade laboral. São aspetos muito valorizados, em entrevista, por vários designers que se enquadram neste perfil 6. O que não implica, contudo, que muitos destes designers não continuem a manter, em paralelo, trabalho, pontual ou regular como *freelancers*. Estes trabalhos paralelos são justificados, por um lado, com a necessidade de continuarem a desenvolver outro tipo de projetos dentro da área, mas em que beneficiam de uma maior autonomia, que lhe permite agir de forma mais criativa. Por outro lado, a acumulação de atividades profissionais foi, nalguns casos, igualmente justificada pela necessidade de completarem e aumentarem a remuneração mensal fixa. É uma realidade que coloca em questão a adequação ao contexto português de alguns dos argumentos avançados por autores como Roberta Comunian (Comunian *et al.*, 2010, 2011, 2014a, 2015; Faggian *et al.*, 2013, 2014; Abreu *et al.*, 2012) ou Stuart Cunningham (Higgs *et al.*, 2005, 2008; Cunningham, 2011; Hearn *et al.* 2014; Bridgstock e Cunningham, 2016), que relacionam os contextos de trabalho em setores “não-criativos” como sendo aqueles que apresentam melhores oportunidades de trabalho, que permitem aos trabalhadores criativos auferirem de remunerações mais elevadas e ficarem imunes a fenómenos de precariedade ou insegurança – condições que estariam delimitadas ao SCC. Num contexto historicamente marcado por baixas remunerações, como é o caso de Portugal, é prudente matizar este tipo de argumento,

compreendendo que, embora a oportunidade de trabalhar como interno seja bastante valorizada pelos designers, tal não elimina os problemas de base, que têm, na realidade, características bastante mais estruturais e são transversais a toda a sociedade portuguesa. Num outro plano, merece destaque uma outra tendência identificada pela análise: o surgimento de um conjunto de designers que são sobretudo professores e investigadores universitários. O confronto entre os designers dos perfis 7 (que tipificam esta tendência) e os do perfil 1 (que combinam a docência universitária com uma atividade profissional *prática* em design), evidencia perspectivas divergentes relativamente ao papel do ensino e da investigação em design. Tradicionalmente, a sala de aula era perspectivada como uma espécie de mimetização do *atelier*, sendo habitual os designers trazerem para este espaço de ensino os saberes, os problemas e os dilemas próprios da prática profissional. Esta perspectiva foi partilhada por muitos dos designers que combinam a docência universitária com uma atividade profissional paralela. Já entre os designers que se especializaram no ensino e na investigação, tendem a prevalecer perspectivas mais diversificadas, emergindo visões mais distanciadas e críticas relativamente ao *primado da prática*. À medida que o campo do design gráfico e de comunicação se torna mais diverso e especializado, é de admitir que se poderá assistir à crescente diluição deste tipo de perspectivas dicotómicas. De resto, o modo como crescentemente designers que se enquadram em diferentes perfis integram no exercício da sua prática profissional dimensões de investigação e reflexão teórica poderá certamente constituir um indício nesse sentido.

Neste vaivém entre os universos da academia e da prática profissional observa-se que a vinculação dos designers à universidade tem vindo a reforçar a sua importância, sob diferentes pontos de vista. Por um lado, simbolicamente, lecionar na universidade constitui um inequívoco sinal de prestígio e de maior reconhecimento entre os pares e os clientes. Este reconhecimento parece resultar, em larga medida, da maior margem de manobra e de autonomia que, apesar dos constrangimentos existentes, o contexto académico permite, favorecendo que estes designers desenvolvam um trabalho considerado mais “interessante” – um termo com algumas conotações ambíguas, pelo grau de subjetividade que a sua apreciação traduz, mas que tende a ser associado a projetos com características mais “experimentais” e/ou “autorais”. Por outro lado, num contexto, onde, como vimos, têm vindo a perder relevância e reconhecimento público as

poucas estruturas associativas e setoriais ligados ao design²⁵², a academia parece beneficiar de um reforço da sua preponderância no interior do campo, assumindo-se como uma plataforma de visibilidade e reconhecimento e, portanto, de construção de uma *boa reputação*.

Falando do ofício²⁵³: conceções sobre o design gráfico e de comunicação como profissão criativa

As diferentes conceções e representações que emergiram nos discursos dos designers entrevistados relativamente à ideia do design enquanto *profissão criativa* convergem no reconhecimento de que é uma atividade sempre condicionada, em maior ou menor grau, pelo *briefing* que enquadra o processo da encomenda – isto é, pelo problema de comunicação que é inicialmente colocado pelo cliente e ao qual o projeto gráfico deve procurar responder. Parece encontrar aqui pouco eco a retórica contemporânea que, conforme vimos (cap. 3), tende autonomizar o design do processo de encomenda, assumindo que esta constitui uma atividade “de autor”, respondendo a motivações pessoais e que se rege por regras se aproximam do universo e dos códigos da arte contemporânea. Pelo contrário, encontramos um consenso alargado entre os entrevistados em torno da visão do design como uma espécie de *arte aplicada*, por definição *condicionada pela finalidade* que visa atingir.

Identificam-se, contudo, posições distintas, ainda que por vezes subtis, entre os diferentes entrevistados quanto ao modo como concebem e interpretam o papel dos designers nos projetos, reveladoras de *nuances* significativas a respeito da *natureza criativa* da profissão.

Em primeiro lugar, a maioria dos designers expressou uma clara vinculação da sua atividade a uma *dimensão comercial*, entendida como prestação de serviços. Recusam uma conceção mais autoral da profissão traduzida numa visão estritamente pessoal da abordagem ao projeto, evidenciada num conjunto de características idiossincráticas, nomeadamente do ponto de vista estilístico ou gráfico. Recorrendo aos termos

²⁵² Recorde-se, a este propósito, o processo de extinção do CPD, em 2013, ou a escassa relevância e reconhecimento que são hoje atribuídos pela generalidade dos designers portugueses a estruturas associativas de cariz socioprofissional, como a APD e a AND, cujos contornos foram analisados em detalhe no capítulo 4.

²⁵³ Título do catálogo de uma exposição e ciclo de conferências (AA.VV. 1989), em que, pela primeira vez em Portugal, foram reunidos um conjunto de testemunhos inéditos de protagonistas do design gráfico das décadas de 1950-70, debruçando-se acerca do seu percurso profissional, apresentando as suas conceções sobre o “ofício gráfico” e refletindo ainda acerca de várias das principais transformações (técnicas, tecnológicas, sociais, culturais e económicas) ocorridas no universo nacional das artes gráficas.

utilizados por um dos designers entrevistados, Mário Mandacaru, trata-se de uma conceção do design enquanto aplicação de uma “criatividade útil e não meramente estética”, valorizando-se a capacidade do designer se colocar *ao serviço* de determinado projeto, colaborando na resolução de um problema de comunicação e na concretização dos objetivos e metas estabelecidos pelo cliente. Este tipo é especialmente marcante em alguns dos perfis descritos: os que trabalham em áreas de nicho, como o *type design*, a infografia ou a direção de arte (perfis 4 e 5, respetivamente); alguns dos que trabalham por conta própria (perfil 2); e também entre a generalidade dos designers “*in-house*” (perfil 6).

Embora comparativamente minoritário, encontramos também um posicionamento distinto, que valoriza claramente a opção por abordagens mais pessoais ou menos convencionais, denotando uma forte *carga autoral e/ou experimental*. Este posicionamento raramente foi assumido de modo absoluto, sustentando uma plena autonomia dos designers relativamente aos clientes, bem como a todo o processo de encomenda. Tratou-se, ao invés, de reconhecer que a autoria é uma dimensão cada vez mais relevante em alguns projetos, capaz de os “enriquecer”, por vezes até de modo decisivo, na medida em que, como argumentam Luc Boltanski e Arnaud Esquerre (2016a, 2016b, 2016c, 2017), esses objetos de comunicação passam a beneficiar de novos *layers* de significado e leitura, superando uma dimensão utilitária *tout court*, sendo também valorizados e diferenciados pelo valor (cultural, estético e simbólico) específico e idiossincrático que lhes é atribuído em resultado da *assinatura* de um determinado designer ou *atelier*.

Noutro plano, alguns designers atribuíram também relevância aos *projetos pessoais, realizados de um modo autónomo*, independente e sem responder a um estímulo externo (um convite, uma encomenda). Estes projetos autoiniciados ou autopropostos são encarados como propícios à exploração pessoal, individual ou coletiva, de determinadas temáticas, abordagens estéticas e/ou metodologias de trabalho.

Sobretudo no caso dos designers mais jovens, em início de carreira, importa ainda perspetivar o desenvolvimento deste tipo projetos autoiniciados e autopropostos como constituindo uma via de “autopromoção”, que lhes permite afirmarem-se no *meio* e, assim, diferenciarem-se de outros profissionais justamente pela carga autoral do seu trabalho. Numa etapa do percurso em que dispõem ainda de poucas encomendas, a aposta no desenvolvimento deste tipo de projetos permite-lhes enriquecer o *portfolio*, alargar a rede de contactos profissionais e obter algum retorno económico,

“alimentando” assim o que tem vindo a ser designado de “emerging micro-craft economies” (Triggs, 2010) ou de “home-based craft micro-enterprises” (Luckman, 2013b, 2015; Luckman e Andrew, 2018). São práticas associadas a um “ecossistema” de novos espaços de exposição, troca e venda – *online* e presencial – de objetos gráficos, editoriais e outros que, por regra, denotam forte cariz artesanal, autoral ou experimental, que adquiriram relevância nesta última década, fortemente impulsionados pelo *boom* do turismo urbano e a massificação do comércio eletrónico (Quintela e Borges, 2015).

Significativamente, foi somente entre o grupo restrito de designers que se dedicam hoje de modo praticamente exclusivo ao ensino e à investigação em design (perfil 7), e ainda assim de um modo bastante circunscrito, que foi possível identificar algumas tomadas de posição que revelaram levar mais longe o argumento da crescente *autonomia dos designers relativamente à tradicional tutela do cliente* sob o projeto e às diversas condicionantes (de ordem financeira, técnica, etc.) ditadas pelo processo da encomenda. Nestes casos, foi argumentado que o design constitui hoje, no essencial, uma metodologia de abordagem à resolução de problemas (*problem-solving*), o que lhe tem permitido a afirmação de uma voz própria, abarcando uma dimensão autoral que, cada vez mais, é reconhecida e valorizada. Ocorre, assim, uma dupla mudança, que foi enfatizada por estes designers de perfil essencialmente académico: a crescente *autonomização dos designers* relativamente ao processo de encomenda, vulgarizando-se os processos autoiniciados e autopropostos; mas também a *aproximação crescente do design à arte contemporânea*, cujas fronteiras disciplinares assumem, de resto, contornos cada vez mais porosos e híbridos, distanciando-se de visões com um pendor mais racionalista ou funcionalista relativamente ao design enquanto campo disciplinar e atividade profissional que, consideram estes entrevistados, estão hoje em larga medida ultrapassadas.

Este tipo de posicionamento está, contudo, longe de ser consensual. Pelo contrário, a generalidade dos designers entrevistados reconhece que o processo da encomenda externa, assim como a relação que se estabelece com o cliente, mantêm absoluta centralidade, constituindo elementos definidores de uma atividade que, no essencial, continua a caracterizar-se pela prestação de serviços a terceiros, visando a resolução de determinado problema de comunicação. De igual modo, assumiu amplo consenso entre os entrevistados a rejeição de visões excessivamente dicotómicas relativamente à sua atividade, designadamente aquelas que tendem a opor os projetos ditos “comerciais”,

“convencionais” ou “banais” aqueles que são, por vezes, designados “de autor”, pelas suas características mais pessoais, idiossincráticas e/ou “experimentais”. De um modo geral, os entrevistados optaram por, ao invés, salientar as dimensões que identificaram como sendo comuns à generalidade dos projetos de design, onde se incluem, nomeadamente, o *imperativo da funcionalidade* do projeto; o *caráter colaborativo e partilhado* que está, em geral, associado à realização de qualquer projeto de design, por via do diálogo e da negociação com o cliente; e a *dimensão económica* que, de igual modo, limita a margem de autonomia, flexibilidade e liberdade criativa de que os designers dispõem.

Foi interessante observar que vários dos entrevistados expressaram posições críticas relativamente à retórica que se tem vindo a erigir em torno dos designers e *ateliers* “de autor”. Este tipo de ideias assenta num conjunto de discursos públicos sobre a profissão que tendem a ser perpetuados e replicados, quer em contexto escolar, quer profissional, hipervalorizando os trabalhos realizados para o setor artístico-cultural e/ou os projetos autoiniciados e autopropostos, e menosprezando a dimensão do negócio que está associada ao exercício da profissão. Esta perspetiva foi, de resto, partilhada por vários entrevistados, incluindo alguns com atividade docente (atual ou passada), que teceram críticas ao ensino superior de design de comunicação em Portugal, afirmando que, ao enaltecer e promover recorrentemente abordagens mais autorais e exploratórias à disciplina, raramente optando por promover o debate acerca de aspetos mais pragmáticos e funcionais do exercício da profissão, a generalidade das faculdades e escolas superiores de arte e design tende a gerar junto dos estudantes um conjunto de expectativas e ambições que muito dificilmente serão cumpridas, conduzindo-os assim a inevitáveis sentimentos de frustração.

Reconhecimento, reputação e redes socioprofissionais

A construção de uma *boa* reputação e a inserção em redes socioprofissionais constituem aspetos a que todos os entrevistados, implícita ou explicitamente, concedem relevância na reflexão sobre a construção da carreira profissional. Importa, contudo, compreender estes processos de uma forma dinâmica, considerando não só as fases do ciclo de vida em que cada designer se encontra, mas também a condição perante o trabalho e a especificidade dos contextos profissionais em que operam.

Apesar de ter uma difícil definição objetiva – até porque, em larga medida, resulta de uma avaliação eminentemente subjetiva, que combina uma componente mais individual

e idiossincrática associada ao “valor” de cada indivíduo, “medido” através da sua *performance* profissional, personalidade e outras características pessoais, mas também incorpora lógicas comparativas interpares – a dimensão reputacional foi unanimemente reconhecida por todos os entrevistados como constituindo um aspeto fundamental na construção de um percurso profissional sólido e consistente neste *meio* profissional, garantindo o acesso a *bons* projetos e clientes. Ainda que parcialmente, os clientes com quem, a dado momento, os designers se relacionam e os projetos que com eles e para eles desenvolvem constituem elementos muito relevantes a equacionar neste processo de construção reputacional. Por outro lado, existe uma dimensão processual e dinâmica associada à construção das reputações, designadamente em contexto profissional, impondo-se que, com regularidade, estas sejam tornadas visíveis e recordadas junto de terceiros, reafirmando, desta forma, o “valor” de determinado indivíduo.

Acompanhando as tendências internacionais, assistiu-se entre nós nos últimos vinte anos a um significativo alargamento dos espaços, físicos e digitais, dedicados à apresentação, reflexão e debate sobre design em geral e, muito em particular, sobre design gráfico e de comunicação. Estas transformações relacionam-se, por um lado, com a expansão do ensino e da investigação em design, o que permitiu, entre outro tipo de dinâmicas, uma proliferação de iniciativas diversificadas ligadas à promoção e valorização da profissão, envolvendo docentes, investigadores e alunos, mas também profissionais e empresas ligadas à área. Por outro lado, relacionam-se também com processos de “culturalização” e de “patrimonialização” do design em Portugal que, já vimos, possibilitaram o desenvolvimento de inúmeras publicações, exposições, prémios, bienais, colóquios e conferências, entre outros acontecimentos de cariz similar. Porém, em Portugal, parece haver tendência para estes diferentes contextos de mostra e discussão pública de trabalhos de design privilegiarem designers e *ateliers* cujo trabalho evidencia características marcadamente autorais ou mais experimentais, em detrimento daqueles que preconizam abordagens mais convencionais, que são, de algum modo, invisibilizadas. Isto mesmo se refletiu na notoriedade e visibilidade dos designers estudados, cuja presença nestes múltiplos contextos revela efetivamente contornos e dinâmicas muito diferenciadas, em função das etapas do percurso profissional em que se encontram, das características dos *portfolio*, das trajetórias e experiência profissionais e académicas, e das redes de contactos. Vários foram os designers que, em entrevista, expressaram o seu desinteresse por participar neste tipo de eventos, questionando o seu efetivo alcance, por considerarem que, em geral, não extravasam os limites da disciplina

– são “eventos de designers para designers”, expressão repetida em diversas ocasiões. De igual modo, bastante raros foram os que efetivamente enaltecem o papel destes diferentes contextos e iniciativas de apresentação, discussão e validação pública do seu trabalho, reconhecendo-lhes efetiva relevância para reforçar a sua reputação enquanto designers *de qualidade*.

Importa, em todo o caso, distinguir do cenário geral que aqui acabamos de traçar algumas situações que se diferenciam, quer pela etapa do trajeto profissional, quer pelos domínios de especialização. Com efeito, alguns jovens designers que, aquando da realização da entrevista, operavam como *freelancers* ou integravam *ateliers*, atribuíram muita relevância à oportunidade de, em momentos ainda relativamente iniciais do seu percurso, terem participado em eventos de apresentação pública de *portfolios*, salientando que tal permitiu que alargassem as suas redes de contactos profissionais, o que conduziu, mais tarde, a parcerias de trabalho que foram importantes nas suas trajetórias profissionais.

Por outro lado, entre os designers cujo trabalho e a tipologia de clientes-alvo estão claramente orientadas para o mercado do marketing e da publicidade, parece existir um maior reconhecimento da relevância dos prémios profissionais, bem como dos eventos e publicações dedicados à mostra de *portfolios* ou de projetos, assim como dos *fora de cariz* profissional. Revelam que estes contribuíram para projetar nacional e internacionalmente o trabalho que desenvolvem em *ateliers* e agências de comunicação, incrementando o seu reconhecimento interpares, mas também junto de alguns clientes (é especialmente destacada a atenção que alguns destes eventos e publicações obtêm junto de chefias intermédias, como diretores de marketing ou comunicação). Também entre alguns dos designers com um perfil muito especializado – ligados ao desenho tipográfico, à infografia e à direção de arte, por exemplo –, foi amiúde referido o impacto significativo da atribuição de prémios e menções honrosas por entidades internacionais prestigiadas nos seus domínios de especialização, aumentando a sua visibilidade nesses *meios* de nicho.

Este tipo de participação implica, em geral, que cada designer ou *atelier* realize um cuidadoso exercício de seleção, não só do leque de trabalhos que pretende apresentar, mas também do seu percurso, construindo uma narrativa e imagem de si que pretendem veicular publicamente. A construção e (auto-)divulgação do próprio *portfolio* constitui, como vimos (cap. 3), um elemento estruturador das formas de organização que caracterizam hoje os mercados de trabalho no SCC, sendo sintomaticamente inúmeras as

referências na literatura científica sobre o chamado *portfolio-building* e às *portfolio-careers*. Nas áreas do design de comunicação e *new media*, diferentes autores alertam para a importância do *portfolio*, quer enquanto ferramenta de autopromoção e de demonstração de competências técnicas e criativas (McRobbie, 2002), quer como instrumento de avaliação e recrutamento de profissionais criativos (Neff *et. al*, 2005; Soar, 2002c). Da análise documental realizada, bem como das diversas entrevistas realizadas, é possível concluir que continuam a proliferar nos processos de construção desses *portfolios*, assim como em toda a retórica que os enquadra, visões heróicas da profissão, que assumem frequentemente um cariz neoliberal e que tendem a enaltecer os percursos dos designers, individualmente ou enquanto coletivo, a partir de argumentos retóricos que remetem para um certo “espírito empreendedor”, bem como para a “resiliência”, “motivação” e capacidade de “pensar fora da caixa”. É também sintomático que, relativamente às apresentações públicas dos seus *portfolios*, vários designers tenham reconhecido, em entrevista, optar por retirar alguns projetos que desenvolveram, mas que, porém, consideram ser menos *interessantes* ou *representativos* da imagem que pretendem projetar de si próprios perante os pares e clientes. Reiteradamente tendem, assim, a ser excluídos dos *portfolios* públicos dos designers projetos com características “correntes” “banais” ou “comerciais”, que se afastam de uma autoimagem que deve traduzir forte controlo criativo do trabalho, nomeadamente pelas características mais “autorais”, “pessoais”, “idiossincráticas” e/ou “experimentais” dos projetos – características essas que, como argumentado antes, são hoje prescritas como uma definição da *persona* pública do designer gráfico e de comunicação.

Embora os *portfolios* circulem publicamente em contextos diferenciados e adaptando-se a múltiplos formatos – do tradicional documento em papel ou que circula digitalmente, via *email*, passando pelas informações veiculadas através de *websites*, blogues e redes sociais profissionais, mas também de apresentações em conferências, *talks*, debates, “aulas abertas” e outros eventos, ou sendo ainda matéria central das seleções comissariadas de *portfolios* para serem incluídos em exposições ou em monografias – vale a pena olharmos mais atentamente para a presença *online* dos designers entrevistados. A opção por este enfoque toma em linha de conta que, cada vez mais, as sociedades contemporâneas são dominadas por “lógicas de redes sociais” (van Dijck e Poell, 2013: 3), tornando os espaços digitais *online* contextos de observação particularmente pertinentes para a análise dos processos de construção e promoção de

autoimagens profissionais (Scolere *et al.*, 2018; Gandini, 2016; Scolere, 2019).

Sem grande surpresa, verifica-se que, de modo transversal aos diversos perfis, a maioria dos designers dispõe de algum tipo de presença profissional nos meios digitais *online* – incluindo, por vezes de forma cumulativa, *website* próprio, blogue ou perfil numa das várias redes sociais existentes, incluindo algumas dirigidas especificamente à partilha de trabalhos de ilustração, design gráfico e de comunicação (Behance e Bribbble) ou que, de forma mais genérica, permitem a partilha de imagens, sendo por isso muito utilizadas (Instagram, Pinterest e Tumblr). Embora a presença *online* seja reconhecida pela maioria dos entrevistados como incontornável, a relevância que lhe atribuem, designadamente enquanto veículo promocional com eficácia para angariar e fidelizar clientes, e que pode ser traduzida no correspondente nível de adesão a estas novas plataformas digitais, revelou-se na verdade bastante díspar, detetando-se variações significativas em função quer do enquadramento geracional, quer do perfil específico a que correspondem os designers.

Foram os designers mais jovens que afirmaram utilizar mais intensamente as plataformas digitais *online*, e muito em particular os *freelancers* e proprietários de micro e pequenos *ateliers* (perfis 1 e 2). Praticamente todos os designers recém-licenciados entrevistados utilizavam redes sociais, incluindo aquelas que assumem maior orientação para a partilha de imagens (Behance e Instagram), declarando que o começaram a fazer durante a licenciatura, incentivados pelos professores. Vimos como, desde o período de formação, se procura incentivar a afirmação de um *ethos individualista* entre os designers, sendo curioso observar como hoje esta tendência ocorre cada vez mais cedo, tendo nestes novos espaços *online* um contexto particularmente favorável para se desenvolver. Como refere Sérgio Alves em entrevista: “... tu entras no primeiro ano da faculdade e há muita gente que nunca contactou com design e que (...) passado três meses já está a lançar um blogue ou um *site* ou um Behance ou qualquer outra coisa em nome individual, para mostrar o seu trabalho.”

A par dos designers *freelancers* e dos *ateliers* de design, também muitos dos docentes e investigadores (perfil 7) dispõem hoje de *website* próprio ou têm outro tipo de presença *online* (blogue ou perfil numa das redes sociais). E, finalmente, destacam-se ainda os designers altamente especializados em áreas de nicho (perfil 4), com destaque para os *type designers*, que têm hoje no *online* uma ferramenta de trabalho crucial para o estabelecimento de contactos com clientes e para a venda dos seus trabalhos, tanto de forma direta (*website* próprio), como mediada (presença em *foundries* digitais).

Inversamente, constatou-se que quer os designers mais velhos, quer muitos designers “*in-house*” (perfil 6), exprimiram em entrevista uma escassa predisposição e motivação para a presença *online* regular e ativa. Esta diferença é particularmente relevante, pois reforça a ideia de que existe uma clara relação e destes contextos *online*, por um lado, a uma situação profissional ativa, e, por outro, aos contextos concretos em que os designers se situam, influenciando assim as estratégias de autopromoção e *networking* profissional adotadas. Vários foram os designers “*in-house*” que encararam como sendo um quase privilégio puderem, em resultado da sua situação profissionalmente mais estável, dispensar-se de manter uma presença profissional regular e ativa *online*, a qual lhes tomaria bastante tempo para assegurarem o dinamismo necessário e “alimentarem” lógicas de *networking*.

Independentemente da relevância atribuída à presença *online*, muitos foram aqueles que, em entrevista, expressaram dúvidas relativamente à sua real eficácia em termos comerciais, o que justifica uma certa desvalorização. A perceção generalizada é que estes novos espaços *online* constituem sobretudo locais de partilha de *portfolio* entre profissionais da área, muito utilizados como ferramentas de trabalho para a realização de pesquisas em busca de inspiração ou para identificação de abordagens gráficas ou de comunicação que sirvam de referência a determinado tema, sendo raramente consultadas por potenciais clientes finais, e menos utilizadas por *ateliers* ou agências de comunicação para a prospeção e recrutamento de novos colaboradores.

Mais consensualmente, muitos foram os designers que reconheceram a importância da sua inserção em redes socioprofissionais de perfil “analógico”, assentes em relações interpessoais, construídas e mantidas em contexto de interação presencial, identificando-as como decisivas para a construção de uma *boa* reputação no *meio* e, em consequência, para a identificação de novas oportunidades de mercado. Como referido anteriormente (caps. 3 e 4), as redes de relações sociais e profissionais desempenham um relevante papel no SCC, estruturando mercados de trabalho que ainda assentam, em larga medida, no conhecimento informal e tácito que se estabelece entre diferentes indivíduos e instituições. Quanto mais densas estas redes, mais se ampliam as oportunidades de trabalho e colaboração, o que é especialmente verdade no caso dos mais jovens em busca das primeiras oportunidades de trabalho. Diversos autores argumentam como as estratégias que visam incremento de visibilidade dos designers, expondo-se individualmente e ao trabalho que realizam, constituem um aspeto crítico, sobretudo nas primeiras etapas do percurso profissional, permitindo adquirir prestígio e

reconhecimento entre os pares e os clientes, bem como ampliar as redes de (McRobbie, 1998, 2011b, 2016; McRobbie *et al.*, 2016; Gill, 2002, 2007; Rusten e Bryson, 2007; Reimer *et al.*, 2008; Sunley *et al.*, 2010; Ennis, 2005; Julier, 2010b, 2017; Vinodrai, 2006, 2009, 2011, 2012, 2015; Vinodrai *et al.* 2017; Kennedy, 2012; Kaygan e Demir, 2017). Também entre os designers de comunicação portugueses que entrevistamos, a indicação e a recomendação pessoal, feita de um modo informal, transmitida “boca-a-boca”, conforme foi muitas vezes designada nas entrevistas, é reconhecida consensualmente como constituindo, ainda hoje, o mecanismo mais eficaz e duradouro para se construir uma boa reputação *no meio*.

Embora transversal aos diferentes perfis de designers e aos diferentes setores em que estes operam, foi sobretudo entre os *freelancers* e aqueles que dirigem micro e pequenos *ateliers* (perfis 1 e 2) que a inserção e alimentação de redes de contactos pessoais e profissionais emergiu nas entrevistas como um aspeto central, seja na permanente revalidação da *boa* reputação, como na identificação e prospeção de novas oportunidades de trabalho. Embora importante transversalmente aos diferentes setores de atividade, a importância das redes socioprofissionais e, em particular, das lógicas de referência e recomendação pessoal (“boca-a-boca), foi mais enfatizada por designers destes dois perfis e mais orientados para clientes ligados ao campo artístico e cultural. A par da boa reputação e da cumplicidade que resulta de experiências de trabalho anteriores, também é relevante para aqueles que trabalham mais frequentemente com os chamados “clientes culturais” o facto de muitos dos trabalhos de design de comunicação beneficiarem de uma visibilidade pública acrescida (cartazes, mupis, *websites*, catálogos e outras publicações), chamando mais facilmente a atenção para determinado designer ou *atelier*. Ainda assim, de acordo com os relatos recolhidos, parece quase sempre existir uma etapa intermédia de validação interpares, através da busca de referências que, de algum modo, confirmem ou recomendem a opção por determinado designer. Por outro lado, o campo das artes e da cultura parece também valorizar comparativamente mais do que outros setores o desenvolvimento e a partilha pública de projetos autoiniciados, muitos deles denotando, como vimos antes, um forte cariz autoral e idiossincrático.

Na análise da relevância destas questões, importa atender também à fase do ciclo de vida e da trajetória profissional em que se encontram os designers. Foi, em geral, referido o papel importante que tiveram, sobretudo nas etapas iniciais do percurso profissional, as redes de contactos pessoais, geralmente construídas a partir das relações

sociais de maior proximidade e intimidade (amigos e familiares), mas também as redes profissionais, abrangendo colegas de profissão e antigos colegas de faculdade. À medida que os percursos profissionais se vão desenvolvendo, ocorre um alargamento progressivo da rede de contactos pessoais e profissionais, mantendo-se, ainda assim, uma forte relevância da recomendação pessoal “boca-a-boca”. Em percursos profissionais mais longos, adquirem maior relevo nestes processos informais os antigos clientes e colegas de empresas ligadas a áreas associadas ao campo da comunicação com que os designers ou *ateliers* interagiram anteriormente (fotógrafos, videastas, engenheiros e programadores informáticos, *marketeers*, etc.).

Dentro destes dois perfis de designers raros foram os casos em que se relataram práticas de antecipação de tendências e prospeção de oportunidades de mercado, realizando, em consequência deste trabalho, ações de angariação de novos projetos, entrando em contacto direto com clientes potenciais. Pelo contrário, a generalidade dos designers *freelancers* ou dirigentes de micro e pequenos *ateliers* relatam uma postura de relativa passividade, em termos comerciais, daqui resultando que, por norma, são os clientes quem os contacta diretamente, solicitando uma proposta de prestação de serviços. Esses contactos decorrem, em geral, de experiências de trabalho prévias ou de recomendações feitas por terceiros, resultando normalmente da avaliação tácita que fazem do *matching* entre as qualidades pessoais e profissionais de determinado designer ou *atelier* e da tipologia de trabalho que determinada entidade pretende realizar.

De forma contrastante, os designers que trabalham por conta de outrem apresentam, em geral, uma visão mais difusa e parcelar relativamente aos contextos e modos de relação com os clientes. Isso evidencia, por um lado, o carácter relativamente opaco das redes profissionais e pessoais; e demonstra, por outro, que, no quadro das diferentes organizações em que estes designers se inserem, tendem em muitos casos a existir estruturas complexas de hierarquização de funções que os apartam de contactos profissionais diretos e regulares com o cliente final, relegando-os para um papel secundário deste ponto de vista.

Isto não significa, contudo, que estes designers desvalorizem a sua inserção em redes pessoais e profissionais ou que tão-pouco negligenciem aspetos de ordem reputacional. Se evidenciam uma postura mais discreta do ponto de vista da sua presença pública e do seu portfolio, não há um desinvestimento na construção e densificação de redes de relações pessoais e profissionais que possam vir a contribuir para o reforço da sua reputação e a ampliação de oportunidades de trabalho. A entrevistas permitiram

compreender que, também entre os designers com este perfil, estas dimensões são percebidas como sendo fundamentais, nomeadamente nos processos de construção de redes de relações interpessoais que, como nos foi relatado em diferentes casos, permitiram alavancar trajetórias profissionais de alguma mobilidade, seja ascendendo na hierarquia das instituições (por exemplo, assumindo o cargo de diretor de arte), seja mudando de emprego. Acresce que, também nestes casos, vale a pena, uma vez mais, atendermos à variável ciclo de vida, resultando claro da análise realizada que, quanto mais longo o percurso profissional dos designers, mais sólida tende a ser a sua reputação no *meio*, tornando-se, portanto, menos necessária ou útil a adoção de estratégias de autopromoção.

Contextos, ritmos e condições de trabalho

Neste último ponto centra-se a análise no modo como os designers gráficos e de comunicação entrevistados perspetivam os processos e os modos de exercício da sua atividade profissional, assim como as condições e os ritmos em que o realizam. Retomam-se, nesse sentido, alguns aspetos já abordados, distinguindo perspetivas ora mais individualistas, ora mais coletivistas e colaborativas, aspeto que nos remete, de novo, para a relevância atribuída à importância da autoria.

Vimos que a esmagadora maioria dos designers tende a encarar o trabalho que desenvolve como estando sujeito a constrangimentos de diversa ordem, que irão determinar quer a sua abordagem, quer os resultados alcançados. É neste sentido, que visões do trabalho em design assentes numa *conceção puramente autoral*, proclamando *forte autonomia* em relação ao cliente e ao processo de encomenda, tendem a ser perspetivadas de forma bastante *crítica* pela generalidade dos designers entrevistados, considerando-as desfasadas da realidade do mercado de trabalho em Portugal e da própria natureza do design, genericamente concebido como prestação de serviços a terceiros.

Não surpreende, assim, que a maioria dos designers enfatize a importância da relação de diálogo e de negociação com os clientes, considerando-a um aspeto fundamental no seu próprio processo de trabalho. Note-se ainda a especial relevância atribuída, neste contexto, à *dimensão retórico-argumentativa*, apontada quase unanimemente como uma das principais competências dos designers, permitindo-lhes melhor demonstrar e convencer os seus clientes relativamente à justeza, necessidade ou adequabilidade das opções tomadas em cada projeto.

Existem, contudo, *nuances* que importa aqui salientar. Se alguns designers assumem uma postura de maior humildade e flexibilidade na relação com os clientes, notando que frequentemente todo o processo decorre num vaivém construtivo de elaboração, apresentação e reformulação de propostas e contrapropostas, outros evidenciam uma postura mais rígida, esgrimindo argumentos de autoridade que se fundamentam na *expertise* específica que possuem, ao contrário dos clientes.

Numa leitura atenta dos diferentes designers que assumiram este último tipo de postura, verifica-se que estas tomadas de posição se concentram naqueles que trabalham por conta própria (perfil 2). São também profissionais mais jovens e que declararam amiúde encontrar-se em situações de maior pressão em termos orçamentais, decorrentes dos baixos preços praticados. Admite-se, assim, que haja entre estes designers uma menor predisposição para acolher, de forma flexível e dialogante, sucessivos pedidos de alteração e revisão ao projeto. Inversamente, encontraram-se entre os designers que trabalham por conta de outrem, nomeadamente como diretores de arte (perfil 5), ou como designers “*in-house*” (perfil 6), as posturas discursivamente mais abertas ao diálogo e negociação permanentes com os clientes, embora muitas vezes notando, e lamentando, que os resultados finais fiquem aquém do que gostariam, o que atribuem às inúmeras alterações e revisões introduzidas nas fases de conceção e de implementação dos projetos, na tentativa de alcançar justamente um ponto de entendimento com os clientes.

No caso dos designers que trabalham por conta própria, tipicamente o arranque do diálogo com os clientes ocorre com um primeiro contacto de apresentação, mais ou menos formalizada, do *briefing*, seguido de um pedido de proposta de honorários para a realização do trabalho. De acordo com vários dos designers entrevistados, o momento inicial de explicitação do *briefing* – isto é, o problema de comunicação a que o projeto deverá responder – é crítico, enfermando muitos trabalhos do facto de os clientes evidenciarem dificuldades na explicitação objetiva do que pretendem realmente alcançar com a encomenda. Nesta fase, assim como em fases subsequentes dos projetos, o diálogo encetado entre designer e cliente é considerado muito relevante, no sentido de, desde cedo, delimitar o foco do trabalho e estabelecer os objetivos e resultados pretendidos, evitando futuros desentendimentos e conflitos decorrentes de mal-entendidos.

Contudo, vários foram os designers que identificaram dificuldades e obstáculos à construção de um diálogo profícuo e construtivo com os seus clientes. Entre os vários

aspectos apontados, destaca-se a questão da falta de tempo, argumentando-se que, em resultado dos ritmos de trabalho cada vez mais acelerados, consequência da acumulação de projetos, a disponibilidade para uma dedicação intensa a cada projeto fica limitada. Alguns designers reconheceram, por outro lado, que o tipo de linguagem utilizada é frequentemente codificada – ou “hermética”, termo muito utilizado –, o que dificulta o diálogo e potencia o surgimento de equívocos. Alguns designers com maior experiência revelam a preocupação de usar uma linguagem próxima da realidade dos clientes, procurando transmitir uma sensação de confiança, segurança, conhecimento e sensibilidade relativamente ao tema ou setor de atividade em que estão a trabalhar.

Por outro lado, vários designers consideram que existe ainda uma tendência forte para os clientes desvalorizarem o trabalho criativo, o que tem implicações a diversos níveis – nomeadamente, dificuldade em reconhecer a autoridade do designer para prescrever soluções, mas também, nalguns casos, a exigência para introduzir, a qualquer momento, alterações ao projeto. Soma-se a importância de continuar a haver uma forte interferência do que é designado de “critérios de *gosto*”, a partir dos quais os clientes colocam em causa e até recusam algumas opções assumidas pelos designers. Salientam, neste quadro, o papel decisivo das capacidades argumentativas do designer, mas também da sua habilidade para construir relações de confiança mútua, *soft skills* críticos que importa saber *como* e *quando* mobilizar.

Os processos de diálogo e negociação do desenvolvimento dos projetos entre designers e clientes tendem, como seria expetável, a complexificar-se à medida que aumenta o número de interlocutores que participam na tomada de decisão. Especialmente no caso dos *ateliers* de design maior dimensão e das agências de comunicação, organizações que são, em geral, requisitadas por clientes institucionais de maior peso, cujos projetos adquirem dimensão, responsabilidade e complexidades maiores, é típica a tendência para a maior segmentação e complexificação dos processos de trabalho, o que se traduz, entre outros aspetos, no surgimento de um conjunto de interlocutores que asseguram uma intermediação dos contactos entre os designers e o cliente final. Particularmente recorrentes foram as referências feitas, em diversas entrevistas, ao papel que é assumido quer pelos *account managers* e pelos diretores criativos, quer pelos intermediários que representam o cliente final, como os diretores de marketing e de comunicação.

Através das experiências relatadas em entrevista, constata-se que esta ampliação do número de interlocutores envolvidos no processo tende a complexificar tremendamente o desenrolar do trabalho, condicionando não só a elaboração do *briefing* inicial, mas

também as etapas subsequentes de aprovação e desenvolvimento do projeto, com resultados que muitas vezes se afastam do que os entrevistados entendem ser o ideal, gerando uma sensação de frustração e desgaste para os designers. Nestes processos mais complexos, a centralidade do designer tende a ser colocada em causa, na medida em que este se vê permanentemente obrigado a dialogar, validar e negociar opções e perspetivas com múltiplos interlocutores – tanto no plano interno (diretor criativo e *account manager*, mas também outros profissionais criativos, como fotógrafos, videastas, *marketeers*, *copywriters*), como no externo (diretores de marketing e de comunicação). Reduz-se, assim, a sua autonomia relativa e capacidade de controlo sob o projeto. Trata-se, pois, de uma conceção do ofício de designer enquanto um trabalho de *coordenação complexa* que, como apontam autores como Dubuisson e Hennion (1996) ou Dorland (2009), assenta na capacidade de interagir com interlocutores diversos, o que pode, em várias circunstâncias e por motivos diversos, não satisfazer plenamente o designer.

Ilustra também este relativo desconforto o facto de alguns dos designers entrevistados que trabalharam durante anos em agências de comunicação e publicidade ou em grandes *ateliers* de design, terem depois optado por sair para criar os seus próprios *ateliers* ou trabalhar como *freelancers*. Apontam, entre as principais motivações para a mudança, a perspetiva de alcançar maior autonomia e controlo no trabalho, em resultado quer de ritmos de trabalho mais lentos, permitindo uma maior maturação dos projetos, quer da possibilidade de dialogarem de forma mais próxima e cúmplice com os clientes, obtendo maior margem de manobra. Noutros casos, contudo, verifica-se que designers que trabalham em organizações de maior dimensão e em projetos mais complexos, manifestam sentir-se, apesar de tudo, mais confortáveis neste tipo de estruturas, designadamente por lhes permitirem não ter um contacto direto e regular com os clientes, o que consideram ser desgastante. Pelo contrário, reconhecem benefícios decorrentes do trabalho de intermediação realizado por *account managers* e diretores criativos, que lhes permite concentrarem-se no desenvolvimento dos projetos, dispensando-os de responsabilidades de âmbito comercial. De modo idêntico, vários designers *freelancers* e dirigentes de micro e pequenos *ateliers* manifestam um certo desconforto e desagrado por terem, na sua atividade profissional quotidiana, de realizar tarefas de angariação, gestão e acompanhamento de relações com os clientes, particularmente quando estas implicam negociação de contratos, gestão de conflitos ou cobrança de valores em dívida.

Foram descritos, até aqui, posicionamentos e percepções relacionadas com os processos de trabalho dos designers que evidenciam um assinalável autocentramento, na medida em que apresentam uma conceção do trabalho centrada na relação que o designer estabelece com o cliente, raramente mencionando ou considerando de modo relevante outros intervenientes que também participam nos processos de trabalho, tanto técnica como criativamente. Este tipo de posicionamento é especialmente notório entre os designers *freelancers* e os que dirigem micro e pequenos *ateliers* (perfis 1 e 2), mas também entre alguns daqueles que se especializaram em domínios de nicho (perfil 4). Esta é uma representação do trabalho que, de modo explícito ou mais subliminar, pende para uma visão autoral do papel do designer, assumindo-o como peça central do processo criativo e, conseqüentemente, secundarizando outros profissionais (fotógrafos, videastas, *marketeers*, *copywriters*).

Esta postura contrasta com uma outra que, nas entrevistas, foi veiculada por designers com perfis distintos, que enfatizam justamente a dimensão coletiva que está, em geral, associada aos trabalhos de design gráfico e de comunicação que realizam. A valorização da dimensão coletiva do trabalho emerge sobretudo entre aqueles que participam mais frequentemente em projetos maiores, mais complexos e com cariz interdisciplinar. Incluem-se aqui, nomeadamente, projetos de comunicação na área da imprensa (com destaque para a componente infográfica, nomeadamente em suporte digital), da publicidade ou da cultura (com destaque para exposições). Estes designers relatam práticas de trabalho que envolvem equipas multidisciplinares, participando conjuntamente no desenvolvimento dos projetos. No campo da publicidade, tradicionalmente é já habitual o trabalho em equipa, as chamadas “duplas criativas”, envolvendo em geral um designer e um *copy writer*. Também no domínio da infografia é comum o trabalho em equipa que, dependendo da sofisticação tecnológica da abordagem, pode envolver designers e jornalistas ou outros especialistas ligados às NTIC (programadores informáticos, por exemplo). Em algumas das entrevistas realizadas foram igualmente citados como projetos que necessariamente exigem abordagens multidisciplinares aqueles que se relacionam com as questões de sinalética, designadamente em edifícios, mas também outro tipo de espaços.

Foram sobretudo os designers que desempenham funções de diretor de arte (perfil 5) ou que trabalham “*in-house*” (perfil 6) quem mais acentuou esta dimensão coletiva do trabalho, admitindo ser prática habitual envolverem na discussão e na concretização dos projetos outras pessoas, nomeadamente de fora da disciplina. Também alguns designers

freelancers ou que dirigem micro e pequenos *ateliers* e que trabalham nas áreas da publicidade e da cultura (perfis 1 e 2) atribuem maior significado à natureza que está associada à conceção e concretização de muitos projetos. Finalmente, nos designers muito especializados (perfil 4), particularmente entre os que trabalham em desenho infográfico, a dimensão coletiva adquire também alguma relevância nos seus discursos sobre o exercício da profissão.

É também variável o relevo atribuído às colaborações com outros criativos – incluindo designers e outros profissionais ligados à área da comunicação. São os designers que trabalham por conta própria (perfis 1 e 2) ou que desempenham funções de direção de arte (perfil 5) quem mais aborda esta questão em entrevista. Em geral, as conceções relativamente ao papel e à importância das colaborações com outros criativos desdobram-se em duas perspetivas principais.

Numa perspetiva mais *utilitarista*, é destacado que este tipo de colaborações permite colmatar lacunas de equipa, alargando-as temporariamente de modo a responder a fases de maior pressão em termos de trabalho. Nesta perspetiva, entre os *freelancers* e os dirigentes de *ateliers*, o contributo de outros criativos surge de modo sobretudo *operacional*, concretizando as ideias do designer que, seja na condição de *freelancer*, seja enquanto “rosto” do *atelier*, é o responsável pela autoria do projeto. Embora em termos discursivos esta questão não tenha sido enunciada de forma muito explícita, vários designers mostram como, no contexto dos *ateliers* ou projetos que dirigem, estabelecem uma hierarquia, assume eles mesmos a responsabilidade pela conceção do conceito de projeto e atribuindo aos restantes elementos técnicos, em posições subordinadas, a responsabilidade de, sob sua orientação e supervisão, desenvolver e trabalhar as componentes técnicas do projeto e realizar os ajustamentos e correções necessárias.

Perspetiva diversa é enunciada por designers com funções de direção de arte, mas também por alguns que dirigem *ateliers*. Entende-se nesta outra perspetiva que as colaborações com outros criativos permitem enriquecer os projetos, indo ao mercado buscar abordagens e competências específicas, designadamente do ponto de vista visual ou gráfico, através da contratação “ao projeto” de fotógrafos ou ilustradores, por exemplo. Alguns destes interlocutores defendem ainda, a este propósito, ser mais vantajoso os seus *ateliers* disporem de equipas permanentes de reduzida dimensão, entendendo que tal facilita as colaborações com outros criativos, dando-lhes assim maior liberdade e autonomia para selecionarem, de modo altamente flexível (isto é,

através de contratos de prestação de serviço), aqueles cujo *portfolio* evidencia características mais adequadas ao projeto em questão. Confirmam-se, assim, algumas das características históricas de trabalho “ao projeto” que, como vimos (caps. 2 e 3), caracterizam esta área e o SCC em geral. A seleção destas colaborações tende a realizar-se através do recurso a redes de contactos pessoais que, de modo informal, apoiam a identificação e escolha dos criativos com um perfil mais adequado.

Simultaneamente, também para os designers *freelancers* as colaborações pontuais com colegas e *ateliers* constituem um aspeto relevante, sob diferentes pontos de vista. Desde logo, do ponto de vista do equilíbrio e da sustentabilidade financeira, tendo sido ainda, em várias ocasiões, enaltecido o facto de este tipo colaborações salvaguardar os *freelancers* do contacto mais direto com os clientes, o que evita envolverem-se em aspetos relacionados com a gestão dos projetos – tarefa que, como vimos, gera frequentemente desconforto neste perfil. Por outro lado, as colaborações são vistas como formas de alargamento e aprofundamento das redes de relações e dos contactos pessoais e profissionais. Por fim, mas não menos relevante, perspetivam-nas como fatores de crescimento e evolução na trajetória profissional, valorizando a possibilidade de poderem trabalhar com colegas e *ateliers* que respeitam, envolver-se em projetos que consideram ser interessantes ou que são realizados para clientes com prestígio. Alguns designers referem ainda tentar, sempre que possível, aproveitar este tipo de colaborações, mais pontuais ou regulares, para aprofundar determinadas competências e para ensaiar novas abordagens ao exercício da profissão, enriquecendo o seu *portfolio* e, por essa via, reforçando a sua *boa* reputação. É também, deste modo, que designers com este perfil buscam consolidar a sua posição num mercado laboral que, como vimos, apresenta traços de elevada concorrência e que, sobretudo no caso dos *freelancers*, parece valorizar especialmente uma atitude de proatividade individual, que se exprime publicamente (isto é, perante os pares) através de alta rotatividade entre projetos e colaborações. Esta rotatividade evita que se caia em momentos de interregno da atividade, que podem ser interpretados como fases de “estagnação”, muito penalizadoras do ponto de vista reputacional.

Importa igualmente observar, de forma breve, a importância atribuída a outras profissões técnicas de apoio à produção gráfica. Ela é globalmente escassa, notando-se uma curiosa clivagem geracional a este respeito.

São essencialmente os designers mais velhos quem mais anfatiza, nas entrevistas realizadas, a importância das parcerias com fornecedores, bem como dos

relacionamentos cúmplices que foram, ao longo dos anos, estabelecendo com profissões técnicas associadas às chamadas “artes gráficas” e, muito em particular, aos domínios da impressão. O reconhecimento da relevância deste tipo de profissões técnicas de suporte à atividade dos designers gráficos e de comunicação remete para um período histórico anterior, em que, como vimos (caps. 3 e 4), havia um menor domínio técnico desses processos por parte dos designers, o que gerava alguma incerteza relativamente ao modo como se concretizariam *na prática* os projetos, sobretudo os mais arrojados ou sofisticados do ponto de vista gráfico. O designer ficava assim muito dependente do empenho dos impressores e tipógrafos. Inversamente, o conjunto de alterações técnicas e tecnológicas que, sobretudo desde a década de 1990, têm vindo a ocorrer, com o processo de transição para o chamado *desktop publishing* e, mais recentemente, para outras formas mais complexas de comunicação que assentam numa multiplicidade de suportes e plataformas digitais, mudaram profundamente o exercício da profissão. Em consequência, muitos dos designers contemporâneos tornaram-se mais autónomos relativamente a atividades e profissões técnicas tradicionalmente associadas à impressão.

Outras profissões técnicas de suporte que estão associadas às diferentes mutações técnicas e tecnológicas anteriormente referidas, bem como aos modos de organização do trabalho cada vez mais assentes na utilização intensiva de *hardware* e *software* informático, emergiram e ganharam protagonismo nestes últimos anos; contudo, nenhuma mereceu destaque da parte dos designers gráficos e de comunicação que entrevistamos.

Finalmente, importa ainda abordar a forma como os designers entrevistados perspetivam a influência das condições e dos ritmos de trabalho a que estão sujeitos, nas várias áreas em que operam e de acordo com as diversas modalidades de organização de trabalho existentes no setor.

A grande maioria dos designers entrevistados, independentemente do perfil e enquadramento geracional, apresenta uma *perspetiva genericamente crítica relativamente às condições e ritmos de trabalho* a que se encontram sujeitos, articulando-as com a questão da qualidade e do “arrojo”. Emerge um amplo consenso relativamente ao papel condicionante do fator tempo, considerando que este limita ou, pelo contrário, potencia as condições para a realização de um projeto. De um modo relativamente linear, os entrevistados articulam esta maior ou menor disponibilidade em

termos de tempo de acordo com o orçamento previsto para realizar determinado trabalho.

Referiu-se já que a disponibilidade de tempo tende a influenciar todo o processo de trabalho: das reuniões preliminares com o cliente, passando pela disponibilidade para equacionar e experimentar diferentes soluções, incluindo opções mais sofisticadas em termos técnicos e tecnológicos, ou abordagens mais disruptivas e menos convencionais em matéria de comunicação. É justamente nesta medida que a generalidade dos designers inquiridos associa à qualidade dos projetos a componente orçamental e, consequentemente, a maior ou menor disponibilidade de tempo para se envolver na sua realização.

Esta leitura revelou-se particularmente aguda entre os designers de gerações mais velhas que, numa leitura diacrónica da evolução do setor, não deixam de recorrentemente assinalar a claríssima aceleração dos ritmos de trabalho, assim como o que veem como uma gradual degradação das condições de trabalho nos últimos anos, designadamente do ponto de vista remuneratório. Percorrendo as entrevistas realizadas com designers mais velhos e experientes, constata-se que, embora muitos reconheçam que os processos de mudança tecnológica permitiram economizar e agilizar um conjunto significativo de tarefas que anteriormente consumiam muitos recursos, convergem na ideia de que os orçamentos praticados têm vindo consistentemente a baixar ao longo dos últimos anos, exigindo por isso que, cada vez mais, os designers trabalhem de forma mais rápida, ocupando o seu tempo com um maior número de projetos, de modo a manter níveis de rentabilidade semelhantes aos do passado. Este tipo de discurso é muito marcante entre os designers mais velhos e experientes que são hoje diretores de arte (perfil 5) ou que dirigem micro e pequenos *ateliers*, nalguns casos acumulando com a docência universitária a tempo parcial (perfis 1 e 2). É-o também entre aqueles que, até há algum tempo, trabalhavam como *freelancers*, tendo entretanto optado por se dedicar à investigação e docência universitária a tempo inteiro (perfil 7).

Curiosamente, são também os designers mais velhos e experientes que dirigem micro e pequenos *ateliers* (perfis 1 e 2) aqueles que, em entrevista, mais enfatizam um certo *espírito de sacrífico* que, numa fase inicial das suas carreiras, consideraram ter sido determinante para se afirmarem no mercado (individualmente, como *freelancers*, ou já com *atelier*), atribuindo-lhe um papel muito relevante na construção da sua *boa* reputação. Foi também esse espírito de sacrifício que, de acordo com os seus testemunhos, lhes permitiu terem mais tarde, e em geral de forma gradual, acesso a

outros clientes mais prestigiantes, com projetos mais interessantes. Entende-se que, sobretudo numa fase inicial do percurso profissional, a questão da falta de tempo, combinada com orçamentos reduzidos, é encarada como uma *quase* inevitabilidade, perante a qual os designers devem – se ambicionam vir a se bem-sucedidos – responder de forma proactiva, com resiliência e espírito sacrificial.

Vimos (caps. 2 e 3) que estão hoje profundamente enraizados no SCC, e no subsector do design de forma muito particular, imperativos de conduta individual que se associam não só à ideia de espírito empreendedor, mas também à valorização da capacidade de sacrifício, de perseverança e de resiliência perante as adversidades, o que contribui para naturalizar e normalizar as desigualdades e a exploração laboral que grassa no setor, adotando mesmo mecanismos ativos de autoexploração (McRobbie, 1998, 2002, 2016). Parece existir, na leitura crítica que muitos destes designers expuseram ao abordar a situação atual, a perceção clara de que as condições no mercado de trabalho se têm vindo a agravar, designadamente com o abaixamento geral dos orçamentos e o aumento da concorrência, o que se repercute diretamente nas condições de trabalho, obrigando-os a manterem-se numa situação de esforço numa fase já relativamente avançada das suas trajetórias profissionais, em que esperavam estar numa situação mais confortável e segura. Esta avaliação repercute-se no tom algo amargo que marcou várias entrevistas, denunciando, nuns casos mais abertamente que noutros, um sentimento de decepção relativamente às expectativas e aspirações que estes profissionais haviam construído.

Já entre os designers mais jovens, constata-se que, de modo algo contrastante, a retórica celebratória do imperativo sacrificial, da persistência e da resiliência individual – tomadas como requisitos para construção da ambicionada carreira profissional que, como vimos, implicam a adesão voluntária a práticas de autoexploração – dilui-se muito significativamente, dando espaço a discursos mais críticos da atual situação laboral no setor. Tal como os designers mais velhos, também esta nova geração verbaliza uma leitura muito negativa das condições de trabalho em que se encontram, apontando repetidamente constrangimentos associados à falta de tempo para desenvolver os projetos, o que consideram ser um aspeto penalizador da qualidade dos trabalhos realizados, e efeitos nefastos sobre a sua própria qualidade de vida, uma vez que a pluralidade de projetos e de ocupações profissionais em que frequentemente se envolvem, dentro e fora da área do design, tem impactos significativos em termos de excesso de horas de trabalho e elevado desgaste físico e psicológico. Note-se, contudo, que desta leitura crítica aparentemente não resulta uma qualquer orientação para a ação,

no sentido da mudança. Pelo contrário, a maioria destes designers revela uma postura relativamente resignada, encarando a crescente precarização laboral no setor como uma inevitabilidade.

Do conjunto de designers estudados, aqueles com um perfil muito especializado em domínios de nicho (perfil 4) assumem uma postura diferente da de todos os outros, veiculando uma leitura muito menos crítica deste ponto de vista. Tal poderá decorrer, por um lado, do facto de, tipicamente, o seu tipo de trabalho beneficiar de períodos relativamente mais dilatados de tempo para serem concebidos, desenvolvidos e implementados; e, por outro, de se tatar de áreas de especialização relativamente recentes, em que não existe um histórico que permita aos profissionais refletirem comparativamente e diacronicamente.

5.10. Síntese conclusiva

Num balanço final deste capítulo, é importante reiterar o argumento, que ele demonstra consistentemente, de que é fundamental um olhar plural, diverso e complexo sobre o SCC, que considere criteriosamente a pluralidade de posicionamentos, de contextos e de modalidades de exercício da atividade profissional que estão presentes nos diferentes subsetores e que, muitas vezes, coexistem no interior de um mesmo subsetor – como ocorre, justamente, no caso do design gráfico e de comunicação, área de charneira, com elevado potencial heurístico para a compensação do setor e do significado atual do trabalho considerado criativo.

Esta análise do SCC em Portugal focada no design gráfico e de comunicação, permitiu, a partir da proposta tipológica de diferentes perfis de carreiras, evidenciar a existência de uma heterogeneidade de situações que refletem, por um lado, os processos complexos e longos de constituição e de desenvolvimento sócio-histórico dos diferentes campos artísticos e criativos, mas que, por outro lado, são também o resultado dos vários impactos gerados por um conjunto de processos “externos” (de cariz económico, cultural tecnológico, e outros) que se operam a uma escala mais global, mas que, inevitavelmente, se repercutem localmente, de forma mais imediata ou mais dilatada no tempo, introduzindo alterações relevantes nas condições de exercício das atividades profissionais. A tipologia de sete perfis de designers gráficos e de comunicação em Portugal, aqui apresentada e discutida, concretiza e evidencia justamente alguns desses processos, permitindo uma leitura de cariz panorâmico e abrangente.

A partir da análise e problematização dos sete perfis, ensaiou-se uma interpretação das diferentes representações e posicionamentos dos designers face à natureza, mais ou menos criativa, do trabalho que desenvolvem. Explorou-se a relação entre essas conceções diversas e as condições de trabalho que enquadram os diversos modos de ser trabalhador criativo e fazer trabalho criativo em design gráfico e de comunicação. A proposta tipológica de perfis revelou-se, assim, útil para compreender os diversos posicionamentos a partir dos quais é possível densificar os critérios de valoração das abordagens autorais, por exemplo, ou distinguir diferentes modos de construção de uma *boa* reputação, visível nas estratégias diferenciadas de apresentação de *portfolios*, bem como noutros tipos de estratégias de autorrepresentação e promoção individual, às quais correspondem, como vimos, diferentes processos de inserção destes designers gráficos e de comunicação em redes socioprofissionais de diferentes âmbitos, tendo em conta, nomeadamente, os seus diferentes perfis, mas também a fase de trajetória profissional em que se encontram. Todos estes aspetos são, na verdade, traduções e expressões permanentemente mutantes de um campo – o design gráfico e de comunicação – e de um setor – o SCC – que se apresentam como estrutural e identitariamente plurais, heterogéneos e móveis. E, portanto, como muito mais complexos e interpelantes do que os imaginam, empobrecendo-os, os ideários da agenda criativa e do empreendedorismo criativo.

CONCLUSÕES

Percorrido o trajeto de análise, importa neste último capítulo sistematizar as principais conclusões e contributos que resultaram da investigação realizada e identificar novos questionamentos e interrogações que, não podendo ser explorados nesta tese, justificam posteriores investimentos e aprofundamentos analíticos.

Esta investigação teve como ponto de partida o questionamento reflexivo e crítico das conceções homogeneizantes e simplificadoras que ainda hoje persistem na retórica – política, económica, mediática e até técnico-científica – em torno da chamada agenda criativa e do seu papel nas estratégias de desenvolvimento socioeconómico e territorial. Sob esse pano de fundo, a discussão centrou-se num dos aspetos mais estruturantes e referenciais dessa retórica e dos programas económicos, culturais e políticos que dão expressão prática à agenda criativa, nas suas múltiplas variantes: o trabalho criativo.

Para analisar esta problemática e a sua expressão em Portugal, tomámos como objeto de estudo um domínio profissional específico do SCC, o design gráfico e de comunicação. Como argumentámos, trata-se de um domínio de charneira, que se afigura particularmente revelador das transformações que vêm ocorrendo nos modos de organização, nas condições de exercício e na valorização económica, social e simbólica do trabalho artístico, cultural e criativo.

A estratégia metodológica adotada procurou resgatar a complexidade desse objeto de charneira, combinando dois registos analíticos complementares. Em primeiro lugar, aprofundou-se a exploração sociológica das articulações que se tecem entre, de um lado, as práticas, os modos de organização e as condições de exercício do trabalho e da profissão e, do outro, os discursos, as representações e os posicionamentos que emergem a seu respeito, tanto no seio da própria disciplina e entre os profissionais, como nas retóricas políticas, económicas e mediáticas relativas ao design e aos designers. Em segundo lugar, embora tendo como objetivo a compreensão do design gráfico e de comunicação na atualidade, procurou-se abordá-lo processualmente, através da análise da sua evolução histórica e do modo como nela se foram tecendo os diversos modos de ser e fazer que hoje caracterizam a condição dos profissionais e a organização do setor.

Com o objetivo de dar maior clareza analítica e coerência interpretativa a essa abordagem multidimensional e processual, desenvolveu-se uma *proposta tipológica original*, que

resultou na identificação de *sete perfis de carreiras e percursos profissionais em design gráfico e de comunicação* em Portugal. Essa proposta tipológica constitui um dos elementos mais estruturantes desta tese, em dois planos complementares.

Por um lado, a tipificação dos sete perfis de designers identificados consubstancia um dos principais resultados alcançados pela presente investigação. Proporciona uma caracterização analítica e uma perspetiva interpretativa do setor e da profissão que, oferecendo legibilidade pelo exercício de síntese tipológica, o faz incorporando a complexidade que os caracteriza, assim como o seu caráter dinâmico e processual. Por outro lado, a matriz analítica que suportou a construção da tipologia constituiu também um guião teórico-metodológico para a análise e interpretação das conceções, dos discursos, das retóricas e das práticas que a observação empírica procurou captar em detalhe. Sob a orientação desse guião, os diversos domínios em que se foi jogando historicamente a estruturação do setor, das práticas e das identidades profissionais dos designers gráficos e de comunicação, que percorremos analiticamente nos capítulos 4 e 5, ganharam uma legibilidade acrescida, fruto da capacidade que, por essa via, se conquistou de os compreender a partir da multiplicidade de fatores que neles convergem e da pluralidade de modos de ser, fazer e representar o trabalho que aí se faz – um trabalho que se revelou ser, na verdade, *variavelmente* criativo, cambiando, nomeadamente, em função dos contextos de inserção profissional e sócio-laboral dos designers, bem como das etapas do percurso académico e profissional e da própria fase do ciclo de vida em que se encontram.

Nas páginas que se seguem, sintetizamos as principais conclusões a que os resultados desta estratégia de investigação conduziram. Organizamos esse balanço num conjunto sequencial de tópicos, que se reportam a outros tantos domínios de problematização teórica e analítica, que organizaram a pesquisa e as principais linhas de argumentação da tese. Começamos por sintetizar o argumento mais geral da tese, que se reporta à hipótese central de que ela partiu, para a seguir percorrer uma série de outras questões que, de uma forma ou de outra, decorrem dessa matriz inicial de interrogação.

1. Heterogeneidade e dinamismo: princípios estruturantes do design gráfico e de comunicação e do enquadramento profissional e laboral do trabalho criativo

A exploração das potencialidades heurísticas da proposta tipológica acima referida permitiu identificar, entre os designers gráficos e de comunicação que operam no mercado de trabalho nacional, modos e condições diversas de exercer a profissão. Permitiu igualmente compreender, de forma contextualizada no espaço e no tempo, as suas

diferentes representações e posicionamentos em relação à natureza do trabalho que desenvolvem, aos aspetos que mais valorizam, aos modos e estratégias de construção da sua reputação, às estratégias de inserção em redes socioprofissionais de diversos âmbitos, às condições socio-laborais que negociam e pelas quais, ou contra as quais, se batem. E, finalmente, ao modo como encaram e vivem a sua condição de trabalhadores *mais, ou menos, criativos*.

A estratégia adotada mostrou-se, assim, profícua. Desvendando um universo atravessado por uma ampla e complexa diversidade de condições e modos de ser designer, confirmou e deu conteúdo empírico substantivo à hipótese de que a pesquisa partiu: a de que, ao invés de se ajustar à visão unívoca e idealizada que organiza as retóricas e os imaginários dominantes sobre a economia criativa e o SCC, a realidade do trabalho criativo – ou do trabalho nas áreas e profissões qualificadas como criativas – organiza-se no quadro de um *mercado laboral muito heterogéneo* e traduz-se em *práticas, condições, estatutos e identidades profissionais muito diferenciadas*.

Como fomos mostrando, *a própria ideia de trabalho criativo revela-se ambivalente* e bem menos uniforme e clara no terreno da prática do que no discurso que enforma boa parte da retórica em torno da agenda criativa. Tanto nos conteúdos e nas condições laborais dos designers que estudámos, como nas representações que estes produzem acerca da sua própria condição profissional, encontramos práticas, conceções e formas de identificação profissional muito diferenciadas, em que a natureza, a importância e o valor atribuídos à componente criativa – ou ao rótulo criativo –, são não só variáveis, como também controversos.

Traço constitutivo e organizador da profissão, da inserção dos profissionais no mercado laboral e da organização do setor, a *heterogeneidade* observada no design gráfico e de comunicação reflete o modo como nele se inscrevem as lógicas mais amplas que estruturam o SCC. Ela é, em larga medida, produto do forte *dinamismo* associado aos processos de transformação dos campos artísticos, culturais e criativos, cujos sentidos e implicações se vêm revelando nas últimas décadas muito influenciados pelos princípios económicos, organizacionais e políticos que a agenda criativa enuncia. A pesquisa mostrou, com efeito, que esse *dinamismo intenso*, que é mais amplamente característico do SCC, funciona também como *princípio organizador* do design enquanto campo profissional.

Tal característica é especialmente evidenciada pela análise comparada e evolutiva dos vários perfis de designers, que dá conta de uma dinâmica e uma mutabilidade adaptativa

constantes, patentes quer na emergência de novos perfis, crescentemente especializados (como os designers que se especializam no desenho infográfico, por exemplo), quer no tendencial desaparecimento de outros (como os artistas plásticos que, historicamente, mantiveram uma atividade profissional “alimentar” em design gráfico).

Nesses movimentos de renovação transformadora surpreendemos efeitos das próprias dinâmicas de desenvolvimento tecnológico, científico e acadêmico do campo disciplinar. Surpreendemos também um outro fator decisivo, que reflete a atual notoriedade e valorização pública, política e mediática da economia criativa: o crescente reconhecimento público da importância econômica e estratégica do design gráfico e de comunicação, bem patente na progressiva incorporação de designers de comunicação assalariados, a trabalhar *full-time* em organizações relativamente atípicas face ao padrão convencional da disciplina (os chamados designers “*in-house*”).

Embora a imagem (mais ou menos mitificada) do designer enquanto profissional liberal, atuando como *freelancer* ou no âmbito do seu próprio *atelier*, continue a marcar muito profundamente os discursos profissionais e pedagógicos construídos em torno deste campo disciplinar, a realidade do mercado de trabalho tem vindo a mudar, assumindo hoje contornos bastante mais diversos e plurais do que no passado, como ilustram alguns dos perfis emergentes que analisámos.

É certo que a clássica organização do trabalho “ao projeto” e a pluriatividade profissional mantêm ainda predominância. Estes são, desde sempre, fatores importantes do dinamismo desta área profissional, nomeadamente da mobilidade flexível dos seus profissionais – entre projetos, mercados, domínios de aplicação das suas competências especializadas. Mas essa mobilidade flexível não é hoje apenas produto da autonomia profissional, da independência criativa e da capacidade individual de autodeterminar trajetos e carreiras. Ela é também produto de respostas adaptativas à transformação mais geral das condições do mercado de trabalho e à redefinição do SCC como sendo um setor de atividade economicamente estratégico, numa economia crescentemente simbólica e onde a pressão para a mudança e a reinvenção permanente de produtos e serviços recodifica a ideia de criatividade como parcela da equação inovação – empreendedorismo – rentabilidade econômica. Como exemplificam alguns dos novos perfis de designers, sob estas condições, a mobilidade e a flexibilidade dinâmicas destes trabalhadores criativos são menos ditadas por escolhas livres decorrentes de uma suposta autonomia profissional e independência criativa do que por necessidades de adaptação e sobrevivência num mercado de trabalho cada vez mais atravessado pela precariedade, a instabilidade e a incerteza laborais.

2. O peso da cultura disciplinar na identidade profissional e na relação com o trabalho: o culto da autonomia, da singularidade e da originalidade

Um segundo domínio de conclusões prende-se com a forte *influência que os discursos e concepções hegemónicas sobre a profissão e as práticas profissionais* prescritas para os diferentes contextos institucionais têm sobre a generalidade dos designers – particularmente os mais jovens –, de certo modo orientando e influenciando a forma como se posicionam perante o mercado laboral, como encaram o seu papel e estatuto profissional, como constroem, perseguem e vivem a sua identidade socioprofissional.

Assume, neste plano, especial relevância o modo como, no seu processo de institucionalização enquanto disciplina e área profissional, o design sempre se procurou afirmar ideologicamente como *profissão liberal*. Mostrámos como, historicamente, os designers se procuraram demarcar de outros grupos socioprofissionais tipicamente assalariados e operários (por exemplo, os tipógrafos-impressores), aproximando-se de modos de organização socio-laboral que, em geral, são característicos das profissões artísticas e intelectuais (os arquitetos e os advogados, por exemplo). O *autoemprego*, tradicionalmente hegemónico entre os designers, constitui um elemento chave da construção da identidade socioprofissional do grupo, continuando a ser, ainda hoje, ativamente estimulado na relação entre pares e nos processos de educação-formação.

Constatámos o modo cuidadoso e atento como os designers procuram deliberadamente, desde os primeiros anos de formação universitária, construir e gerir a sua própria imagem e reputação, em termos profissionais e criativos, tentando afirmar-se a partir de uma *marca* ou de uma *voz própria*, de *autor*. As faculdades e escolas superiores de arte e design promovem ativamente um *ethos competitivo e individualista*, reforçado por uma retórica promotora de um *espírito sacrificial*, prescrito como necessário para singrar no meio. Esta postura prolonga-se na forma como, tanto no meio académico, como no profissional, se encaram com certa naturalidade os estágios não-remunerados ou se aceitam os trabalhos gratuitos (*pro-bono*) ou muito mal remunerados.

O contexto de formação universitária constitui, assim, um primeiro momento decisivo de incorporação de um *ethos e uma identidade disciplinar e sócio-profissional formados em torno do culto da autoria, da originalidade e da singularidade diferenciadora e distintiva* – no plano coletivo, em relação a outras áreas disciplinares e profissionais; e no plano individual, em relação aos pares, que são ao mesmo tempo colegas, espelhos e rivais competidores. Esse processo prolonga-se, reforça-se e reinventa-se depois, nas diferentes

etapas e contextos que vão sendo percorridos nas carreiras e nos trajetos profissionais, como nos revelam as narrativas dos designers em entrevista que, nos seus discursos, expressam aguda consciência de si próprios enquanto profissionais e atribuem enorme importância ao modo como se autorrepresentam perante os pares e os clientes. Conforme vimos, é habitual os designers procederem a uma seleção criteriosa dos projetos que integram os seus *portfolios*, incluindo e destacando alguns e deixando escondidos outros, procurando assim projetar uma *imagem adequada* de si próprios, que é estrategicamente adaptada às expectativas que intuem na(s) sua(s) audiência(s) – salientando, por exemplo, dimensões, que encaram como distintivas e diferenciadoras, como as de *autoria* e/ou de *experimentalismo* nos projetos selecionados.

Esta *forte valorização da autoria* está relacionada com o processo de reconfiguração da noção de design e o novo papel que, como vimos, se atribuiu aos designers enquanto *autores* a partir de finais da década de 1980. É curioso notar que essa conceção foi bastante contestada pelos designers em entrevista, apesar de estar, *na prática*, muito presente no modo como se autorrepresentam – sobretudo entre aqueles que revelam predileção (efetiva ou desejada) por clientes com perfil mais culturalizado, a quem atribuem maior prestígio.

Sob estes traços mais transversais, encontramos *nuances* – variações em função dos perfis e do modo como são percecionadas as audiências-alvo. Entre os designers com perfis mais específicos disciplinarmente (como os *type-designers* e os infográficos), os critérios de elaboração dos *portfolios* orientam-se mais para preocupações próprias dessas subáreas disciplinares, em geral sem abdicarem, contudo, da dimensão *autoral*. Em contraste, entre os designers “*in-house*”, que trabalham por conta de outrem em instituições diversas, são raras as preocupações com a construção e seleção de *portfolios*, o que é justificado pela especificidade dos processos de seleção e recrutamento deste tipo de mercados, levando-os assim a adotar estratégias distintas de construção da sua reputação e de inserção neste tipo de redes socioprofissionais.

3. Ethos individualista, pessoalização dos riscos laborais e desinteresse pela organização coletiva

Um terceiro plano de conclusões, que se articula estreitamente com o anterior, prende-se com o *forte sentido de individualismo* que persiste entre os designers gráficos e de comunicação portugueses. Esse *ethos individualista* explica, em boa medida, a fraca disponibilidade para a organização profissional e a intervenção coletiva, tanto no plano da

regulação do mercado e da profissão, como no plano das condições laborais, que, como mostrámos, são marcadas por fatores de precariedade, que se têm acentuado.

O design sempre se caracterizou pela prevalência de um *ethos* liberal e por modelos de organização da atividade pouco estruturados, que favoreciam e até fomentavam o individualismo e a franca concorrência interpares. Conforme vimos, esta tendência parece ter-se exacerbado nas últimas décadas, não obstante tal tenha ocorrido, de forma algo paradoxal, num período caracterizado por uma notória degradação das condições de exercício da atividade, designadamente em matéria de condições sócio-laborais e salariais. Entre outras dimensões, esta postura de acentuado individualismo, que caracteriza muitos dos designers, tem-se refletido nas crescentes dificuldades para, ao contrário do que se observa em outros países, se estabelecerem em Portugal formas e mecanismos de organização coletiva com alguma consistência e representatividade, capazes de alcançar reconhecimento, quer entre os profissionais da área, quer pela sociedade em geral. Como se mostrou, as duas associações socioprofissionais de designers existentes no país – APD e AND – têm fraca adesão e representatividade entre os profissionais e diminuto reconhecimento público.

A escassa capacidade de organização coletiva do setor também se repercute, por outro lado, no campo das políticas públicas para o design. Analisámos o modo relativamente errático e inconsistente como, ao longo dos anos, o Estado Central tem alternado, sucessiva e hesitantemente, a tutela do setor entre as áreas da economia e da cultura e proposto escassas medidas e instrumentos de política focados no fomento do design no país. Em nosso entender, esta inércia não é compreensível à margem da incapacidade de organização coletiva dos designers para definir, perante o Estado central, uma agenda própria, com objetivos, estratégias e reivindicações comuns. Em contraste, como vimos, à escala local e regional algumas faculdades e escolas superiores de arte e design têm assumido um papel preponderante no diálogo com autarquias locais e entidades de nível supramunicipal e regional, como as Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional (CCDR), concorrendo nessa escala para a promoção e valorização do design em Portugal, nomeadamente na sua dimensão cultural.

Também no plano das condições laborais e da regulação do mercado e da atividade, apesar de alguns posicionamentos críticos pontuais sobre más práticas, como os estágios não remunerados e outras formas de trabalho não pago, não há tradução prática dessa insatisfação em formas organizadas de protesto e ação reivindicativa coletiva. O desinteresse em relação à intervenção coletiva no espaço público a respeito dos problemas

da profissão e do setor é efeito de uma *pessoalização dos riscos laborais* (a incerteza, a insegurança e a instabilidade das carreiras), que decorre da atitude individualista, do culto da autonomia e da singularidade, da competitividade entre pares, que, como mostra a análise das entrevistas, são aspetos constitutivos da identidade profissional dos designers.

Com efeito, a tónica dos discursos elaborados em situação de entrevista a respeito da organização do setor e das condições laborais coloca estas questões num plano *preferencialmente individual*, valorizando muito pouco, e em casos raros, a organização coletiva perante o Estado, os mercados de trabalho, os clientes. As preocupações que ganham mais relevo nos discursos de alguns entrevistados, nos quais se incluem designers que integram as associações profissionais, prendem-se com a regulação e controlo do acesso à profissão, designadamente por via da instituição de uma ordem profissional de designers – um projeto que, contudo, está longe de reunir consensos. Além de constituir uma estratégia clássica de fechamento do exercício profissional por via do credencialismo, os termos em que se tem colocado este debate revelam a força do *imaginário liberal* em torno da profissão, iludindo que o design é hoje uma área de atividade muito plural e diversa, tanto no que se refere aos enquadramentos laborais, como aos domínios de especialização e atuação profissional.

Vimos como, desde a década de 1990, se assistiu em Portugal a uma gradual, mas consistente, tendência de deterioração das condições laborais no setor. O *boom* de cursos superiores de design alargou muito significativamente o “exército de reserva” de mão-de-obra, pressionando a disponibilidade para aceitar trabalhar em condições precárias. Simultaneamente, a propagação do discurso neoliberal e do imaginário romantizado sobre o carácter apaixonado, livre, independente e flexível do trabalho criativo criou bases para a legitimação dessas condições.

Entre os designers entrevistados, vários foram aqueles que, nas etapas iniciais da sua trajetória profissional, tinham aceitado práticas laborais precárias e fragilizantes. Elaboram, a esse respeito, narrativas ambivalentes: ao mesmo tempo que expressam uma postura crítica sobre o carácter precarizante do mercado de trabalho, justificam tais práticas como um sacrifício necessário para a construção da tão ambicionada carreira. É verdade que, na sequência da grave crise económico-financeira do final da primeira década de 2000, emergiu e adensou-se no seio da disciplina um discurso crítico da conceção neoliberal do designer como empreendedor, que encontra eco nos discursos de alguns entrevistados. Trata-se, contudo, de uma posição minoritária. Prevalece o culto do designer como profissional liberal e a celebração dos percursos “heroicos” e “visionários” dos que,

trabalhando como *freelancers* ou dirigindo o seu próprio *atelier*, se fazem reconhecer publicamente pela forte carga autoral que associam ao seu trabalho e à sua imagem.

A *ambição de alcançar a condição de designer independente*, como *freelancer* ou com *atelier* próprio, em autogestão da carreira e com forte autonomia de escolha e decisão, emerge como categoria central tanto nos discursos dos entrevistados, como nas práticas e nas trajetórias que a pesquisa reconstituiu. Por vezes, esse tópico revela-se como um *mecanismo psicológico de resiliência*, que permite a alguns dos jovens designers em início de carreira encararem de forma mais positiva as situações de precariedade laboral ou insatisfação profissional em que se encontram. À semelhança de outras áreas artísticas e criativas, constata-se que também no design assumem grande importância as formas de *retribuição simbólica* associadas à gratificação pessoal proporcionada pela autonomia no exercício da profissão, à autorrepresentação da singularidade e originalidade do trabalho individual, ao reconhecimento que os pares atribuem a quem encarna esses traços. O *ethos individualista* e a *cultura profissional e disciplinar* favorecem, assim, uma postura mais orientada para a *competição individual* e a *responsabilização pessoal pela gestão dos riscos* da carreira, cujo correlato é o *desinteresse pela organização profissional e a ação coletiva* no espaço público.

4. A gestão individual da flexibilidade laboral, do trabalho ao projeto, da instabilidade profissional: estratégias adaptativas, entre a resignação voluntarista e mitigada

Um quarto plano conclusivo remete para os impactos pessoais e profissionais dos regimes de trabalho altamente flexíveis e “ao projeto” em que operam grande parte dos designers gráficos e de comunicação em Portugal. Em termos gerais, a análise mostrou que a gestão desses impactos, e em particular dos efeitos menos positivos dos regimes flexíveis/precários do mercado de trabalho, tende a ser estrategicamente assumida pelos próprios designers, numa *postura individual e de autorresponsabilização*. Tais impactos pessoais e profissionais não são, como se procurou demonstrar, homogêneos, como também não o é a forma os designers os encaram subjetivamente. Adquirem cambiantes e variações de acordo com o perfil dos designers, mas também com a etapa particular do ciclo de vida em que se encontram.

São sobretudo os designers mais jovens, que trabalham maioritariamente ou exclusivamente em regime de autoemprego, como *freelancers* ou dirigindo os seus próprios *ateliers* (formal ou informalmente constituídos), quem mais sinaliza nas entrevistas os impactos pessoais e profissionais negativos associados a regimes de trabalho altamente flexíveis, caracterizados

por intensa pluratividade, dentro e fora da área, e acumulação de projetos e ocupações profissionais. Num contexto de elevada concorrência e em que, sobretudo a partir do final da primeira década de 2000, os valores remuneratórios dos projetos tenderam a reduzir-se, também as equipas de trabalho sofreram diminuições. Tal explica que vários entrevistados tenham referido sentir cansaço e desalento com a sua prática profissional, sobretudo quando se veem compelidos a aceitar outros trabalhos, em áreas diversas, para equilibrar a sua situação económico-financeira. Contrariamente ao que mostram algumas análises sociológicas do trabalho em outras áreas artísticas, culturais e criativas, no nosso caso foram raros os designers que expressaram abertamente um forte sentido de resiliência e de espírito empreendedor perante as adversidades que barram as suas ambições. O tom geral não é de entusiasmo voluntarista e otimista; é de cautela, reserva, sentido crítico e resignação face ao que, apesar do desconforto, entendem como as “regras do jogo”. Podemos falar aqui da prevalência de uma *adaptação pela resistência*, que se combina com uma *resignação voluntarista*.

Do outro lado, os designers com situações laborais mais estáveis, designadamente em termos de vínculos contratuais permanentes, trabalhando por conta de outrem, surgem numa posição mais confortável do que os que trabalham em regime *freelance*. Vimos que o *boom* do ensino superior em design em Portugal – sobretudo entre finais da década de 1970 e meados de 1990 – permitiu a vários designers gráficos e de comunicação compatibilizarem a sua prática profissional, enquanto *freelancers* ou em *atelier* próprio, com a docência universitária, assegurando assim situações financeiras e laborais mais confortáveis e seguras, a que se somava a retribuição simbólica do prestígio associado à condição universitária. Nalguns casos, a opção por uma carreira exclusivamente centrada na docência e investigação resultou mesmo da exaustão e desânimo perante as dificuldades e obstáculos associados a uma carreira de *freelancer*. Observámos o mesmo tipo de reação adaptativa em designers gráficos e de comunicação integrados nos quadros de instituições que, aproveitando o aumento das oportunidades de trabalho em setores onde não era frequente encontrar designers, optaram pela maior segurança e estabilidade. Apesar de o fazerem, não deixam, como observámos, de evidenciar sentimentos ambivalentes em relação à menor flexibilidade e autonomia de que tendem a dispor neste tipo de contextos de inserção socioprofissional. Podemos, nestes casos, falar de uma *opção adaptativa pela estabilidade*, associada a uma *resignação mitigada*.

5. Moderadamente criativos: distanciamentos práticos e ideológicos do rótulo de trabalhador criativo

Apesar da importância que, conforme argumentámos, a noção de autoria assume hoje no campo do design, e especialmente no design gráfico e de comunicação, a pesquisa evidenciou o modo bastante crítico como a maioria dos designers entrevistados reagiu à associação da sua atividade profissional a um exercício criativo livre ou puro. De facto, constatámos o predomínio de uma visão generalizada do design enquanto prestação de serviço e, logo, como atividade condicionada pela encomenda e pelos constrangimentos (temporais, orçamentais, etc.) associados à sua concretização. É também neste sentido que, como vimos, vários dos entrevistados tenderam a distanciar-se de uma visão que consideram excessivamente marcada por um pendor cultural ou *autoral* do design, patente nomeadamente nas várias exposições, publicações e outros eventos sobre design recentemente realizadas no país.

Nos seus discursos sobre a condição de designer, os entrevistados *desvalorizam a importância da criatividade* no seu trabalho e na sua profissão, salientando, ao invés, aspetos como a margem de autonomia e de relativa independência (real ou desejada, mas enunciada como elemento matricial da atividade), nomeadamente na seleção de clientes e/ou de projetos, bem como nas decisões sobre a forma e conteúdo dos projetos. Mais do que a ideia de criatividade, valorizam a possibilidade de fuga a tarefas mais rotineiras de cariz burocrático e administrativo, que reconhecem como incontornáveis em muitas situações – e, portanto, parte do que é constitutivo do trabalho do designer –, mas que, em regra, encaram negativamente, como sendo um “mal necessário” e algo que se situa nos antípodas daquilo que define o que é específico e diferenciador da sua atividade. Sintomaticamente, alguns dos designers entrevistados que optaram por deixar cargos de direção e coordenação de equipas em *ateliers* ou agências de comunicação, passando a trabalhar como designers *freelancers* ou dirigentes de uma microestrutura empresarial, enfatizam os ganhos consequentes em autonomia e aligeiramento das tarefas burocráticas, em benefício do que entendem ser o *core* da sua atividade – o projeto.

É, pois, em torno desta noção central, *o projeto*, e não da ideia de criatividade, que muitos designers enunciam a especificidade e o carácter distintivo e valorizável do seu trabalho e da sua profissão. Podemos ver neste modo de autorrepresentação tanto a incorporação do carácter prático, rotineiro e performativo do trabalho do designer que o projeto exige, como uma reação ambivalentemente crítica, distanciada e diferenciadora à rotulação

generalizante e indiferenciadora que a expressão criatividade parece assumir na vulgata política e mediática da agenda criativa.

Num outro plano, a investigação confirmou que, contrariamente à ideia corrente e romantizada da singularidade e individualidade do criador, o trabalho na área do design é, como o evidenciou o contributo seminal de Howard S. Becker (1982), essencialmente resultado de um esforço coletivo, que implica o envolvimento de uma multiplicidade de atores sociais. Com efeito, pesquisas anteriores tinham já mostrado a importância das relações que os designers estabelecem, a diversos níveis, com terceiros – clientes, colegas (outros designers, mas também fotógrafos, videastas, *copywriters*, diretores de arte, etc.) e fornecedores, para lá de atores “não-humanos” (por exemplo, elementos de *hardware e software* informático, hoje essenciais ao trabalho nesta área).

Também a presente investigação permitiu compreender os múltiplos fatores que influem na dinâmica coletiva do trabalho criativo. Destacam-se, entre eles, a escala e a complexidade dos projetos, por um lado, e os contextos de trabalho, por outro, que impõem metodologias e culturas de trabalho próprias. Não existem circuitos tipificáveis nem tão-pouco protocolos *standard* de interação e negociação. Pelo contrário, esta pesquisa permitiu concluir que existe uma *pluralidade flexível e adaptável de processos e modos de organização colaborativa*, ajustada à escala e ao contexto dos projetos.

Em geral, e considerando a *escala*, projetos mais longos e complexos implicam um conjunto maior de interações com o cliente, muitas vezes mediadas por decisores intermédios (como os diretores de marketing), e que envolvem equipas criativas amplas, muitas vezes de cariz multidisciplinar. Em áreas como a publicidade, o design de comunicação para grandes exposições e eventos ou em projetos de sinalética de grandes infraestruturas ou espaços públicos, por exemplo, a teia de interações e negociações tende a alargar-se e a complexificar-se. No caso de perfis como os diretores de arte, verifica-se que, pela dimensão e natureza mais complexa dos projetos em que estão envolvidos e das funções de coordenação que assumem, é significativamente mais amplo e diversificado o leque de interações e de negociações. Em projetos mais simples e de menor dimensão e orçamento, geralmente realizados por designers *freelance* ou em micro e pequenos *ateliers*, a teia tende a circunscrever-se. Já em perfis bastante especializados, como os *type designers* e os infográficos, cujo trabalho serve em geral de suporte à atividade de outros designers ou de equipas de comunicação mais amplas, encontramos abordagens com características bastante especiais, como descrevemos no capítulo 5.

Por outro lado, no que respeita ao *contexto*, verifica-se que designers que se inserem em estruturas organizacionais de maior dimensão e complexidade (como os que trabalham em agências de publicidade, em grandes *ateliers*, em direção de arte e “*in-house*”) tenderam, em entrevista, a reconhecer e a valorizar uma dimensão coletiva associada ao seu trabalho. Pelo contrário, designers que atuam no mercado em regime *freelance*, em *atelier* próprio e em micro e pequenos *ateliers*, tendem em geral a atribuir uma maior centralidade à dimensão autoral e individual, que enfatizam e valorizam bastante, revelando simultaneamente uma fraca valorização do papel de terceiros na conceção e implementação dos projetos.

6. A ambivalência da relação das políticas públicas com o design e o trabalho criativo

Um sexto plano de conclusões remete mais diretamente para o âmbito das políticas públicas, nomeadamente as relacionadas com o design e, de forma mais ampla, com o SCC. Neste campo, a investigação permite sustentar o argumento de que, em Portugal, o design ocupa um *lugar ambivalente entre as retóricas e as medidas de política pública*, que refletem, em larga medida, as ambiguidades e contradições que, de forma mais ampla, caracterizam o modo como o Estado se tem relacionado com o ideário da agenda criativa e do papel estratégico do SCC.

Com efeito, nas *retóricas* que sustentam as orientações políticas a respeito do papel estratégico das atividades culturais e criativas para o desenvolvimento socioeconómico e a qualificação do país, o design é reconhecido como *área disciplinar e profissional exemplar e referencial* das qualidades e potencialidades atribuídas ao SCC e à chamada economia criativa. Mas esse carácter referencial e estratégico *não tem tradução prática numa atuação consistente e coerente no setor*. São disso sintomas, como referimos, tanto o posicionamento hesitante e pouco definido do design na arquitetura organizacional e no desenho estratégico da atuação do Estado Central, como a incipiência dos instrumentos e das medidas concretas para o setor.

Como vimos, as políticas públicas em Portugal têm-se vindo a centrar recentemente nas dimensões mais experimentais, autorais e para-artísticas do design – em detrimento de outro tipo de perspetivas, marcadamente mais funcionalistas e orientadas para as necessidades e objetivos da indústria, que caracterizaram as políticas públicas nacionais para o fomento do design a partir da década de 1960. Desde finais da década de 1990 que o design tem vindo a beneficiar de alguns apoios públicos no domínio da cultura, sendo igualmente integrado nalgumas estratégias de marketing territorial e urbano, que o

assumem como elemento chave e ativo diferenciador de algumas cidades do país. Também a disponibilidade de fundos europeus foi decisiva neste processo, ao permitir apoiar diversas iniciativas ligadas à promoção do design em Portugal, primeiro, durante toda a década de 1990, através dos PEDIP I e II, através dos quais se financiaram inúmeras atividades realizadas pelo CPD e, mais recentemente, a partir de meados da década de 2000, através dos diferentes Programas Operacionais Regionais que, como vimos, pretendiam desenvolver *clusters* de atividades culturais e criativas em Portugal, frequentemente assumindo o design como “bandeira” da economia criativa.

No entanto, apesar de algum entusiasmo inicial com a nova *retórica celebratória em torno da relevância e do potencial do design*, a verdade é que esta reorientação dos apoios públicos não deixou de revelar um *caráter errático, casuístico e pontual*, suscitando perplexidades e críticas entre os designers e especialistas entrevistados que, em muitos casos, se distanciam de uma conceção e abordagem à disciplina que consideram ser excessivamente artístico-cultural e que, denunciam, é frequentemente geradora de equívocos. Simultaneamente, vimos também que esta reorientação das políticas públicas contribuiu para o aprofundamento do fosso, historicamente existente em Portugal, entre o design e a economia (indústria sobretudo) nacionais.

Por outro lado, e em paralelo a esta ambivalência no papel estratégico atribuído ao design como bandeira da economia criativa e do SCC, observámos um *descompasso com as dinâmicas que vêm marcando as condições laborais e de funcionamento do mercado de trabalho*. Embora os problemas associados a este campo sejam reconhecidamente transversais a todo o SCC, eles assumem contornos particularmente relevantes em domínios criativos que, como o design, não se inserem no *core* da atividade artística e cultural, daqui resultando uma resposta deficitária e equívoca às necessidades e anseios específicos de muitos profissionais.

Mostrámos como, apesar do grande destaque e mediatismo concedido, na última década e meia, ao papel desempenhado por artistas e “criativos” no processo de transformação da economia e dos territórios, tal retórica não desencadeou abordagens circunstanciadas e detalhadas das condições e modalidades específicas em que se organiza e exerce o trabalho no SCC. Esta questão, na verdade, manteve-se razoavelmente silenciada na generalidade dos discursos, documentos e instrumentos de política pública nacionais, numa (longa) tendência interrompida apenas muito recentemente, com o eclodir da crise pandémica da COVID-19. Três aspetos principais justificam este silêncio. Por um lado, o SCC revelou, de modo geral, escassa organização coletiva e, conseqüentemente, reduzida capacidade

reivindicativa junto da tutela. Vimos já como no setor do design essa debilidade é notória e está associada à própria cultura e identidade da disciplina e da profissão. Por outro lado, lacunas na informação estatística disponível e o olhar muito seletivo das análises sociológicas e económicas produzidas sobre a realidade do trabalho criativo em Portugal, conduziram a que este debate se centrasse sobretudo nas condições de trabalho nos setores de atividade artística e cultural mais “tradicionais”. Finalmente, as próprias políticas culturais em Portugal revelaram, em múltiplas ocasiões, um profundo conservadorismo na abordagem ao SCC, evidenciando sérias dificuldades de integração nos seus objetivos, nos instrumentos de política e na estrutura orgânica do Ministério/Secretaria de Estado da Cultura de áreas de atividade que extravasassem os domínios *core* da atividade artística, do cinema e audiovisual e ainda da preservação e valorização do património.

A secundarização, ou mesmo marginalização, do design é, portanto, parte do lugar ambíguo atribuído pelas políticas culturais às indústrias culturais e criativas em geral. O que resulta, para o design como para o SCC de forma mais ampla, é um contraste entre a retórica celebratória que, sob o pano de fundo da valorização neoliberal do potencial estratégico da economia criativa, lhe atribui uma distinção e um papel de referência na projeção do futuro, e uma prática que contorna cautelosamente os problemas de precariedade, insegurança e incerteza laborais que hoje atravessam, objetivamente, o setor. Esse contraste tem efeitos, obscurecendo os problemas que, como vimos a respeito dos designers gráficos e de comunicação, condicionam as carreiras e as vidas pessoais dos profissionais do SCC, sobrepondo-lhes a aura sedutora do imaginário do trabalho autónomo, independente, livre, criativo. E fazendo desse imaginário um referencial para a reinvenção e reorganização de todo o trabalho futuro.

Como mostrámos, esta equação não é apenas produto do posicionamento ambíguo e das estratégias das políticas públicas. É também resultado do modo como, sob efeito de uma cultura disciplinar, uma identidade e um *ethos* profissional muito particulares, os próprios designers se posicionam ambivalentemente em relação a estas questões do seu quotidiano laboral e profissional.

Em jeito de balanço final: perspetivas, interrogações e novos desafios

O contexto de crise pandémica, mas também social e económica, suscitada pela COVID-19, e o modo particularmente gravoso como impactou alguns dos principais domínios do SCC, foi marcante na etapa final de redação deste trabalho. É, pois, inevitável que as

primeiras interrogações e desafios que a conclusão deste trabalho suscita se prendam justamente com os seus impactos.

A pandemia teve efeitos praticamente imediatos em todo o SCC, ainda que eles se tenham revelado assimétricos entre subsetores, com algumas áreas a beneficiarem da conjuntura (como as ligadas à produção à disseminação de conteúdos audiovisuais em plataformas *online*), e outras a verem a sua atividade profundamente limitada (como a artes performativas). Como em muitos outros países que integram o Norte Global, assistiu-se em Portugal a um debate inédito – pela expressão no espaço público e mediático, bem como pela inusitada mobilização coletiva de agentes – em torno das fragilidades decorrentes dos modelos de organização do trabalho específicos do SCC, assim como das lacunas e omissões legislativas, normativas e regulatórias.

Constitui um desafio importante para a sociologia portuguesa acompanhar este debate, analisando como as novas iniciativas legislativas e os movimentos coletivos de reivindicação e protesto conseguem, gerar novos caminhos e equilíbrios para o SCC. E observando, em particular, o enquadramento específico que será dado às indústrias culturais e criativas, que têm merecido menor atenção das políticas públicas em Portugal. De igual modo, importa acompanhar as dinâmicas de mobilização e de organização coletiva, formal e informal, dos trabalhadores e estruturas que integram o SCC, procurando avaliar a sua perenidade e consistência, mas também a sua efetiva abrangência e diversidade. Atribuímos aqui especial relevância ao acompanhamento de uma eventual evolução das dinâmicas de associação e de organização coletiva no campo do design – uma tendência que, contrariamente ao ocorrido em diversas outras áreas artísticas, culturais e criativas, na sequência do eclodir da crise pandémica COVID-19, ainda não emergiu em Portugal.

Por outro lado, vale a pena acompanhar a evolução que este conjunto de novos desafios virá a suscitar ao nível da criação de instrumentos de recolha e tratamento de informação relacionada com as dinâmicas de emprego, mercados de trabalho e condições laborais no SCC em Portugal. É reconhecida a importância de a conceção, implementação e monitorização das políticas públicas se basear em informação sólida, criteriosa e atualizada. Em Portugal, observou-se um assinalável desinvestimento a este nível nos últimos anos, nomeadamente nos apoios e na cooperação entre os organismos do Estado e as instituições de ensino superior e investigação, aspeto central de uma estratégia de recuperação do atraso histórico português neste campo. As fontes de informação estatística atualmente disponíveis, apesar dos esforços de atualização, evidenciam inúmeras lacunas,

revelando-se insuficientes para uma análise aprofundada e global do emprego e mercado de trabalho no SCC em Portugal. Simultaneamente, embora exista importante investigação académica, nomeadamente de cariz sociológico, recorrendo habitualmente a abordagens e a metodologias de pesquisa de pendor qualitativo, a verdade é que persistem desequilíbrios, com clara preponderância de alguns subsectores e profissionais, em contraste com a fraca atenção ou até mesmo vazio em relação a outros subsectores.

O design é claramente um destes últimos. Esta investigação de doutoramento procurou contribuir para enriquecer e alargar o conhecimento e a problematização sociológica sobre a dinâmica laboral e profissional do SCC, incidindo num domínio que, apesar da sua posição de charneira e do estatuto de bandeira da retórica criativa, tem merecido muito pouca ou mesmo nenhuma atenção da parte da sociologia da cultura em Portugal – embora, como referido, existam já alguns contributos importantes, ainda que pontuais, provenientes do (entre nós ainda muito recente) campo disciplinar da história do design. Para além de uma proposta de interpretação sociológica da dinâmica de evolução do design em Portugal e das diferentes concepções e discursos em torno das condições de exercício da profissão de designer gráfico e de comunicação, pretendeu-se ainda com esta pesquisa disponibilizar uma grelha analítica que, teórica e metodologicamente, pudesse ser suficientemente robusta para vir a “alimentar” e a dialogar com futuras investigações – tanto incidindo sobre este domínio específico de atividade criativa, que evidentemente continuará a desenvolver-se e transformar-se, o que exige monitorização, como noutras áreas que integram o SCC, podendo eventualmente proporcionar análises e interpretações comparativas de cariz intersectorial que, como revela a literatura científica, são tantas vezes enriquecedoras, seja pelas continuidades e analogias identificadas, como pelos contrastes e diferenças que permitem confrontar.

Em sentido mais amplo, este é um investimento que se espera e confia que possa vir a ser prosseguido e aprofundado, tanto na perspetiva académica como técnica, concorrendo assim para o papel ativo que as ciências sociais, e a sociologia em particular, podem e devem assumir na fundamentação, monitorização e avaliação crítica das políticas públicas para as artes, a cultura e a criatividade. Cabe, pois, à sociologia muito especialmente contribuir para enriquecer e qualificar a discussão – hoje premente e fundamental – sobre as condições sócio-laborais no SCC, trazendo para a esfera do debate público uma visão do trabalho e da atividade profissional no SCC que seja mais plural, abrangente, complexa e densa, desconstruindo e clarificando algumas das armadilhas e equívocos suscitados pelos

ideários romantizados e celebratórios sobre o trabalho criativo que a retórica da agenda criativa vem disseminando acriticamente.

Uma última pista de reflexão e de eventual pesquisa futura prende-se com a centralidade que o design tem vindo a assumir no quadro da UE, agudizado hoje pela necessidade de colocar em marcha o processo de recuperação da crise sanitária, mas sobretudo económica e social, suscitada pela pandemia COVID-19 – em articulação com outras preocupações e desafios à escala global, como o da transição digital ou da resposta às alterações climáticas. A *Nova Bauhaus Europeia*, iniciativa recentemente lançada pela Comissão Europeia, enquadra-se justamente neste contexto, recuperando simbolicamente o legado da célebre escola artística alemã e reafirmando, assim, a centralidade de disciplinas projetuais (como o design, mas também a arquitetura) no processo de recuperação da Europa.

A afirmação do design em Portugal ocorreu sobretudo após a II Guerra Mundial, tendo as políticas públicas desempenhado um papel crucial nesse processo, como mostrámos. Face ao conjunto de novas iniciativas e programas de intervenção que irão promover, ao longo da próxima década, um “relançamento” da economia europeia, valerá certamente a pena acompanhar, analiticamente e reflexivamente, os efeitos que daí resultarão, incluindo no campo profissional do design e nas políticas públicas que lidam com ele – e com o SCC mais globalmente.

Esta tese beneficiou muito do estímulo intelectual que o design transporta em si – pelas suas características, pela sua história, pelo seu lugar de charneira que ocupa nas esferas cultural, económica, técnica e académica. Esse estímulo renova-se e amplia-se hoje, face à certeza de que, no quadro de transformação e adaptação dinâmica que se avizinha, em todos os domínios da vida social, o campo do design constituirá um terreno intenso e vibrante de mudanças e reinvenções, cujo acompanhamento analítico e reflexivo se revelará produtivo não só para a compreensão das tendências evolutivas desse setor, mas da cultura, da economia e da sociedade de uma forma mais ampla.

Referências Bibliográficas

- AA.VV. (1984), *A Política Cultural nos Programas de Governo. Abril de 1974 a Abril de 1984*. Lisboa: MC.
- AA.VV. (1982), *Design & Circunstância*. Lisboa: APD.
- AA.VV. (1987), *Catálogo Design 87 – Design Artesanal*. Vila Nova de Cerveira: ARCA/CMVNC.
- AA.VV. (1988), *Design Gráfico 88 / VI Bienal Internacional de Arte de Vila Nova de Cerveira*. Vila Nova de Cerveira: CMVNC.
- AA.VV. (1989), *Falando do Ofício*. Lisboa: Soc Tip Editora.
- AA.VV. (1994), *Design, Designers & Portugal*. Lisboa: APD.
- AA.VV. (2000), *Sena da Silva 60 Anos de Ofícios. Riscos, sustos, entusiasmos, êxitos e insucessos*. Paços de Ferreira: CMPF/AEPF.
- AA.VV. (2012a), *Seminário Internacional Quarteirões Culturais Experiências e Desafios – Livro de Atas*. Santo Tirso: Fábrica de Santo Thyrso/CMST.
- AA.VV. (2012b), *INOV-Arte Programa de Estágios Internacionais 2011 – 3ª Edição. Relatório Final*. Lisboa: SEC/DGArtes/IEFP. Acedido a 20 de setembro de 2021 em https://www.dgartes.gov.pt/sites/default/files/files/relatorio_inov3_2011.pdf
- AA.VV. (2014), *Maria Keil – De Propósito, Obra Artística*. Lisboa/Cascais: INCM/Museu da Presidência da República
- AA.VV. (2015), *Agora, irrepetível. A juventude, o design e a sua prática. Finalistas de Design de Comunicação 2014-15*. Lisboa: FBAUL.
- AA.VV. (2016), *Objects After Objects, Representação Portuguesa na XXI Trienal de Milão. Dossier de Imprensa*. Matosinhos: ESAD-IDEA. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://milan2016.esad.pt/pt/press>
- AA.VV. (2017), *Porto Design Biennale. Post Millenium Tension 2019*. Porto/Matosinhos: CMP/CMM/ESAD-IDEA.
- Abdelnour, Sarah; Méda, Dominique (dir.) (2019), *Les nouveaux travailleurs des applis*. Paris: PUF.
- Abecassis-Moedas, Céline (2019), *O papel do design na inovação*. Lisboa: Universidade Católica Editora.
- Abreu, Maria; Faggian, Alessandra; Comunian, Roberta; McCann, Philip (2012), “Life is short, art is long”: the persistent wage gap between Bohemian and non-Bohemian graduates”, *The Annals of Regional Science*, 49(2), pp. 305-321.

- Acciaiuoli, Margarida (1991), *Os anos 40 em Portugal: o país, o regime e as artes, “restauração e “celebração”*. Tese de Doutoramento em História de Arte. Lisboa: FCSH-UNL.
- Acciaiuoli, Margarida (2000), “As exposições de propaganda nos anos 30”, *O Tempo do Design. Cadernos de Design, Anuário 2000*, 21/22, pp. 46-51.
- Acciaiuoli, Margarida (2013), *António Ferro – A Vertigem da Palavra. Retórica, Política e Propaganda no Estado Novo*. Lisboa: Bizâncio.
- Addley, Esther (2016), “Tokyo 2020 unveils new Olympic logo after plagiarism allegations”, *The Guardian*, 25 de abril. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.theguardian.com/sport/2016/apr/25/tokyo-2020-organisers-unveil-new-logo-olympic-plagiarism-allegations>
- ADDICT (2009), *Estratégia de Eficiência Colectiva para o Desenvolvimento do Cluster das Indústrias Criativas. P01 – Plano de Acção*. Porto: ADDICT.
- ADDICT (2010), *Relatório de Gestão 2009*. Porto: ADDICT.
- ADDICT (2011), *Relatório e Contas 2010*. Porto: ADDICT.
- ADDICT (2012), *Relatório e Contas 2011*. Porto: ADDICT.
- ADDICT (2013), *Relatório e Contas 2012*. Porto: ADDICT.
- ADDICT (2014a), *Relatório e Contas 2013*. Porto: ADDICT.
- ADDICT (2014b), *Plano de Atividades e Orçamento 2015*. Porto: ADDICT.
- Adorno, Theodor (2003), *Sobre a Indústria da Cultura*. Coimbra: Angelus Novus.
- Adorno, Theodor; Horkheimer, Max (2006), “The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception”, in Meenakshi Durham e Douglas M. Kellner (ed.), *Media and cultural studies: keywords. Revised Edition*. Malden/Oxford/Victoria: Blackwell Publishing, pp. 41-72.
- Agapito, Dora (coord.) (2015), *O perfil do designer e o papel do design nas empresas em Portugal*. Faro: CIEO-Universidade do Algarve/ Sílabas & Desafios. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://sapientia.ualg.pt/handle/10400.1/7854>
- Agrupación Europea de Cooperación Territorial (2012). *Estudo das Indústrias Culturais e Criativas na Galiza e no Norte de Portugal*. Porto/Vigo: CCDRN/Xunta Galicia.
- Ahearne, Jeremy (2004), “Between Cultural Theory and Policy: The Cultural Policy Thinking of Pierre Bourdieu, Michel de Certeau and Régis Debray”, *Research Papers*, 7. Warwick: Centre for Cultural Policy Studies, University of Warwick.
- AIGA (2009), *Code of Design Business and Ethics*. Nova Iorque: AIGA. Acedido a 10 de novembro de 2017 em <http://www.aiga.org/design-business-and-ethics>

- Aires, Eduardo (2013), *Inside - Outside*. Porto: White Studio.
- Aleluia, Maria João; Pereira, Paulo (1999), “Algumas reflexes sobre o Design em Portugal”, in AA.VV., *Observar o Design*. Lisboa: CPD, pp. 4-7.
- Allen, Kim (2013), “‘What Do You Need to Make It as a Woman in This Industry? Balls!’: Work Placements, Gender and the Cultural Industries”, in Daniel Ashton e Caitriona Noonan (eds.), *Cultural Work and Higher Education*. Hampshire/ Nova Iorque: Palgrave Macmillan, pp. 232-253.
- Allen, Kim; Quinn, Jocey; Hollingworth, Sumi; Rose, Anthea (2012), “Doing diversity and evading equality: The case of student work placements in the creative sector”, in Yvette Taylor (ed.), *Educational diversity: The subject of difference and different subjects*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, pp. 180–202.
- Allen, Kim; Quinn, Jocey; Hollingworth, Sumi; Rose, Anthea (2013), “Becoming employable students and ‘ideal’ creative workers: exclusion and inequality in higher education work placements”, *British Journal of Sociology of Education*, 34(3), pp. 431-452.
- Almeida, João Ferreira de (1990), *Portugal: os próximos 20 anos. Vol. VIII – Valores e Representações Sociais*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Almeida, Sónia Vespeira de (2007), “‘A caminhada até às aldeias’: A ruralidade na transição para a democracia em Portugal”, *Etnográfica*, 11(1), pp. 115-139.
- Almeida, Sónia Vespeira de (2009), *Camponeses, Cultura e Revolução. Campanhas de Dinamização Cultural e Acção Cívica do MFA (1974-1975)*. Lisboa: IELT-Colibri.
- Almeida, Sónia Vespeira de (2017), “João Abel Manta”, in António Reis, Maria Inácia Rezola e Paula Borges Santos (coords.), *Dicionário de História de Portugal: o 25 de Abril*. Vol. 5. Porto: Editora Figueirinhas, pp. 322-324.
- Almeida, Victor (2007), “Uma conversa com Aurelindo Jaime Ceia”, in António Nicolas, Pedro Almeida, Rosário Puga e Sónia Rafael, Sónia (coords.), *Uma poética visível. O design gráfico de Aurelindo Jaime Ceia*. Lisboa: FBAUL, pp. 22-40.
- Almeida, Victor M. (2009), *O Design em Portugal, um Tempo e um Modo. A institucionalização do Design Português entre 1959 e 1974*. Tese de Doutoramento em Belas-Artes (Especialidade de Design de Comunicação). Lisboa: FBAUL.
- Almeida, Victor M. (2014), “Design em Portugal: da democratização à popularização”, in Emílio Távora Vila (coord.), *Design et al*. Lisboa: D. Quixote, pp.187-206.
- Almeida, Victor M. (2015), *Design Português 1960/1979*. Vol. 4. (coord. José Bártolo). Vila do Conde: Verso da História.

- Alves, Giovanni (2008), *Trabalho e Subjetividade. O metabolismo social da reestruturação produtiva do capital*. Marília. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://incubadorasocialpuers.files.wordpress.com/2013/12/trabalho-e-subjetividade.pdf>
- Alves, Vera Marques (1997), “Os etnógrafos locais e o Secretariado da Propaganda Nacional. Um estudo de caso.”, *Etnográfica*, I (2), pp. 237-257.
- Alves, Vera Marques (2003), “O SNI e os ranchos folclóricos”, in Salwa El-Shawan Castelo-Branco e Jorge Freitas Branco (orgs.), *Vozes do Povo. A Folclorização em Portugal*. Oeiras: Celta, pp.191-205.
- Alves, Vera Marques (2013), *Arte Popular e Nação no Estado Novo. A Política Folclorista do Secretariado da Propaganda Nacional*. Lisboa: ICS.
- Alexander, Victoria D.; Bowler, Anne E. (2014), “Art at the crossroads: The arts in society and the sociology of art”, *Poetics*, 43, pp. 1-19
- Amabile, Teresa (1997), “Motivating Creativity in Organizations: On Doing what you love and loving what you do”, *California Management Review*, 40(1), pp. 39-58.
- Amorim, Maria Lobo (2014), *A aplicação do marketing nas Indústrias Criativas da Região Norte de Portugal: Análise das empresas associadas da ADDICT*. Relatório de Estágio para obtenção do grau de Mestre em Marketing. Porto: UCP, Faculdade de Economia e Gestão.
- Andersson, Jonas E.; Zettersten, Gerd Bloxham; Rönn, Magnus (eds.) (2016), *Architectural Competitions as Institution and Process*. Stockholm: The Royal Institute of Technology & Kulturlandskapet.
- André, Isabel; Vale, Mário (2012), *Criatividade Urbana na Região de Lisboa – Relatório Final*. Lisboa: CCDRLVT/IGOT-IUL/CEG.
- André, Isabel; Vale, Mário (coords.) (2014), *Fundos estruturais e cultura no período 2000-2020*. Lisboa: GEPAC/SEC.
- Antunes, Ricardo (2008), “Desenhando a nova morfologia do trabalho: As múltiplas formas de degradação do trabalho”, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 83, pp. 19-34.
- Antunes, Ricardo (2013), *Os Sentidos do Trabalho. Ensaio Sobre a Afirmação e a Negação do Trabalho*. Coimbra: Almedina.
- APD (s/d), *História da Associação Portuguesa de Designers*. Acedido a 27 de outubro de 2017 em <http://apdesigners.org.pt/historia/>
- Aranda, Julieta; Wood, Brian Kuan; Vidokle, Anton (eds.) (2011), *Are You Working Too Much? Post-Fordism, Precarity, and the Labor of Art*. Berlim: Sternberg Press.

Armstrong, Leah (2014), *Designing a Profession: The Structure, Organisation and Identity of the Design Profession in Britain, 1930-2010*. Tese de Doutoramento. Brighton: University of Brighton.

Arnold, Dennis; Bongiovi, Joseph R. (2013), “Precarious, Informalizing, and Flexible Work: Transforming Concepts and Understandings”, *American Behavioral Scientist*, 57(3), pp. 289-308.

Aschoff, Nicole (2015), *The New Prophets of Capital*. Londres/Nova Iorque: Verso.

Ashton, Daniel (2009), “Making it professionally: student identity and industry professionals in higher education”, *Journal of Education and Work*, 22(4), pp. 283-300.

Ashton, Daniel; Noonan, Caitriona (2013), *Cultural Work and Higher Education*. Hampshire/Nova Iorque: Palgrave Macmillan.

Assembleia da República (1976), “Decreto de Aprovação da Constituição da República Portuguesa de 10 de abril de 1976”, *Diário da República*, 1ª série, n.º86, pp. 738-775.

Ávila, María de Jesús; Cuadrado, Perfecto E. (2001), *Surrealismo em Portugal, 1934-1952*. Lisboa/Badajoz: IPM – Museu do Chiado e Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporâneo.

Azaïs, Christian; Corsani, Antonella; Patrick Dieuaide (eds.) (2001), *Vers un Capitalisme Cognitif. Entre mutations du travail et territoires*. Paris: L’Harmattan.

Azevedo, Natália (2014), *Políticas culturais, turismo e desenvolvimento local na Área Metropolitana do Porto. Fragmentos de um estudo de caso (1980-2001)*. Porto: Afrontamento.

Babo, Elisa Pérez (2012), “‘Cidades criativas’: branding ou estratégias políticas? que desafios para as políticas urbanas no contexto do Eixo Atlântico”, in António Manuel Figueiredo, Jose Manuel Peña Penabad y Enrique José Varela Álvarez (coords.), *Retos de la acción de gobierno para las ciudades del siglo XXI/Desafios da governação das cidades do século XXI*. Porto/Vigo: Eixo Atlântico do Noroeste Peninsular, pp. 135-180.

Bagnall, Archie (2016), “AIGA Design Census 2016: Investigating Design’s Gender Pay Gap. With thoughts from Debbie Millman, Jessica Hische, and Willoughby Design”, *Archie Bagnall*, 8 de agosto. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://medium.com/aiga-orange-county/aiga-design-census-2016-investigating-designs-gender-pay-gap-4516a9d4ad98>

Bailey, Stuart (2008), “Graphic Design”, in Michael Erlhof e Tim Marshall (eds.), *Design Dictionary*. Basileia: Birkhäuser Basel, pp. 198-199.

- Bakhshi, Hasan; McVittie, Eric; Simmie, James (2008), *Creating Innovation Do the creative industries support innovation in the wider economy?*. Londres: NESTA.
- Bakhshi, Hasan; Freeman, Alan; Higgs, Peter (2013), *A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries*. Londres: NESTA.
- Balsa, Francisco (1990), *Da Irmandade de Santa Cecília ao Sindicato dos Músicos*. Lisboa: Edição do Sindicato dos Músicos. Acedido a 20 de setembro de 2021 em http://www.cena-ste.org/quemsomos/nota_historica.html
- Baltazar; Maria João (2015), *Design Português 1940/1959*. Vol. 3. (coord. José Bártolo). Vila do Conde: Verso da História.
- Banks, Mark (2007), *The Politics of Cultural Work*. Hampshire/Nova Iorque: Palgrave Macmillan.
- Banks, Mark (2017), *Creative Justice: Cultural Industries, Work and Inequality*. Londres: Rowan & Littlefield.
- Banks, Mark; Hesmondhalgh, David (2009), “Looking for work in creative industries policy”, *International Journal of Cultural Policy*, 15(4), pp. 415-430.
- Banks, Mark; Oakley, Kate (2016), “The dance goes on forever? Art schools, class and UK higher education”, *International Journal of Cultural Policy*, 22(1), pp. 41-57.
- Banks, Mark; O'Connor, Justin (2009), “After the Creative Industries”, *International Journal of Cultural Policy*, 15(4), pp. 365-373.
- Banks, Mark; Gill, Rosalind; Taylor, Stephanie (eds.) (2013a), *Theorizing Cultural Work. Labour, continuity and change in the cultural and creative industries*. Oxon/NewYork: Routledge.
- Banks, Mark; Gill, Rosalind; Taylor, Stephanie (2013b), “Introduction: Cultural work, time and trajectory”, in Mark Banks, Rosalind Gill e Stephanie Taylor (eds.), *Theorizing Cultural Work. Labour, continuity and change in the cultural and creative industries*. Londres/Nova Iorque: Routledge, pp. 1-15.
- Banks, Miranda; Hesmondhalgh, David (2016), “Internationalizing Labor Activism: Building Solidarity among Writers' Guilds”, in Michael Curtin e Sanson, Kevin (eds.), *Precarious Creativity: Global Media, Local Labor*. Oakland, University of California Press, pp. 267-280.
- Barata, José Pedro Martins (1998), “Editorial”, *Cadernos de Design. Anuário de Design '98*, 17/18, pp. 4.
- Barbier, Jean-Claude (2005), “La précarité, une catégorie française à l'épreuve de la comparaison internationale”, *Revue Française de Sociologie*, 46(2), pp. 351-371.

Barbosa, Regis (2020), “Apoios invisíveis: a situação dos Trabalhadores de Arqueologia”, *Público*, 20 de agosto. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.publico.pt/2020/08/20/culturaipilon/opiniao/apoios--invisiveis-situacao-trabalhadores-arqueologia-1928672>

Barbosa, Helena (2011), *Uma história do design do cartaz português do século XVII ao século XX*. Tese de Doutoramento em Design. Aveiro: Universidade de Aveiro.

Barbrook, Richard (2015), *The Internet Revolution. From Dot-com Capitalism to Cybernetic Communism*. Amsterdão: Institute of Network Cultures.

Barradas, Beatriz Trindade (2018), *Associações Profissionais de Design no Contexto Atual Português*. Dissertação de Mestrado em Design de Comunicação. Lisboa: FAUL.

Barreto, António (org.) (1996), *A Situação Social em Portugal, 1960-1995*. Lisboa: ICS.

Barreto, José (1981), “Os Tipógrafos e o Despontar da Contratação Colectiva em Portugal (I)”, *Análise Social*, XVII (66), pp. 253-291

Barreto, José (1982), “Os Tipógrafos e o Despontar da Contratação Colectiva em Portugal (II)”, *Análise Social*, XVIII (70), pp. 183-211.

Barros, Joana de Passos (2018), *O Livro enquanto Objecto Experimental. Exploração da Publicação com base nas Convenções da Forma Códex*. Dissertação de Mestrado em Design Gráfico. Caldas da Rainha: IPL/ESAD-CR.

Bártolo, José (2006), “O estado do design. Reflexões sobre teoria do design em Portugal”, *Arte Capital*, 1 de outubro. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.artecapital.net/opiniao-30-jose-bartolo-o-estado-do-design-reflexoes-sobre-teoria-do-design-em-portugal>

Bártolo, José (2008a), “16 anos depois da exposição "Design Português", *Reactor*, 1 de março. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://reactor-reactor.blogspot.com/2008/03/16-anos-depois-da-exposio-design.html>

Bártolo, José (2008b), “O que podem as ideias? Reflexões sobre os *Personal Views*”, *Arte Capital*, 5 de maio. Acedido a 2 de abril de 2021 em <https://www.artecapital.net/opiniao-65-jose-manuel-bartolo-o-que-podem-as-ideias-reflexoes-sobre-os-i-personal-views-i->

Bártolo, José (2010a), “FALAR DO OFÍCIO Os designers hoje não falam”, *Reactor*, 15 de fevereiro. Acedido a 2 de abril de 2021 em <http://reactor-reactor.blogspot.com/2010/02/falar-do-oficio-os-designers-hoje-nao.html>

Bártolo, José (2010b), “Apresentação”, *Revista de Comunicação e Linguagem*, 41, pp. 11-26.

Bártolo, José (2011), “O designer como produtor”, *ForoAlfa*, 24 de fevereiro. Acedido a 2 de abril de 2021 em <http://foroalfa.org/articulos/o-designer-como-produtor>

Bártolo, José (2012a), “Quente Frio”, *Reactor*, 14 de julho. Acedido a 2 de abril de 2021 em <http://reactor-reactor.blogspot.pt/2012/07/quentefrio.html>

Bártolo, José (2012b), “Entusiasmo pela Publicação”, *PLI Arte&Design*, 2/3, pp. 12-13.

Bártolo, José (2014a), “Modos de produção: notas para uma economia política do design”, in Emílio Távora Vilar (coord.), *Design et al. Dez Perspectivas Contemporâneas*. Lisboa: D. Quixote, pp. 97-117.

Bártolo, José (2014b), “Pequena história das exposições de design em Portugal (ca. 1990 - ca. 2010)”, *Camões - Revista de Letras e Culturas Lusófonas*, 23, pp. 51-66.

Bártolo, José (2014c), “Campanhas de dinamização e acção cívica do MFA”, in AA.VV., *Jornal da Exposição A Liberdade da Imagem. Design e Comunicação Visual em Portugal: 1974-1986*. Porto: Governo de Portugal, pp. 4.

Bártolo, José (2015), *Design Português 2000/2015*. Vol. 6. (coord. José Bártolo). Vila do Conde: Verso da História.

Bártolo, José (2016a), “João Machado: a reinvenção do cartaz”, in *Designers Portugueses. João Machado*. Vol. 1. (coord. José Bártolo). Matosinhos: Cardume Editores/ESAD, pp. 33-71.

Bártolo, José (2016b), “Ensaio de um contexto para uma obra em movimento”, in *Designers Portugueses. João Nunes*. Vol. 9. (coord. José Bártolo). Matosinhos: Cardume Editores/ESAD, pp. 9-25.

Bártolo, José (2016c), “Diferentes formas de activismo”, in *Designers Portugueses. João Nunes*. Vol. 9. (coord. José Bártolo). Matosinhos: Cardume Editores/ESAD, pp. 73-87.

Bártolo, José (coord.) (2016d), *Designers Portugueses. José Brandão*. Vol. 5. Matosinhos: Cardume Editores/ESAD.

Bártolo, José (coord.) (2016e), *Designers Portugueses. João Nunes*. Vol. 9. Matosinhos: Cardume Editores/ESAD.

Bártolo, José (coord.) (2016f), *Designers Portugueses. Francisco Providência*. Vol. 10. Matosinhos: Cardume Editores/ESAD.

Bauman, Zygmunt (2009a), *Work, Consumerism and the New Poor*. Londres: Open University Press / McGraw-Hill Education.

Bauman, Zygmunt (2009b), *Liquid Modernity*. Cambridge/Malden: Polity.

- Bayly, Simon (2013), “The End of the Project: futurity in the culture of catastrophe”, *Angelaki: Journal of the Theoretical Humanities*, 18(2), pp. 161-177.
- BDI (2006), *British Design Industry Valuation Survey – 2005 to 2006 (report)*. Brighton: British Design Innovation.
- Beck, Andrew (2003), “Introduction: cultural work, cultural workplace – looking at the cultural industries”, in Andrew Beck (ed.), *Cultural Work. Understanding the cultural industries*. Londres/Nova Iorque: Routledge, pp. 1-11.
- Beck, Ulrich (1992), *Risk Society: Towards a New Modernity*. Londres: Sage.
- Beck, Ulrich (1999), *World Risk Society*. Cambridge: Polity.
- Beck, Ulrich (2000), *The Brave New World of Work*. Cambridge/Malden: Polity.
- Beck, Ulrich; Giddens, Anthony; Lash, Scott (2000), *Modernização Reflexiva – Política, Tradição e Estética no Mundo Moderno*. Celta: Oeiras.
- Becker, Gary S. (1964), *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. Chicago: University of Chicago Press.
- Becker, Howard S. (1982), *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press.
- Belfiore, Eleonora (2002), “Art as a means of alleviating social exclusion: does it really work? A critique of instrumental cultural policies and social impact in the UK”, *International Journal of Cultural Policy*, 8(1), pp. 91-106.
- Belfiore, Eleonora (2004), “Auditing culture”, *International Journal of Cultural Policy*, 10(2), pp. 183-202.
- Belfiore, Eleonora (2009), “On bullshit in cultural policy practice and research: notes from the British case”, *International Journal of Cultural Policy*, 15(3), pp. 343-359.
- Bell, Daniel (1973), *The Coming of Post-Industrial Society*. Nova Iorque: Harper Colophon Books.
- Bell, David N. F.; Blanchflower, David G. (2010), “UK unemployment in the great recession”, *National Institute Economic Review*, 214(1), pp. 3-25.
- Bell, David; Oakley, Kate (2015), *Cultural policy*. Londres/Nova Iorque: Routledge.
- Benhamou, Françoise (2008), *L'économie de la culture. Sixième Édition*. Paris: La Découverte.
- Benhamou, Françoise (2011), “Artists’ labour markets”, in Ruth Towse (ed.). *A Handbook of Cultural Economics. Second Edition*. Cheltenham/Northampton: Edward Elgar, pp. 53-58.

- Benneworth, Paul; Dauncey, Hugh (2016), “Cultural policy, creative clusters and the complexity of higher education: notes from the case of Enjmin in Angoulême, France”, *International Journal of Cultural Policy*, 22(1), pp. 80-99.
- Berardi, Franco ‘Bifo’ (2005), “What does Cognitariat Mean? Work, Desire and Depression”, *Cultural Studies Review*, 11(2), pp. 57-63.
- Berardi, Franco ‘Bifo’ (2009), *The Soul At Work. From Alienation To Autonomy*. Los Angeles: Semiotext(e).
- Berardi, Franco ‘Bifo’ (2015), *Heroes. Mass Murder and Suicide*. Londres/Nova Iorque: Verso.
- Berglund, Eeva (2013), “Design as Activism in Helsinki. Notes from the World Design Capital 2012”, *Design and Culture*, 5(2), pp. 195-214.
- Bianchini, Franco (1987), “GLC/RIP cultural policies in London, 1981-1986”, *New Formations*, 1, pp. 103-117.
- Bianchini, Franco (1993), “Remaking European Cities: The Role of Cultural Policies”, in Franco Bianchini e Michael Parkinson (eds.), *Cultural Policy and Urban Regeneration. The West European Experience*. Manchester/Nova Iorque: Manchester University Press, pp. 1-20.
- Bianchini, Franco; Parkinson, Michael (eds.) (1993), *Cultural Policy and Urban Regeneration. The West European Experience*. Manchester/Nova Iorque: Manchester University Press.
- Bianchini, Franco; Landry, Charles (1995), *The Creative City*. Londres: Demos.
- Bicker, João (2014), *Quinze anos antes: O design gráfico como prática de clarificação no estúdio FBA*. Tese de Doutorado em Arte Contemporânea. Coimbra: Colégio das Artes da Universidade de Coimbra.
- Bicker, João (2015), *FBA: O design gráfico como prática de clarificação*. Coimbra: Almedina.
- Bill, Amanda (2012), “‘Blood, Sweat and Shears’: Happiness, Creativity, and Fashion Education”, *Fashion Theory*, 16(1), pp. 49-66.
- Bilton, Chris; Leary, Ruth (2002), “What can managers do for creativity? Brokering creativity in the creative industries”, *International Journal of Cultural Policy*, 8(1), pp. 49-64.
- Blair, Helen (2001), “‘You’re Only as Good as Your Last Job’: the Labour Process and Labour Market in the British Film Industry”, *Work, Employment and Society*, 15, pp. 149-69.

Blair, Helen (2009), “Active Networking: Action, Social Structure and the Process of Networking”, in Alan McKinlay e Chris Smith (eds.), *Creative Labour: working in the creative industries*. Hampshire/ Nova Iorque: Palgrave Macmillan, pp. 116-134.

Blair, Helen; Culkin, Nigel; Randle, Keith (2003), “From London to Los Angeles: a comparison of local labour market processes in the US and UK film industries“, *The International Journal of Human Resource Management*, 14(4), pp. 619-633.

Blake, Rebecca (2016), *Design Community Dismayed by Decision to Crowdfund Tokyo Olympics Logo*. Acedido a 20 de maio de 2017 em <https://graphicartistsguild.org/news/from-bad-to-worse-tokyo-olympics-committee-resolves-plagiarized-logo-proble>

Blauvelt, Andrew; Lupton, Ellen (2011), *Graphic Design: Now in Production*. Minneapolis/Nova Iorque: Walker Art Center/Cooper-Hewitt National Design Museum.

Bodnar, Christopher (2006), “Taking It to the Streets: French Cultural Worker Resistance and the Creation of a Precariat Movement”, *Canadian Journal of Communication*, 31, pp. 675-694.

Boever, Arne De; Neidich, Warren (eds.) (2013), *The Psychopathologies of Cognitive Capitalism: Part One*. Berlim: Archive Books.

Boltanski, Luc ; Chiapello, Ève (1999), *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris: Gallimard.

Boltanski, Luc; Esquerre, Arnaud (2016a), “L’énigmatique réalité des prix”, *Sociologie*, 7(1), pp. 41-58.

Boltanski, Luc; Esquerre, Arnaud (2016b), “L’économie de l’enrichissement et ses effets sociaux”, *Teoria politica. Nuova serie Annali*, 6, pp. 289-306.

Boltanski, Luc; Esquerre, Arnaud (2016c), “The Economic Life of Things: Commodities, Collectibles, Assets”, *New Left Review*, 98, 31-54.

Boltanski, Luc; Esquerre, Arnaud (2017), *Enrichissement. Une critique de la marchandise*. Paris: Gallimard.

Bolter, Jay David; Gromala, Diane (2003), *Windows and Mirrors: Interaction Design, Digital Art, and the Myth of Transparency*. Massachusetts: MIT Press.

Bom, Maria João (2002), *O (tipo)grafismo de Sebastião Rodrigues*. Dissertação de Mestrado em Teorias da Arte. Lisboa: FBAUL.

Bom, Maria João (2015), *A prática no design gráfico de Robin Fior e contextos 1935-2012*. Lisboa: Caleidoscópio.

- Bonsiepe, Gui (1999), *Interface: an approach to design*. Maastricht: Jan van Eyck Akademie.
- Bony, Anne (2006), “Histoire du design dans la seconde moitié du XXe siècle”, in Brigitte Flamand (dir.), *Le Design. Essais sur des théories et des pratiques*. Paris: Institute Français de la Mode/Éditions du Regard, pp. 37-65.
- Borges, Vera (2007), *O Mundo do Teatro em Portugal*. Lisboa: ICS.
- Borges, Vera (2008), *Teatro, Prazer e Risco. Retratos sociológicos de actores e encenadores portugueses*. Lisboa: Roma Editora.
- Borges, Vera (2011), “Trabalho, género, idade e arte: estudos empíricos sobre o teatro e a dança”, *e-cadernos CES*, 10, pp. 110-127.
- Borges, Vera (2014) “Reputação, mercado e território. O caso dos arquitetos”, *Sociologia, Problemas e Práticas*, 74, pp. 73-92.
- Borges, Vera (2020), “O trabalho nas artes performativas na era COVID-19: da urgência ao potencial da mudança nas organizações e nas trajetórias de carreira artísticas”, in Tânia Leão (org.), *Em Suspensão. Reflexões Sobre o Trabalho Artístico, Cultural e Criativo na Era Covid-19*. Porto: ISUP/FLUP, pp. 31-40.
- Borges, Vera; Delicado, Ana (2010), “Discípulos de Apolo e de Minerva: vocações artísticas e científicas”, in Ana Delicado, Vera Borges e Steffen Dix (orgs.), *Profissão e Vocação. Ensaio sobre grupos profissionais*. Lisboa: ICS, pp. 209-245.
- Borges, Vera; Pereira, Cícero Roberto (2012), “Mercado, formação e sucesso: Actores e bailarinos entre persistência e desilusão”, in Vera Borges e Pedro Costa (orgs.), *Criatividade e Instituições. Novos desafios à vida dos artistas e dos profissionais da cultura*. Lisboa: ICS, pp. 77-94.
- Borges, Vera; Veloso, Luís (2020), “Emerging patterns of artistic organizations in Portugal: A three case studies analysis”, *Sociologia del Lavoro*, 157, pp. 84-107.
- Bouquillion, Philippe (2012), “Les industries et l'économie créatives, un nouveau grand projet?”, in Philippe Bouquillion (dir.), *Creative Economy, Creative Industries: Des notions à traduire*. Paris: Presses Universitaires de Vincennes, pp. 5-45.
- Bouquillion, Philippe; Miège, Bernard; Moeglin, Pierre (2013), *L'industrialisation des biens symboliques. Les industries créatives en regard des industries culturelles*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Bourdieu, Pierre (1996a), *O Poder Simbólico*. Lisboa: Difel.
- Bourdieu, Pierre (1996b), *As Regras da Arte. Gênese e Estrutura do Campo Literário*. Lisboa: Presença.

Bourdieu, Pierre (1998), “Hoje a precariedade está em toda a parte”, in *Contrafogos*. Oeiras: Celta, pp. 113-120.

Bourdieu, Pierre (2010a), *A Distinção. Uma Crítica Social da Faculdade do Juízo*. Lisboa: Edições 70.

Bourdieu, Pierre (2010b), *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Bueno Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Bourdieu, Pierre; Darbel, Alain (1966), *L'Amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public*. Paris: Les Éditions Minuit.

Boutang, Yan Moulier (2011), *Cognitive Capitalism*. Cambridge/Malden: Polity.

Bovier, Lionel (1998), *Design in the expanded field. Interview with M/M by Lionel Bovier*. Acedido a 20 de setembro de 2021 em http://www.mmparis.com/texts/mm_bovier_en.html

Bovone, Laura (1997), “Os novos intermediários culturais”, in Carlos Fortuna (org.), *Cidade, Cultura e Globalização*. Oeiras: Celta, pp. 105-120.

Brás, Ana (2013), *Design gráfico e produção independente: a influência das convicções sociais e políticas*. Dissertação de Mestrado em Design Gráfico. Caldas da Rainha: IPL/ESAD-CR.

Braun, Erik; Lavanga, Mariangela (2007), *An International Comparative Quick Scan of National Policies for Creative Industries*. Rotterdam: EURICUR/Erasmus University Rotterdam. Acedido a 10 de novembro de 2016 em <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2009/08/26/an-international-comparitive-quick-scan-of-national-policies-for-creative-industries>

Bridgstock, Ruth S. (2005), “Australian artists, starving and wellnourished: What can we learn from the prototypical protean career?”, *Australian Journal of Career Development*, 14(3), pp. 40-48.

Bridgstock, Ruth S. (2013), “Not a dirty word: arts entrepreneurship and higher education”, *Arts and Humanities in Higher Education*, 12(2-3), pp. 122-137.

Bridgstock, Ruth; Cunningham, Stuart (2016), “Creative labour and graduate outcomes: implications for higher education and cultural policy”, *International Journal of Cultural Policy*, 22(1), pp. 10-26.

Brook, Orian; O'Brien, Dave; Taylor, Mark (2020), *Culture is bad for you. Inequality in the cultural and creative industries*. Manchester: Manchester University Press.

Brook, Scott (2015), “Creative vocations and cultural value”, in Kate Oakley e Justin O’Connor (eds.), *The Routledge Companion to the Cultural Industries*. Londres/Nova Iorque: Routledge, pp. 296-304.

Brophy, Enda (2006), “System Error: Labour Precarity and Collective Organizing at Microsoft”, *Canadian Journal of Communication*, 31(3). Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/1767/1885>

Brophy, Enda; De Peuter, Greig (2007), “Immaterial Labor, Precarity, and Recomposition”, in Catherine McKercher e Vicent Mosco (eds.), *Knowledge Workers in the Information Society*, Lanham/Boulder/Nova Iorque/Toronto/Plymouth: Lexington Books, pp. 177-191.

Brouillette, Sarah (2009), “Creative Labor”, *Mediations*, 24(2), pp. 140-149.

Brown, Brian A. (2014), “Will Work For Free: The Biopolitics of Unwaged Digital Labour”, *TripleC : Communication, Capitalism & Critique*, 12(2), pp. 694-712.

Bryson, John R.; Rusten, Grete (2011), *Design Economies and the Changing World. Economy, Innovation, Production and Competitiveness*. Londres/Nova Iorque: Routledge.

Buchanan, Richard (1992), “Wicked Problems in Design Thinking”, *Design Issues*, 8(2), 5-21.

Bugalhão, Jacinta (2017a), “Arqueólogos portugueses”, in José Morais Arnaud e Andrea Martins (coord.), *Arqueologia em Portugal / 2017 – Estado da Questão*, Lisboa: Associação dos Arqueólogos Portugueses pp. 19-31

Bugalhão, Jacinta (2017b), “O papel da mulher na arqueologia portuguesa”, *Ophiussa*, 1, pp. 123-130.

Bureau, Marie-Christine; Corsani, Antonella (dir.) (2012a), *Un salariat au-delà du salariat?*. Nancy: PUN.

Bureau, Marie-Christine; Corsani, Antonella (2012b), “La maîtrise du temps comme enjeu de lutte. L’exemple des intermittents du spectacle”, *Temporalités*, 16. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://temporalites.revues.org/2218>

Bureau, Marie-Christine; Corsani, Antonella (2017), “The French Business and Employment Cooperative: na autonomy factory?”, in Emiliana Armano, Arianna Bove e Annalisa Murgia (eds.), *Mapping Precariousness, Labour Insecurity and Uncertain Livelihoods. Subjectivities and Resistance*. Londres e Nova Iorque: Routledge, pp. 60-69.

- Buscatto, Marie (2004), “De la vocation artistique au travail musical : tensions, compromis et ambivalences chez les musiciens de jazz”, *Sociologie de l'Art*, Opus 5, pp. 35-56.
- Buscatto, Marie (2007), *Femmes du jazz. Musicalités, féminités, marginalités*. Paris: CNRS Éditions.
- Butler, Judith (2004), *Prekarious Life. The Powers of Mourning and Violence*. Londres/Nova Iorque: Verso.
- Byfield, Ted (2008), “Visual Communication”, in Michael Erlhoff e Tim Marshall (eds.), *Design Dictionary*. Basileia: Birkhäuser Basel, pp. 439-442.
- Cabral, Manuel Villaverde; Borges, Vera (2006), *Relatório Profissão: arquiteto/a. Estudo promovido pela Ordem dos Arquitectos*. Lisboa: ICS.
- Cabral, Manuel Villaverde; Borges, Vera (2010), “«Muitos são os chamados, poucos os escolhidos»: entre a vocação e a profissão de arquiteto”, in Ana Delicado, Vera Borges e Steffen Dix (orgs.), *Profissão e Vocação. Ensaio sobre grupos profissionais*. Lisboa: ICS, pp. 147-178.
- Caetano, Francisco Perfeito (2012), *Escola de Artes Decorativas Soares dos Reis. O ensino técnico artístico no Porto durante o Estado Novo (1948-1973)*. Porto: U.Porto Editorial.
- Calado, Margarida; Ferrão, Hugo (2013), “ Da Academia à Faculdade de Belas Artes”, in Sérgio Campos Matos e Jorge Ramos do Ó (coords.), *A Universidade de Lisboa nos séculos XIX-XX*. Vol. II. Lisboa: Tinta-da-China, pp. 1107-1151.
- Camanho, Luís (2008), *Plana. Publicações de periodicidade irregular*. Dissertação de Mestrado em Design da Imagem. Porto: FBAUP.
- Câmara Municipal de Barcelos (2018), “Barcelos vai ter Museu do Design Português”. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.cm-barcelos.pt/2018/11/barcelos-vai-ter-museu-do-design-portugues/>
- Câmara Municipal de Óbidos (2011), *Óbidos Local Action Plan (Summary). Creative Clusters In Low Density Urban Areas – URBACT Programme*. Óbidos: CMO/URBACT.
- Camilo, Eduardo (2004), *O cartaz partidário em Portugal (1974-1975)*. Covilhã: UBI.
- Campbell, Miranda (2013), *Out of the Basement. Youth Cultural Production in Practice and in Policy*. Montreal/Kingston/Londres/Ithaca: McGill-Queen's University Press.
- Campbell, Miranda (2015), “Creative entrepreneurship in the cultural industries”, in Alexander Dhoest, Steven Malliet, Jacques Haers e Barbara Segaeert (eds.), *The Borders*

of Subculture. Resistance and the Mainstream. Nova Iorque/Oxon: Routledge, pp. 37-54.

Campos, Luís Melo (2007), “A música e os músicos como problema sociológico”, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 78, pp. 71-94.

Campos, Luís Melo (2008), *Músicas e Músicos: Modos de Relação*. Oeiras: Celta.

Cantante, Frederico (2018), *O Mercado de Trabalho em Portugal e nos Países Europeus: Estatísticas 2018*. Lisboa: Observatório das Desigualdades/CIES-IUL.

Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://observatoriodasdesigualdade.files.wordpress.com/2018/04/o-mercado-de-trabalho-em-portugal-e-nos-paises-europeus.pdf>

Cardim, Valter (2014), *A moda em Portugal: 1960 a 1999*. Lisboa: Edições IADE.

Cardoso, Gustavo; Mendonça, Sandro (coord. científica) (2017), *Jornalistas e Condições Laborais: Retrato de uma Profissão em Transformação*. Lisboa: OBERCOM.

Cardoso, Joana Amaral (2010a), “Associações profissionais unem-se para criar uma Ordem dos Designers até 2012”, *Público*, 22 de outubro, pp. 15.

Cardoso, Joana Amaral (2010b), “O artesanato, o design e o museu que Évora não sabe se quer ter”, *Público*, 13 de novembro, pp. 24-25.

Cardoso, Joana Amaral (2011), “Os anticalhamaços do design português”, *Pública* (revista do jornal *Público*), 20 de novembro, pp. 46-47.

Cardoso, Joana Amaral (2015), “O design português é LEVE e vai passar o fim-de-semana ao Brasil”, *Público*, 5 de agosto. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.publico.pt/2015/08/05/culturaipilon/noticia/o-design-portugues-e-leve-e-vai-passar-o-fimdesemana-ao-brasil-1704100>

Cardoso, Joana Amaral (2016a), “Morreu uma “figura ímpar do design português””, *Público*, 23 de junho, pp. 38.

Cardoso, Joana Amaral (2016b), “Tudo em cerâmica: nas Caldas nasceu uma bienal e uma nova coleção de design”, *Público*, 9 de novembro. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.publico.pt/2016/11/09/culturaipilon/noticia/tudo-em-ceramica-nas-caldas-nasceu-uma-nova-bienal-e-uma-nova-colecao-de-design-1750228>

Cardoso, Joana Amaral (2017a), “ExperimentaDesign: o fim da bienal, 18 anos depois”, *Público*, 30 de setembro, pp. 30-31.

Cardoso, Joana Amaral (2017b), “O fim da bienal de design de Lisboa é ‘um acto de maturidade’”, *Público*, 9 de junho, pp. 32.

Cardoso, Paulo Ribeiro (2009), “O ensino da publicidade em Portugal - um estudo exploratório sobre a perspectiva dos estudantes, professores e profissionais”, *BOCC*, pp. 1-15. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cardoso-paulo-o-ensino-da-publicidade.pdf>

Carmo, Renato Miguel do; Cantante, Frederico (2015), “Desigualdades, redistribuição e o impacto do desemprego: tendências recentes e efeitos da crise económico-financeira”, *Sociologia, Problema e Práticas*, 77, pp. 33-51.

Carmo, Renato Miguel do; Sebastião, João; Azevedo, Joana; Martins, Susana da Cruz; Costa, António Firmino da (orgs.) (2018), *Desigualdades Sociais. Portugal e a Europa*. Lisboa: Editora Mundos Sociais.

Carmo, Renato Miguel do; Matias, Ana Rita (2019), *Retratos da Precariedade. Quotidianos e Aspirações dos Jovens Trabalhadores*. Lisboa: Tinta-da-China.

Carré, Philippe; Tiévant, Sophie (1989), “Un savoir-faire menace dans l'imprimerie et les industries graphiques: le savoir-faire dû compositeur-typographe”, in *Le Neuf et l'Ancien. Etude réalisée avec le concours des organismes suivants: Patrimoine ethnologique du Ministère de la Culture GFC-BTP, DEFI, AFMG*. Paris: Centre de Recherche sur la Culture Technique, pp. 48-77.

Carvalho, Helena Vasques de (2016), *Relatório CENA: Inquérito aos profissionais do setor*. Lisboa: CENA/STE. Acedido a 20 de julho de 2016 em <http://www.cenasindicato.org/membros/questionario.html>

Carvalho, Henrique (2018), *Publicação Independente em Portugal. A utopia do impresso no contexto digital*. Dissertação de Mestrado em Práticas Tipográficas e Editoriais Contemporâneas. Lisboa: FBAUL.

Carvalho, Isabel; Paz, Lígia; Nora, Pedro (eds.), (2010), *A Economia do Artista / The Economy of the Artist*. Porto: Braço de Ferro.

Carvalho, Luís (2013), *Knowledge Locations in Cities. Emergence and Development Dynamics*. Tese de Doutoramento. Rotterdam: Erasmus University Rotterdam.

Carvalho Paulo; Corvelo, Susana (coord.) (2013), *Blueprint Lisboa - Economia Criativa*. Lisboa: CML/INTERREG IVC.

Castanheta, Carla (2012), *Concurso Jovem Designer: um contributo para a cultura do design em Portugal*. Dissertação de Mestrado em Design de Equipamento – Especialização em Estudos de Design. Lisboa: FBAUL.

- Castel, Robert (2007), “Au-delà du salariat ou en deçà de l'emploi? L'institutionnalisation du précaire?”, in Serge Paugam (dir.), *Repenser la solidarité: l'apport des sciences sociales*. Paris: PUF, pp. 415-433.
- Castel, Robert (2009), *Les métamorphoses de la question sociale: une chronique du salariat*. Paris: Gallimard.
- Castells, Manuel (1989), *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban-Regional Process*. Oxford: Blackwell.
- Castells, Manuel (1996), *The Rise of the Network Society. Vol. I of The Information Age: Economy, Society and Culture*. Oxford: Blackwell.
- Castro, Rui Vieira de Castro (coord. geral) (2013), *Impactos, económicos e sociais, Guimarães 2012 Capital Europeia da Cultura. Relatório Executivo*. Guimarães/Braga: Universidade do Minho.
- CCDRLVT (2014), *Programa Operacional Regional de Lisboa 2014-2020*. Versão 3.0. Lisboa: CCDRLVT/MPI.
- CCDRN (2006), *NORTE 2015 Competitividade e Desenvolvimento - Uma Visão Estratégica (Versão de Trabalho)*. Porto: CCDRN/MAOTDR.
- Ceia, Aurelindo Jaime (coord.) (2014a), *José Brandão, Designer. Cultura e Prática do Design Gráfico*. Lisboa: FCG.
- Ceia, Aurelindo Jaime (2014b), “José Brandão, professor”, in Aurelindo Jaime Ceia (coord.), *José Brandão, Designer. Cultura e Prática do Design Gráfico*. Lisboa: FCG, pp. 83-124.
- CENA-STE (2017), *Estatutos do Sindicato dos Trabalhadores de Espectáculos, do Audiovisual e dos Músicos – CENA-STE*. Lisboa: CENA-STE. Acedido a 15 de abril 2021 em http://www.cena-ste.org/quemsomos/nota_historica.html
- Centeno, Maria João (2009), “A política cultural em Portugal na entrada do novo século”, in *VI Congresso SOPCOM*. Lisboa: ULHT.
- Cerezales, Diego Palacios (2011), *Portugal à Coronhada. Protesto Popular e Ordem Pública nos séculos XIX e XX*. Lisboa: Tinta-da-China.
- Chambel, Inês (2014), *A crítica de design gráfico no contexto das plataformas digitais: o blog como espaço preferencial de discussão*. Dissertação de Mestrado em Design de Comunicação e Novos Media. Lisboa: FBAUL.
- Champy, Florent (1998), *Les architectes et la commande publique*. Paris: PUF.
- Chanaud, Michel; Morin, Patrick; Remechido, Céline (dir.) (2006), *Barbara Says. Design & Designers*. Paris: Pyramid.

- Cliche, Danielle; Mitchell, Ritva; Wiesand, Andreas (2002), *Creative Europe: On the Governance and Management of Artistic Creativity in Europe. An ERICarts Report to the NEF*. Bona: ARcult Media.
- Chillas, Shiona; Marks, Abigail; Galloway, Laura (2015), “Learning to labour: an evaluation of internships and employability in the ICT sector”, *New Technology, Work and Employment*, 30(1), pp. 1-15.
- Christophers, Brett (2007) “Enframing creativity: power, geographical knowledges and the media economy”, in *Transactions of the Institute of British Geographers*, 32(2), pp. 235–247.
- Christopherson, Susan (2006), “Behind the Scenes: How Transnational Firms Are Constructing a New International Division of Labor in Media Work”, *Geoforum*, 37, pp. 739-751.
- Chupin, Jean-Pierre; Cucuzzella; Carmela; Helal, Bechara (eds.) (2015), *Architecture Competitions and the Production of Culture, Quality and Knowledge: An International Inquiry*. Montréal: Potential Architecture Books.
- Cid, Catarina de Castro (2013), *O contributo de um museu de design para a preservação da cultura popular: o MUDE - Museu de Design e da Moda, Coleção Francisco Capelo e a exposição Museu Rural do Século XXI*. Dissertação de Mestrado em Museologia e Museografia. Lisboa: FBAUL.
- Cingolani, Patrick (2014a), *Révolutions précaires. Essai sur l'avenir de l'émancipation*. Paris: La Découverte.
- Cingolani, Patrick (2014b), “Industries culturelles et précarité, ambivalences de l’ascétisme dans le monde”, in Silvia Contarini e Luca Marsi (dir.), *Précarité. Pour une critique de la société de précarité*. Paris: Presses Universitaires de Paris Ouest, pp. 33-48.
- Cingolani, Patrick (2015), *La Précarité (4e édition mise à jour)*. Paris: PUF.
- Clegg, Sue; Mayfield, Wendy (1999), “Gendered by Design: How Women’s Place in Design Is Still Defined by Gender”, *Design Issues*, 15(3), pp. 3-16.
- Clegg, Sue; Mayfield, Wendy; Trayhurn, Deborah (1999), “Disciplinary Discourses: A case study of gender in information technology and design courses”, *Gender and Education*, 11(1), pp. 43-55.
- Clough, Patricia Ticineto; Halley, Jean (eds.) (2007), *The Affective Turn: Theoring the Social*. Durham/Londres: Duke University.

- Coelho, Beatriz Dias (2015), “Morreu o designer Ricardo Mealha” *Público*, 26 de outubro, pp. 48.
- Coelho, Eduardo Prado (1999), “La politique culturelle portugaise depuis la révolution démocratique”, *Pôle Sud*, 10(1), pp. 45-57.
- Cohen, Nicole (2008), “The Valorization of Surveillance: Towards a Political Economy of Facebook”, *Democratic Communiqué*, 22(1), pp. 5-22.
- Coleman, Mathew; Grove, Kevin (2009), “Biopolitics, biopower, and the return of sovereignty”, *Environment and Planning D: Society and Space*, 27, pp. 489-507.
- Coles, Amanda (2012), *Counting Canucks: Cultural Labour and Canadian Cultural Policy*. Tese de Doutorado. Hamilton, Ontario: McMaster University.
- Coles, Amanda (2016), “Creative class politics: unions and the creative economy”, *International Journal of Cultural Policy*, 22(3), pp. 456-472.
- Comissão Europeia (2010), *LIVRO VERDE Realizar o potencial das indústrias culturais e criativas. COM (2010) 183*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- Comissão Europeia (2012a), *European Agenda for Culture & Work Plan for Culture 2011-2014. Policies and good practices in the public arts and in cultural institutions to promote better access to and wider participation in culture. Report produced by the Working Group of EU Member States Experts (Open Method of Coordination) on Better Access and Wider Participation in Culture*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- Comissão Europeia (2012b), *European Agenda for Culture & Work Plan for Culture 2011-2014. Policy Handbook on How to strategically use the EU support programmes, including Structural Funds, to foster the potential of culture for local, regional and national development and the spill-over effects on the wider economy? Report by the Working Group of EU Member States Experts (Open Method of Coordination) on Cultural and Creative Industries*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- Comunian, Roberta (2009), “Questioning creative work as driver of economic development: the case of Newcastle-Gateshead”, *Creative Industries Journal*, 2(1), pp. 57-71
- Comunian, Roberta (2011), “Rethinking the creative city: the role of complexity, networks and interactions in the urban creative economy”, *Urban Studies*, 48, pp. 1157-1179.
- Comunian, Roberta; Faggian, Alessandra; Li, Cher (2010), “Unrewarded careers in the creative class: The strange case of Bohemian graduates”, *Papers in Regional Science*, 89, pp. 389-410.

Comunian, Roberta; Faggian, Alessandra; Jewell, Sarah (2011), “Winning and losing in the creative industries. An analysis of creative graduates career opportunities across creative disciplines”, *Cultural Trends*, 20, pp. 291-308.

Comunian, Roberta; Faggian, Alessandra; Jewell, Sarah (2014a), “Embedding Arts and Humanities in the Creative Economy: The Role of Graduates in the UK”, *Environment and Planning C: Government and Policy*, 32, pp. 426-450.

Comunian, Roberta; Taylor; Calvin; Smith, David N. (2014b), “The Role of Universities in the Regional Creative Economies of the UK: Hidden Protagonists and the Challenge of Knowledge Transfer”, *European Planning Studies*, 22(12), pp. 2456-2476.

Comunian, Roberta; Gilmore, Abigail (2015), *Beyond the Creative Campus: Reflections on the evolving relationship between higher education and the creative economy*. Londres: King’s College London. Acedido em 10 de novembro 2018 em www.creative-campus.org.uk

Comunian, Roberta; Faggian, Alessandra; Jewell, Sarah (2015), “Digital Technology and Creative Arts Career Patterns in the UK Creative Economy”, *Journal of Education and Work*, 28(4), pp. 346-368.

Comunian, Roberta; Ooi, Can-Seng (2016), “Global aspirations and local talent: the development of creative higher education in Singapore”, *International Journal of Cultural Policy*, 22(1), pp. 58-79.

Conde, Idalina (1998), “Artistas e cientistas: Retrato Comum”, in José Manuel Leite Viegas e António Firmino da Costa (org.), *Portugal que Modernidade?* Oeiras: Celta, pp. 165-207.

Conde, Idalina (2001), “Women in the arts in Portugal”, in A.VV., *Boosting Gender Equality in Higher Arts Education – A Handbook*. Amesterdão: ELIA.

Conde, Idalina (2009), “Artists as Vulnerable Workers”, *CIES e-WORKING PAPER*, 71.

Conde, Idalina; Pinheiro, João (2000), “Feminisation trends and profiling the future: women in arts and media professions: Portugal”, in Danielle Cliché, Ritva Mitchell e Andreas Wiesand (orgs.), *Pyramid or Pillars – Unveiling the Status of Women in Arts and Media Professions in Europe*. Bona: ArCult Media.

Conde, Idalina; Martinho, Teresa Duarte; Pinheiro, João (2003a), “Making distinctions: conditions for women working in serious music and in (new) media arts in Portugal”,

ERICarts, *Culture-Gates. Exposing Professional 'Gate-keeping' Processes in Music and New Media Arts*. Bona: ArCult Media.

Conde, Idalina; Martinho, Teresa Duarte; Pinheiro, João (2003b), “Mulheres nas principais orquestras portuguesas”, *OBS*, 12, pp. 53-62.

Conor, Bridget (2010a), “‘Everybody’s a Writer’: Theorizing screenwriting as creative labour”, *Journal of Screenwriting*, 1(1), pp. 27-43.

Conor, Bridget (2010b), *Screenwriting as creative labour: Pedagogies, practices and livelihoods in the new cultural economy*. Tese de Doutoramento. Londres: Goldsmiths College, University of London.

Conor, Bridget (2013), “Hired hands, liars, schmucks: histories of screenwriting work and workers in contemporary screen production”, in Mark Banks, Rosalind Gill e Stephanie Taylor (ed), *Theorizing Cultural Work. Labour, continuity and change in the cultural and creative industries*. Oxon/NewYork: Routledge, pp. 44-55.

Conor, Bridget; Gill, Rosalind; Taylor, Stephanie (eds.) (2015), *Gender and Creative Labour*. West Sussex: Wiley Blackwell.

Conselho da Europa/ERICarts (2012), *Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 13th edition*. Acedido a 10 de julho de 2014 em <http://www.culturalpolicies.net/>

Conselho da Europa/ERICarts (2015), *Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 16th edition*. Acedido a 30 de setembro de 2016 em <http://www.culturalpolicies.net/web/index.php>

Constantino, João (1971), “Bibliografia”, in AA.VV., *Catálogo da 1ª Exposição de Design em Portugal*. Lisboa: INII, pp. 135-141.

Constantino, João (1973), “Bibliografia”, in AA.VV., *Catálogo da 2ª Exposição de Design em Portugal*. Lisboa: INII, pp. 236-239.

Contarini, Silvia; Marsi, Luca (dir.) (2014a), *Précariat. Pour une critique de la société de précarité*. Paris: Presses Universitaires de Paris Ouest.

Contarini, Silvia; Marsi, Luca (2014b), “Introduction”, in Silvia Contarini e Luca Marsi (dir.), *Précariat. Pour une critique de la société de précarité*. Paris: Presses Universitaires de Paris Ouest, pp. 9-18.

Correia, Marta Margarida (2010), *Capitais europeias da cultura como estratégia de desenvolvimento: o caso de Guimarães 2012*. Dissertação de Mestrado em Sociologia – Cidades e Culturas Urbanas. Coimbra: FEUC.

- Correia, Vanda Avelar (s/d), *O Design de Comunicação da Era Digital*. Acedido em 2 de maio de 2021 em <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/2078/1/O%20design%20de%20comunica%C3%A7%C3%A3o....pdf>
- Corsani, Antonella (2000), “Vers un renouveau de l'économie politique”, *Multitudes*, 2, pp. 15-24.
- Corsani, A.; Dieuaide, P.; Lazzarato, M. ; Monnier, J.-M.; Moulier-Boutang, Y.; Paulre, B.; Vercellone, C. (2001), *Le capitalisme cognitif comme sortie de la crise du capitalisme industriel. Un programme de recherche*. Paris : Matisse/CNRS/Université Paris-1.
- Corsani, Antonella; Lazzarato, Maurizio (2008), *Intermittents et précaires*. Paris : Éditions Amsterdam.
- Cortez, Paula do (2009), “Galerias e artistas na Rua Miguel Bombarda (Porto)”, in Blanca Fernández e Jesús-Pedro Lorente (eds.), *Arte en el espacio público: barrios artísticos y revitalización urbana*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, pp.82-88.
- Costa, António (2009), “O MUDE em Lisboa”, in AA.VV. *MUDE – Museu do Design e da Moda*. Lisboa: CML/MUDE, pp. 5.
- Costa, Daciano da (1998a), “Seminário Design, Inovação e Tecnologia [1990]”, in *Design e Mal-Estar*. Lisboa: CPD, pp. 27-34.
- Costa, Daciano da (1998b), “Design como Disciplina. Ensinar o Projecto [1997]”, in *Design e Mal-Estar*. Lisboa: CPD, pp. 96-101.
- Costa, Hermes Augusto (2011), “Do enquadramento teórico do sindicalismo às respostas pragmáticas”, in Elísio Estanque e Hermes Augusto Costa (orgs.), *O sindicalismo português e a nova questão social – crise ou renovação?*. Coimbra: Almedina, pp. 13-48.
- Costa, Leonor Freire; Lains, Pedro; Miranda, Susana Münch (2011), *História Económica de Portugal, 1143-2010*. Lisboa: Esfera dos Livros.
- Costa, Pedro (2000), “Centros e margens: produção e práticas culturais na Área Metropolitana de Lisboa”, *iRevista Análise Social*, XXXIV (154), pp. 957-983.
- Costa, Pedro (2007a), *A Cultura em Lisboa*. Lisboa: ICS.
- Costa, Pedro (coord.) (2007b), “Cascais Criativo”, in *Relatório Agenda 21 – Cascais 2007*. Cascais: CMC.
- Costa, Pedro (coord.) (2009), *Estratégias para a cultura em Lisboa*. Lisboa: CML.

Costa, Pedro (coord.) (2017), *Estratégias para a cultura da cidade de Lisboa 2017*. Lisboa: CML.

Costa, Pedro; Babo, Elisa Pérez (coords.) (2006), *Plano de Intervenção Estrutural do Sector Cultural no Horizonte 2007-2013*. Lisboa/Matosinhos: Dinâmia/Quatenaire Portugal – Ministério da Cultura.

Costa, Pedro; Borges, Vera; Graça, Susana (2013), “Artistic work and structural organization of theater groups in Lisbon area. Five empirical standpoints to inform public policies.”, *DINÂMIA’CET Working Paper*, 2013/02.

Costa, Pedro; Borges, Vera; Graça, Susana (2014), “Structural change and diversity in theatrical groups: An empirical study in the Lisbon area”, *Portuguese Journal of Social Science*, 13(1), pp. 33-51.

Costa, Victor (2012), *Programa INOV-ART 3ª EDIÇÃO | 2011. Relatório Final*. Lisboa: SEC/DGArtes/IEFP.

Coté, Marc; Pybus, Jennifer (2007), “Learning to Immaterial Labor 2.0: MySpace and Social Networks”, *ephemera*, 7(1), pp. 88-106.

Coté, Marc; Pybus, Jennifer (2011), “Learning to Immaterial Labour 2.0: Facebook and Social Networks”, in Michael A. Peters e Ergin Bulut (eds.), *Cognitive Capitalism, Education and Digital Labor*. Nova Iorque: Peter Lang.

Couceiro, Gonçalo (2004), *Artes e Revolução 1974-1979*. Lisboa: Livros Horizonte.

Coulangeon, Philippe (1999), *Les musiciens de jazz en France à l'heure de la réhabilitation culturelle: sociologie des carrières et du travail musical*. Paris: L'Harmattan.

Coulangeon, Philippe (2004), *Les musiciens interprètes en France: portrait d'une profession*. Paris: La Documentation Française.

Coulson, Susan (2012), “Collaborating in a competitive world: musicians’ working lives and understandings of entrepreneurship”, *Work Employment & Society*, 26(2), pp. 246-261

Coutinho, Bárbara (coord.) (2009), *Sena da Silva*. Lisboa: FCG.

Coutinho, Bárbara (coord. geral) (2015), *Como se pronuncia Design em Português?.* Lisboa/Paredes: MUDE/CMP.

Coutinho, Bárbara (2016), “Um percurso que atravessa quatro décadas da história de Portugal”, in *Designers Portugueses. Ana Salazar*. Vol. 11. (coord. José Bártolo). Matosinhos: Cardume Editores, pp. 9-31.

Coutinho, Bárbara (org.) (2017), *José Espinho. Vida e Obra | Life and Work*. Lisboa: MUDE/Caleidoscópio.

Coutinho, Bárbara; Tostões, Ana (2014), “A exposição como “obra de arte total”: O MUDE como caso de estudo”, *MIDAS*, 4. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <http://journals.openedition.org/midas/694>

Cox, George (2005), *Cox Review of Creativity in Business: Building on the UK's Strengths*. Londres: HMSO.

Craft, Anna (2001), *An Analysis of research and literatura on Creativity in Education. Report prepared for the Qualifications and Curriculum Authority*. Acedido a 20 de maio de 2021 em http://www.creativetallis.com/uploads/2/2/8/7/2287089/creativity_in_education_report.pdf

Crane, Diana (2012a), “Boundaries”, in Adam Geczy e Vicki Karaminas (eds.), *Fashion and Art*. Londres: Berg, pp. 99–110.

Crane, Diana (2012b), “La mode”, in Nathalie Heinich e Roberta Shapiro (dir.), *De l'artification. Enquêtes sur le passage à l'art*, Paris: EHESS, pp. 241-251.

Crary, Jonathan (2014), *24/7. Late Capitalism and the Ends of Sleep*. Londres/Nova Iorque: Verso.

Creative Skillset (2013), *Classifying and measuring the Creative Industries*. Londres: Creative Skillset.

Crocco, Fábio (2014), “Condições e contradições da atividade artística: reflexões sobre os profissionais da música no Brasil e em Portugal”, *Cabo dos Trabalhos*, 10. Acedido a 20 de setembro de 2021 em https://cabodostrabalhos.ces.uc.pt/n10/documentos/14.4.1_Fabio_Luiz_Tezini_Crocco.pdf

Cronin, Anne M. (2004), “Regimes of Mediation: Advertising Practitioners as Cultural Intermediaries?”, *Consumption, Markets and Culture*, 7(4), pp 349-369.

Cruz, Maria Teresa (2014) “Arte & design. Design & estética. Ou os caminhos da razão técnica”, in Emílio Távora Vilar (coord.), *Design et al. Dez Perspectivas Contemporâneas*. Lisboa: D. Quixote, pp. 119-133.

Csikszentmihalyi, Mihaly (1999), “A Systems Perspective on Creativity”, in Robert Sternberg (ed.), *Handbook of Creativity*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 313-335.

Cunningham, Stuart (2009), “Creative Industries as a Globally Contestable Policy Field”, *Chinese Journal of Communication*, 2(1), pp. 13-24.

- Cunningham, Stuart (2011), “Developments in measuring the ‘creative’ workforce”, *Cultural Trends*, 20(1), pp. 25-40.
- Curado, Renata (2013), “Centro Português de Design vai ser extinto”, *Diário de Notícias*, 30 de maio. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.dn.pt/artes/interior/centro-portugues-de-design-vai-ser-extinto-3248523.html>
- Currid, Elizabeth (2007), *The Warhol Economy. How Fashion, Art, and Music Drive New York City*. Princeton/Oxford: Princeton University Press.
- Curtin, Michael; Sanson, Kevin (eds.) (2016), *Precarious Creativity: Global Media, Local Labor*. Oakland: University of California Press.
- D'Angelo, Mario (2000), *Politiques culturelles en Europe: la problématique locale*. Estrasburgo: Editions du Conseil de l'Europe.
- Daniel, André (2011). *Design de identidades corporativas do designer Carlos Rocha*. Dissertação de Mestrado em Design de Comunicação. Lisboa: FAUTL.
- Daniel, Ryan; Daniel, Leah (2013), “Enhancing the transition from study to work: Reflections on the value and impact of internships in the creative and performing arts”, *Arts and Humanities in Higher Education*, 12(2-3), pp. 138-153.
- Davis, Charles H.; Shtern, Jeremy; Coutanche, Michael; Godo, Elizabeth Godo (2014), “Screenwriters in Toronto: Centre, Periphery, and Exclusionary Networks in Canadian Screen Storytelling”, in Jill Grant (ed.), *Seeking Talent for Creative Cities: the Social Dynamics of Innovation*. Toronto: University of Toronto Press, pp. 77-98.
- DCMS (1998), *The creative industries mapping document*. Londres: DCMS.
- DCMS (2001), *The creative industries mapping document 2001*. Londres: DCMS.
- DCMS (2013), *Classifying and Measuring the Creative Industries. Consultation on Proposed Changes*. Londres: DCMS.
- DCMS (2014), *Creative Industries: Focus on Employment*. Londres: DCMS.
- DCMS (2015), *Creative Industries Economic Estimates January 2015*. Statistical Release. Londres: DCMS.
- De Beukelaer, Christiaan (2014a), “The UNESCO/UNDP 2013 Creative Economy Report: Perks and Perils of an Evolving Agenda”, *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 44(2), pp. 90-100.
- De Beukelaer, Christiaan (2014b), “Creative industries in "developing" countries: Questioning country classifications in the UNCTAD Creative Economy Reports”, *Cultural Trends*, 23(4), pp. 232-251

- De Beukelaer, Christiaan (2015), *Developing Cultural Industries: Learning from the Palimpsest of Practice*. Amsterdão: European Cultural Foundation.
- De Beukelaer, Christiaan; O'Connor, Justin (2017), "The Creative Economy and the Development Agenda: The Use and Abuse of 'Fast Policy'", in Polly Stupples e Katerina Teaiwa (eds.), *Contemporary Perspectives on Art and International Development*. Londres: Routledge, pp. 27-47.
- De Peuter, Greig (2011), "Creative Economy and Labor Precarity: A Contested Convergence", *Journal of Communication Inquiry*, 35(4), pp. 417-425.
- De Peuter, Greig (2014a), "Confronting Precarity in the Warhol Economy. Notes from New York City", *Journal of Cultural Economy*, 7(1), pp. 31-47.
- De Peuter, Greig (2014b), "Beyond the Model Worker: Surveying a Creative Precariat", *Culture Unbound – Journal of Current Cultural Research*, 6, pp. 263-284.
- De Peuter, Greig; Cohen, Nicole S. (2015), "Emerging labour politics in creative industries", in Kate Oakley e Justin O'Connor (eds.), *The Routledge Companion to the Cultural Industries*. Londres/Nova Iorque: Routledge, pp. 305-318.
- De Peuter, Greig; Cohen, Nicole S.; Brophy, Enda (ed.) (2015), "Interrogating Internships: Unpaid Work, Creative Industries, and Higher Education". *TripleC: Communication, Capitalism & Critique*, 11(2), pp. 329–335.
- De Peuter, Greig; Cohen, Nicole; Saraco, Francesca (2017), "The ambivalence of coworking: On the politics of an emerging work practice", *European Journal of Cultural Studies*, 20(6), pp. 687-706.
- Dean, Deborah; Jones, Campbell (2003), "If women actors were working...", *Media, Culture and Society*, 25(4), pp. 527-541.
- Deniau, Marie (2014), *Étude exploratoire sur les nouvelles pratiques de mutualisation ou de coopération inter-organisationnelles dans le secteur culturel*. Rapport Définitif. Paris: Ministère de la Culture et de la Communication, Département des études, de la prospective et des statistiques.
- Design Council (2001), *Design in Britain 2001/2002*. Londres: Design Council.
- Design Council (2002), *Facts and Figures on Design in Britain 2002-2003*. Londres: Design Council.
- Design Council (2003), *Design in Britain 2003-04*. Londres: Design Council.
- Design Council (2004), *Design in Britain 2004-2005*. Londres: Design Council.
- Design Council (2008), *Design in Britain 2008: National survey of firms 2008*. Londres: Design Council.

Design Council (2010), *Design Industry Insights: Comments & Conversations on the Business of Design in the UK*. Londres: Design Council.

Design Council (2015), *The Design Economy 2015: The value of design to the UK*. Londres: Design Council.

Design Industry Voices (2009), *Design Industry Voices 2009: How it feels to work in British digital and design agencies right now*. Londres: Fairley & Associates, Gabriele Skelton & On Pointe Marketing.

Design Industry Voices (2010), *Design Industry Voices 2010: How it feels to work in British digital and design agencies right now*. Londres: Fairley & Associates, Gabriele Skelton & On Pointe Marketing.

Design Industry Voices (2011), *Design Industry Voices 2011: How it feels to work in British digital and design agencies right now*. Londres: Fairley & Associates, Gabriele Skelton & On Pointe Marketing.

Design Industry Voices (2013), *Design Industry Voices 2012: How it feels to work in British digital and design agencies right now*. Londres: Fairley & Associates, Gabriele Skelton & On Pointe Marketing.

Design Industry Voices (2014), *Design Industry Voices 2013: How it feels to work in British digital and design agencies right now*. Londres: Fairley & Associates, Gabriele Skelton & On Pointe Marketing.

Design Skills Advisory Panel (2008), *Design Blueprint: High-level skills for higher value*. Londres: Design Council / Creative & Cultural Skills.

Dias, Sara Joana (2009), *Uma viagem ao "Soho do Porto" - processos de criação identitária e gentrificação do comércio urbano em Miguel Bombarda*. Dissertação de Mestrado em Sociologia. Porto: FLUP.

DiMaggio, Paul; Hirsch, Paul M. (1976), "Production Organizations in the Arts", *American Behavioral Scientist*, 19, pp. 735-752.

Donald, Betsy; Gertler, Meric S.; Tyler, Peter (2013), "Creatives after the crash", *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 6(1), pp. 3-21.

Dorland, AnneMarie (2009), "Routinized Labour in the Graphic Design Studio", in Guy Julier e Liz Moor (eds.), *Design and Creativity. Policy, Management and Practice*. Oxford/Londres: Berg, pp. 105-121.

Dorner, Peter (1993), *Design Since 1945*, London: Thames & Hudson.

Dowling, Emma (2007), "The production of the dining experience: Measure, subjectivity and the affective worker", *ephemera*, 7(1), pp. 117-132.

- Dowling, Emma (2012), “The Waitress: On Affect, Method, and (Re)presentation”, in *Cultural Studies <=> Critical Methodologies*, XX(X), pp. 1-9.
- Dowling, Emma; Nunes, Rodrigo; Trott, Ben (eds.) (2007), “Immaterial and Affective Labour: Explored”, *ephemera*, 7(1), pp. 1-7.
- Downs, Simon (2011), *The Graphic Communication Handbook*. Londres/Nova Iorque: Routledge.
- Drake, Graham (2003), “‘This place gives me space’: place and creativity in the creative industries”, *Geoforum*, 34(4), pp. 511-524.
- Drucker, Johanna; McVarish, Emily (2009), *Graphic Design History: A Critical Guide*. Nova Jersey: Pearson/Prentice Hall.
- Duarte, Carlos (2001), “Design em Portugal nos Anos 60”, in João Paulo Martins (org.), *Daciano da Costa Designer*. Lisboa: FCG, pp. 54-61.
- Duarte, Cristina L. (2006), *Moda Portuguesa*. Lisboa: CTT.
- Duarte, Frederico (2014), “Promessas Expectativas e resultados experiências. Territórios do design contemporâneo em Portugal”, *Camões - Revista de Letras e Culturas Lusófonas*, 23, pp. 67-79.
- Duarte, Frederico (2010), “COLECTIVA É proibido proibir!”, *Arte Capital*. Acedido em 4 de julho de 2021 em <https://artecapital.net/exposicao-264-colectiva-e-proibido-proibir->
- Duarte, Frederico (2020), “Perguntas essenciais sobre museus, design e democracia em Lisboa”, *Público*, 25 de julho, pp. 36.
- Dubois, Vincent (2013), *La culture comme vocation*. Paris: Édition Raisons D’Agir.
- Dubuisson, Sophie; Hennion, Antoine (1995), “Le design industriel, entre création, technique et marché”, *Sociologie de l’art*, 8, pp. 9-30.
- Dubuisson, Sophie; Hennion, Antoine (1996), *Le Design: l’objet dans l’usage. La relation objet-usage-usager dans le travail de trois agences de design*. Paris: Presses de l’Ecole des Mines.
- Durão, Susana (2002), “O tipógrafo e o designer gráfico: classificações e identidades em comparação”, in Inês Amorim (coord.), *Qualificações, memórias e identidades do trabalho*. Lisboa: IEFP, pp. 121-139.
- Durão, Susana (2003), *Oficinas e Tipógrafos. Cultura e quotidianos de trabalho*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

- Durham, Meenakshi Gigi; Kellner, Douglas M.; (2006), “Introduction to Part I”, in Meenakshi Gigi Durham e Douglas M. Kellner (ed.), *Media and cultural studies: keywords. Revised Edition*. Malden/Oxford/Victoria: Blackwell Publishing, pp. 3-8.
- Durrer, Victoria; Miller, Toby; O’Brien, Dave (eds.) (2018), *The Routledge Handbook of Global Cultural Policy*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- Duxbury, Nancy (2004), *Creative Cities: Principles and Practices. Background paper F/47*, Ontario: Canadian Policy Research Networks.
- Duxbury, Nancy; Gillette, Eileen; Pepper, Kaija (2007), “Exploring the Cultural Dimensions of Sustainability”, in *Creative City News: Special Edition 4*. Vancouver: Creative City Network Canada. Acedido a 20 de maio de 2015 em http://www.creativecity.ca/database/files/library/Creative_City_News_E.pdf
- Duxbury Nancy; Fortuna, Carlos; Bandeirinha, José António; Peixoto, Paulo (2012), “Em torno da cidade criativa”, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 99, 5-8.
- Dyer-Witheford, Nick; De Peuter, Greig (2009), *Games of Empire. Global Capitalism and Video Games*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Dzudzek, Iris; Lindner, Peter (2015), “Performing the Creative-Economy Script: Contradicting Urban Rationalities at Work”, *Regional Studies*, 49(3), pp. 388-403.
- Edgell, Stephen (2012), *The Sociology of Work: continuity and change in paid and unpaid work. 2nd Edition*. Londres/Thousand Oaks/Nova Deli/Singapura: Sage.
- Edu-Factory e Universidad Nómada (comps.) (2010), *La universidad en conflicto. Capturas y fugas en el mercado del saber*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Ehrenberg, Alain (1991), *Le Culte de la Performance*. Paris: Éditions Calmann-Lévy.
- Eikhof, Doris Ruth (2020) “COVID-19, inclusion and workforce diversity in the cultural economy: what now, what next?”, *Cultural Trends*, 29(3), pp. 234-250.
- Eikhof, Doris Ruth; Warhurst, Chris (2013), "The promised land? Why social inequalities are systemic in the creative industries", *Employee Relations*, 35(5), pp. 495-508.
- Elzenbaumer, Bianca (2013), *Designing Economic Cultures: Cultivating Socially and Politically Engaged Design Practices Against Procedures of Precarisation*. Tese de Doutorado. Londres: Goldsmiths, University of London.
- Elzenbaumer, Bianca; Giuliani, Caterina (2014), “Designers’ inquiry: Mapping the socio-economic conditions of designers in Italy”, *ephemera*, 14(3), pp. 451-459.
- Ennis, AnneMarie (2005), *Graphic Design Practice: Impersonation, Invocation and Multiple Audiences*. Dissertação de Mestrado. Montreal: Concordia University.

- Especial, Ana Luísa (2012), *Os curadores em exposição: um grupo profissional no mundo da arte contemporânea*. Tese de Doutoramento. Lisboa: ISCTE-IUL.
- Estevens, Ana (2017), *A Cidade Neoliberal. Conflito e Arte em Lisboa e em Barcelona*. Porto: Deriva.
- Estrela, Rui (2004), *A Publicidade no Estado Novo. Volume I (1932-1959)*. Lisboa: Simplesmente Comunicando.
- Estrela, Rui (2005), *A Publicidade no Estado Novo. Volume II (1960-1973)*. Lisboa: Simplesmente Comunicando.
- Esping-Andersen, Gøsta (1990), *The Three Worlds of Welfare Capitalism*. Cambridge: Polity Press.
- Esping-Andersen, Gøsta (1993), "Orçamentos e democracia: o estado-providência em Espanha e Portugal, 1960-1986", *Análise Social*, 122, pp. 589-606.
- Esping-Andersen, Gøsta (ed.) (1996), *Welfare States in Transition: National Adaptations in Global Economies*. Londres: Sage.
- Esping-Andersen, Gøsta (1999), *Social Foundations of Postindustrial Economies*. Oxford: Oxford University Press.
- Estanque, Elísio (2008), "Sindicalismo e movimentos sociais: dilemas e perplexidades", e "Entre os velhos e os novos activismos: tensões e desafios do movimento sindical", *JANUS – Anuário de Relações Internacionais*, XX, pp. 184-187.
- Estanque, Elísio (2011), "Informalidades, precariedade e ação coletiva – luta sindical ou novos movimentos sociolaborais?" in Roberto Veras de Oliveria, Darcilene Gomes e Ivans Targino (orgs.), *Marchas e Contramarchas da informalidade do trabalho: das origens às novas abordagens*. Recife: Editora Massangana, pp. 1- 28.
- Estanque, Elísio (2012), "O Estado social em causa: Instituições, políticas sociais e movimentos sociolaborais no contexto europeu", in Filipe Carreira da Silva (org.), *Os Portugueses e o Estado-Providência. Uma Perspectiva Comparada*. Lisboa: ICS, pp. 225-266.
- Estanque, Elísio; Costa, Hermes Augusto (orgs.) (2011), *O sindicalismo português e a nova questão social – crise ou renovação?*. Coimbra: Almedina.
- Eurostat (2019), *Culture statistics — 2019 edition*. Luxemburgo: Eurostat.
- Faggian, Alessandra; Comunian, Roberta; Jewell, Sarah; Kelly, Ursula (2013), "Bohemian graduates in the UK: disciplines and location determinants of creative careers", *Regional Studies*, 47(2), pp. 183-200.

- Faggian, Alessandra; Comunian, Roberta; Li, Qian Cher (2014), “Interregional migration of human creative capital: The case of ‘Bohemian graduates’”, *Geoforum*, 55, pp. 33-42.
- Fantone, Laura (2007), “Precarious Changes: Gender and Generational Politics in Contemporary Italy”, *Feminist Review*, 87, pp.5-20.
- Farinha, Ana Margarida Dias (2011), *Bairro Alto, cultura emergente no pós-25 de Abril: um “novo design” português na década de 80*. Dissertação de Mestrado em Design. Lisboa: FAA-ULL.
- Farinha, Cristina (2002), *Ser Coreógrafo em Portugal: identidades, práticas e representações socioprofissionais*. Dissertação de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação. Lisboa: ISCTE.
- Featherstone, Mike (1991), *Consumer Culture and Postmodernism*. Londres: Sage.
- Feher, Michel (2009), “Self-Appreciation; or, The Aspirations of Human Capital”, *Public Culture*, 21(1), pp. 21-41.
- Feijó, Rui (1983), S/T, in AA.VV., *Catálogo da Grafiporto 83 – Mostra de Artes Gráficas*. Porto: SEC/DRCN, pp. 1.
- Feijó, Rui (1986), S/T, in AA.VV., *Catálogo da Grafiporto 86 – 1ª Bienal Gráfica do Porto*. Porto: SEC/DRCN, pp. 1.
- Félix, Maria João (2017), “Unidades de Investigação em Design em Portugal, Visão Estratégica e Expectativas”, in Daniel Raposo, João Neves, Francisco Pinho e José Silva (eds.), *Investigação e Ensino em Design e Música*. Vol. I. Castelo Branco: Edições IPCB, pp. 197-206.
- Félix, Pedro (2003), “O concurso “A Aldeia Mais Portuguesa de Portugal” (1938)”, in Salwa El-Shawan Castelo-Branco e Jorge Freitas Branco (orgs.), *Vozes do Povo. A Folclorização em Portugal*. Oeiras: Celta, pp.207-232.
- Felizes, Amarílis (2020a), “Artes e cultura: fragilidades antigas, combatividade renovada”, *Le Monde Diplomatique – Edição Portuguesa*, Julho, pp. 6-7.
- Felizes, Amarílis (2020b), “Trabalho nas Artes: breve guião para reconhecer direitos”, in Tânia Leão (org.), *Em Suspense. Reflexões Sobre o Trabalho Artístico, Cultural e Criativo na Era Covid-19*. Porto: ISUP/FLUP, pp. 26-30.
- Fernandes, José A. Rio (1997), *Porto, Cidade e Comércio*. Porto: Arquivo Histórico/CMP.

- Ferrão, João (2015), “Cultura e território: como tornar mais eficiente uma política ‘fraca’?”, in Pedro Costa (coord.), *Políticas Culturais para o Desenvolvimento: Conferência ARTEMREDE*. Santarém: ARTEMREDE, pp. 84-89.
- Ferrera, Maurizio; Hemerijck, Anton; Rhodes, Martin (2000), *The Future of Social Europe: Recasting Work and Welfare in the New Economy*. Oeiras: Celta.
- Ferreira, Claudino (1998), “A Exposição Mundial de Lisboa de 1998”, in *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 51, pp. 43-67.
- Ferreira, Claudino (2002a), “Intermediação cultural e grandes eventos. Notas para um programa de investigação sobre a difusão das culturas urbanas”, *Oficina do CES*, 167.
- Ferreira, Claudino (2002b), “Processos culturais e políticos de formatação de um mega-evento: Do movimento das exposições internacionais à Expo' 98 de Lisboa”, in Carlos Fortuna e Augusto Santos Silva (orgs.), *Projecto e circunstância. Culturas urbanas em Portugal*, Porto: Afrontamento, pp. 255-313.
- Ferreira, Claudino (2004), “Grandes eventos e revitalização cultural das cidades. Um ensaio problematizante a propósito das experiências da Expo'98 e da Porto 2001”, in *Territórios do Turismo*, 2. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://www.ces.uc.pt/nucleos/neccurb/media/territoriosdoturismo.pdf>
- Ferreira, Claudino (2006), *A Expo'98 e os Imaginários do Portugal Contemporâneo: Cultura, Celebração e Políticas de Representação*. Tese de Doutoramento em Sociologia. Coimbra: FEUC.
- Ferreira, Claudino (2009), “Intermediários culturais e cidade”, in Carlos Fortuna e Rogério Proença Leite (org.), *Plural de cidade: novos léxicos urbanos*. Coimbra: Almedina, pp. 319-336.
- Ferreira, Claudino (2010), "Cultura e regeneração urbana: novas e velhas agendas da política cultural para as cidades", *Tomo*, 16, pp. 29-56.
- Ferreira, Claudino (2012), “As artes, a cultura e as políticas de regeneração urbana sob a égide da agenda criativa”, in AA.VV. *Seminário Internacional Quarteirões Culturais Experiências e Desafios. Livro de Atas*. Santo Tirso: Fábrica de Santo Thyrsos / Câmara Municipal de Santo Tirso, pp. 56-60.
- Ferreira, Claudino; Gomes, Carina (2011), “A cultura, o turismo e as políticas para as cidades”, in Rui Jacinto (org.), *Patrimónios e territórios culturais*. Guarda: CEI, pp. 25-47.
- Ferreira, Claudino; Correia, André Brito; Abreu, Paula; Damásio, Sílvia; Correia, Marta (2016), *5 SENTIDOS: Estudo sobre a rede de programação cultural*. Coimbra: CES.

Ferreira, Vítor Matias (1999), “E depois da Expo’98, a cidade à beira-mar plantada?”, in Vítor Matias Ferreira e Francesco Indovina (orgs.), *A cidade da Expo’98. Uma reconversão na frente ribeirinha de Lisboa?*. Lisboa: Bizâncio, pp. 312-327.

Ferreira, Vítor Matias (2004), *Fascínio da Cidade. Memória e Projecto da Urbanidade*. Lisboa: Ler Devagar.

Ferreira, Francisco Fernandes (2017), *Trabalho igual, salário diferente. Uma análise das denúncias publicadas pela plataforma Ganhem Vergonha*. S/L: Edição de Autor.

Ferreira, Vítor Sérgio (2008), “A Condição Juvenil Portuguesa na Viragem do Milénio: Tendências Longitudinais nas Transições para a Vida Adulta”, in AA.VV. *3 Anos, 30 Ideias - Fórum Universal*. Aveiro: Universidade de Aveiro, pp. 139-154.

Ferreira, Vítor Sérgio (2014a), “Artes de Entrevistar: composição, criatividade e improvisação a duas vozes”, in Leonor Lima Torres e José Augusto Palhares, *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais da Educação*. Vila Nova de Famalicão: Húmus, pp. 165-195.

Ferreira, Vítor Sérgio (2014b), “Artes e manhas da entrevista compreensiva”, *Saúde e Sociedade*, 23(3), pp. 979-992.

Ferro, Francisco (2009), “Design em português”, in Bárbara Coutinho (coord.), *Sena da Silva*. Lisboa: FCG, pp. 180-182.

Figueiredo, António Manuel; Babo, Elisa Pérez (2015), “Territorialização das Políticas Públicas: Inovação e Cultura”, in Viriato Soromenho-Marques e Paulo Trigo Pereira (coords.) (2015), *Afirmar o Futuro. Políticas Públicas para Portugal. Vol. II: Desenvolvimento Sustentável, Economia, Território e Ambiente*. Lisboa: FCG, pp. 234-263.

Figueiredo, Fernanda Eunice (2004), “Rede Nacional de Bibliotecas Públicas: actualizar para responder a novos desafios”, *Cadernos BAD*, 1, pp. 60-73.

Fior, Robin (1999), “Grafismo Global e Local. Design Gráfico em Portugal desde 1974”, *Camões - Revista de Letras e Culturas Lusófonas*, 5, pp. 90-95.

Fior, Robin (2005), *Sebastião Rodrigues and the development of modern graphic design in Portugal*. Tese de Doutoramento. Reading: University of Reading.

Fleischmann, Katja; Daniel, Ryan (2010), “Enhancing employability through the use of real-life scenarios in digital media design education”, in Edward Peter Errington (ed.) *Preparing Graduates for the Professions Using Scenario-Based Learning*. Mt Gravatt: Post Pressed, pp. 85-96.

Fleischmann, Katja; Daniel, Ryan (2015), “The rise of the embedded designer in the creative industries”, *Journal of Education and Work*, 28(4), pp. 422-442.

Fleming, Tom (2004), “Supporting the cultural quarter? The role of the creative intermediary”, in David Bell e Mark Jayne (ed.), *City Quarters: Urban Villages in the Contemporary City*. Aldershot: Ashgate, pp. 93-108.

Flew, Terry (2002), *Beyond ad hocery: Defining Creative Industries*. Acedido a 20 de setembro de 2021 em http://eprints.qut.edu.au/256/1/Flew_beyond.pdf

Flew, Terry (2012), *The Creative Industries. Culture and Policy*. Londres/Nova Deli: Sage.

Flew, Terry; Cunningham, Stuart (2010), “Creative Industries after the First Decade of Debate”, *The Information Society: An International Journal*, 26(2), pp. 113-123.

Flichy, Patrice (1980), *Les industries de l'imaginaire. Pour une analyse économique des médias*. Grenoble: Presses Universitaire de Grenoble.

Florida, Richard (2002), *The rise of the creative class... and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Nova Iorque: Basic Books.

Florida, Richard (2005), *Cities and the creative class*. Nova Iorque/Londres: Routledge.

Florida, Richard (2007), *The flight of the creative class: the new global competition for talent*. Nova Iorque: Harper Collins.

Florida, Richard (2017), *The New Urban Crisis*. Londres: Oneworld Book.

Florida, Richard; Tinagli, Irene (2004), *Europe in the creative age*. Londres: Demos.

Fonseca, Dora (2010), “Sindicalismo de Movimento Social em Portugal: Contributos da relação entre a CGTP e os Movimentos Sociais de Precários para a renovação do Sindicalismo Português”, *Cabo dos Trabalhos*, 4. Acedido a 20 de setembro 2021 em http://cabodostrabalhos.ces.uc.pt/pdf/21_Dora_Fonseca.pdf

Fortuna, Carlos (1997), “Destradicionalização e imagem da cidade: o caso de Évora”, in Carlos Fortuna (org.), *Cidade, cultura e globalização. Ensaios de sociologia*. Oeiras, Celta, pp. 231-257.

Fortuna, Carlos; Silva, Augusto Santos (2001) “A cidade do lado da cultura: Espacialidades sociais e modalidades de intermediação cultural”, in Boaventura de

- Sousa Santos (org.), *Globalização, fatalidade ou utopia?*. Porto: Afrontamento, pp. 409-461.
- Fortuna, Carlos; Silva, Augusto Santos (orgs.) (2002) *Projecto e circunstância*. Culturas urbanas em Portugal. Porto: Afrontamento.
- Fortuna, Carlos (2004), “E Depois da Festa?” Ou Coimbra, a Cidade e a Cultura”, in Conselho da Cidade (org.), *Coimbra 2003: E depois da Festa?*. Coimbra: Almedina, pp. 84-98.
- Fortuna, Carlos; Ferreira, Claudino; Abreu, Paula (1999), “Espaço público urbano e cultura em Portugal”, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 52/53, pp. 85-117.
- Fortuna, Carlos; Ferreira, Claudino; Santos, Helena; Abreu, Paula; Peixoto, Paulo (2003), *Intermediários Culturais, Espaço Público e Cultura Urbana: Um estudo sobre a influência dos circuitos culturais globais em algumas cidades portuguesas*. Coimbra: CES.
- Fortuna, Carlos; Gomes, Carina; Ferreira, Claudino; Abreu, Paula; Peixoto, Paulo (2012), *A Cidade e o Turismo. Dinâmicas e desafios do turismo urbano em Coimbra*. Coimbra: Almedina.
- Fortuna, Carlos (coord.) (2014), *Cultura, Formação e Cidadania*. Lisboa: GEPAC/SEC.
- Fortunati, Leopoldina (2007), “Immaterial Labor and Its Machinization”, *ephemera*, 7(1), pp. 139-157.
- Foster, Hall (ed.) (1983), *Postmodern Culture*. Londres / Sydney: Pluto Press.
- Foster, Hal (2002), “Design and Crime”, in *Design and Crime (And Other Diatribes)*. Londres/Nova Iorque: Verso, pp. 13-26.
- Foucault, Michel (1994), *História da Sexualidade III. O Cuidado de Si*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Foucault, Michel (1997), *Vigiar e Punir. História da Violência nas Prisões*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Foucault, Michel (2006), *É Preciso Defender a Sociedade*. Carnaxide/Porto: Editora Livros do Brasil.
- Foucault, Michel (2008), *Segurança, Território, População*. São Paulo: Martins Fontes.
- Foucault, Michel (2010), *O Nascimento da Biopolítica*. Lisboa: Edições 70.
- Foucault, Michel (2011), “A «governamentalidade»”, in Bruno Peixe Dias e José Neves (coord.), *A Política dos Muitos. Povo, Classes e Multidão*. Lisboa: Tinta-da-China, pp. 113-135.

- Foucault, Michel (2012), “O que é a crítica? (Crítica e Aufklärung)”, *Imprópria*, 1, pp. 57-80.
- Fourastié, Jean (1979), *Les Trente Glorieuses, ou la révolution invisible de 1946 à 1975*. Paris: Fayard.
- Fraenkel, Béatrice (2012), “L’improbable artification de la typographie”, in Nathalie Heinich e Roberta Shapiro (dir.), *De l’artification. Enquêtes sur le passage à l’art*, Paris: EHESS, pp. 211-222.
- Fragoso, Margarida (2012), *Design gráfico em Portugal. Formas e expressões da cultura visual do século XX*. Lisboa: Livros Horizonte.
- França, José Augusto (2007), *Rafael Bordalo Pinheiro. O Português Tal e Qual*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Frascara, Jorge (2004), *Communication Design, Principles, Methods and Practice*. Nova Iorque: Allworth Press.
- Fraser, Nancy (2013), “Feminism, Capitalism, and the Cunning of History”, in *Fortunes of Feminism: From State-Managed Capitalism to Neoliberal Crisis*. Londres/Nova Iorque: Verso, pp. 209-226.
- Frederick, Jim (1997), “Internment Camp: The intern economy and the culture trust”, *The Baffler*, 9. Acedido a 20 de maio 2021 em <http://thebaffler.com/salvos/internment-camp>
- Freidson, Eliot (1986), “Les professions artistiques comme défi à l’analyse sociologique”, *Revue de Sociologie Française*, 27(3), pp. 431-443.
- Freidson, Eliot (1990), “Labors of love: a prospectus”, in Kai Erikson e Steven Peter Vallas (eds.), *The Nature of Work. Sociological Perspectives*. New Haven: Yale University Press, pp. 149-161.
- Frenette, Alexandre (2013), “Making the Intern Economy: Role and Career Challenges of the Music Industry Intern”, *Work and Occupations*, 40(4), pp. 364-397.
- Friedman, Sam; O’Brien, Dave; Laurison, Daniel (2016), “‘Like Skydiving without a Parachute’: How Class Origin Shapes Occupational Trajectories in British Acting”, *Sociology*, 28, pp. 1-19.
- Fröbel, Folker; Heinrichs, Jürgen; Kreye, Otto (1981), *The New International Division of Labour*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fuad-Luke, Alastair (2009), *Design Activism: Beautiful Strangeness for a Sustainable World*. Londres: Earthscan.

- Fuchs, Christian (2010), “Labor in informational capitalism and on the internet”, *The Information Society*, 26(3), pp. 179-196.
- Fuchs, Christian (2011a), “Cognitive capitalism or informational capitalism? The role of class in the information economy”, in Michael Peters e Ergin Bulut (eds.), *Cognitive capitalism, education and digital labor*. Nova Iorque: Peter Lang, pp. 75-119.
- Fuchs, Christian (2011b), “Web 2.0, Prosumption, and Surveillance”, *Surveillance and Society*, 8(3), pp. 288-309.
- Fuchs, Christian; Sandoval, Marisol (2015), “Trabalhadores digitais do mundo inteiro uni-vos: teorizando e analisando criticamente o trabalho digital”, *Parágrafo*, 3(2), pp. 27-50.
- Fundação de Serralves (2008) *Estudo Macroeconómico para o desenvolvimento de um ‘cluster’ de Indústrias Criativas na Região Norte*. Porto: Fundação de Serralves.
- Galloway, Susan; Dunlop, Stewart (2007), “A Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy”, *International Journal of Cultural Policy*, 13(1), pp. 17-31.
- Gandini, Alessandro (2013), *The Reputation Economy Creative Labour and Freelance Networks*. Tese de Doutoramento em Sociologia. Milão: Università Degli Studi di Milano.
- Gandini, Alessandro (2015), “The rise of coworking spaces: A literature review”, *ephemera*, 15(1), pp 193-205.
- Gandini, Alessandro (2016), *The Reputation Economy: Understanding Knowledge Work in Digital Society*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Garcia, José Luís (1994), “Principais Tendências de Evolução do Universo dos Jornalistas Portugueses”, *Vértice*, 60, pp. 231-240.
- Garcia, José Luís (1997), *Segundo Inquérito Nacional aos Jornalistas Portugueses, Resumos das Principais Tendências*. Lisboa: Sindicato dos Jornalistas.
- Garcia, José Luís (org.) (2009), *Estudos Sobre os Jornalistas Portugueses: Metamorfoses e Encruzilhadas no Limiar do Século XX*, Lisboa: ICS.
- Garcia, José Luís (coord.) (2014), *Mapear os recursos, Levantamento da legislação, Caracterização dos atores, Comparação internacional*. Lisboa: GEPAC/SEC.
- Garcia, José Luís (coord.) (2020). *O choque tecno-liberal, os media e o jornalismo: estudos críticos sobre a realidade Portuguesa*. Lisboa: Almedina.
- Garcia, José Luís; Lopes, João Teixeira; Martinho, Teresa Duarte; Neves, José Soares; Gomes, Rui Telmo; Borges, Vera (2016), “Mapping cultural policy in Portugal: From

incentives to crisis”, *International Journal of Cultural Policy*, DOI: 10.1080/10286632.2016.1248950, pp. 1-17.

Garnham, Nicholas (1990), “Public Policy and the Cultural Industries”, in *Capitalism and Communication. Global Culture and the Economics of Information*. Londres / Newbury Park / Nova Deli: Sage, pp. 154-168.

Garnham, Nicholas (2005), “From Cultural to Creative Industries. An Analysis of the Implications of the ‘Creative Industries’ Approach to Arts and Media Policy Making in the United Kingdom”, *International Journal of Cultural Policy*, 11, (1), pp. 15-29.

Gaspar, Cristina (2010), *Artes Gráficas e Design de Comunicação em Portugal. As Artes Gráficas ao Serviço do Estado Novo (1926-1950)*. Dissertação de Mestrado em História de Arte. Lisboa: FCSH-UNL.

George, João Pedro (2013), “Cultura portuguesa: mutações e persistências”, in Marina Costa Lobo (coord.), *Portugal e a Europa: novas cidadanias*. Lisboa/Bruxelas: FFMS/Comissão Europeia, pp.183-219.

GEPAC (2020a), *Nota Estatística 01/2020: Emprego no Setor Cultural*. Lisboa: GEPAC/ MC. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://www.gepac.gov.pt/estatisticas-e-estudos/estatisticas.aspx?cpp=1>

GEPAC (2020b), *Nota Estatística 02/2020: Ensino Superior e Setor Cultural*. Lisboa: GEPAC/MC. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://www.gepac.gov.pt/estatisticas-e-estudos/estatisticas.aspx?cpp=1>

Gibson, Chris (2015), “Negotiating Regional Creative Economies: Academics as Expert Intermediaries Advocating Progressive Alternatives”, *Regional Studies*, 49(3), pp. 476-479.

Giddens, Anthony (1992), *As Consequências da Modernidade*. Oeiras: Celta.

Giddens, Anthony (1994), *Modernidade e Identidade Pessoal*. Oeiras: Celta.

Gill, Rosalind (2002), “Cool, creative and egalitarian? Exploring gender in project-based new media work in Europe”, *Information, Communication and Society*, 5(1), pp. 70-89.

Gill, Rosalind (2007), *Technobohemians or the New Cybertariat?*. Amsterdão: Institute of Network Cultures.

Gill, Rosalind (2010), “Life is a pitch: Managing the self in new media work”, in Mark Deuze (ed.), *Managing Media Work*. Thousand Oaks/Nova Deli/Londres: Sage, pp. 249-262.

- Gill, Rosalind (2014a) “Academics, cultural workers and critical labour studies”, *Journal of Cultural Economy*, 7(1), pp. 12-30.
- Gill, Rosalind (2014b), “Unspeakable Inequalities: Post Feminism, Entrepreneurial Subjectivity, and the Repudiation of Sexism among Cultural Workers”, *Social Politics*, 21(4), pp. 509-528.
- Gill, Rosalind; Pratt, Andy C. (2008), “In the social factory? Immaterial labour, precariousness and cultural work”, *Theory, Culture & Society*, 25 (7-8), pp. 1-30.
- Gill, Rosalind; Pratt, Andy C.; Virani, Tarek E. (2019), *Creative Hubs in Question. Place, Space and Work in the Creative Economy*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Gilmore, Abigail; Comunian, Roberta (2016), “Beyond the campus: higher education, cultural policy and the creative economy”, *International Journal of Cultural Policy*, 22(1), pp. 1-9.
- Glaveanu, Vlad Petre (2010), “Creativity As Cultural Participation”, *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 41(1), pp. 48-67.
- Glow, Hilary; Minaham, Stella; Gahan, Peter (2005), *Dying in the Arts; Creativity as Metaphor*. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <http://dro.deakin.edu.au/eserv/DU:30005735/glow-dyinginthearts-2005.pdf>
- Gomes, Alexandra Cruchinho (2003), *Design em Portugal. Qualidade e Ensino*. Castelo Branco: IPCB.
- Gomes, Rui Telmo (2013). *Fazer música underground: estetização do quotidiano, circuitos juvenis e ritual*. Tese de Doutoramento em Sociologia. Lisboa: ISCTE-IUL.
- Gomes, Rui Telmo; Lourenço, Vanda; Martinho, Teresa Duarte (2005a), “A feminized labour market: professional opportunities and constraints in book publishing in Portugal”, in Danielle Cliché e Andreas Wiesand (orgs.), *Culture Biz: Locating Women as Film and Book Publishing Professionals in Europe*. Bona: ArCult Media.
- Gomes, Rui Telmo; Lourenço, Vanda; Martinho, Teresa Duarte (2005b), “Professional careers in cinema production in Portugal: different contexts, generations and gender”, in Danielle Cliché e Andreas Wiesand (orgs.), *Culture Biz: Locating Women as Film and Book Publishing Professionals in Europe*. Bona: ArCult Media.
- Gomes, Rui Telmo; Lourenço, Vanda; Martinho, Teresa Duarte (2006), *Entidades Culturais e Artísticas em Portugal*. Lisboa: OAC.
- Gomes, Rui Telmo; Martinho, Teresa Duarte (2009), *Trabalho e Qualificação nas Atividades Culturais: Um Panorama em Vários Domínios*. Lisboa: OAC.

- Gomes, Rui Telmo; Lourenço, Vanda (2009), *Democratização Cultural e Formação de Públicos: Inquérito aos “Serviços Educativos” em Portugal*. Lisboa: OAC.
- Gomes, Sandra Pinto (2000), *A Construção da Profissionalização dos Arquitectos em Portugal. Um Estudo sociológico*. Dissertação de Mestrado. Lisboa: ISCTE.
- Gonçalves, António Santos (1982), “Design Industrial, Qualidade, Criatividade”, in AA.VV. *Design & Circunstância*. Lisboa: APD, pp. 18-20.
- Gonzaga, Susana (2012), *From a Design Museum Towards a European Cultural Place – The Design Milieu. Strategies for European Design Culture in the globalization era*. Tese de Doutoramento em Design. Milão: Politecnico Milano.
- Gorz, André (2005), *O Imaterial. Conhecimento, Valor e Capital*. São Paulo: Annablume Editora.
- Governo de Portugal (1976), *Programa do I Governo Constitucional*. Acedido a 20 de maio de 2021 em <https://www.historico.portugal.gov.pt/media/464012/GC01.pdf>
- Governo de Portugal (2005), *Programa do XVII Governo Constitucional*. Acedido a 20 de maio de 2021 em <https://www.historico.portugal.gov.pt/media/464060/GC17.pdf>
- Governo de Portugal (2009), *Programa do XVIII Governo Constitucional*. Acedido a 20 de maio de 2021 em <https://www.historico.portugal.gov.pt/media/468569/gc18.pdf>
- Governo de Portugal (2011), *Programa do XIX Governo Constitucional*. Acedido a 20 de maio de 2021 em https://www.historico.portugal.gov.pt/media/130538/programa_gc19.pdf
- Governo de Portugal (2015), *Programa do XXI Governo Constitucional*. Acedido a 20 de maio de 2021 em <https://www.portugal.gov.pt/ficheiros-geral/programa-do-governo-pdf.aspx>
- Governo de Portugal (2019), *Programa de XXII Governo Constitucional*. Acedido a 20 de maio de 2021 em <https://www.portugal.gov.pt/gc22/programa-do-governo-xxii/programa-do-governo-xxii-pdf.aspx?v=%C2%ABmlkvi%C2%BB=54f1146c-05ee-4f3a-be5c-b10f524d8cec>
- Graeber, David (2002), “The new anarchists”, *New Left Review*, 13, pp. 61-73.
- Grant, Jill L.; Buckwold, Benjamin (2013), “Precarious creativity: immigrant cultural workers”, *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 6(1), pp. 1-17.
- Gratton, Johnnie; Sheringham, Michael (eds.) (2005), *The Art of the Project: Projects and Experiments in Modern French Culture*. Oxford: Berghahn Books.

- Gray, Herman (2016), “Precarious Diversity: Representation and Demography”, in Michael Curtin e Sanson, Kevin (eds.), *Precarious Creativity: Global Media, Local Labor*. Oakland, University of California Press, pp. 241-253.
- Greenfield, Adam (2017), *Radical Technologies. The Design of Everyday Life*. Londres/Nova Iorque: Verso.
- Grefé, Richard (2015), “Against Crowdsourcing Logo Design: an Open Letter From AIGA to the Tokyo Olympic Committee”, *AIGA Eye on Design*, 8 de dezembro. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://eyeondesign.aiga.org/against-crowdsourcing-logo-design-an-open-letter-from-aiga-to-the-tokyo-olympic-committee/>
- Grefe, Xavier (1999), *L'emploi culturel à l'âge du numérique*. Paris: Economica.
- Grefe, Xavier (2002a), *Arts et artistes au miroir de l'économie*. Paris, Economica.
- Grefe, Xavier (2002b), “Les nouvelles données de l'emploi culturel”, *OBS*, 11, pp. 15-25.
- Grefe, Xavier (2007), *Artistes et marchés*. Paris: La Documentation Française.
- Grefe, Xavier (2012), *L'artiste-entreprise*. Paris: Dalloz.
- Gregg, Melissa (2010), “On Friday Night Drinks: Workplace Affects in the age of the Cubicle”, in Melissa Gregg e Gregory J. Seigworth (eds.), *The Affect Theory Reader*. Durham/Londres: Duke University Press, pp. 250-268.
- Gregg, Melissa (2011), *Work's Intimacy*. Cambridge: Polity Press.
- Groys, Boris (2002), “The Loneliness of the Project”, *New York Magazine of Contemporary Art and Theory*, 1(1). Acedido a 25 de fevereiro de 2016 em <http://ny-magazine.org/PDF/Issue%201.1.%20Boris%20Groys.pdf>
- Grugulis, Irena; Stoyanova, Dimitrinka (2009), “‘I Don't Know Where You Learn Them': Skills in Film and TV”, in Alan McKinlay e Chris Smith (eds.), *Creative Labour: working in the creative industries*. Hampshire/Nova Iorque: Palgrave Macmillan, pp. 135-155.
- Grugulis, Irena; Stoyanova, Dimitrinka (2012), “Social Capital and Networks in Film and TV: Jobs for the Boys?”, *Organization Studies*, 33(10), pp. 1311-1331.
- Guerra, Paula (2010), *A Instável Leveza do Rock – Gênese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal (1980-2010)*. Tese de Doutoramento em Sociologia. Porto: FLUP.
- Guerra, Paula (2013), “Cluster das Indústrias Criativas do Norte de Portugal”, *Revista da Faculdade de Letras – Geografia – Universidade do Porto*, 3(2), pp. 249-268.

- Guerra, Paula (2016). “Keep it rocking: The social space of Portuguese alternative rock (1980-2010)”, *Journal of Sociology*, 52(4), pp. 615–630.
- Guerra, Paula (2021), “So close yet so far: DIY cultures in Portugal and Brazil”, *Cultural Trends*. DOI: 10.1080/09548963.2021.1877085
- Guimarães, Regina (2017), *Desobedecer às indústrias culturais*. Porto: Deriva.
- Hahn, Julia (2010), *Creative Cities and (Un)Sustainability – Cultural Perspectives*. Cultura 21. Acedido a 20 de setembro de 2021 em http://magazin.cultura21.de/data/magazin-cultura21-de_addwp/2011/02/Julia-Hahn-c21-ebook-vol3.pdf
- Han, Byung-Chul (2014), *A Sociedade do Cansaço*. Lisboa: Relógio D’Água.
- Han, Byung-Chul (2015), *Psicopolítica*. Lisboa: Relógio D’Água.
- Hardt, Michael (1999), “Affective Labor”, *boundary 2*, 26(2), pp. 89-100.
- Hardt, Michael; Negri, Antonio (2004), *Império*. Lisboa: Editora Livros do Brasil.
- Hardt, Michael; Negri, Antonio (2005), *Multidão. Guerra e Democracia na Era do Império*. Porto: Campo das Letras.
- Hardt, Michael; Negri, Antonio (2009), *Commonwealth*. Cambridge: Harvard University Press.
- Harney, Stefano (2010), “Unfinished business: labour, management and the creative industries”, *Cultural Studies*, 24(3), pp. 431-444.
- Hartley, John; Potts, Jason; Cunningham, Stuart; Flew, Terry; Keane, Michael; Banks, John (2013), “Design”, in *Key Concepts in Creative Industries*. Los Angeles / Londres / Nova Deli / Singapore / Washington DC: Sage, pp. 81-84.
- Harvey, David (1992), *The Condition of Postmodernity – An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Cambridge/Oxford: Blackwell Publishers.
- Harvey, David (2005), *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Harvey, Lee; Blackwell, Alison (1999), “Gender Bias in Incomes of UK Art and Design Graduates”, *Industry and Higher Education*, 13(5), pp. 323-329.
- Hearn, Greg; Bridgstock, Ruth; Goldsmith, Ben; Rodgers, Jess (2014), *Creative Work Beyond Creative Industries. Innovation, Employment and Education*. Cheltenham / Northampton: Edward Elgar.
- Heartfield, James (2008), “Creativity as ideology”, *Renewal: a Journal of Labour Politics*, 16(2), pp. 28-34.

Heinich, Nathalie (2004), *La sociologie de l'art. Nouvelle Édition*. Paris: La Découverte.

Heinich, Nathalie (2007a), *Pourquoi Bourdieu*. Paris: Éditions Gallimard.

Heinich, Nathalie (2007b), *Soumission-transgression. Conference par Nathalie Heinich, sociologue, directeur de recherché au CNRS, 19 décembre 2006*. Échirolles: Centre du Graphisme. Acedido a 30 de novembro de 2017 em <http://www.graphisme-echirolles.com/pdf/conferences/heinich.pdf>

Heinich Nathalie; Shapiro, Roberta (2012), “Postface. Quand y a-t-il artification?”, in Nathalie Heinich e Roberta Shapiro (dir.), *De l'artification. Enquêtes sur le passage à l'art*, Paris: EHESS, pp. 267-299.

Heitor, Manuel; Horta, Hugo (2015), “Bolonha em Portugal e o desafio da democratização do acesso ao conhecimento: a Reforma do Ensino Superior em 2006-2010”, in Maria de Lurdes Rodrigues e Manuel Heitor (orgs.), *40 Anos de Políticas de Ciência e de Ensino Superior*. Coimbra: Almedina, pp. 558-590.

Heller, Steven (1998), “The Attack of the Designer Authorpreneur: An equation for the future: author plus entrepreneur equals”, *AIGA Journal of Graphic Design*, 16, pp. 35-36.

Heller, Steven; Talarico, Lita (2008), *The Design Entrepreneur: Turning Graphic Design Into Goods that Sell*. Beverly: Rockport Publishers.

Hennion, Antoine (1981), *Les Professionnels du disque. Une sociologie des variétés*. Paris: Métailié

Hennion, Antoine (1983), “The production of success: an anti-musicology of the pop son”, in *Popular Music*, 3, pp. 159-193.

Hennion, Antoine (1989), “An intermediary between production and consumption: the producer of popular music”, *Science, Technology and Human Values*, 14, pp. 400- 423.

Hennion, Antoine; Méadel Cecile (1989), “The Artisans of Desire: The Mediation of Advertising between Product and Consumer”, *Sociological Theory*, 7(2), pp. 191-209.

Henriques, Eduardo Brito (1996), *A Lisboa turística, entre o imaginário e a cidade. A construção de um lugar turístico urbano*. Lisboa: Edições Colibri.

Henriques, Eduardo Brito (2002), “Novos desafios e orientações das políticas culturais: tendências nas democracias desenvolvidas e especificidades no caso português”, *Finisterra*, XXXVII (73), pp. 61-80.

Hesmondhalgh, David (2000), “Alternative Media, Alternative Texts? Rethinking democratization in the cultural industries”, in James Curran (ed.), *Media Organizations in Society*. Londres: Arnold, pp. 107-123.

Hesmondhalgh, David (2008), “Cultural and Creative Industries”, in Tony Bennett e John Frow (eds), *The SAGE Handbook of Cultural Analysis*. Londres/Thousand Oaks/New Delhi/ Singapore: Sage, pp. 552-569.

Hesmondhalgh, David (2010), “User-generated content, free labour and the cultural industries”, *ephemera*, 10(3/4), pp. 267-284.

Hesmondhalgh, David (2013), *The Cultural Industries. 3rd Edition*. Los Angeles/Londres/Nova Deli/Singapore/Washington DC: Sage.

Hesmondhalgh, David; Baker, Sarah (2008), “Creative Work and Emotional Labour in the Television Industry””, *Theory, Culture & Society*, 25(7-8), pp. 97-118.

Hesmondhalgh, David; Baker, Sarah (2010), “‘A very complicated version of freedom’: Conditions and experiences of creative labour in three cultural industries”, *Poetics*, 38(1), pp. 4-20.

Hesmondhalgh, David; Baker, Sarah (2011), *Creative Labour: Media Work in Three Cultural Industries*. Oxon/ Nova Iorque: Routledge.

Hesmondhalgh, David; Nisbett, Melissa; Oakley, Kate; Lee, David (2015), “Were New Labour’s cultural policies neo-liberal?”, *International Journal of Cultural Policy*, 21(1), pp. 97-114.

Hewison, Robert (2011), “Creative Britain”: myth or monument?”, *Cultural Trends*, 20(3-4), pp. 235-242.

Hewison, Robert (2014), *Cultural Capital. The Rise and Fall of Creative Britain*. Londres: Verso.

Higgs, Peter L.; Cunningham, Stuart D.; Hearn, Gregory N.; Adkins, Barbara A.; Barnett, Karen R. (2005), *The Ecology of Queensland Design. A report in the Mapping Queensland’s Creative Industries Series*. Kelvin Grove: CIRAC/Queensland University of Technology.

Higgs, Peter; Cunningham, Stuart; Bakhshi, Hasan (2008), *Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom*. Londres: NESTA.

Hill, Katie; Julier, Guy (2009), “Design, Innovation and Policy at Local Level”, in Guy Julier e Liz Moor (eds.), *Design and Creativity. Policy, Management and Practice*. Oxford/Londres: Berg, pp. 57-73.

- HKU (2010), *The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries*. Utrecht: Hogeschool voor de Kunsten Utrecht.
- Horta, Bruno (2019), “MUDE não deverá abrir portas antes de 2020”, *Observador*, 16 de janeiro. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://observador.pt/2019/01/16/mude-nao-devera-abrir-portas-antes-de-2020/>
- Huet, Armel; Ion, Jacques; Lefèbvre, Alain; Miège, Bernard; Peron, René (1978), *Capitalisme et industries culturelles*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Huws, Ursula (2003), *The Making of a Cybertariat: Virtual Work in a Real World*. Nova Iorque: Monthly Review Press.
- Huws, Ursula (2006-07), “The spark in the engine: creative workers in a global economy”, *Work organisation, labour & globalisation*, 1(1), pp. 1-12.
- Huws, Ursula (2014), *Labor in the Global Digital Economy. The Cybertariat Comes of Age*. Nova Iorque: Monthly Review Press.
- ico-D (2013), *Best Practice Paper: soliciting work from professional designers*. Montréal: ico-D. Acedido a 10 de novembro de 2017 em http://www.ico-d.org/database/files/library/IcoD_BP_SolicitingWork.pdf
- ico-D (2015), *Press Release: capital D for design value and best (not spec) practices*. Montréal: ico-D. Acedido a 10 de novembro de 2017 em http://www.ico-d.org/database/files/library/PR_Canada150_logo_8jul2015.pdf
- IETM (2020), *Rescue the arts: plea to national governments*. Bruxelas: IETM. Acedido a 20 de setembro de 2021 em https://www.ietm.org/sites/default/files/attachements/news/rescue_the_arts_plea_to_national_governments_en_-_new_version.pdf
- IIDA (2016), *Design & Diversity: Executive Report*. Chicago: IIDA. Acedido a 20 de maio de 2017 em http://www.iida.org/resources/content/7/8/5/2/documents/Industry-Roundtable-19_v5.pdf
- INE (2009), *Estatísticas da Cultura 2008*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- INE (2017), *Estatísticas da Cultura 2016*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- INE (2019), *Estatísticas da Cultura 2018*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- INTELI (2011), *Creative-based Strategies in Small and Medium-sized Cities: Guidelines for Local Authorities. Final output of the URBACT project “Creative Clusters in urban areas of low density”*. Lisboa: INTELI.
- Jayne, Mark (2005), “Creative Industries: The Regional Dimension?”, *Environment and Planning C: Government and Policy*, 23 (4), pp. 537-556.

- Jakob, Doreen; van Heur, Bas (2015), “Editorial: Taking Matters into Third Hands: Intermediaries and the Organization of the Creative Economy”, *Regional Studies*, 49(3), pp. 357-361.
- Jameson, Frederic (1991), *Postmodernism or the cultural logic of the late capitalism*. Londres/Nova Iorque: Verso.
- Jessop, Bob (1993), “Toward a Schumpeterian Workfare State? Preliminary Remarks on Post-Fordist Political Economy”, *Studies in Political Economy*, 40, pp. 7-39.
- Jobling, Paul; Crowley, David (1996), *Graphic design. Reproduction and representation since 1800*. Manchester/Nova Iorque: Manchester University Press.
- Jones, Sam (2016), “Sun, surf and low rents: why Lisbon could be the next tech capital”, *The Guardian*, 29 de outubro. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.theguardian.com/world/2016/oct/29/lisbon-web-summit-sun-surf-cheap-rents-tech-capital>
- Julier, Guy (2004), *Design Since 1900*. Londres: Thames & Hudson.
- Julier, Guy (2005), “Urban Designscapes and the Production of Aesthetic Consent”, *Urban Studies*, 42(5/6), pp. 869-887.
- Julier, Guy (2008), *The Culture of Design (Second Edition)*. Londres: Sage.
- Julier, Guy (2009), “Design and Political Economy in the UK”, *Knowledge, Technology & Policy*, 22(4), pp. 217-225.
- Julier, Guy (2010a), “Más allá de los márgenes: la historia del diseño, transnacionalización y globalización”, in Isabel Campi (Ed.), *Diseño e Historia: tiempo, lugar y discurso*. Barcelona & Cidade do México: Designio, pp.117-126.
- Julier, Guy (2010b), “Playing the System: design consultancies, professionalisation and value”, in Barbara Townley e Nic Beech (eds.), *Managing Creativity: Exploring the Paradox*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 237-259.
- Julier, Guy (2013a), “Introduction: Material Preference and Design Activism”, *Design and Culture*, 5(2), pp. 145-150.
- Julier, Guy (2013b), “From Design Culture to Design Activism”, *Design and Culture*, 5(2), pp. 215-236.
- Julier, Guy (2017), *Economies of Design*. Londres/Thousand Oaks/Nova Deli/Singapore: Sage.
- Julier, Guy; Moor, Liz (eds.) (2009a), *Design and Creativity. Policy, Management and Practice*. Oxford/Londres: Berg.

Julier, Guy; Moor, Liz (2009b), “Conclusion: Counting Creativity”, in Guy Julier e Liz Moor (eds.), *Design and Creativity. Policy, Management and Practice*. Oxford/Londres: Berg, pp. 256-272.

Julier, Guy; Leerberg, Malene (2014) “Kolding – We For Design Life: embedding a new design culture into urban regeneration”, *The Finnish Journal of Urban Studies*, 52(2), pp. 39-56.

Just, Daniel (2016), “A Biopolitics of Immaterial Labor”, *Political Studies*, 64(2), pp. 401-416.

Kagan, Sacha; Hahn, Julia (2011), “Creative Cities and (Un)Sustainability: From Creative Class to Sustainable Creative Cities”, *Culture and Local Governance/Culture et gouvernance locale*, 3(1-2), pp. 11-27.

Kagan, Sacha; Verstraete, Katelijjn (eds.) (2011), *Sustainable Creative Cities: the role of the arts in globalised urban contexts*. Singapore: Asia Europe Foundation. Acedido a 20 de maio de 2016 em http://www.asef.org/images/docs/CCS4_SustainableCreativeCities_report.pdf

Kaufmann, Jean-Claude (1996), *L'Entretien Compréhensif*. Paris: Éditions Nathan.

Kaygan, Pınar (2016), “Gender, Technology, and the Designer’s Work: A Feminist Review”, *Design and Culture*, 8(2), pp. 235-252.

Kaygan, Pınar; Demir, Özümcan (2017), “The Cost of 'Free' in Freelance Industrial Design Work: The Case of Turkey”, *The Design Journal*, 20(4), pp. 493-510.

KEA European Affairs (2006), *The Economy of Culture in Europe. Study prepared for the European Comission (Directorate-General for Education and Culture)*. Bruxelas: KEA European Affairs.

KEA European Affairs (2019), *Impulse Paper on the Role of Cultural and Creative Sectors in Innovating European Industry*. Luxemburgo: Publications Office of the European Union. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/cd264783-3977-11e9-8d04-01aa75ed71a1>

KEA European Affairs e PPMI (2019), *Research for CULT Committee – Culture and creative sectors in the European Union key future developments, challenges and opportunities*. Bruxelas: Parlamento Europeu. Acedido a 20 de setembro de 2021 em [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629203/IPOL_STU\(2019\)629203_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629203/IPOL_STU(2019)629203_EN.pdf)

Kennedy, Helen (2012), *Net Work. Ethics and Values in Web Design*. Hampshire/ Nova Iorque: Palgrave Macmillan.

Kern, Philippe (2020), *The impact of the COVID-19 pandemic on the Cultural and Creative Sector. Report for the Council of Europe*. Estrasburgo: Conselho da Europa. Acedido a 20 de setembro de 2021 em https://keanet.eu/wp-content/uploads/Impact-of-COVID-19-pandemic-on-CCS_COE-KEA_26062020.pdf.pdf

Kimbell, Lucy (2009), “The Turn to Service Design”, in Guy Julier e Liz Moor (eds.) (2009), *Design and Creativity. Policy, Management and Practice*. Oxford/Londres: Berg, pp.157-173.

Kimbell, Lucy (2011), “Rethinking Design Thinking: Part I”, *Design and Culture*, 3(3), pp. 285-306.

Kimbell, Lucy (2012), “Rethinking Design Thinking: Part II”, *Design and Culture*, 4(2), pp. 129-148.

Kimbell, Lucy (2014), *The Service Innovation Handbook: Action-oriented Creative Thinking Toolkit for Service Organisations*. Amsterdão: BIS.

Kimbell, Lucy (2015), *Applying Design Approaches to Policy Making: Discovering Policy Lab*. Brighton: University of Brighton. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <https://researchingdesignforpolicy.wordpress.com/>

Kingsnorth, Paul (2003), *One No, Many Yeses: A Journey to the Heart of the Global Resistance Movement*. Londres: Free Press.

Kirchberg, Volker; Kagan, Sacha (2013), “The roles of artists in the emergence of creative sustainable cities: Theoretical clues and empirical illustrations”, *City, Culture and Society*, 4(3), pp. 137-152.

Kompatsiaris, Panos (2015), “Art Struggles: Confronting Internships and Unpaid Labour in Contemporary Art”, *TripleC: Communication, Capitalism & Critique*, 13(2), pp. 554-566.

Kong, Lily (2014), “From cultural industries to creative industries and back? Towards clarifying theory and rethinking policy”, *Inter-Asia Cultural Studies*, 15(4), pp. 593-607.

Kong Lily; O'Connor, Justin (eds.) (2009), *Creative Cities: Asian-European Perspectives*. Heidelberg: Springer.

Kovács, Ilona (org.) (2005), *Flexibilidade de Emprego. Riscos e Oportunidades*. Oeiras: Celta.

- Kunst, Bojana (2015), *Artist at Work, Proximity of Art and Capitalism*. Winchester/Washington: Zero Books.
- Kunzmann, Klaus R. (2004), “Culture, creativity and spatial planning”, *TPR*, 75(4), pp. 383-404.
- Kurant, Agnieszka; Sowa, Jan; Szadkowski, Krystian (2014), “Afterword: Do we need a Lab? Capture, Exploitation and Resistance in Contemporary Creative Communities”, in Michal Kozlowski, Agnieszka Kurant, Jan Sowa, Krystian Szadkowski e Jakub Szreder (eds.), *Joy Forever : The Political Economy of Social Creativity*. Varsóvia/Londres: Free/Slow University of Warsaw/May Fly, pp. 249-258.
- Lacroix, Jean-Guy (1986), “Pour une théorie des industries culturelles”, *Cahiers de recherche sociologique*, 4(2), pp. 5-18.
- Lacroix, Jean-Guy; Lévesque, Benoit (eds.) (1986), “Les industries culturelles: en enjeu vital!”, *Cahiers de recherche sociologique*, 4(2), pp. 129-168.
- Lacroix, Jean-Guy; Tremblay, Gaëtan (1997), “The information society and the cultural industries theory”, *Current Sociology Trend Report*. 45(4). Londres: Sage.
- Ladeiro, Lamartine de Campos (dir.) (1994), *Design Lisboa 94*, Lisboa: Electa/Grupo Dimensão.
- Lains, Pedro (1995), *A Economia Portuguesa no Século XIX. Crescimento Económico e Comércio Externo, 1851-1913*. Lisboa: INCM.
- Landry, Charles (2005), *Lineages of the Creative City*. Stroud: Comedia. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <https://charleslandry.com/resources-downloads/documents-for-download/>
- Lantenois, Annick (2010), *Le vertige du funambule. Le design graphique entre économie et morale*. Paris: B42/Cité du Design.
- Lash, Sott; Urry, John (1987), *The End of Organized Capitalism*, Cambridge/Oxford: Polity.
- Lash, Sott; Urry, John (1994), *Economies of Signs and Space*, Londres: Sage.
- Laville, Jean-Louis (2001/02), “Travail: la nouvelle question politique”, *Revue du MAUSS*, 18, pp. 79-91.
- Lavin, Mau (2001), *Clean New World. Culture, Politics, and Graphic Design*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Lazzarato, Maurizio (1996), “Immaterial Labor”, in Paolo Virno e Michael Hardt (eds.), *Radical Thought in Italy. A Potential Politics*. Minneapolis/Londres: University of Minnesota Press, pp. 132-147.

- Lazzarato, Maurizio (2004), “The Political Form of Coordination”, *Transversal*. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <http://eipcp.net/transversal/0707/lazzarato/en>
- Lazzarato, Maurizio (2008), *Le gouvernement des inégalités. Critique de l'insécurité néolibérale*. Paris: Éditions Amsterdam.
- Lazzarato, Maurizio (2009), “Neoliberalism in Action: Inequality, Insecurity and the Reconstitution of the Social”, *Theory Culture Society*, 26(6), pp. 109-133.
- Lazzarato, Maurizio (2011), “The Misfortunes of the ‘Artistic Critique’ and of Cultural Employment”, in Gerald Raunig, Gene Ray e Ulf Wuggenig (eds.), *Critique of creativity: precarity, subjectivity and resistance in the creative industries*. Londres: MayFly, pp. 41-56.
- Leal, Miguel (coord) (2014), *Kraft #1*. Porto: i2ADS/FBAUP.
- Leadbeater, Charles; Oakley, Kate (1999), *The Independents. Britain's new cultural entrepreneurs*. Londres: DEMOS.
- Leão, Tânia (org.) (2020), *Em Suspense. Reflexões Sobre o Trabalho Artístico, Cultural e Criativo na Era Covid-19*. Porto: ISUP/FLUP.
- Leavy, Brian (2010), “Design Thinking – A New Mental Model of Value Innovation”, *Strategy and Leadership*, 38, pp. 5-14.
- Lee, David (2008), *Precarious Creativity: Working Lives in British Independent Television Production Industry*. Tese de Doutorado. Londres: Goldsmiths, University of London.
- Lee, David (2013a), “Creative labour in the cultural industries”, *Sociopedia.isa*, pp. 1-13.
- Lee, David (2013b), “Creative Networks and Social Capital”, in Daniel Ashton e Caitriona Noonan, *Cultural Work and Higher Education*. Hampshire/Nova Iorque: Palgrave Macmillan, pp. 195-213.
- Leerberg, Malene (2009), “Design in the Expanded Field: Rethinking Contemporary Design”, *NORDES – Nordic Design Research 2009*. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <https://archive.nordes.org/index.php/n13/article/view/52>
- Lees-Maffei, Grace (2008), “Introduction: Professionalization as a Focus in Interior Design History”, *Journal of Design History*, 21(1), pp. 1-18.
- Leitão, Sara Barros (2020), “Trabalho na cultura: estatuto intermitente, precariedade permanente?”, *Le Monde Diplomatique – Edição Portuguesa*, agosto, pp. 12-13.

Leite, Joaquim da Costa (2006), “Instituições, Gestão e Crescimento Económico: Portugal, 1950-1973”, *Documentos de Trabalho em Economia*, 38/2006. Aveiro: DEGEI-UA.

Lhermitte, Marc; Perrin, Bruno; Blanc, Solenne (coord.) (2015), *Cultural times: The first global map of cultural and creative industries*. Neuilly-sur-Seine: CISAC – International Confederation of Societies of Authors and Composers.

Lima, Diana Patrícia Correia (2015), *Hubs Criativos no Norte de Portugal: análise do seu contributo para fortalecer as Indústrias Culturais e Criativas na Região Norte*. Dissertação de Mestrado em Design. Aveiro: UA.

Lipovetsky, Gilles; Charles, Sébastien (2011), *Os Tempos Hipermodernos*. Lisboa: Edições 70.

Lipovetsky, Gilles; Serroy, Jean (2014), *O capitalismo estético na era da globalização*. Lisboa: Edições 70.

Long, Paul; Harding, Steve (2015), “Cross Intermediation? Policy, Creative Industries and Cultures Across the EU”, in Saskia Warren e Phil Jones (eds.), *Creative Economies, Creative Communities. Rethinking Place, Policy and Practice*. Surrey & Burlington: Ashgate, pp. 171-188.

Looseley, David (1995), *The Politics of Fun: Cultural Policy and Debate in Contemporary France*. Oxford/Washington DC: Berg.

Looseley, David (2001), *Cultural Policy in France Since 1959*. Copenhaga: Nordisk Kultur Institut.

Lopes, Eliana (2010), *Programação cultural enquanto exercício do poder*. Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação. Lisboa: FCSH-UNL.

Lopes, João Teixeira (2000), “Em busca de um lugar no mapa. Reflexões sobre políticas culturais em cidades de pequena dimensão”, *Sociologia, Problemas e Práticas*, 34, pp. 81-118.

Lopes, João Teixeira (2007), *Da democratização à democracia cultural: uma reflexão sobre políticas culturais e espaço público*. Porto: PROFEDIÇÕES/Jornal a Página da Educação.

Lopes, João Teixeira (2009), “Políticas culturais urbanas”, in Fortuna, Carlos e Leite, Rogério Proença (orgs.), *Plural de cidade: novos léxicos urbanos*. Coimbra: Almedina, pp. 171-186.

- Lopes, José da Silva (1996), “Panorama geral da evolução económica entre 1960 e o início da década de 90”, in António Barreto (org.), *A Situação Social em Portugal, 1960-1995*. Lisboa: ICS, pp. 235-246.
- Lopes, Nuno Lacerda (2000), “O novo design e a transformação dos modos de habitar”, *O Tempo do Design. Cadernos de Design, Anuário 2000*, 21/22, pp. 80-85.
- Lorey, Isabell (2010), “Becoming Common : Precarization as Political Constituting”, *ex-flux journal*, 17. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://www.ex-flux.com/journal/becoming-common-precarization-as-political-constituting/>
- Lorey, Isabell (2011a), “Governmental Precarization”, *Transversal*. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <http://eipcp.net/transversal/0811/lorey/en>
- Lorey, Isabell (2011b), “Virtuosos of Freedom: On the Implosion of Political Virtuosity and Productive Labour”, in Gerald Raunig, Gene Ray e Ulf Wuggenig (eds.), *Critique of creativity: precarity, subjectivity and resistance in the creative industries*. Londres: MayFly, pp. 79-90.
- Lorey, Isabell (2015), *State of Insecurity. Government of the Precarious*. Londres/Nova Iorque: Verso.
- Luckman, Susan (2013a), “Precarious labour then and now: the British Arts and Crafts Movement and cultural work revisited”, in Mark Banks, Rosalind Gill e Stephanie Taylor (eds.), *Theorizing Cultural Work. Labour, continuity and change in the cultural and creative industries*. Londres/Nova Iorque: Routledge, pp. 19-29.
- Luckman, Susan (2013b), “The Aura of the Analogue in a Digital Age. Women’s Crafts, Creative Markets and Home-Based Labour After Etsy”, *Cultural Studies Review*, 19(1), pp. 249-270.
- Luckman, Susan (2015), *Craft and the Creative Economy*. Nova Iorque: Palgrave Macmillan.
- Luckman, Susan; Andrew, Jane (2018), “Online selling and the Growth of Home-Based Craft Micro-enterprise: The ‘New Normal’ of Women’s Self-(under)Employment”, in Stephanie Taylor e Susan Luckman (eds.), *The New Normal of Working Lives. Critical Studies in Contemporary Work and Employment*. Nova Iorque: Palgrave Macmillan.
- Lupton, Ellen (2005), “The Designer as Producer,” in Steven Heller (ed.), *The Education of a Graphic Designer. Second Edition*. Nova Iorque: Allworth Press, pp. 214-219.
- Lusa (2020), “Ministra da Cultura pede consenso sobre estatuto do trabalhador intermitente”, *Expresso*, 26 de junho. Acedido em 20 de setembro de 2021 em

<https://expresso.pt/politica/2020-06-26-Ministra-da-Cultura-pede-consenso-sobre-estatuto-do-trabalhador-intermitente>

Mabile, Xavier (dir.) (1994), *L'emploi culturel*. Bruxelas: CRISP.

Macdonald, Iain (2014), “Cultural change in the creative industries: a case study of BBC graphic design from 1990-2011”, *Visual Communication*, 13(1), pp. 3149.

Machlup, Fritz (1962), *The production and distribution of knowledge in the United States*. Princeton: Princeton University Press.

Mackay, Mairi (2017), “The new Berlin? How austerity helped Lisbon's creatives to succeed”, *CNNstyle*, 07 de agosto. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <https://edition.cnn.com/style/article/lisbon-cultural-scene/>

Madeira, Cláudia (2002), *Novos Notáveis. Os Programadores Culturais*. Oeiras: Celta.

Magalhães, António; Machado, Maria de Lourdes (2013), “A gestão política de um ensino superior de massas e a satisfação dos estudantes”, in António Magalhães, Maria de Lourdes Machado e Maria José Sá (orgs.), *Satisfação dos Estudantes do Ensino Superior Português*. Lisboa: CIPES, pp. 181-197.

Manaças, Vítor (1986), “O design em Portugal”, in AA.VV, Livro de Atas do 1º *Seminário Nacional de Design*. Leiria: Escola Superior de Educação, pp. A.1.-A.8.

Manaças, Vítor (2005), *Percursos do Design em Portugal*. Volume I. Tese de Doutoramento em Belas Artes (Design de Equipamento). Lisboa: FBAUL.

Mandel, Ernest (1999), *Late Capitalism*. Londres/Nova Iorque: Verso.

Marcuse, Herbert (2011), *O Homem Unidimensional. Sobre a Ideologia da Sociedade Industrial Avançada*. Lisboa: Letra Livre.

Margolin, Victor (2002), “The Designer as Producer”, *ICSID News*, fevereiro. Acedido a 20 de agosto de 2016 em https://readings.design/PDF/designer_as_producer.pdf

Markusen, Ann (2006), “Urban Development and the Politics of a Creative Class: Evidence from the case Study of Artists”, *Environment and Planning A*, 38(10), pp. 1921-1940.

Markusen, Ann; Schrock, Greg (2006), “The Artistic Dividend: Urban Artistic Specialisation and Economic Development Implications”, *Urban Studies*, 43(10), pp. 1661-1686.

Markusen, Ann; Wassall, Gregory; DeNatale, Douglas; Cohen, Randy (2008), “Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches”, *Economic Development Quarterly*, 22(1), pp. 24-45.

Markusen, Ann; Gadwa, Anne (2010), “Arts and Culture in Urban or Regional Planning: A Review and Research Agenda”, *Journal of Planning Education and Research*, 29(3), pp. 379-391.

Marques, Ana Paula (2010), ““Sacralização” do mercado de trabalho. Jovens licenciados sob o signo da precaridade”, *Configurações*, 7, pp. 65-89.

Marques, Pedro Piedade (2014), “Os livros dos mil dias”, in AA.VV., *Jornal da Exposição A Liberdade da Imagem. Design e Comunicação Visual em Portugal: 1974-1986*. Porto: Governo de Portugal, pp. 2-3.

Marques, Pedro Piedade (2016), *Designers Portugueses. João Abel Manta*. Vol. 4. (coord. José Bártolo). Matosinhos: Cardume de Ideias/ESAD.

Marques, Susana (2013). *Paredes, Cidade Criativa para o Design de Mobiliário/ o design como âncora da competitividade*. Comunicação apresentada na II Conferência de PRU, VIII ENPLAN e XVIII Workshop APDR: “Europa 2020: retórica, discursos, política e prática”, que decorreu na Universidade de Aveiro, entre 5 e 6 de julho 2013. Acedido a 20 de setembro de 2021 em https://issuu.com/setepes/docs/artigo_conferencia_europa_2020-par

Marsi, Luca (2014), “Esthétisation et normalisation de la précarité dans la société néolibérale”, in Silvia Contarini e Luca Marsi (dir.), *Précarité. Pour une critique de la société de précarité*. Paris: Presses Universitaires de Paris Ouest, pp. 109-124.

Martel, Frédéric (2020), “Cultural policies: Mapping a field in reinvention”, *State of the arts*. Zurique: ZHDK/ZUA. Acedido a 20 de setembro de 2021 em https://www.zhdk.ch/file/live/e1/e123ea364fca50c558cb3465c7abaca4e1e78b22/2020_03_cultural-policies-mapping-a-field-in-reinvention-frederic-martel_article.pdf

Martinho, Teresa Duarte (2007), *Apresentar a Arte. Estudo sobre os Monitores de Visitas a Exposições*. Lisboa: OAC.

Martinho, Teresa Duarte (2008), “Agentes e profissões culturais. Balanço de um levantamento bibliográfico”, *CIES e-WORKING PAPER*, 53.

Martinho, Teresa Duarte (2013), “Mediadores culturais em Portugal: perfis e trajetórias de um novo grupo ocupacional”, *Análise Social*, 207, pp. 422-444.

Martinho, Teresa Duarte (2016), “Em linha com a União Europeia? O digital na política para a cultura em Portugal”, in Teresa Duarte Martinho, João Teixeira Lopes e José Luís Garcia (orgs.), *Cultura e Digital em Portugal*. Porto: Afrontamento, pp. 51-71.

Martinho, Teresa Duarte (2020), “Cultura, Política, Trabalho: Profissionais Desocultados Procuram Direitos e Cuidados”, in Tânia Leão (org.), *Em Suspensão*.

Reflexões Sobre o Trabalho Artístico, Cultural e Criativo na Era Covid-19. Porto: ISUP/FLUP, pp. 6-13.

Martins, Conceição Andrade (1997), “Trabalho e condições de vida em Portugal (1850-1913)”, *Análise Social*, XXXII (142), pp. 483-535.

Martins, João Paulo (2000), “Os Anos Trinta e Quarenta. Objectos e Produção Industrial”, *O Tempo do Design. Cadernos de Design, Anuário 2000*, 21/22, pp. 52-57.

Martins, João Paulo (ed.) (2015), *Mobiliário para edifícios públicos. Portugal 1934-1974*. Lisboa: MUDE/Caleidoscópico.

Mateus, Augusto (coord.) (2006), *Actualização da Avaliação Intercalar do QCA III - Programa Operacional da Cultura. Sumário Executivo*. Lisboa: Comissão de Gestão do QCA III/Observatório do QCA III.

Mateus, Augusto (coord.) (2010), *O Sector cultural e Criativo em Portugal. Estudo para o Ministério da Cultura*. Lisboa: Augusto Mateus & Associados.

Mateus, Augusto (coord.) (2013a), *25 anos de Portugal europeu: A economia, a sociedade e os fundos estruturais*. Lisboa: FFMS.

Mateus, Augusto (coord.) (2013b) *Cultura e a Criatividade na Internacionalização da Economia Portuguesa*. Lisboa: GEPAC/SEC.

Mateus, Augusto (coord.) (2016), *A Economia Criativa em Portugal – Relevância para a Competitividade e Internacionalização da Economia Portuguesa*. Porto: ADDICT.

Matos, Jorge Rocha de (1982), “Mensagem aos designers portugueses”, in AA.VV. *Design & Circunstância*. Lisboa: APD, pp. 21-23.

Matos, José Nuno (2015), *O operário em construção: do empregado ao precário*. Porto: Deriva.

Matos, José Nuno; Domingos, Nuno; Kumar, Rahul (orgs.) (2011), *Precários em Portugal: entre a fábrica e o “call center”*. Lisboa: Edições 70.

Matos, José Nuno; Domingos, Nuno (orgs.) (2012), *Novos proletários: a precariedade entre a “classe média” em Portugal*. Lisboa: Edições 70.

Matos, José Nuno; Baptista, Carla; Subtil, Filipa (orgs.) (2017). *A crise do jornalismo em Portugal*. Porto: Deriva e Outro Modo, Le Monde diplomatique - edição portuguesa.

Mattoni, Alice (2008), “Serpica Naro and the Others. The Media Sociali Experience in Italian Struggles Against Precarity”, *PORTAL Journal of Multidisciplinary International Studies*, 5(2). Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://epress.lib.uts.edu.au/journals/index.php/portal/article/view/706>

Maxwell, Ian; Seton, Mark; Szabó, Marianna (2016), *The Australian Actors' Wellbeing Study: A Preliminary Report*. Equity Foundation/University of Sydney. Acedido a 20 de outubro de 2016 em <http://www.equityfoundation.org.au/equity-news/the-australian-actors-wellbeing-study.html>.

Maxwell, Richard; Miller, Toby (2013), “Learning from Luddites : Media labour, technology and life below the line”, in Mark Banks, Rosalind Gill e Stephanie Taylor (eds.), *Theorizing Cultural Work. Labour, continuity and change in the cultural and creative industries*. Londres/Nova Iorque: Routledge, pp. 113-121.

Mayer, Vicki (2011), *Below the Line: Producers and Production Studies in the New Television Economy*. Durham: Duke University Press.

McAteer, Nick; Mozuraityte, Neringa; McDonald, Neil (2013), *Ex-post Evaluation of 2012 European Capitals of Culture. Final Report for the European Commission DG Education and Culture*. Birmingham: Ecorys UK Ltd.

McCarthy, Steven (2006), “Curating as meta design-authorship”, *visual: design: scholarship – Research Journal of the Australian Graphic Design Association*, 2(2), pp. 48-56.

McCarthy, Steven (2011), “Designer-Authored Histories: Graphic Design at the Goldstein Museum of Design”, *Design Issues*, 27(1), pp. 7-20.

McCarthy, Steven (2013), *The designer as author, producer, activist, entrepreneur, curator & collaborator*. Amsterdão: BIS.

McCracken, Grant (1988), *The Long Interview*. Newbury Park/Londres/Nova Deli: Sage.

McCurry, Justin (2015), “Tokyo 2020 Olympics logo scrapped after allegations of plagiarism”, *The Guardian*, 01 de setembro. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.theguardian.com/world/2015/sep/01/tokyo-2020-olympics-logo-scrapped-after-allegations-of-plagiarism>

McDonald, Kevin (2006), *Global movements: action and culture*. Malden/Oxford/Victoria: Blackwell Publishing.

McKee, Yates (2016), *Strike Art: Contemporary Art and the Post-Occupy Condition*. Londres/Nova Iorque: Verso.

McKinlay, Alan (2009), “‘The Bits Between the Adverts’: Management, Accounting, Collective Bargaining and Work in UK Commercial Television, 1979-2005”, in Alan McKinlay e Chris Smith (eds.), *Creative Labour: working in the creative industries*. Hampshire/Nova Iorque: Palgrave Macmillan, pp. 174-192.

McRobbie, Angela (1998), *British Fashion Design. Rage trade or image industry?* Londres/Nova Iorque: Routledge.

McRobbie, Angela (2001), “‘Everyone is Creative’: artists as new economy pioneers?”, *openDemocracy*, 29 de agosto. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.opendemocracy.net/node/652>

McRobbie, Angela (2002), “Clubs to Companies: notes on the decline of political culture in speeded up creative worlds”, *Cultural Studies*, 16(4), pp. 516-532.

McRobbie, Angela (2011a), “Re-thinking creative economy as radical social enterprise”, *Variant*, 41, pp. 32-33.

McRobbie, Angela (2011b), “The Los Angelesation of London: Three Short Waves of Young People’s Micro-Economies of Culture and Creativity in the UK”, in Gerald Raunig, Gene Ray e Ulf Wuggenig (eds.), *Critique of creativity: precarity, subjectivity and resistance in the creative industries*. Londres: MayFly, pp. 119-132

McRobbie, Angela (2016), *Be Creative*. Cambridge/Malden: Polity.

McRobbie, Angela; Strutt, Dan; Bandinelli, Carolina; Springer, Bettina (2016), “Fashion micro-enterprises in London, Berlin, Milan”, *CREATE Working Paper 2016/13*. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://www.create.ac.uk/publications/fashion-micro-enterprises-in-london-berlin-milan/>

Meggs, Philip B.; Purvis, Alston W. (2009), *História do Design Gráfico*. São Paulo: Cosac Naify.

Melo, Daniel (2001), *Salazarismo e Cultura Popular (1933-1958)*. Lisboa: ICS.

Melo, Manuela de (2007), “Porto 1990-2001: onze anos na gestão político-cultural de um município”, in José Portugal e Susana Marques (coords.), *Gestão Cultural do Território*. Porto: Setepés, pp. 39-48.

Mendes, Marco (2013), “Diário Rasgado”, *Nada*, 17, pp. 98-103.

Mendonça, Rui (2007), *O Cartaz e a Escola - Um estudo centrado nos autores e no Curso de Design das Belas Artes do Porto*. Tese de Doutoramento em Design de Comunicação. Porto: FBAUP.

Menger, Pierre-Michel (1997), *La profession de comédien. Formations, activités et carrières dans la démultiplication de soi*. Paris: La Documentation Française.

Menger, Pierre-Michel (1999), “Artistic labor markets and careers”, *Annual Review of Sociology*, 25, pp. 541-574.

Menger, Pierre-Michel (2005a), *Retrato do Artista enquanto trabalhador. Metamorfoses do Capitalismo*. Lisboa: Roma Editora.

Menger, Pierre-Michel (2005b), *Les Intermittents du spectacle: Sociologie d'une exception*. Paris: Éditions de l'EHESS.

Menger, Pierre-Michel (2012a), "Job Growth and Unemployment Increase in the Performing Arts. French Flexible Labor Market and Insurance Shelter", *Economia della Cultura*, 22(1) pp. 17-34.

Menger, Pierre-Michel (2012b), "Talent and inequalities: what do we learn from the study of artistic occupations", in Vera Borges e Pedro Costa (orgs.), *Criatividade e Instituições. Novos desafios à vida dos artistas e dos profissionais da cultura*. Lisboa: ICS, pp. 49-76.

Menger, Pierre-Michel (2013), "European cultural policies and the 'creative industries' turn", in Kerry Thomas e Janet Chan (eds.), *Handbook Of Research On Creativity*. Cheltenham/Northampton: Edward Elgar, pp. 479-492.

Menger, Pierre-Michel (2014), *The Economics of Creativity. Art and Achievement under Uncertainty*. Cambridge/Londres: Harvard University Press.

Merkel, Janet (2015), "Coworking in the city", *ephemera*, 15(1), pp. 121-139.

Mezzadra, Sandro (2009), "Italy, Operaism and Post-Operaism", in Immanuel Ness (ed.), *International Encyclopedia of Revolution and Protest*. Oxford: Blackwell Publishing, pp. 1841-1845.

Miège, Bernard (1979), "The cultural commodity", *Media, Culture & Society*, 1, pp. 297-311

Miège, Bernard (1987), "The logics at work in the new cultural industries", *Media, Culture & Society*, 9, pp. 273-289.

Miège, Bernard (1989a), *The Capitalization of Cultural Production*. Nova Iorque: International General.

Miège, Bernard (1989b), *La société conquise par la communication*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

Miège, Bernard; Pajon, Patrick; Salaun, Jean-Michel (1986), *L'industrialisation de l'audiovisual. Des programmes pour les nouveaux medias*. Paris: Aubier.

Miles, Malcom (2012), "Uma cidade pós-criativa?", *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 99, pp. 9-30.

Milestone, Katie (2015), "Gender and the cultural industries", in Kate Oakley e Justin O'Connor (eds.), *The Routledge Companion to the Cultural Industries*. Londres/Nova Iorque: Routledge, pp. 501-511.

- Miller, Toby (2015), “Hollywood cognitarians”, in Kate Oakley e Justin O’Connor (eds.), *The Routledge Companion to the Cultural Industries*. Londres/Nova Iorque: Routledge, pp. 319-329.
- Miller, Toby (2016), “Cybertarian Flexibility – When Prosumers Join the Cognitariat, All That Is Scholarship Melts into Air”, in Michael Curtin e Sanson, Kevin (eds.), *Precarious Creativity: Global Media, Local Labor*. Oakland, University of California Press, pp. 19-32.
- Miller, Toby; Leger Marie C. (2001), “Runaway Production, Runaway Consumption, Runaway Citizenship: The New International Division of Cultural Labor”, *Emergences*, 11(1), pp. 89-115.
- Miller, Toby; Yúdice, George (2002), *Cultural Policy*. Londres/Thousand Oaks/Nova Deli: Sage.
- Miller, Toby; Govil, Nitin; McMurria, John; Maxwell, Richard; Wang, Ting (2004), *Global Hollywood 2*. Londres: British Film Institute.
- Miller, Toby; Ahluwalia, Pal (2012), “The cognitariat”, *Social Identities: Journal for the Study of Race, Nation and Culture*, 18(3), pp 259-260.
- Minichbauer, Raimund (2011), “Chanting the Creative Mantra”, in Gerald Raunig, Gene Ray e Ulf Wuggenig (eds), *Critique of Creativity: Precarity, Subjectivity and Resistance in the ‘Creative Industries’*. Londres: MayFly Books, 147-163.
- Mitropoulos, Angela (2005), “Precari-Us?”, *Transversal*. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://eipcp.net/transversal/0704/mitropoulos/en>
- Mommaas, Hans (2004), “Cultural clusters and the post-industrial city”, *Urban Studies*, 41(3), pp. 507-532.
- Mommaas, Hans (2009), “Spaces of Culture and Economy: Mapping the Cultural-Creative Cluster Landscape”, in Lily Kong e Justin O’Connor (eds.), *Creative Economies, Creative Cities: Asian-European Perspectives*. Heidelberg: Springer, pp. 45-59.
- Monclus, Rosa Perez (2016), “Creative work beyond the creative industries: Innovation, Employment and Education”, *International Journal of Cultural Policy*, 22(1), pp. 119-122.
- Monnier, Jean-Marie; Vercellone, Carlo (2014), “Le capitalisme cognitif, nouvelle forme de capitalisme?”, *Problèmes économiques*, Hors-série, 5, pp.117-120.
- Montalto, Valentina; Sacco, Pier Luigi; Alberti, Valentina; Panella, Francesco; Saisana, Michaela (2020), *European Cultural and Creative Cities in COVID-19 times: Jobs at*

risk and the policy response. JRC Science for Policy Report. EUR 30249 EN. Luxemburgo: Publications Office of the European Union.

Montuori, Alfonso; Purser, Ronald E. (1995), “Deconstructing the Lone Genius Myth: Toward a Contextual View of Creativity”, *Journal of Humanistic Psychology*, 53, pp. 69-112.

Montuori, Alfredo; Donnelly, Gabrielle (2013), “Creativity at the Opening of the 21st Century”, *Creative Nursing*, 19(2), pp. 58-63.

Moor, Liz (2009), “Designing the State”, in Guy Julier e Liz Moor (eds.), *Design and Creativity. Policy, Management and Practice*. Oxford/Londres: Berg, pp. 23-39.

Moor, Liz; Julier, Guy (2009), “Introduction: Design and Creativity”, in Guy Julier e Liz Moor (eds.), *Design and Creativity. Policy, Management and Practice*. Oxford/Londres: Berg, pp. 1-20.

Moore, Rowan (2017), “How down-at-heel Lisbon became the new capital of cool”, *The Guardian*, 16 de abril. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <https://www.theguardian.com/artanddesign/2017/apr/16/lisbon-new-capital-of-cool-urban-revival-socialist-government-poor-antonio-costas>

Morais, Joana (2014), *Práticas Curatoriais e Design Relacional: intersecções no exercício do design gráfico contemporâneo*. Dissertação de Mestrado em Design Gráfico. Caldas da Rainha: IPL/ESAD-CR.

Moreira, Joana (2018), *Manual de Infografia de Imprensa*. Lisboa: Arranha-Céus.

Moreira, Rui (2016), *S/T*, in Desdobrável da exposição *Design da Cultura, Cultura do Design*. Porto: CMP, s/p.

Moreira, Rui (2017), *S/T*, in AA.VV. *Design by Porto, Porto By Design: 4 anos de design da Câmara do Porto*. Porto: Câmara Municipal do Porto, s/p.

Moreton, Simon (2016), “Rethinking ‘knowledge exchange’: new approaches to collaborative work in the arts and humanities”, *International Journal of Cultural Policy*, 22(1), pp. 100-115.

Morris, William (2003), *Artes Menores e outros ensaios*. Lisboa: Antígona.

Moulin, Raymonde (1983), “De l’artisan au professionnel: l’artiste”, *Sociologie du Travail*, 4, pp. 388-403.

Moulin, Raymonde (1967), *Le Marché de la peinture en France*. Paris: Minuit.

Moulin, Raymonde (1992), *L’artiste, l’institution et le marché*. Paris: Flammarion.

- Moulin, Raymonde; Passeron, Jean-Claude; Pasquier, Dominique; Porto-Vasquez, Fernando (1985), *Les Artistes: essai de morphologie sociale*. Paris: La Documentation Française.
- Moura, Mário (2007), “O design gráfico não é só publicidade”, suplemento *P2 (Público)*, 23 de junho, pp. 9.
- Moura, Moura (2009), *Design em tempos de crise*. Porto: Braço de Ferro.
- Moura, Mário (2011), *O Big Book: uma arqueologia do autor no design gráfico*. Tese de Doutoramento. Porto: FBAUP.
- Moura, Mário (2013a), “A crítica de design enquanto moda: 2002-2009”, in Raul Cunca, Isabel Dâmaso-Rodrigues e Victor M. Almeida (coords.), *Design, Crise e Depois*. Lisboa: FBAUL, pp. 54-59.
- Moura, Mário (2013b), “*O outro lado: o design português reinventa-se*”, *abcDesign*, 45, pp. 20-25.
- Moura, Mário (2014a), “Escrever sobre design na internet”, in Emílio Távora Vilar (coord.), *Design et al. Dez Perspectivas Contemporâneas*. Lisboa: D. Quixote, pp. 135-143.
- Moura, Mário (2014b), “O Ano do Design”, *Ressabiator*, 27 de maio. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <https://ressabiator.wordpress.com/2014/05/27/o-ano-do-design/>
- Moura, Mário (2017), “Sobre o design no Porto, em particular nos últimos quatro anos”, in AA.VV. *Design by Porto, Porto By Design: 4 anos de design da Câmara do Porto*. Porto: CMP, s/p.
- Moura, Mário (2018), “Social mas em itálico: Design Gráfico e Empreendedorismo Social”, in *O design que o design não vê*. Lisboa: Orfeu Negro, pp. 55-69.
- Moureau, François (2007), *Le nouveau prolétariat intellectuel. La précarité diplômée dans la France d’aujourd’hui*. Paris: Bourin.
- Mozzicafreddo, Juan (1992), “O estado-providência em Portugal: estratégias contraditórias”, *Sociologia, Problemas e Práticas*, 12, pp. 57-89.
- Mozzicafreddo, Juan (1994), “O estado-providência em transição”, *Sociologia, Problemas e Práticas*, 16, pp. 11-40.
- Mozzicafreddo, Juan (2000), *Estado-Providência e Cidadania em Portugal*. Oeiras: Celta.
- Murdock, Graham (2003), “Back to work: cultural labor in altered times”, in Andrew Beck (ed.), *Cultural Work. Understanding the cultural industries*. Londres/Nova Iorque: Routledge, pp. 15-36.

- Murgia, Annalisa (2014), “Representations of Precarity in Italy”, *Journal of Cultural Economy*, 7(1), pp. 48-63.
- Murray, Catherine (2015), “A framework for cultural labour: shoring up the good jobs, well done”, in Kate Oakley e Justin O’Connor (eds.), *The Routledge Companion to the Cultural Industries*. Londres/Nova Iorque: Routledge, pp. 427-441.
- Murray, Catherine; Gollmitzer, Mirjam (2012), “Escaping the precarity trap: a call for creative labour policy”, *International Journal of Cultural Policy*, 18(4), pp. 419-438.
- Myerson, Jeremy; Vickers, Graham (2002), *Rewind: Forty Years of Design and Advertising*. Londres: Phaidon.
- Neelands, Jonothan; Choe, Boyun (2010), “The English model of creativity: cultural politics of an idea”, *International Journal of Cultural Policy*, 16(3), pp. 287-304.
- Neff, Gina; Wissinger, Elizabeth; Zukin, Sharon (2005), “Entrepreneurial Labor among Cultural Producers: “Cool” Jobs in “Hot” Industries”, *Social Semiotics*, 15(3), pp. 307-334.
- Neff, Gina; Arata, Giovanni (2007), *The Competitive Privilege of Working for Free: Rethinking the Roles Interns Play in Communication Industries*. Comunicação apresentada no encontro anual da American Sociological Association. Acedido a 16 de dezembro de 2015 em http://citation.allacademic.com/meta/p183960_index.html
- Neff, Gina (2012), *Venture Labor: Work and the Burden of Risk in Innovative Industries*. Cambridge: MIT Press.
- Negri, Antonio (2008), *Goodbye Mister Socialism*. Nova Iorque: Seven Stories Press.
- Negus, Keith; Pickering, Michael (2000), “Creativity and cultural production”, *International Journal of Cultural Policy*, 6(2), pp. 259-282.
- Negus, Keith; Pickering, Michael (2004), *Creativity, Communication and Cultural Value*. Londres/Thousand Oaks/Nova Deli: Sage.
- Neidich, Warren (ed.) (2014), *The Psychopathologies of Cognitive Capitalism: Part Two*. Berlim: Archive Books.
- Neilson, Brett; Rossiter, Ned (2005), “From Precarity to Precariousness and Back Again: Labour, Life and Unstable Networks”, *The Fibreculture Journal*, 5. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://five.fibreculturejournal.org/fcj-022-from-precarity-to-precariousness-and-back-again-labour-life-and-unstable-networks/>
- Neilson, Brett; Rossiter, Ned (2008), “Precarity as a Political Concept, or, Fordism as Exception”, *Theory, Culture & Society*, 25(7-8), pp 51-72.

Neilson, Brett; Coté, Mark (2014), “Introduction: Are We All Cultural Workers Now?”, *Journal of Cultural Economy*, 7(1), pp 2-11.

NESTA (2006), *Creating growth. How the UK can develop world class creative businesses*. Londres: NESTA.

Neto, Joana (2018), *Na boca de cena da (des)regulação do regime jurídico do contrato de trabalho dos profissionais do espetáculo*. Dissertação de Mestrado em Direito das Empresas – Vertente de Direito do Trabalho. Lisboa: ISCTE-IUL.

Neves, Ana Filipa (2014), *Quadras e quarteirões culturais e criativos: novas formas de inovação em contexto urbano*. Dissertação de Mestrado em Gestão e Estudos da Cultura. Lisboa: ISCTE-IUL.

Neves, José Manuel das (ed.) (2013), *José Espinho. A Diversidade no Fazer*. Lisboa: Uzina.

Neves, José Soares (2000), *Despesas dos municípios com cultura*. Lisboa: OAC.

Neves, José Soares (2020), “Cultura”, in Ricardo Paes Mamede e Pedro Adão e Silva (coord.), *O Estado da Nação e as Políticas Públicas 2020: Valorizar as Políticas Públicas*. Lisboa: IPPS/ISCTE-IUL, pp. 25-32.

Neves, José Soares (coord.) (2021a), *Inquérito aos Profissionais das Artes e da Cultura: Report #1 Emprego cultural e perfis social e laboral*. Lisboa: Lisboa, OPAC/CIES-ISCTE-IUL. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.opac.cies.iscte-iul.pt/estudo-sector-artistico-cultural>

Neves, José Soares (coord.) (2021b), *Inquérito aos Profissionais das Artes e da Cultura: Report #2 Relações laborais e remunerações*. Lisboa, OPAC/CIES-ISCTE-IUL. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.opac.cies.iscte-iul.pt/estudo-sector-artistico-cultural>

Neves, José Soares (coord.) (2021c), *Inquérito aos Profissionais das Artes e da Cultura: Report #3 Enquadramento na Segurança Social e nas Finanças*. Lisboa, OPAC/CIES-ISCTE-IUL. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.opac.cies.iscte-iul.pt/estudo-sector-artistico-cultural>

Neves, José Soares (coord.) (2021d), *Inquérito aos Profissionais das Artes e da Cultura: Report#4 Representações sobre o trabalho independente nas artes e na cultura*. Lisboa, OPAC/CIES-ISCTE-IUL. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.opac.cies.iscte-iul.pt/estudo-sector-artistico-cultural>

Neves, José Soares; Santos, Jorge Alves dos; Lima, Maria João (2012), *Estatísticas Culturais do Ministério da Cultura 2010*. Lisboa: OAC/GPEAC.

Neves, José Soares; Miranda, Ana Paula (2020), *Emprego Cultural em Portugal 2011-2018*. Lisboa: OPAC/CIES-IUL/ISCTE-IUL.

Neves, Rui (2018), “Cluster criativo do Norte faliu com três mil euros e sem bancos”, *Jornal de Negócios*, 28 de outubro 2018. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/detalhe/cluster-criativo-do-norte-faliu-com-tres-mil-euros-e-sem-bancos>

Nicolas, António; Almeida, Pedro; Puga, Rosário; Rafael, Sónia (coords.) (2007), *Uma poética visual. O design gráfico de Aurelindo Jaime Ceia*. Lisboa: FBAUL.

Nixon, Sean (1997), “Circulating Culture”, in Paul du Gay (ed.), *Production of Culture / Cultures of Production*. Londres/Thousand Oaks/Nova Deli: Sage, pp. 177-220.

Nixon, Sean; Du Gay, Paul (2002), “Who needs cultural intermediaries?”, *Cultural Studies*, 16(4), pp. 495-500.

Noonan, Caitiona (2015), “Constructing Creativities. Higher education and the cultural industries workforce”, in Kate Oakley e Justin O’Connor (eds.), *The Routledge Companion to the Cultural Industries*. Londres/Nova Iorque: Routledge, pp. 442-451.

Ó, Jorge Ramos do (1999), *Os anos de Ferro. O dispositivo cultural durante a “Política do Espírito 1933-1949*. Lisboa: Editorial Estampa.

Oakley, Kate (2004), “Not so cool Britannia: The role of the creative industries in economic development”, *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), pp. 67-77.

Oakley, Kate (2009a), “The disappearing arts: creativity and innovation after the creative industries”, *International Journal of Cultural Policy*, 15(4), pp. 403-413.

Oakley, Kate (2009b), “Getting Out of Place: The Mobile Creative Class Takes on the Local. A UK Perspective on the Creative Class”, in Lily Kong e Justin O’Connor (eds.), *Creative Economies, Creative Cities: Asian-European Perspectives*. Heidelberg: Springer, pp. 121-134.

Oakley, Kate (2009c), *‘Art Works’ – cultural labour markets: a literature review*. Londres: Creativity, Culture and Education.

Oakley, Kate (2009d), “From Bohemia to Britart – art students over 50 years”, *Cultural Trends*, 18(4), pp. 281-294.

Oakley, Kate (2011), “In its own image: New Labour and the cultural workforce”, in *Cultural Trends*, 20 (3-4), pp. 281-289.

Oakley, Kate (2013a), “Good work? Rethinking cultural entrepreneurship”, in Chris Bilton e Stephen Cummings (eds), *Handbook of management and creativity*. Chichester: Edward Elgar, pp. 145-159.

Oakley, Kate (2013b), “Making Workers: Higher Education and the Cultural Industries Workplace”, in Daniel Ashton e Caitriona Noonan (eds.), *Cultural Work and Higher Education*. Hampshire/Nova Iorque: Palgrave Macmillan. 25-44.

Oakley, Kate (2013c), “Absentee Workers: Representation and Participation in the Cultural Industries”, in Mark Banks, Rosalind Gill e Stephanie Taylor (eds.), *Theorizing Cultural Work. Labour, continuity and change in the cultural and creative industries*. Londres/Nova Iorque: Routledge, pp. 56-67.

Oakley, Kate; O’Connor, Justin (2015), “Cultural industries and labour”, in Kate Oakley e Justin O’Connor (eds.), *The Routledge Companion to the Cultural Industries*. Londres/Nova Iorque: Routledge, pp. 281-282.

Oakley, Kate; O’Brien, Dave (2016), “Learning to labour unequally: understanding the relationship between cultural production, cultural consumption and inequality”, *Social Identities*, DOI: 10.1080/13504630.2015.1128800

O’Brien, Dave (2010), *Measuring the Value of Culture*. Londres: DCMS.

O’Brien, Dave (2012), “The Culture and Sport Evidence Programme: New forms of evidence and new questions for cultural policy”, *Cultural Trends*, 21(4), pp. 275-280.

O’Brien, Dave (2014), *Cultural Policy: Management, Value and Modernity*. Londres: Routledge.

O’Brien, Dave (2015a), “Business as usual. Creative industries and the specificity of the British state”, in Kate Oakley e Justin O’Connor (eds.), *The Routledge Companion to the Cultural Industries*. Londres/Nova Iorque: Routledge, pp. 452-463.

O’Brien, Dave (2015b), “Cultural value, measurement and policy making”, *Arts & Humanities in Higher Education*, 14(1), pp. 79-94.

O’Brien, Dave (2016), “What price evidence? The ethics of office and the ethics of social science in British cultural policy”, *Journal of Cultural Economy*, 9(2), pp. 127-140.

O’Brien, Dave; Laurison, Daniel; Miles, Andrew; Friedman, Sam (2016), “Are the creative industries meritocratic? An analysis of the 2014 British Labour Force Survey”, *Cultural Trends*, 25(2), pp. 116-131.

O’Brien, Jane; Feist, Andrew (1995), *Employment in the arts and cultural industries: an analysis of the 1991 Census. ACE Report no. 2*. Londres: Arts Council England.

O’Brien, Jane; Feist, Andrew (1997), *Employment in the arts and cultural industries: an analysis of the labour force survey and other sources*. Londres: Arts Council England.

- O'Connor, Justin (2007), *The cultural and creative industries: a review of the literature*. Londres: Creativity, Culture and Education.
- O'Connor, Justin (2009), "Creative industries: a new direction?", *International Journal of Cultural Policy*, 15(4), pp. 387-402.
- O'Connor, Justin (2011), "The Cultural and Creative Industries: A Critical History", *Ekonomiaz*, 78(3), pp. 24-45.
- O'Connor, Justin (2015), "Intermediaries and Imaginaries in the Cultural and Creative Industries", *Regional Studies*, 49(3), pp 374-387.
- O'Connor, Justin; Gu, Xin (2020), *Red Creative: Culture and Modernity in China*. Briston: Intellect.
- O'Connor, Justin; Kong, Lily (2009), "Introduction", in Lily Kong e Justin O'Connor (eds.), *Creative Economies, Creative Cities: Asian-European Perspectives*. Heidelberg: Springer, pp. 1-5.
- OECD (2005), *Culture and Local Development*. Paris: OECD Publishing.
- OECD (2006), *OECD Territorial Reviews: Competitive Cities in the Global Economy*. Paris: OECD Publishing.
- Oliveira, Ana (2018), "Sons para lá do palco. Estratégias para a gestão de carreiras DIY na cena musical independente portuguesa", *Todas as Artes*, 1(1), pp. 131-142.
- Oliveira, Ana (2019), "Do ethos à praxis. Carreiras DIY na cena musical independente em Portugal", in Paula Guerra e Lígia Dabul (eds.), *De Vidas Artes*. Porto: FLUP, pp. 421-442.
- Oliveira, Ana; Guerra, Paula (2017), "Fully connected. Un ensayo sobre las prácticas económicas colaborativas entre los jóvenes músicos de la escena musical independiente de Lisboa en el presente", *Metamorfosis*, 7, pp. 90-100.
- Oliveira, José Paquete de (1988), "Elementos para uma sociologia dos jornalistas portugueses", *Revista de Comunicação e Linguagens*, 8, pp. 47-53.
- Oliveira, Leonor de (2013), *Museu Arte Contemporânea Serralves. Os Antecedentes 1974-1989*. Lisboa: INCM.
- Olma, Sebastian (2014), "Never Mind the Sharing Economy: Here's Platform Capitalism", *Institute of Network Cultures*, 16 de outubro. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <http://networkcultures.org/mycreativity/2014/10/16/never-mind-the-sharing-economy-heres-platform-capitalism/>

- ON.2 (2011), *Newsletter ON.2 Março 2011*. Porto: P.O. Regional do Norte ON.2. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <http://www.novonorte.qren.pt/pt/newsletter/newsletter-on-2-1-marco-2011/>
- Osório, Helena (2018), “A Crítica de Arte em Portugal: Uma reflexão sobre a mudança de mentalidades e mercados, com ressalva à falta de publicações de arte e crítica à luz da atualidade”, in Domingos Loureiro e Sofia Torres (orgs.), *Fazer e Dizer nas Artes Plásticas e no Design*. Porto: i2ADS / FBAUP, pp. 169-186.
- Osten, Marion von (2007), “Unpredictable Outcomes: a reflection after some years of debates on creativity and creative industries”, in Geert Lovink e Ned Rossiter (eds.), *My Creativity Reader. A Critique of Creative Industries*. Amsterdão: Institute of Network Cultures, pp. 51-60.
- Osten, Marion von (2011), “Unpredictable Outcome/Unpredictable Outcasts: on recent debates over creativity and creative industries”, in Gerald Raunig, Gene Ray e Ulf Wuggenig (eds.), *Critique of creativity: precarity, subjectivity and resistance in the creative industries*. Londres: MayFly, pp. 133-146.
- Pais, José Machado (2001), *Ganchos, Tachos e Biscates: Jovens, Trabalho e Futuro*. Porto: Âmbar.
- Pais, José Machado; Ferreira, Vítor Sérgio (orgs.) (2010), *Tempos e transições de vida: Portugal ao espelho da Europa*. Lisboa: ICS.
- Pang, Laikwan (2015), “Art and cultural industries: Autonomy and community”, in Kate Oakley e Justin O’Connor (eds.), *The Routledge Companion to the Cultural Industries*. Londres/Nova Iorque: Routledge, pp. 45-55.
- Papanek, Victor (1971), *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. Nova Iorque: Pantheon Books.
- Pappámikail, Lia (2002), “Ser bailarino na Companhia Nacional de Bailado: entre a profissão e a vida”, *Trajectos*, 2, pp. 23-43.
- Paradeise, Catherine (1998), *Les comédiens. Profession et marchés du travail*. Paris: PUF.
- Parlamento Europeu (2000), *Conselho Europeu de Lisboa, 23 e 24 de Março de 2000: Conclusões da Presidência*. Acedido em 20 de setembro de 2021 em https://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_pt.htm#traduzir
- Paterson, Richard (2001), “Work histories in television”, *Media, Culture and Society*, 23(4), pp. 495-520.

- Paterson, Richard (2010), “The Contingencies of Creative Work in Television”, *The Open Communication Journal*, 4, pp. 1-9.
- Patrocínio, Gabriel; Nunes, José Mauro (orgs.) (2015), *Design & Desenvolvimento: 40 anos depois*. São Paulo: Blucher.
- Paulo, Heloísa (1994), *Estado Novo e Propaganda em Portugal e no Brasil*. Coimbra: Edições Minerva.
- Peck, Jamie (2005), “Struggling with the Creative Class”, *International Journal of Urban and Regional Research*, 29(4), pp. 740-770.
- Peck, Jamie (2007), “The creativity fix”, *Fronesis*, 24, pp. 174-192.
- Peck, Jamie (2011), “Creative moments: working culture, through municipal socialism and neoliberal urbanism”, in Eugene McCann e Kevin Ward (eds.), *Mobile Urbanism: Cities and Policy Making in the Global Age*. Minneapolis/Londres: University of Minnesota Press, pp. 41-70.
- Pedroni, Marco; Volonté, Paolo (2014), “Art seen from outsider: Non-artistic legitimation within the field of fashion design”, *Poetics*, 43, pp. 102-119.
- Peixoto, Paulo (2000a), “Gestão estratégica das imagens das cidades: análise de mensagens promocionais e de estratégias de marketing urbano”, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 56, pp. 99-122.
- Peixoto, Paulo (2000b), “O património mundial como fundamento de uma comunidade humana e como recurso das indústrias culturais urbanas”, *Oficina do CES*, 155.
- Peixoto, Paulo (2001), “As cidades e os processos de patrimonialização: a corrida ao estatuto de Património Mundial e a identidade simbólica das cidades”, in Magda Pinheiro, Luís V. Baptista e Maria João Vaz (orgs.), *Cidade e Metrópole: Centralidades e Marginalidades*. Oeiras: Celta, pp 171-179.
- Peixoto, Paulo (2003), “Centros históricos e sustentabilidade cultural das cidades”, *Sociologia*, 13, 211-226.
- Peixoto, Paulo (2006), *O passado ainda não começou. Funções e estatuto dos centros históricos no contexto urbano português*. Tese de Doutoramento em Sociologia. Coimbra: FEUC.
- Percival, Neil; Hesmondhalgh, David (2014), “Unpaid work in the UK television and film industries: Resistance and changing attitudes”, *European Journal of Communication*, 29, pp. 188-203.
- Pereira, José Pacheco (coord.) (2014), *O nascimento de uma democracia 1974-1976. 2ª edição revista e corrigida*. Lisboa: Assembleia da República.

Pereira, José Pacheco; Sequeira, Júlio (2017), *Autocolantes das Organizações da FUR (Frente de Unidade Revolucionária)*. Lisboa: Tinta-da-China.

Perlin, Ross (2012), *Intern Nation. How to Earn Nothing and Learn Little in the Brave New Economy*. Londres/Nova Iorque: Verso.

Philizot, Vivien (2007), “Les avant-gardes et leur relation avec le pouvoir dans le champ du graphisme et de la typographie”, *Articulo - revue de sciences humaines*, 3. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://articulo.revues.org/589>

Pieterse, Vicent (2011), *From artist-as-leader to leader-as-artist*. Baam: Real Life Publishing/De Weijer Uitgeverij.

Pinheiro, Mauro (2010), “Autoria e Comunicação no Design”, in *The Radical Designist: A Design Culture Journal*, 3. Acedido em 20 de setembro de 2021 em http://unidcom.iade.pt/radicaldesignist/wp-content/uploads/2015/07/003_04.pdf

Piñón, Juan (2016), “Complex Labor Relations in Latin American Television Industries”, in Michael Curtin e Sanson, Kevin (eds.), *Precarious Creativity: Global Media, Local Labor*. Oakland, University of California Press, pp. 132-145.

Pinto, Jorge Cerveira (2012), “Culture and the Structural Funds in Portugal”, in *EENC Paper*. European Expert Network on Culture. Acedido em 20 de março de 2018 em <http://www.eenc.info/wp-content/uploads/2012/09/JPinto-Culture-and-the-Structural-Funds-in-Portugal.pdf>

POC/QCA III (2009), *Programa Operacional da Cultura. Relatório Final de Execução do Quadro Comunitário de Apoio III Portugal 2000-2006*. Lisboa: POC/QCA III.

Pomar, Alexandre (2007), “O Museu do Design no CCB em 1999”. *Alexandre Pomar*, 29 de junho. Artigo originalmente publicado no suplemento *Cartaz* do semanário *Expresso*, a 17 de abril de 1999, com o título “Luxo, Pop e Cool”. Acedido em 20 de setembro de 2021 em https://alexandrepomar.typepad.com/alexandre_pomar/2007/06/1999_ccb_museu.html

Pope, Rob (2005), *Creativity. Theory, History, Practice*. Londres/Nova Iorque: Routledge.

Portela, Augusto Pereira (2018), *O estatuto profissional do artista. Regime laboral e de segurança social*. Lisboa: Fundação GDA.

Portelinha, Ruthia (2009), *A dimensão cultural da integração europeia*. Dissertação de Mestrado em “Estudos sobre a Europa. Europa – as visões do Outro”. Coimbra: FLUC.

Portugal 2020 (2014), *Estratégia Nacional de Investigação e Inovação para uma Especialização Inteligente (EI&I)*. Versão de novembro de 2014. Lisboa: IAPMEI/FCT/ANI/COMPETE.

Potts, Jason; Cunningham, Stuart (2008), “Four Models of the Creative Industries”, *International Journal of Culture Policy*, 14(3), pp. 233-247.

Potts, Jason; Cunningham, Stuart; Hartley, John; Ormerod, Paul (2008), “Social network markets: a new definition of the creative industries”, *Journal of Cultural Economics*, 32(3), pp 167-185.

Poynor, Rick (2001), *Obey the giant: Life in the image world*. Londres/Basileia /Boston/Berlim: August/Birkhäuser.

Poynor, Rick (2003), *No More Rules. Graphic design and Postmodernism*. Londres: Laurence King Publishing.

Poynor, Rick (ed.) (2004), *Communicate. Independent British Graphic Design since the Sixties*. Londres: Laurence King Publishing.

Pratt, Andy C. (2000), “New media, the new economy and new spaces”, *Geoforum*, 31, pp 425-436.

Pratt, Andy C. (2002), “Hot Jobs in Cool Places. The Material Cultures of New Media Product Spaces: The Case of South of the Market, San Francisco”, *Information, Communication & Society*, 5(1), pp. 27-50.

Pratt, Andy C. (2004), “Mapping the Cultural Industries: Regionalization – the Example of South East England”, in Dominique Power e Allen J. Scott (eds), *Cultural Industries and the Production of Culture*. Londres/Nova Iorque: Routledge, pp. 19-36.

Pratt, Andy C. (2005), “Cultural industries and public policy”, *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), pp. 31-44.

Pratt, Andy C. (2008), “Creative cities: the cultural industries and the creative class”, *Geografiska annaler: Series B - Human geography*, 90 (2), pp. 107-117.

Pratt, Andy C. (2009), “Policy transfer and the field of the cultural and creative industries: What can be learned from Europe?”, in Lily Kong e Justin O'Connor (eds.), *Creative Cities: Asian-European Perspectives*. Heidelberg: Springer, pp. 9-23.

Pratt, Andy C. (2010), “Creative cities: Tensions within and between social, cultural and economic development”, *City, Culture and Society*, 1(1), pp. 13–20.

Pratt, Andy C.; Jeffcutt, Paul (2009), “Creativity, innovation and the cultural economy: snake oil for the twenty-first century?”, in Andy C. Pratt e Paul Jeffcutt (eds.),

Creativity, innovation and the cultural economy. Oxon/ Nova Iorque: Routledge, pp. 3-19.

Prichard, Craig (2002), “Creative Selves? Critically Reading ‘Creativity’ in Management Discourse”, *Creativity and Innovation Management*, 11(4), pp. 265-276.

Prince, Russell (2010), “Fleshing out expertise: The making of creative industries experts in the United Kingdom”, *Geoforum*, 41, pp. 875-884.

Providência, Francisco (2012), *Poeta, ou aquilo que faz: a poética como inovação em Design*. Tese de Doutoramento em Design. Aveiro: UA.

Qiu, Jack Linchuan; Gregg, Melissa; Crawford, Kate (2014), “Circuits of Labour: A Labour Theory of the iPhone Era”, *TripleC: Communication, Capitalism & Critique*, 12(2), pp. 564-581.

Quatenaire Portugal (2015), *Avaliação Intercalar do Programa Operacional Regional do Norte (ON.2) 2007-2013*. Relatório Final. Porto/Lisboa: CCDRN/QREN 2007-2013.

Queirós, João (2007a), *O lugar da cultura nas políticas de reabilitação de centros urbanos: apontamentos a partir do caso do Porto*. Porto: FLUP. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/54383/2/ISWP172007000122616.pdf>

Queirós, João (2007b), “Estratégias e discursos políticos em torno da reabilitação de centros urbanos. Considerações exploratórias a partir do caso do Porto”, *Sociologia, Problemas e Práticas*, 55, pp. 91-116.

Queirós, João (2015), *No Centro, à Margem. Sociologia das intervenções urbanísticas e habitacionais do Estado no centro histórico do Porto*. Porto: Afrontamento.

Quintela, Pedro (2011), “Estratégias de mediação cultural: Inovação e experimentação no Serviço Educativo da Casa da Música”, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 94, pp. 63-83.

Quintela, Pedro (2013), “A (in)sustentabilidade do trabalho criativo em design”, in Francisco Paiva e Catarina Moura (orgs.), *Atas do DESIGNA 2012 - International Conference on Design Research “IN/SUSTENTABILIDADE”*. Covilhã: UBI, pp.23-30.

Quintela, Pedro (2014a). “Processos de “patrimonialização” do design em Portugal: algumas reflexões”, *Cabo dos Trabalhos*, 10. Acedido em 20 de setembro de 2021 em http://cabodostrabalhos.ces.uc.pt/n10/documentos/9.1.2_Pedro_Quintela.pdf

Quintela, Pedro (2014b), “Novos espaços de intermediação cultural, de produção e partilha de conhecimento: uma reflexão acerca dos blogues sobre design em Portugal”, *Atas do VIII Congresso Português de Sociologia. 40 anos de democracias: progressos*,

contradições e prospetivas. Lisboa: APS. Acedido em 20 de setembro de 2021 em https://associacaoportuguesasociologia.pt/viii_congresso/VIII_ACTAS/VIII_COM0274.pdf

Quintela, Pedro (2016a), “From the shadow to the centre: tensions, contradictions and ambitions in building graphic design as a profession”, in Paula Guerra e Pedro Costa (eds.), *Redefining art worlds in late modernity*. Porto: FLUP, pp. 149-172.

Quintela, Pedro (2016b), “Recensão crítica de Bártolo, José (coord.) (2015), *Design Português*”, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 109, pp. 256-258.

Quintela, Pedro (2017), “A obscuridade do trabalho na “agenda” criativa em Portugal”, *Livro de Atas do IX Congresso Português de Sociologia: “Portugal, território de territórios”*. Lisboa: APS. Acedido a 20 de setembro de 2021 em https://associacaoportuguesasociologia.pt/ix_congresso/docs/final/COM0288.pdf

Quintela, Pedro (2019), “*Design* e políticas públicas em Portugal: transformações, avanços e impasses”, *Oficina do CES*, 450.

Quintela, Pedro; Borges, Marta (2015), “Livros, fanzines e outras publicações independentes – um percurso pela ‘cena’ do Porto”, *Cidades, Cultura e Territórios*, 31, pp. 11-31.

Quintela, Pedro; Ferreira, Claudino (2018), “Indústrias culturais e criativas em Portugal: um balanço crítico de uma nova ‘agenda’ para as políticas públicas no início deste milénio”, *Todas as Artes*, 1(1), pp. 89-111.

Quintela, Pedro; Rodrigues, Vânia (2020), “Pandemia e Cultura: (ainda) a urgência de um pensamento lento”, in Tânia Leão (org.), *Em Suspensão. Reflexões Sobre o Trabalho Artístico, Cultural e Criativo na Era Covid-19*. Porto: ISUP/FLUP, pp. 15-25.

Raio, Catarina (coord.) (2014), *Luís Miguel Castro*. Lisboa: INCM.

Ramalho, Joana (2013), “Os grandes eventos e a promoção da imagem externa de Portugal”, *JANUS 2013 – Anuário de Relações Exteriores: As incertezas da Europa*, pp. 60-61.

Ramalho, Margarida de Magalhães (2014), *António de Magalhães Ramalho. Fundador do INII e pioneiro da investigação industrial*. Lisboa: By the Book.

Rambach, Anne; Rambach, Marine (2001), *Les intellos précaires*. Paris: Fayard.

Rambach, Anne; Rambach, Marine (2009), *Les nouveaux intellos précaires*. Paris: Payot.

- Randle, Keith (2015), “Class and exclusion at work: the case of uk film and television”, in Kate Oakley e Justin O’Connor (eds.), *The Routledge Companion to the Cultural Industries*. Londres/Nova Iorque: Routledge, pp. 330-343.
- Randle, Keith; Culkin, Nigel (2009), “Getting In and Getting On in Hollywood: Freelance Careers in an Uncertain Industry”, in Alan McKinlay e Chris Smith (eds.), *Creative Labour: working in the creative industries*. Hampshire/Nova Iorque: Palgrave Macmillan, pp. 93-115.
- Raposo, Daniel; João Neves (2009), “Análise da implementação do ensino de Bolonha na área do design”, *Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes*, II(4). Acedido em 20 de setembro de 2021 em <http://convergencias.esart.ipcb.pt/?p=article&id=62>
- Ratiu, Dan Eugen (2013), “Creative cities and/or sustainable cities: Discourses and practices”, *City, Culture and Society*, 4(3), pp. 125-135.
- Rato, Ana (2002), *Daciano da Costa e a teoria do design português, (1959-1974)*. Dissertação de Mestrado em Teorias da Arte. Lisboa: FBAUL.
- Raunig, Gerald (2013), *Factories of Knowledge, Industries of Creativity*. Los Angeles: Semiotex(e).
- Raunig, Gerald; Ray, Gene; Wuggenig, Ulf (eds.) (2011), *Critique of creativity: precarity, subjectivity and resistance in the creative industries*. Londres: MayFly.
- Read, Jason (2014), “Uma genealogia do *Homo economicus*: o neoliberalismo e a produção de subjectividade”, *Imprópria*, 4, pp. 23-34.
- Rebello, Artur (2015), *Elementos para a definição de uma prática de autor em design gráfico, uma autobiografia do atelier R2*. Tese de Doutoramento em Arte Contemporânea. Coimbra: Colégio das Artes da Universidade de Coimbra.
- Rebello, José (coord.) (2003), *Novas Formas de Mobilização Popular*. Porto: Campo das Letras.
- Rebello, José (coord.) (2011), *Ser Jornalista em Portugal: Perfis Sociológicos*. Lisboa: Gradiva.
- Rebello, José (coord.) (2014), *As Novas Gerações de Jornalistas em Portugal*, Lisboa: Mundos Sociais.
- Rei, Mariana (2016), *Do Operário ao Artista. Uma etnografia em contexto industrial no Vale do Ave*. Lisboa/Porto: Le Monde Diplomatique – Edição Portuguesa/Deriva.
- Rei, Mariana; Silva, Mariana (2018), “Da têxtil à moda e da indústria do ferro à indústria da criatividade: fábricas criativas e novos usos do património industrial”, in

- Graça Filipe, José Vale e Inês Castaño (coord. edit.), *Patrimonialização e Sustentabilidade do Património: Reflexão e Prospectiva*. Lisboa: IHC/FCSH-UNL, pp. 361-370.
- Reich, Robert (1991), *The Work of Nations: Preparing Ourselves for the 21st-Century Capitalism*. Nova Iorque: Knopf.
- Reimer, Suzanne (2016), “‘It’s just a very male industry’: gender and work in UK design agencies”, *Gender, Place & Culture*, 23(7), pp. 1033-1046.
- Reimer, Suzanne; Pinch, Steven; Sunley, Peter (2008), “Design spaces: agglomeration and creativity in British design agencies”, *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90(2), pp. 151-172.
- Reis, Jaime (1993), *Perspectiva Histórica: Estudos sobre a Economia Portuguesa na Segunda Metade do Século XIX, 1850-1930*. Lisboa: INCM.
- Reis, José; Baganha, Maria Ioannis (orgs.) (2002), *A Economia em curso: contextos e mobilidades*. Porto: Edições Afrontamento.
- Reis, José (coord.) (2014), *A Economia Política do Retrocesso. Crises, causas e objetivos*. Coimbra: Almedina.
- Reis, José (2018), *A Economia Portuguesa - Formas de Economia Política numa periferia persistente (1960-2017)*. Coimbra: Almedina.
- RGD (2007), *A Graphic Designer’s Guide to Pro Bono Work*. Ontario: RGD. Acedido em 20 de setembro de 2021 em https://www.rgd.ca/database/files/library/probono_designer.pdf
- Ribeiro, António Pinto (2009) “Os Mitos das Indústrias Criativas”, *Público*, 19 de março, pp. 31.
- Ribeiro, Marlene; Providência, Francisco (2014), “Gestão vertical do design no território: o caso Paredes”. Comunicação apresentada no III CIDAG - Conferência Internacional em Design e Artes Gráficas, que decorreu no ISEC, Campus do Lumiar, em Lisboa, entre 22 e 24 de outubro, pp. 1-4. Acedido a 20 de setembro de 2021 em https://www.researchgate.net/publication/315673194_GESTAO_VERTICAL_DO_DESIGN_NO_TERRITORIO_O_caso_Paredes_VERTICAL_MANAGEMENT_OF_TERRITORIAL_DESIGN_Paredes_case_study
- Ribeiro, Susana Almeida (2008), *Infografia de Imprensa: história e análise ibérica comparada*. Coimbra: Edições Minerva.
- Richards, Greg (ed.) (2014), *Guimarães and Maribor. European Capitals of Culture 2012*. Arnhem: ATLAS.

- Richards, Greg; Marques, Lénia; Mein, Karen (eds.) (2015), *Event Design: Social Perspectives and Practices*. Londres/Nova Iorque: Routledge.
- Rifkin, Jeremy (2000), *The age of access. The new culture of hypercapitalism*. Nova Iorque: Putnam Publishing Group.
- Roberts, John (2015), *Revolutionary Time and the Avant-Gard*. Londres/Nova Iorque: Verso.
- Rock, Michael (2005), “Graphic Authorship”, in Steven Heller (ed.), *The Education of a Graphic Designer. Second Edition*. Nova Iorque: Allworth Press, pp. 200-209.
- Rodrigues, Carlos Farinha (coord.) (2016), *Desigualdade do Rendimento e Pobreza em Portugal. As consequências sociais do programa de ajustamento*. Lisboa: FFMS.
- Rodrigues, Maria de Lurdes; Silva, Pedro Adão e (orgs.) (2012), *Políticas Públicas em Portugal*. Lisboa: INCM/ISCTE-IUL.
- Rodrigues, Vânia (2020), *As Produtoras. Produção e gestão cultural em Portugal. Trajeto profissionais (1990-2019)*. Lisboa: Caleidoscópia.
- Rollo, Maria Fernanda (1994), *Portugal e o Plano Marshall. Da rejeição à solicitação da ajuda financeira norte-americana (1947-1952)*. Lisboa: Editorial Estampa.
- Rollo, Maria Fernanda (2007), *Portugal e a Reconstrução Económica do Pós-Guerra. O Plano Marshall e a Economia Portuguesa dos anos 50*. Coleção Biblioteca Diplomática, 13. Lisboa: Ministério dos Negócios Estrangeiros.
- Rosa, Alda (1984), *Design Industrial*. Lisboa: MIE/IAPMEI/DGQ.
- Rosler, Martha (2013), *Culture Class*. Berlim : Sternberg Press.
- Ross, Andrew (2000), “The Mental Labor Problem”, *Social Text*, 63, 2(18), pp. 1-31.
- Ross, Andrew (2003), *No-Collar. The Humane Workplace and Its Hidden Costs*. Nova Iorque: Basic Books.
- Ross, Andrew (2006-07), “Nice work if you can get it: the mercurial career of creative industries policy”, *Work Organisation, Labour & Globalisation*, 1(1), pp. 13-30.
- Ross, Andrew (2008), “The New Geography of Work: Power to the Precarious?”, *Theory, Culture & Society*, 7-8(25), pp. 31-49.
- Ross, Andrew (2009), *Nice Work If You Can Get It. Life and Labor in Precarious Times*. Londres/Nova Iorque: New York University Press.
- Roubaud, Maria Luísa (2003), “O Verde Gaio: uma política do corpo no Estado Novo”, in Salwa El-Shawan Castelo-Branco e Jorge Freitas Branco (orgs.), *Vozes do Povo. A Folclorização em Portugal*. Oeiras: Celta, pp. 337-353.

- Rowan, Jaron (2010), *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Runco, Mark A. (2007). *Creativity. Theories and Themes: Research, Development, and Practice*. San Diego, CA: Elsevier Academic Press.
- Rusten Grete; Bryson, John R. (2007), “The production and consumption of industrial design expertise by small- and medium-sized firms: some evidence from Norway”, *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 89 B (S1), pp. 75-87.
- Ryan, Bill (1992), *Making Capital from Culture*. Berlim/Nova Iorque: Walter de Gruyter.
- S/A (2013), *Centro Português de Design*. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <https://www.dn.pt/DNMultimedia/DOCS+PDFS/2013/CPDesign.pdf>
- Saco, Roberto M.; Goncalves, Alexis P. (2008), “Service Design: An Appraisal”, *Design Management Review*, 19(1), pp. 10-19.
- Saldaña, Johnny (2012), *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. Londres/Thousand Oaks/ Nova Deli/ Singapura: Sage.
- Salmon, Christian (2008), *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. Paris: Éditions La Découverte.
- Samara, Maria Alice; Baptista, Tiago (2010), *Os Cartazes na Primeira República*. Lisboa: Tinta-da-China.
- Sandoval, Marisol (2013), “Foxconned Labour as the Dark Side of the Information Age: Working Conditions at Apple’s Contract Manufacturers in China“, *TripleC: Communication, Capitalism & Critique*, 11(2), pp. 318-347.
- Sandoval, Marisol (2016a), “Fighting Precarity with Co-operation? Worker Co-operatives in the Cultural Sector”, *New Formations: a journal of culture/ theory/ politics*, 88, pp. 51-68.
- Sandoval, Marisol (2016b), “What would Rosa do? Co-operatives and radical politics”, *Soundings: A Journal of Politics and Culture*, 63, pp. 98-111.
- Santos, Boaventura de Sousa (1992), *O Estado e a Sociedade em Portugal (1974-1988)*. Porto: Afrontamento.
- Santos, Boaventura de Sousa (org.) (1993), *Portugal: Um Retrato Singular*. Porto: Edições Afrontamento.
- Santos, Boaventura de Sousa (1994), *Pela Mão de Alice: o social e o político na pósmodernidade*. Porto: Afrontamento.

Santos, Boaventura de Sousa; Ferreira, Sílvia (2001), “A reforma do Estado-Providência entre globalizações conflituantes”, in Pedro Hespanha e Graça Carapinheiro (orgs.), *Risco Social e incerteza: pode o Estado social recuar mais?* Porto: Afrontamento, pp. 177-226.

Santos, David (org. e coord. editorial) (2008), *Ilustração & Literatura Neo-Realista*. Vila Franca de Xira: CMVFX/Museu do Neo-Realismo.

Santos, Helena; Moreira, Ricardo (2013), *Estudo sobre os apoios financeiros diretos concedidos pela Direção Geral das Artes às atividades artísticas (apoios bienais 2011 e quadrienais 2009)*. Relatório final. Porto: FEP.

Santos, Maria de Lourdes Lima dos (coord.) (1998), *As Políticas Culturais em Portugal*. Lisboa: OAC.

Santos, Maria de Lourdes Lima dos (coord.) (2002), *Públicos do Porto 2001*. Lisboa: OAC.

Santos, Maria de Lourdes Lima dos (coord.) (2004), *Políticas Culturais e Descentralização: Impactos do Programa Difusão das Artes do Espectáculo*. Lisboa: OAC.

Santos Maria de Lourdes Lima dos (coord.) (2005), *Contribuições para a formulação de políticas públicas no Horizonte 2013 relativas ao tema Cultura, Identidade e Património*. Relatório Final. Lisboa: ICS-UL/OAC.

Santos, Maria de Lourdes Lima dos; Costa, António Firmino da (coords.), (1999), *Impactos Culturais da Expo'98*. Lisboa: OAC

Santos, Maria de Lourdes Lima dos (2007), *Políticas culturais em Portugal*. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <http://www.gepac.gov.pt/oac-1996-2013/gepac-oac/oac-documentos-electronicos.aspx>

Santos, Maria de Lourdes Lima dos (2012), *Sociologia da Cultura: perfil de uma carreira*. Lisboa: ICS.

Santos, Rui Afonso (1995), “O Design e a Decoração em Portugal, 1900-1994”, in Paulo Pereira (dir.), *História da Arte Portuguesa. Vol. 3*. Lisboa: Temas e Debates, pp. 437-505.

Santos, Rui Afonso (2001), “Daciano das Costa e os Percursos do Design Português: 1950-2000”, in João Paulo Martins (org.), *Daciano da Costa Designer*. Lisboa: FCG, pp. 62-77.

Santos, Rui Afonso (2002), “O Design em Portugal no século XX”, in Fernando Pernes (coord.), *Panorama da Cultura Portuguesa no Século XX. Vol. 3 Artes e Letras [III]*. Porto: Edições Afrontamento, pp. 109-153.

Santos, Rui Afonso (2014), “História do design em Portugal entre 1974-2010”, *Camões - Revista de Letras e Culturas Lusófonas*, 23, pp. 37-50.

Santos, Rui Afonso (2015), *Design Português 1920/1939. Vol. 2.* (coord. José Bártolo). Vila do Conde: Verso da História.

Santos, Susana (2004), *O enquadramento jurídico-laboral dos profissionais de espetáculos: algumas reflexões*. Dissertação de Mestrado em Direito. Porto: Faculdade de Direito da UCP / Centro Regional do Porto.

Sapiro, Gisèle (2007), “La vocation artistique entre don et don de soi”, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 168, pp. 4-11.

Sardo, Delfim (1992), “Uma exposição de Design é sempre um contra senso”, *Cadernos de Design*, 1, pp. 15-17.

Saundry, Richard; Stuart, Mark; Antcliff, Valerie (2007), “Broadcasting discontent: Freelancers, trade unions and the internet. New Technology”, *Work and Employment*, 22(2), pp. 178-191.

Scarpetta, Stefano; Sonnet, Anne; Manfredi, Thomas (2010), “Rising Youth Unemployment During The Crisis: How to Prevent Negative Long-term Consequences on a Generation?”, *OECD Social, Employment and Migration Working Papers*, 106. Paris: OECD Publishing.

Schlesinger, Philip (2007), “Creativity: from discourse to doctrine?”, *Screen*, 48(3), pp. 399-387.

Schlesinger, Philip (2009a), “Creativity and the Experts: New Labour, Think Thanks, and the Policy Process”, *The International Journal of Press/Politics*, 14(3), pp. 3-20.

Schlesinger, Philip (2009b), “The Politics of Cultural Policy”, *Litteraria Pragensia: Studies in Literature & Culture*, 19(38), pp. 75-89.

Schlesinger, Philip (2009c), “The SNP, cultural policy and the idea of the “creative economy””, in Gerry Hassan (ed.), *The Modern SNP: From Protest to Power*. Edimburgo: Edinburgh University Press, pp. 135-146.

Schmidt, Florian Alexander (2015), *The Design of Creative Crowdwork: From Tools for Empowerment to Platform Capitalism*. Tese de Doutoramento. Londres: Royal College of Art. Acedido em 20 de setembro de 2021 em http://researchonline.rca.ac.uk/1690/1/Schmidt_CrowdThesis_June2015.pdf

Scholz, Trebor (ed.) (2013), *Digital Labor. The Internet as Playground and Factory*. Nova Iorque: Routledge.

Scholz, Trebor (2017), *Uberworked and Underpaid: How Workers Are Disrupting the Digital Economy*. Cambridge: Polity Press.

Scott, Allen J. (2007) “Capitalism and Urbanization in a New Key? The Cognitive-Cultural Dimension”, *Social Forces*, 85(4), pp. 1465-1482.

Seabra, Augusto M. (2008), “O que faz correr Serralves?”, in *Arte Capital*, 24 de março. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <http://www.artecapital.net/estado-da-arte-7-augusto-m-seabra-o-que-faz-correr-serralves->

Seabra, Augusto M. (2010), “Uma deriva perigosa”, *Público*, 28 de março, pp. 33.

Sennett, Richard (2006), *The Culture of the New Capitalism*. Yale: Yale University Press.

Sennett, Richard (2007), *A Corrosão do Caráter – As consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Lisboa: Terramar.

Sennett, Richard (2009), *The Craftsman*. Londres: Penguin Books.

Setepés (coord.) (2014), *Art On Chairs 2014-2014. Paredes Portugal*. Paredes: CMP.

Shade, Leslie Regan; Jenna, Jacobson (2015) “Hungry for the job: gender, unpaid internships, and the creative industries”, in Bridget Conor, Rosalind Gill and Stephanie Taylor (ed.), *The Sociological Review Monograph Series: Gender and Creative Labour*, pp. 188-205.

Shaughnessy, Adrian (2010), *How to be a graphic designer, without losing your soul. New edition*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press.

Shaw, Phyllida (2004), “Researching Artists’ Working Lives”, *Arts Research Digest*, 30. Acedido em 27 de setembro de 2016 em <http://media.ifacca.org/files/040527ResearchingArtists.pdf>

Sheppard, Benedict; Sarrazin, Hugo; Kouyoumjian, Garen; Dore, Fabricio (2018), *The Business Value of Design. McKinsey Quarterly*. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-design/our-insights/the-business-value-of-design#>

Sigler, Friederik (ed.) (2017). *Work*. Londres/Cambridge, Massachusetts: Whitechapel Gallery/The MIT Press.

Silva, Augusto Santos (1994), “Tradição, Modernidade e Desenvolvimento: Portugal na Integração Europeia”, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 39, pp. 147-162.

- Silva, Augusto Santos (2004), “Como Classificar as Políticas Culturais? Uma Nota de Pesquisa”, *OBS*, 12, pp. 10-20.
- Silva, Augusto Santos (1997), “Cultura: das obrigações do Estado à participação civil”, *Sociologia, problemas e práticas*, 23, pp. 37-48.
- Silva, Augusto Santos (2007), “Como abordar as políticas culturais autárquicas? Uma hipótese de roteiro”, *Sociologia, Problemas e Práticas*, 54, pp. 11-33.
- Silva, Augusto Santos; Babo, Elisa Pérez; Guerra, Paula (2013), “Cultural policies and local development: the Portuguese case”, *Portuguese Journal of Social Science*, 12(2), pp. 113-131.
- Silva, Augusto Santos; Babo, Elisa Pérez; Guerra, Paula (2015), “Políticas culturais locais: contributos para um modelo de análise”, *Sociologia, Problemas e Práticas*, 78, pp. 105-124.
- Silva, Helena Sofia (2015), *Design Português 1980/1999*. Vol. 5. (coord. José Bártolo). Vila do Conde: Verso da História.
- Silva, Jorge (2010), “Uma história pouco ortodoxa”, in Jorge Silva (coord. e design), *O Combate Ilustrado de 1986 a 2007*. Lisboa: Edições Combate, s/p.
- Silva, Jorge (coord.) (2011), *R2*. Coleção D. Lisboa: INCM.
- Silva, Jorge (2012), “Alto Contraste”, *Almanaque Silva*, 28 de abril. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <http://almanaguesilva.wordpress.com/2012/04/>
- Silva, Jorge (coord.) (2019), *Eduardo Aires*. Coleção D. Lisboa: INCM.
- Silva, Manuel Carvalho da; Hespanha, Pedro; Caldas, José Castro (coords.) (2017), *Trabalho e políticas de emprego. Um retrocesso evitável*. Lisboa: Actual Editora.
- Silva, Mariana Vieira da (2013), “Fundos Estruturais e o Financiamento das Políticas Públicas”, in Maria de Lurdes Rodrigues e Pedro Adão e Silva (orgs.), *Políticas Públicas para a Reforma do Estado*. Coimbra: Almedina, pp. 163-177.
- Silva, Pedro Adão e (2000), “O Modelo de Welfare da Europa do Sul – Reflexões sobre a utilidade do conceito”, *Sociologia, Problemas e Práticas*, 38, pp. 25-59.
- Silva, Vanessa (2017), *A integração do design na indústria do mobiliário após a adesão à CEE*. Dissertação de Mestrado em Design de Equipamento (Especialização em Design de Produto). Lisboa: FBAUL.
- Sinapi, Christine; Juno-Delgado, Edwin (2016), “Why do performing arts companies set up cooperative organizations? And why does it matter?”, *Arts Management Quarterly*, 125, pp. 5-12. Acedido em 20 de setembro de 2021 em http://www.artsmanagement.net/images/file/newsletter/AMN_Quarterly_125.pdf

Singly, François (1986), “Artistes en vue”, *Revue Française de Sociologie*, XXVII, pp. 531-544.

Sinigaglia, Jérémy (2007), “The intermitente workers’ movement: between a demobilizing precarity and mobilizing precarious workers”, *Sociétés contemporaines*, 65, pp. 27-53.

Simão, Fátima São (2013) *WHEN BUZZ CHOKES BIZZ... AND CULTURE - Reflections from the Portuguese Creative Industries' Case*. Acedido em 30 de novembro de 2016 em <http://www.labforculture.org/en/content/download/259293/1854902/file/20131109-WhenBuzzChokesBizz-FatimaSaoSimao-2013.pdf>

Simão, Fátima São (2020), *Authors’ Rights and Rights’ Authors: on the relationship between copyright and artistic work*. Tese de Doutoramento. Porto: FBAUP.

Simms, Melanie; Dean, Deborah (2015), “Mobilising contingent workers: An analysis of two successful cases”, *Economic and Industrial Democracy*, 36, pp. 173-190.

Simões, Ana (2012), *Fair: Uma Plataforma para a Publicação Independente em Portugal*. Dissertação de Mestrado em Design Gráfico e Projetos Editoriais. Porto: FBAUP.

Simões, Jorge Falcato; Bispo, Renato (2006a), *Design inclusivo: acessibilidade e usabilidade em produtos, serviços e ambientes*. Lisboa: CPD.

Simões, Jorge Falcato; Bispo, Renato (coord.) (2006b), *Experiências de Ensino do Design Inclusivo em Portugal*. Lisboa: CPD.

Sistelo, Marta (2015), *Incubadoras criativas: o caso do Polo das Indústrias Criativas do Parque de Ciência e Tecnologia da Universidade do Porto*. Dissertação de Mestrado em Economia. Porto: FEP.

Small, Mario Luis (2009), ““How many cases do I need?” On science and the logic of case selection in field-based research”, *Ethnography*, 10(1), pp. 5-38.

Sklair, Leslie (2002), *Globalization: Capitalism and Its Alternatives*. Oxford: Oxford University Press.

Slaughter Sheila; Rhoades, Gary (2004), *Academic Capitalism and the New Economy. Markets, State, and Higher Education*. Baltimore/Londres: The John Hopkins University Press.

Soar, Matthew (2000), “Encoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising Production”, *Mass Communication and Society*, 3(4), pp. 415-437.

- Soar, Matthew (2002a), “The First Things First Manifesto and the Politics of Culture Jamming: Towards a Cultural Economy of Graphic Design and Advertising”, *Cultural Studies*, 16(4), pp. 570-592.
- Soar, Matthew (2002b), “An Insular Profession: Graphic design and consumer culture”, *Journal of Consumer Culture*, 2(2), pp. 271-275.
- Soar, Matthew (2002c), *Graphic Design / Graphic Dissent: Towards a Cultural Economy of an Insular Profession*. Tese de Doutoramento. Amherst: University of Massachusetts Amherst.
- Soeiro, José (2015), *A formação do precariado: transformações no trabalho e mobilizações de precários em Portugal*. Tese de doutoramento. Coimbra: FEUC.
- Soeiro, José (2020), ““Recebo Verdi”. A cultura dos recibos verdes na cultura”, in Tânia Leão (org.), *Em Suspensão. Reflexões Sobre o Trabalho Artístico, Cultural e Criativo na Era Covid-19*. Porto: ISUP/FLUP, pp. 68-80.
- Sorignet, Pierre-Emmanuel (2010), *Danser. Enquête dans les coulisses d’une vocation*. Paris, La découverte.
- Soromenho, Ana (2015), “Ricardo Mealha, um espírito livre e apaixonado”, *Expresso*, 28 de outubro. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <https://expresso.pt/cultura/2015-10-28-Ricardo-Mealha-um-espírito-livre-e-apaixonado>
- Soromenho-Marques, Viriato; Pereira, Paulo Trigo (coords.) (2015), *Afirmar o Futuro. Políticas Públicas para Portugal*. 2 Vols. Lisboa: FCG.
- Sousa, Guilherme; Ceia, Aurelindo Jaime (2020), *O design por dentro das palavras. Aurelindo Jaime Ceia, designer*. Lisboa: Caleidoscópio.
- Souto, Maria Helena (1992), “Design em Portugal. 1980-1990 – Dispersão pluralista”, in José-Augusto França (programação e introdução), *Portugal Moderno. Enciclopédia Temática, Artes & Letras*. Lisboa: Pomo, pp. 99-117.
- Souto, Maria Helena (2009), *História do Design em Portugal I. Reflexões*. Lisboa: Edições IADE.
- Souto, Maria Helena (2015), *Design Português 1900/1919*. Vol. 1. (coord. José Bártolo). Vila do Conde: Verso da História.
- Souto, Maria Helena (2017), “Design em Portugal (1960-1974): Expor, Agir, Debater. Os Núcleos de Arte e Arquitetura Industrial e de Design Industrial do Instituto Nacional de Investigação Industrial (I.N.I.I.)”, in Maria Helena Souto e Bárbara Coutinho (coords.), *Ensaio para um Arquivo: o tempo e a palavra. Design em Portugal (1960-1974)*. Lisboa: CML/MUDE, pp. 19-28.

Souto, Maria Helena; Brízio, Fernando (2014), “Dos caminhos do design em Portugal: à conversa com Cristina Reis e Eduardo Afonso Dias”, *Camões - Revista de Letras e Culturas Lusófonas*, 23, pp. 9-15.

Spinuzzi, Clay (2012), “Working alone, together: Coworking as emergent collaborative activity”, *Journal of Business and Technical Communication*, 26(4), pp. 399-441.

Srnicek, Nick (2017), *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press.

Standing, Guy (2014a), *O Precariado – a nova classe perigosa*. Barcarena: Presença.

Standing, Guy (2014b), “O precariado e a luta de classes”, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 103, pp. 9-24.

Steger, Manfred B.; Roy, Ravi K. (2010), *Neoliberalism: A Very Short Introduction*. Oxford/ Nova Iorque: Oxford University Press.

Stern, Arden; Siegelbaum, Sami (2019), “Special Issue: Design and Neoliberalism”, in *Design and Culture*, 11(3), pp. 265-277.

Stickdorn, Marc; Schneider, Jakob (eds.) (2010), *This is Service Design Thinking*. Amesterdão: BIS.

Sundararajan, Arun (2016), *The Sharing Economy. The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*. Cambridge/Londres: The MIT Press.

Sunley, Peter; Pinch, Steven; Reimer, Suzanne; Macmillen, James (2008), “Innovation in a creative production system: the case of design”, *Journal of Economic Geography*, 8(5) pp. 675-698.

Sunley, Peter; Pinch, Steven; Reimer, Suzanne (2011), “Design capital: practice and situated learning in London design agencies”, *Transactions of the Institute of British Geographers*, 36(3), pp. 377-392.

Szczepanik, Petr (2016), “Transnational Crews and Postsocialist Precarity: Globalizing Screen Media Labor in Prague”, in Michael Curtin e Sanson, Kevin (eds.), *Precarious Creativity: Global Media, Local Labor*. Oakland, University of California Press, pp. 88-103.

Tapia, Alejandro (2003), “Graphic Design in the Digital Era: The Rhetoric of Hypertext”, *Design Issues*, 19(1), pp. 5-24.

Tasset, Cyprien (2013), *Which group and what critique? Competing representations of precarious knowledge workers, and theories of new social subjects in France*. Comunicação apresentada na conferência da European Sociological Association 2013, em Turim (Itália).

Tasset, Cyprien (2015), *Les intellectuels précaires, genèses et réalités d'une figure critique*. Tese de Doutorado. Paris: EHESS.

Tasset, Cyprien; Amosse, Thomas; Gregoire, Mathieu (2013), *Libre ou prolétarisés? Les travailleurs intellectuels précaires de l'Île-de-France*. Rapport de Recherche 82. Paris: Centre d'Études de l'Emploi.

Taylor, Calvin (2015), "Between Culture, Policy and Industry: Modalities of Intermediation in the Creative Economy", *Regional Studies*, 49(3), pp. 362-373.

Teodoro, Joana de Oliveira (2013), *O ensino do Design de Moda em Portugal: contribuição para uma análise crítica da educação para a sustentabilidade*. Tese de mestrado em Educação Artística. Lisboa: FBAUL.

Terranova, Tiziana (2000), "Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy", *Social Text*, 63, 18(2), pp. 33-58.

Therborn, Göran (2008), "After Dialectics: Radical Social Theory in the North at the Dawn of the Twenty-first Century", in *From Marxism to Post-Marxism?*. Londres: Verso, pp. 111-181.

Thorpe, Ann (2012), *Architecture and Design versus Consumerism: How Design Activism Confronts Growth*. Londres: Earthscan.

Thrift, Nigel (2001) "It's the romance, not the finance, that makes the business worth pursuing': disclosing a new market culture", *Economy and Society*, 30(4), pp. 412-432.

Thrift, Nigel (2005), *Knowing Capitalism*. Londres/Thousand Oaks/Nova Deli: Sage.

Throsby, David (1994), "A Work-Preference Model of Artist Behaviour", in Alan Peacock e Ilde Rizzo (eds.), *Cultural Economics And Cultural Policies*. Springer Science + Business Media Dordrecht, pp. 69-80.

Throsby, David (2001), *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.

Throsby, David (2008), "The concentric circles model of the cultural industries", *Cultural Trends*, 17 (3), pp. 147-164.

Throsby, David (2012), "Artistic labour markets: Why are they of interest to labour economists?", *Economia della Cultura*, 22(1), pp. 7-16.

Throsby, David; Hollister, Virginia (2003), *Don't give up your day job: An economic study of professional artists in Australia*. Sydney: Australia Council.

Throsby, David; Zednik, Anita (2010), *Do you really expect to get paid? An economic study of professional artists in Australia*. Sydney: Australia Council.

Throsby, David; Zednik, Anita (2011), “Multiple job-holding and artistic careers: some empirical evidence”, *Cultural Trends*, 20(1), pp. 9-24.

Throsby, David; Zednik, Anita (2012), “Minimum income requirements of creative artists: some empirical results”, in Vera Borges e Pedro Costa (orgs.), *Criatividade e Instituições. Novos desafios à vida dos artistas e dos profissionais da cultura*. Lisboa: ICS, pp. 37-47.

Tonkinwise, Cameron (2011), “A Taste for Practices: Unrepressing style in design thinking”, *Design Studies*, 32(6), pp. 533-545.

Tom Fleming Creative Consultancy (2015), *Cultural and creative spillovers in Europe*. ACE/Arts Council of Ireland/Creative England/ECCE/ECF/ECBN. Acedido em 20 de setembro de 2017 <http://ccspillovers.wikispaces.com/Evidence+review+2015>

Toscano, Aberto (2007) “Always Already Only Now: Negri and the Biopolitical”, in Timothy S. Murphy e Abdul-Karim Mustapha (eds), *The Philosophy of Antonio Negri. Vol. 2: Revolution in Theory*. Londres/Ann Arbor: Pluto Press, pp. 109-28.

Tostões, Ana; Martins, João Paulo (2000), “A Construção do Design em Portugal: de 1960 à Revolução de Abril de 1974”, *O Tempo do Design. Cadernos de Design, Anuário 2000*, 21/22, pp. 64-69.

Touraine, Alain (1969), *La société post-industrielle*. Paris: Denoël.

Towse, Ruth (1992), “The labour market for artists”, *Recherche Economique*, 46, pp. 55-74.

Tremblay, Gaëtan (ed.) (1990), *Les industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada*. QP: Presses de l’Université du Québec / Télé-Université.

Tremblay, Gaëtan (2008), “Industries culturelles, économie creative et société de l’information”, *Global Media Journal - Édition Canadienne*, 1(1), pp. 65-88.

Tremblay, Gaëtan (2011a), “Creative statistic to support creative economy politics”, *Media Culture Society*, 33(2), pp. 289-298.

Tremblay, Gaëtan (2011b), “Criatividade e pensamento crítico”, *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 34(1), pp. 255-266.

Tremblay, Remy; Tremblay, Diane-Gabrielle (dir.) (2010), *La classe creative selon Richard Florida. Un paradigme urbain plausible?*, Québec: Presses de l’Université du Québec.

Triggs, Teal (2010), *Fanzines*. Londres: Thames & Hudson.

Turner, Fred (2006), *From Counterculture to Cyberculture. Stewart Brand, the Whole Earth Network and the Rise of Digital Utopianism*. Chicago/Londres: The University of Chicago Press.

Umney, Charles (2016), “The labour market for jazz musicians in Paris and London: Formal regulation and informal norms”, *Human Relations*, 69, pp. 711-729.

UCLG Culture Committee (2020), “Culture, Cities and the COVID-19 Pandemic; Part One: Documenting the Initial Measures and Drafting Challenges Ahead”, *UCLG Committee on Culture Reports*, 8, Barcelona: UCL.

UNESCO (1982), *Cultural Industries: A Challenge for the Future of Culture*. Paris: UNESCO.

UNCTAD e UNDP (2008), *Creative Economy Report 2008. The challenge of assessing the creative economy: Towards informed policy-making*. Genebra: Nações Unidas.

UNCTAD e UNDP (2010), *Creative Economy Report 2010. Creative economy: A feasible development option*. Genebra: Nações Unidas..

UNESCO e UNDP (2013), *Creative Economy Report*. Paris: UNESCO/ UNDP.

UNCTAD e UNDP (2015), *Creative economy outlook and Country profiles: Trends in international trade in creative industries*. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-and-country-profiles-trends-international-trade-creative>

UNCTAD e UNDP (2018), *Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries*. Acedido em 20 de junho de 2021 em <https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-trends-international-trade-creative-industries>

Unidade de Coordenação do Plano Tecnológico (2005), *Documento de trabalho n° 8: Industrias Criativas*. Lisboa: Plano Tecnológico.

Ursell, Gillian (1997), *Employment Practices and Labour Markets in the British Commercial Television Industry: A Case Study of the Northern Region since 1988*. Tese de Doutorado. Leeds: School of Business and Economic Studies, University of Leeds.

Ursell, Gillian (1998), “Labour flexibility in the UK commercial television sector”, *Media, Culture & Society*, 20, pp. 129-153

Ursell, Gillian (2000), “Television production: issues of exploitation, commodification and subjectivity in UK television labour markets”, *Media, Culture & Society*, 22, pp. 805-825.

- Ursell, Gillian (2003), “Creating Value and Valuing Creation in Contemporary UK Television: or ‘dumbing down’ the workforce”, *Journalism Studies*, 4(1), pp. 31-46.
- Ursell, Gillian (2006), “Working in the Media”, in David Hesmondhalgh (ed.), *Media Production*. Berkshire: Open University Press, pp. 133-172.
- Vale, Mário (2012), “Criatividade e revitalização urbana em contexto de crise”, in AA.VV., *Seminário Internacional Quarteirões Culturais Experiências e Desafios – Livro de Atas*. Santo Tirso: Fábrica de Santo Thyrsó/CMST, pp. 38-42.
- Veiga, Amélia (2015), “Análise do sistema de ensino após o processo de Bolonha”, in Maria de Lurdes Rodrigues e Manuel Heitor (orgs.), *40 Anos de Políticas de Ciência e de Ensino Superior*. Coimbra: Almedina, pp. 591-606.
- Vendramin, Patricia (coord.) (2008), *SPReW - Generational Approach to the Social Patterns of Relations to Work. Final Synthesis Report*. SPReW Consortium. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <http://www.ftu-namur.org/fichiers/SPReW-D11-Finalreport-web.pdf>
- Ventura, António (2010), *Os Postais da Primeira República*. Lisboa: Tinta-da-China.
- Verganti, Roberto (2006), “Innovating Through Design”, *Harvard Business Review*, 84(12), pp.114-122.
- Vial, Stéphane (2014), *Court traité du design. Nouvelle édition révisée et enrichie*. Paris: PUF.
- Vial, Stéphane (2015), *Le Design*. Paris: PUF.
- Victorino, José Guilherme (2018), *Propaganda e Turismo no Estado Novo. António Ferro e a revista Panorama (1941-1949)*. Lisboa: Alêtheia.
- Viegas, José Manuel Leite; Costa, António Firmino da (1998), *Portugal, que Modernidade?*. Oeiras: Celta.
- Virno, Paolo (2004), *A Grammar of the Multitude. For an Analysis of Contemporary Forms of Life*. Los Angeles: Semiotext(e).
- Virno, Paolo ; Hardt, Michael (eds.) (1996), *Radical Thought in Italy. A Potential Politics*. Minneapolis/Londres: University of Minnesota Press.
- Vinodrai, Tara (2006) “Reproducing Toronto's Design Ecology: Career Paths, Intermediaries, and Local Labor Markets”, *Economic Geography*, 82(3), pp. 237-263.
- Vinodrai, Tara (2009), “The Place of Design: Exploring Ontario’s Design Economy”, *Working Paper Series: Ontario in the Creative Age*. Toronto: Martin Prosperity Institute, University of Toronto.

- Vinodrai, Tara (2011), “Understanding Canada’s evolving design economy: employment, institutions and public policy”, in David Emanuel Andersson, Åke E. Andersson e Charlotta Mellander (eds.), *The Handbook of Creative Cities*, Northampton: Edward Elgar, pp. 146–168.
- Vinodrai, Tara (2012), “Design in a downturn? Creative work, labour market dynamics and institutions in comparative perspective”, *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, doi: 10.1093/cjres/rss011, pp. 1-18.
- Vinodrai, Tara (2015), “Constructing the Creative Economy: Design, Intermediaries and Institutions in Toronto and Copenhagen”, *Regional Studies*, 49(3), pp. 418-432.
- Vinodrai, Tara; Gertler, Meric S.; Lambert, Ray (2007), “Capturing Design: Lessons from the United Kingdom and Canada”, *Science, Technology and Innovation Indicators in a Changing World*. Paris: OECD Publishing, pp. 65-86.
- Vivant, Elsa (2013), “Creatives in the city: Urban contradictions of the creative city”, *City, Culture and Society*, 4, pp 57-63.
- Vizzaccaro-Amaral, André Luís; Mota, Daniel Pestana; Alves, Giovanni (org.) (2011), *Trabalho e saúde: a precarização do trabalho e a saúde do trabalhador no Século XXI*. São Paulo: LTr.
- Waterman, Peter (2002), “O internacionalismo sindical na era de Seattle”, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 62, pp. 33-68.
- Weber, Max (2001), *Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. Barcarena: Presença.
- Wetherell, Sam (2017), “Richard Florida Is Sorry”, in *Jacobin*, 19 de agosto. Acedido em 20 de setembro de 2021 em <https://jacobinmag.com/2017/08/new-urban-crisis-review-richard-florida>
- Widenheim, Cecilia; Rosendahl, Lisa; Masucci, Michele; Enqvist, Annika; Engqvist, Jonatan Habib (eds.) (2012), *Work, Work, Work. A Reader on Art and Labour*. Estocolmo/Berlim: Iaspis/Sternberg Press.
- Wieviorka, Michel (2010), “Depois dos novos movimentos sociais”, in *Nove Lições de Sociologia. Como abordar a mudança no mundo?* Lisboa: Teorema, pp. 97-122.
- Wijk, Ellen Van; Laisink, Peter (2004), “On becoming a freelancer creative professional”, in Torben Elgaard Jensen e Ann Westenholtz (eds.), *Identity in the Age of the New Economy*. Cheltenham/Northampton: Edward Elgar, pp. 99-121.
- Williams, Raymond (1983), *Keywords – A vocabulary of culture and society. Revised edition*. Nova Iorque: Oxford University Press.

Wilson, David; Keil, Roger (2008), “The real creative class”, *Social & Cultural Geography*, 9(8), pp. 841-847.

Woodham, Jonathan M. (1997), *Twentieth-Century Design*. Oxford/Nova Iorque: Oxford University Press.

Woodham, Jonathan M. (2001), “Designing Design History: From Pevsner to Postmodernism”, *Working Papers in Communication Research Archive*, 1(1). Acedido a 5 de maio de 2015 em www.aut.ac.nz/_data/assets/pdf_file/0003/15816/jonathan_woodham.pdf

Woodham, Jonathan M. (2010), “Formulating National Design Policies in the United States: Recycling the ‘Emperor's New Clothes’”, *Design Issues*, 26(2), pp. 27-46.

The Work Foundation (2007), *Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries*. Londres: The Work Foundation.

Zamora, Daniel; Behrent, Michael C. (eds.) (2016), *Foucault and Neoliberalism*. Cambridge/Malden: Polity Press.

Zolla, Ramón (1988), *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Ediciones: Akal.

Sítios da Internet consultados

ADDICT - Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas. Acedido a 10 de abril de 2015 em <http://addict.pt>

Alice (revista Clube de Criativos de Portugal). Acedido a 5 de novembro de 2013 em <http://www.clubalice.com/>

Almanaque Silva. Acedido a 5 de maio de 2021 em <http://almanaguesilva.wordpress.com/>

Ano do Design Português 2014-2015. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://www.designportugues.pt/>

American Institute of Graphic Arts (AIGA). Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://www.aiga.org/>

Grandes Armazéns do Design. Acedido a 5 de maio de 2021 em <http://grandesarmazensdodesign.wordpress.com/>

Arte Capital Magazine de Arte. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.artecapital.net/home.php>

Associação Nacional de Designers (AND). Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.and.org.pt/>

Associação Portuguesa de Designers (APD). Acedido a 27 de outubro de 2017 em <http://apdesigners.org.pt/>

Cadernos de Tipografia. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://www.tipografos.net/cadernos/>

Carga de Trabalhos. Portal de emprego na área da comunicação. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://www.cargadetrabalhos.net/>

Centro Português de Design. Acedido a 22 de janeiro de 2012 em <http://www.cpd.pt/>

Clube de Criativos de Portugal. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://www.clubecriativos.com/>

Cursivo. Acedido a 5 de maio de 2021 em <http://cursivo.blogspot.pt/>

Design for Europe. Acedido a 27 de outubro de 2018 em <http://designforeurope.eu/>

Design na Mente. Acedido a 5 de maio de 2021 em <http://designdamente.wordpress.com/>

Design Português. Acedido a 5 de maio de 2021 em <http://designportugues.blogs.sapo.pt/>

Designer X. Acedido a 27 de outubro de 2018 em <http://designerx.blogspot.pt/>

Desígnio 2.0. Acedido a 27 de outubro de 2015 em <http://designio2.wordpress.com/>

Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência (DGEEC). Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://www.dges.gov.pt/pt>

Errata. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.errata.design/pt/>

Estado do Design. Acedido a 20 de maio de 2021 em <https://estadododesign.wordpress.com/>

ExperimentaDesign. Acedido a 5 de maio de 2021 em <http://www.experimentadesign.pt/>

Frederico Duarte. Acedido a 20 de maio de 2021 em <http://www.05031979.net/>

Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais (GEPAC). Acedido a 20 de maio de 2021 em <http://www.gepac.gov.pt/>

Ganhem Vergonha. Acedido a 20 de março de 2019 em <http://ganhemvergonha.pt/>

Indústria Criativa – Plataforma dos Profissionais da Indústria Criativa em Portugal. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://industriacriativa.pt/>

Meios e Publicidade. Acedido a 20 de maio de 2021 em <http://www.meiosepublicidade.pt/>

Molda. Acedido a 25 de novembro de 2019 em <http://molda.org.pt/>

Monumentânea. Acedido a 20 de maio de 2021 em <https://monumentanea.com/>

Movimento dos Trabalhadores em Arquitetura (MTA). Acedido a 20 de setembro de 2021 em <https://www.movimento-mta.pt/>

MUDE – Museu do Design e da Moda, Coleção Francisco Capelo. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://www.mude.pt/>

Museu Virtual Design Português (Universidade de Aveiro). Acedido a 5 de maio de 2015 em <http://mvdp.web.ua.pt/index.php>

O ensaio. Acedido a 20 de maio de 2021 em <http://oensaio.wordpress.com/>

Pedro Piedade Marques. Acedido a 20 de maio de 2021 em <http://pedromarquesdg.wordpress.com/>

SpecWatch. Acedido a 20 de novembro de 2019 em <http://www.specwatch.info/>

No!Spec. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://www.nospec.com/>

PLI. Arte & Design (revista ESAD). Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://pli.esad.pt/>

Porto Design Biennale. Acedido a 10 de junho de 2021 em <http://portodesignbiennale.pt/pt>

Reator. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://reactorblogue.wordpress.com/>

Restos de Coleção. Acedido a 20 de maio de 2021 em <http://restosdecoleccion.blogspot.pt/>

Sindicato dos Trabalhadores de Espectáculos, do Audiovisual e dos Músicos (CENA-STE). Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://www.cena-ste.org/>

Tese em apuros. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://teseapuros.blogspot.pt/>

The Radical Designist (revista IADE). Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://radicaldesignist.unidcom-iade.pt/>

The Ressabiator. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://ressabiator.wordpress.com/>

ZARP = DESIGN + IDEIAS. Acedido a 20 de setembro de 2021 em <http://zarp.blogspot.pt/>

ANEXOS

Anexos

1. Matriz caracterização dos entrevistados
2. Guião das entrevistas em profundidade a designers gráficos e de comunicação
3. Guião do inquérito por questionário *online*
4. Instituições de ensino superior com cursos graduados e pós-graduados em design, em Julho 2019
5. Centros de Investigação acreditados pela FCT com linhas de investigação em design, em julho 2019

1. Matriz caracterização dos entrevistados

Apresenta-se de seguida uma matriz sintética de caracterização dos 83 entrevistados.²⁵⁴

No total, realizaram-se 63 entrevistas a designers gráficos e de comunicação a trabalhar em Portugal, abrangendo um arco geracional bastante amplo que vai da década de 1960 até à atualidade (2013-15) e que, no seu conjunto, evidenciam uma grande riqueza e variedade em termos de experiências e percursos em termos académicos e profissionais. Maioritariamente, as entrevistas foram individuais, com a exceção das entrevistas coletivas realizadas com os elementos de quatro *ateliers* de design de comunicação (Maga, Vivóeusébio, Bolos Quentes e Joana & Mariana, os dois primeiros sedeados em Lisboa e os restantes no Porto, em que participaram 3, 4 e 2 designers respetivamente) a entrevista realizada com a dupla Júlio Dolbeth e Rui Vitorino Santos, ambos licenciados em design gráfico, professores universitários, e ainda ilustradores, curadores e galeristas em regime *freelance*. Com uma única exceção, todas as entrevistas foram registadas em áudio, tendo sido posteriormente transcritas. Após realizar-se a transcrição das entrevistas e uma primeira análise das mesmas, optou-se por, do total de 62 entrevistas transcritas, selecionar um conjunto restrito de 38 que foram então analisadas em maior profundidade, procurando, assim, facilitar a operacionalização do tratamento e análise do conteúdo das entrevistas. Quanto às restantes 24 entrevistas transcritas, entende-se que, no quadro desta pesquisa, elas assumem um papel relativamente complementar, permitindo enriquecendo a análise e, por vezes, colmatar informações relativas a alguns aspetos apontados nas entrevistas selecionadas para o *corpus* principal da análise.

Estas entrevistas compreensivas a designers gráficos e de comunicação a trabalhar em Portugal foram complementadas com a realização de algumas entrevistas com outros agentes ligados ao SCC que, em função da sua posição institucional e/ou *know-how* específico, permitiram o aprofundamento de alguns aspetos mais particulares. No total, realizaram-se 20 entrevistas com diferentes especialistas que foram igualmente objeto de transcrição, tratamento e análise de conteúdo, seguindo os procedimentos metodológicos anteriormente descritos.

²⁵⁴ Note-se que os elementos de caracterização aqui se apontam remetem para o período em que foram realizadas as entrevistas, podendo a situação profissional e o percurso académico dos entrevistados ter evoluído entretanto. Optou-se por, nos casos em os entrevistados entretanto faleceram, indicar essa informação.

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
Victor M. Almeida	<p>Licenciado em Design de Comunicação pela Escola Superior de Belas-Artes de Lisboa (1983-88). Tese de doutoramento “O Design em Portugal, um Tempo e um Modo. Institucionalização do design português entre 1959 e 1974” (FBAUL, 2011)</p> <p>Professor Auxiliar da Faculdade de Belas Artes Universidade Lisboa onde, desde fevereiro de 2011, coordena os 1º e 2º ciclos do curso de Design de Comunicação.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 50 anos (n. Viseu, 1963)</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico, com carreira já longa e consolidada (mais de duas décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade</p>
Mário Moura	<p>Licenciado em Design de Comunicação pela Faculdade de Belas da Universidade do Porto (FBAUP).</p> <p>Prof. Universitário (FBAUP)</p> <p>Crítico de design, escreve regularmente sobre design, cultura, política no blogue <i>The Ressabiator</i> (http://ressabiator.wordpress.com/), possivelmente o mais importante blogue de design gráfico no ativo em Portugal, e também noutras publicações.</p> <p>Tese de doutoramento sobre autoria em design “O Big Book. Uma Arqueologia do Autor no Design Gráfico” (FBAUP, 2011)</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos (n. Lisboa, 1972)</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico, em fase intermédia da carreira (10 a 20 anos).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade, embora seja também muito relevante a sua atividade enquanto crítico (quer no seu blogue pessoal, quer através da publicação de textos em revista e em catálogos sobre design e cultura visual)</p>
Jorge Silva	<p>Frequência da licenciatura em design na FBAUL (não concluída)</p> <p>Diretor criativo do <i>atelier/estúdio</i> Silva Design (http://www.silvadesigners.com/), desde 2001.</p> <p>Designer com grande experiência no campo editorial e jornais (Combate, Público, Revista Ler).</p> <p>Foi também ilustrador, entre 1986 e 1994.</p> <p>Responsável pela Coleção D, dedicada a designers portugueses (Imprensa Casa Moeda).</p> <p>Autor do blogue <i>Almanaque Silva</i> (http://almanaguesilva.wordpress.com/), sobre ilustração portuguesa. Tem uma crónica mensal na Revista 2 do jornal Público (<i>Almanaque</i>)</p> <p>Professor convidado em instituições de ensino superior. Atualmente leciona a disciplina de Design no Mestrado de Edição Infantil na Universidade Católica em Lisboa e a de Direção de Arte no Mestrado de Design Editorial da FBAUP. Anteriormente, deu aulas na ESAD das Caldas da Rainha (Instituto Politécnico de Leiria).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 60 anos (n. Lisboa, 1958)</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente de trabalho profissional em design e ilustração, que compatibiliza com experiência mais recente de docência e formação, com carreira já longa e consolidada (mais de duas décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier/estúdio</i></p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
João Bicker	<p>Licenciado em Biologia (entregou recentemente doutoramento em design) Designer e Diretor Criativo do <i>atelier</i> FBA (Ferrand, Bicker e Associados), criado em 1998, em Coimbra.</p> <p>Anteriormente, trabalhava essencialmente como design <i>freelancer</i> (conjugando esta atividade, durante um determinado período, com a investigação na área da biologia) Professor convidado na licenciatura de Design e Multimédia da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 60 anos (n. Gouveia, 1961)</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente de trabalho profissional em design e ilustração, que compatibiliza com experiência mais recente de docência e formação, com carreira já longa e consolidada (mais de duas décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
João Machado	<p>Licenciado em Escultura pela Escola Superior de Belas-Artes do Porto. Foi docente de design gráfico, entre 1976 e 1983, na ESBAP.</p> <p>Em 1983 abandonou o ensino para se dedicar inteiramente ao design. Abriu o seu <i>atelier</i> próprio em 1982, que mantém até hoje.</p> <p>Possui uma extensa obra de “cartazista”, ilustrador e designer editorial. João Machado tem exibido a sua obra (cartazes, selos, publicações, imagem corporativa) em importantes galerias e museus de todo o mundo.</p> <p>É um dos mais reconhecidos designers gráficos portugueses, com <i>atelier</i> próprio desde 1982. Possui uma extensa obra de “cartazista”, ilustrador e designer editorial.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 70 anos (n. Coimbra, 1942)</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente de trabalho profissional em design e ilustração, com carreira bastante longa e consolidada (mais de três décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
João Faria	<p>Licenciado em Design de Comunicação, pela ESAD – Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos.</p> <p>Em 1996 fundou o DROP, um <i>atelier</i>/estúdio de design gráfico que desenvolve trabalho na área da produção cultural, em particular para eventos ou publicações relacionadas com teatro, música, cinema ou arquitetura.</p> <p>Entre 2003 e 2010 foi responsável pelo design gráfico do Teatro Nacional São João, Porto. O seu trabalho foi selecionado para várias exposições internacionais.</p> <p>É professor na ESAD de Matosinhos, desde 1996.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso académico e profissional, com carreira já em fase intermédia (aproximadamente duas décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio e universidade</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
José Bártolo	<p>Doutorado em Ciências da Comunicação, especialização em Comunicação e Linguagem. Licenciatura e Mestrado em Filosofia</p> <p>Autor do blogue sobre design <i>Reator</i> (http://www.reator-reator.blogspot.pt/)</p> <p>Presidente do Conselho Científico da ESAD de Matosinhos, onde também é Professor.</p> <p>Foi Professor Auxiliar Convidado da Faculdade de Arquitetura da Universidade do Porto e também na ESAD das Caldas da Rainha (Instituto Politécnico de Leiria).</p> <p>Investigador na UNIDCOM – Unidade de Investigação em Design e Comunicação do IADE e no CECL - Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens da Universidade Nova de Lisboa, nas áreas de Design; Arte e Media e Semiótica</p> <p>Foi comissário artístico, entre outros, dos eventos Design em Comunidade (2008), Mediações (2007), Arte em Campo (2004), Múltiplas Percepções (2004), Ligações de Design (2003) e Novas Interfaces (2001). Foi programador cultural do Luzboa – Bienal Internacional da luz em Lisboa e Diretor Artístico da Casa d’Os Dias da Água, em Lisboa. Como Curador independente representou Portugal no London Design Festival (2007). Atualmente, é curador da Galeria “Quadra” (localizada no Mercado de Matosinhos, espaço gerido pela ESAD de Matosinhos, em parceria com o Município).</p> <p>Coeditor da revista <i>PLI Arte & Design</i> (editada pela ESAD de Matosinhos).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos de idade (n. Lourenço Marques, Moçambique, 1972)</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: especialista com percurso essencialmente académico, com carreira já em fase intermédia (aproximadamente duas décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade</p>
Pedro Serrão	<p>Licenciado em Som e Imagem – Especialidade: Artes Digitais (Universidade Católica)</p> <p>Diretor Criativo do <i>atelier/estúdio This is Pacífica</i> (http://www.thisispacifica.com/) – 12 anos de experiência profissional</p> <p>Experiências de trabalho anterior em agência de design de comunicação e publicidade em Portugal e no estrangeiro: AKQA (Londres), NIKE (Londres), Spirituc (Lisboa), Go Design (Lisboa), Seara (Porto) e R2 Design (Porto).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha próximo dos 40 anos (n. Porto, 1978)</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, com carreira em fase inicial (10 a 20 anos de experiência de trabalho).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier/estúdio</i></p>
Sérgio Alves	<p>Curso profissional de design gráfico na Escola Artística e Profissional Árvore (Porto) e Licenciatura em Design de Comunicação, pela ESAD -Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos.</p> <p>Trabalha como <i>freelancer</i> desde 2009.</p> <p>Tem <i>atelier</i> próprio (Atelier D’Alves) desde 2012.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, com carreira em fase inicial (menos de 10 anos de experiência de trabalho).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier/estúdio</i></p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
	<p>Crescente reconhecimento por trabalhos realizados para instituições culturais, em particular o Teatro. Foi recentemente premiado com um Graphis Gold Award na categoria Poster Anual 2012.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha um pouco mais de 20 anos (n. Porto, 1990).</p>	
Nilza Paraíba	<p>Licenciatura em Design de Comunicação (FBAUL).</p> <p>Pós-Graduação em Gestão Estratégica das Relações Públicas da Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa.</p> <p>Gestora de Projeto na área da Comunicação e Imagem da Revigrés, desde 2003, inserida na Direção de Marketing da empresa.</p> <p>Simultaneamente, desenvolve diversos trabalhos como Designer de Comunicação em regime <i>freelance</i>, desde 2004.</p> <p>Foi membro da direção da APD – Associação Portuguesa de Design.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos (n. Beja, 1978).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, com carreira em fase inicial (10 a 20 anos de experiência de trabalho).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio/empresa</p>
Mário Mandacaru	<p>Natural de São Paulo, Brasil, vive e trabalha em Portugal desde 1988.</p> <p>Licenciatura em Marketing e Publicidade pela Universidade Anhembi-Morumbi (1983)</p> <p>BFA em Graphic Design com Distinção, pela San Francisco Academy of Arts.</p> <p>Grande experiência na direção de arte e direção criativa de agência de comunicação em Portugal (Novodesign, Maisdesign/Central de Comunicação. Brandia Central).</p> <p>Presidente Clube de Criativos de Portugal de 2000 até 2012.</p> <p>Júri, professor convidado, orador e <i>workshop leader</i> em várias escolas e outras instituições ligadas à esfera da criatividade.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 50 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente de trabalho profissional na área da comunicação e publicidade, com carreira já bastante longa e consolidada (mais de três décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
André Santos	<p>Curso técnico de artes gráficas na Escola Artística e Profissional Árvore.</p> <p>Licenciado em Design de Comunicação, na ESAD de Matosinhos.</p> <p>Atualmente frequenta mestrado na mesma instituição. Neste âmbito desenvolveu a publicação <i>Cá Se Fazem...</i> (2012), sobre novos <i>ateliers</i> design, que obteve algo destaque na blogosfera, redes sociais e também no P3, suplemento digital do jornal Público.</p> <p>Designer gráfico e de comunicação <i>freelancer</i>.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha um pouco mais de 20 anos (n. Porto (?), 1990).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico (estudante com experiência de trabalhos de design, em regime <i>freelance</i>), com carreira em fase inicial (menos de 10 anos de experiência de trabalho).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade e <i>atelier</i>/estúdio</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
Armando Alves	<p>Estudou na Escola de Artes Decorativas António Arroio, em Lisboa.</p> <p>Licenciatura em Pintura na Escola Superior de Belas Artes do Porto (ESBAP)</p> <p>Artista plástico, ilustrador e designer gráfico.</p> <p>Foi pioneiro na introdução do design de comunicação no Porto (década de 1950)</p> <p>Entre 1963 e 1973 foi professor assistente na ESBAP, tendo aí introduzido o estudo das Artes Gráficas.</p> <p>Sai da ESBAP em 1973 para se dedicar a tempo inteiro às artes gráficas, assumindo como responsável por essa área na Editorial Inova, fundada no Porto em 1968.</p> <p>Ao longo de toda a sua carreira, combinou sempre o trabalho enquanto ilustrador e designer gráfico com um reconhecido trabalho enquanto artista plástico.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha perto de 80 anos (n. Estremoz, 1935).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente de trabalho profissional em design e ilustração, com carreira bastante longa e consolidada (mais de cinco décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier/estúdio</i></p>
Carlos Rocha	<p>Designer autodidata. Provém de uma família de designers históricos portugueses (Filho e sobrinho de José Rocha e Carlos Rocha (designers históricos portugueses).</p> <p>Após várias experiências de trabalho em agências de publicidade e design, em 1972 funda o seu <i>atelier</i> Letra Design que, em 1982, passa a designar-se Letra ETP (agregando, assim, o ETP – Estúdio Técnico de Publicidade, fundado pelo seu pai, José Rocha, em 1936)</p> <p>Fundador da APD – Associação Portuguesa de Design, onde exerceu cargos de Direção até 2005.</p> <p>Colaborou com o CPD – Centro Português de Design</p> <p>Faleceu em 2016, tinha 73 anos de idade (n. Lisboa, 1943).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente de trabalho profissional em design, com carreira bastante longa e consolidada (mais de quatro décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier/estúdio</i></p>
Gil Maia	<p>Licenciatura em Arquitetura – ESBAP.</p> <p>Mestrado em Design de Comunicação - Central Saint Martins College of Art and Design (Londres) e Doutoramento em Design de Comunicação – FBAUP</p> <p>Experiência diversificada como designer <i>freelancer</i> e com <i>atelier</i> próprio, com particular relevância no ramo editorial (Afrontamento, Porto Editora, Asa, etc.)</p> <p>Atualmente é professor universitário (ESE-IPP) e a atividade profissional como designer é praticamente residual.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha perto de 70 anos (n. Vila do Conde, 1950)</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente de trabalho profissional em design e ilustração, com carreira bastante longa e consolidada (mais de três décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier/estúdio</i></p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
José Brandão	<p>Designer português com atividade desde 1964 (começou por trabalhar no <i>atelier</i> de Daciano da Costa, onde permaneceu até 1966).</p> <p>Em 1960, ingressou no curso de Pintura da Escola Superior de Belas Artes da Universidade de Lisboa que não concluiu.</p> <p>Em Londres, ingressou no Ravensbourne College of Art and Design como bolseiro da Fundação Calouste Gulbenkian. Em 1970, obteve o grau de Bachelor of Arts em Design Gráfico, com a classificação final de 1st Class Honours, o que lhe permitiu a creditação como Licenciado pela Society of Industrial Artists and Designers (atualmente, Chartered Society of Designers).</p> <p>Regressa a Portugal em 1974, trabalhando como designer <i>freelancer</i> e, a partir de 1976-77, como professor universitário primeiro na FBAUL e, a partir de 1996, na FA-UTL (até se reformar, em 2011).</p> <p>Em 1982, criou, juntamente com a mulher Salette Brandão, o B2 Atelier de Design, sediado em Lisboa.</p> <p>Fundador da APD - Associação Portuguesa de Designers, em 1976, onde exerceu cargos na Direção e na Assembleia Geral.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 70 anos (n. Nova Iorque, 1944).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso de trabalho profissional em design e ilustração, que compatibilizou com experiência de docência universitárias, com carreira bastante longa e consolidada (mais de quatro décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio e universidade</p>
Gonçalo Falcão	<p>Licenciatura em Design de Comunicação (FBAUL, 1992). Obteve o título de especialista na Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco em 2012. Doutoramento em Design (FAUL, 2015).</p> <p>Fundou o <i>atelier</i> Ideia Design, em 1992, em conjunto com Teresa Lago da Silva e Gonçalo Freitas (colegas de faculdade).</p> <p>Professor universitário em diversas instituições de ensino superior: AR.CO. (Lisboa), Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico Castelo Branco e na Faculdade de Arquitetura da Universidade Técnica de Lisboa.</p> <p>Integrou a Direção da APD – Associação Portuguesa de Designers entre 1993 e 2003.</p> <p>Foi diretor do boletim da APD [di'zain] de 1994 a 1995.</p> <p>Coorganizou o primeiro Encontro de Empresas de Design, em 2007.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos (n. Lisboa, 1969).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso que se caracteriza essencialmente pela prática de trabalho profissional em design, que compatibilizou com experiência de docência universitária. Carreira já em fase intermédia (aproximadamente 2 décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio e universidade</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
Bárbara Coutinho	<p>Mestre em História da Arte Contemporânea e está a realizar o seu doutoramento sobre fenomenologia do espaço expositivo.</p> <p>Diretora do MUDE – Museu de Design e Moda, da Coleção Francisco Capelo e Membro do Conselho de Gestão da Coleção Francisco Capelo. Foi curadora da exposição permanente do MUDE e de algumas das suas exposições temporárias.</p> <p>Tem comissariado várias exposições relacionadas com design, no MUDE e noutros contextos.</p> <p>Foi curadora dos cursos de formação de arte/design/arquitetura e coordenadora do Serviço Educativo do Centro Cultural de Belém (1998 a 2006).</p> <p>Professora Auxiliar Convidada (Instituto Superior Técnico) e colaboradora no Mestrado de Estudos Curatoriais (Faculdade de Belas Artes de Lisboa).</p> <p>Publicou vários ensaios e artigos sobre criação artística contemporânea, design, arquitetura e museologia. Entre outros, coordenou o catálogo sobre Sena da Silva (Fundação Calouste Gulbenkian, 2009).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos (n. Lisboa, 1971)</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: especialista com percurso essencialmente na esfera dos museus/instituições culturais, que compatibilizou com experiência de docência universitária. Carreira em fase intermédia (aproximadamente 2 décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: museus/instituições culturais e universidade</p>
João Nunes	<p>Iniciou a sua atividade profissional como fotógrafo e artista gráfico em Angola.</p> <p>Regressa a Portugal em 1976, estudou Design Gráfico na Escola Superior de Belas Artes do Porto.</p> <p>Fundou dois estúdios na área das artes gráficas, em 1978 e em 1983. Em 1989, criou um estúdio próprio. Posteriormente, veio a fundar o <i>atelier</i> Nunes e Pã.</p> <p>É professor na Universidade Aveiro, tendo sido anteriormente também professor no Instituto Politécnico de Viana do Castelo.</p> <p>Encontra-se ainda envolvido no Projecto ÍRIS DARGA (Serra D'Arga/Vila Nova de Cerveira), onde desenvolve residências artísticas ligadas ao Craft Design e ao Design Social, intervindo em áreas rurais de baixa densidade no território da Rede de Aldeias de Xisto.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 60 anos (n. Vila Nova de Gaia, 1951).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente de trabalho profissional em design, fotografia e ilustração, que compatibilizou com experiência de docência universitária.</p> <p>Carreira bastante longa e consolidada (mais de três décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio e universidade</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
António Modesto	<p>Licenciatura e Doutoramento (pintura). Professor universitário (na FBAUP e na Escola Universitária das Artes de Coimbra). Membro de júris nacionais de design e ilustração, integrou a comissão de avaliação de cursos superiores de design em Portugal na DGES/MCTES e faz parte do Painel para atribuição de bolsas em design da FCT. Designer, ilustrador e pintor, com <i>atelier</i> próprio desde 1990. Escreve sobre design em rótulos de garrafas de vinho no blogue <i>Imagem do Vinho</i> (www.imagemdovinho.blogspot.com) No momento da realização da entrevista tinha cerca de 60 anos (n. Aguiar da Beira, 1957).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente de trabalho profissional em design e ilustração, que compatibilizou com experiência de docência universitária. Carreira bastante longa e consolidada (mais de três décadas de trabalho profissional). Sexo masculino Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio e universidade</p>
MAGA [José Mendes, Luís Alvoeiro e Carlos Guerreiro]	<p>O <i>atelier</i> MAGA foi fundado em 2009, em Lisboa, pelos designers gráficos e de comunicação José Mendes, Carlos Guerreiro e Luís Alvoeiro. Com a exceção de Guerreiro, que frequentou a licenciatura em design no IADE, da qual desistiu para começar a trabalhar, todos concluíram a licenciatura em design (José Mendes estudou design gráfico na AR.CO; Luís Alvoeiro é licenciado em design de comunicação, pela FBAUL). Os três designers tinham um percurso anterior ligado ao design comunicação e à publicidade, sobretudo ligado às grandes agências de comunicação, mas também em regime <i>freelance</i>. O <i>atelier</i> MAGA desenvolve trabalho de design de comunicação. Paralelamente, criaram a marca própria – Chapéu – que comercializa agendas, blocos de notas e serigrafias. No momento da realização da entrevista todos os elementos do <i>atelier</i> tinham cerca de 40 anos (José Mendes, n. 1973; Carlos Guerreiro, n. 1968; Luís Alvoeiro, n. 1968).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: embora o <i>atelier</i> seja recente, os 3 designers têm percurso relativamente longo essencialmente de trabalho profissional em design, fotografia, ilustração e direção de arte. Carreira em fase intermédia (aproximadamente duas décadas de trabalho profissional). Sexo masculino Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
Vivóeusébio [Andreia Almeida, Joana Sobral, Rafael Lourenço e João Silva]	<p>O <i>atelier</i> Vivóeusébio está sedado em Lisboa, tendo sido fundado em 2006, ano em que estes quatro designers concluem a licenciatura em design de comunicação na FBAUL. Tem trabalho essencialmente para clientes culturais, combinando trabalhos de design de comunicação mais “convencionais” com trabalhos mais artísticos (instalações, etc.). Nos últimos 2 anos, o <i>atelier</i> tem vindo a assegurar a produção executiva de vários trabalhos, desenvolvendo trabalhos de impressão, montagem, distribuição, etc. Paralelamente, criaram a marca The Wallprinters que explora a técnica dos <i>wallprints</i> em decoração e sinalização em paredes interiores e exteriores; painéis, tecidos e papéis; etc. No momento da realização da entrevista os elementos do <i>atelier</i> tinham cerca de 30 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designers com percurso essencialmente profissional, com carreira em fase inicial (menos de 10 anos de experiência de trabalho). Sexo masculino/feminino Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
Miguel Carneiro	<p>Licenciatura em pintura.</p> <p>Artista gráfico, ilustrador, autor de banda desenhada.</p> <p>Membro da Oficina Arara, um coletivo independente ligada à conceção e impressão de trabalhos gráficos em serigrafia – cartazes, publicações, etc. Tem também feito algumas publicações pontuais e realizado <i>workshops</i> e exposições em instituições culturais (Serralves, Plataforma das Artes – Guimarães, etc.). É também membro do fanzine/publicação Buraco.</p> <p>Foi docente universitário (desenho e ilustração, na ESAP de Guimarães).</p> <p>Possui um <i>background</i> ligado à edição independente (nomeadamente, de banda desenhada) e à dinamização de espaços artísticos alternativos.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha perto de 40 anos (n. Porto, 1980)</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: artista gráfico com percurso essencialmente profissional, com carreira em fase inicial (menos de 10 anos de experiência de trabalho).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
Henrique Cayatte	<p>Um dos mais conhecidos e premiados designers e ilustradores portugueses.</p> <p>Trabalhou com designer <i>freelancer</i> e tem, desde 1991, <i>atelier</i> próprio.</p> <p>Foi comissário e autor do design global de várias exposições e pavilhões em exposições universais. Esteve envolvido na Lisboa 94 e Expo'98 (coautor do sistema de sinalética).</p> <p>Foi um dos fundadores do jornal Público, onde colaborou até 2000. Foi diretor gráfico da Caminho. Autor do design de várias publicações. Autor do design global do novo Passaporte Eletrónico Português e do Cartão Cidadão.</p> <p>Foi membro da APD – Associação Portuguesa de Designers, membro da BEDA – The Bureau of European Design Associations e Presidente do CPD - Centro Português de Design.</p> <p>Professor universitário e conferencista.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha perto de 60 anos (n. Lisboa, 1957).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente de trabalho profissional em design e ilustração (incluindo projetos de design expositivo e design global), que compatibilizou com experiência de docência universitária. Carreira bastante longa e consolidada (mais de três décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio e universidade</p>
Margarida Oliveira	<p>Licenciatura em design gráfico (FBAUL, 1987).</p> <p>Trabalhou durante 4 anos no <i>atelier</i> do Robin Fior e colaborou na revista Kapa. Cofundou dois <i>ateliers</i> de design, mas acabou por ficar a dirigir sozinha um <i>atelier</i> próprio Forma Design (desde 1994 até hoje). Em 2010 cofundou a editora By the book.</p> <p>Foi membro da APD – Associação Portuguesa de Designers. Presidente da BEDA – The Bureau of European Design Associations, entre 1993-95.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha perto de 60 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente de trabalho profissional em design gráfico.</p> <p>Carreira bastante longa e consolidada (mais de três décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
Paulo Seabra	<p>Designer gráfico autodidata, trabalha profissionalmente desde 1978.</p> <p>Trabalhou como designer <i>freelancer</i>. Antes teve, com outros sócios, uma agência de publicidade (que encerrou em 1996). Foi ainda ilustrador e paginador do Expresso.</p> <p>Atualmente, tem uma empresa de design gráfico, edição de cinema e vídeo (o seu principal enfoque de trabalho atual é a realização de documentários e publicidade, área onde trabalha deste meados da década de 1980). Tem colaborações regulares com instituições como a Fundação Calouste Gulbenkian, a Tabaqueira, a Renova, etc.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha perto de 60 anos (n. 1959).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente de trabalho profissional em design gráfico.</p> <p>Carreira bastante longa e consolidada (mais de três décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
Sílvia Prudêncio	<p>Licenciatura em Design Gráfico e Multimédia (ESAD Caldas da Rainha) e mestrado em Pintura (FBAUL). Estagiou em Amesterdão nos <i>ateliers</i> Designpolitie e Samenwerkende Ontwerpers (Sodesign) e, posteriormente, colaborou com o <i>atelier</i> Barbara Says..., em Lisboa.</p> <p>Trabalha como designer <i>freelancer</i>, sobretudo na área da cultura (FCGulbenkian, por ex.). Tem-se destacado pelo trabalho que tem vindo a realizar com a Galeria Zé dos Bois.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha um pouco mais de 30 anos (n. 1981).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, com carreira em fase inicial (menos de 10 anos de experiência de trabalho).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
Sofia Gonçalves	<p>Licenciatura e Doutoramento em Design Gráfico. Mestrado em Ciências da Comunicação.</p> <p>Professora universitária.</p> <p>Designer com <i>atelier</i> próprio (Flatland) e editora (Dois Dias). Tem explorado os cruzamentos entre arte, design, literatura e edição, tanto no seu trabalho académico, como no trabalho editorial e em exposições e <i>workshops</i> que realiza com certa regularidade.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha perto de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico, em fase intermédia da carreira (10 a 20 anos).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade, embora mantenha alguma atividade como designer <i>freelancer</i> e editora</p>
Tiago Navarro Marques	<p>Designer e investigador, tem-se dedicado ao estudo dos temas da tipografia digital e imprensa. Licenciatura, Mestrado e Doutoramento em Design.</p> <p>Iniciou a sua atividade profissional como designer gráfico em 1995, colaborando em diversas empresas de publicidade destacando-se a Criaturas e Publicidade (Lisboa) e Olinger & Strauer agence de publicité (Luxemburgo).</p> <p>Professor universitário na Universidade de Évora. Apenas pontualmente trabalha como designer gráfico <i>freelancer</i>. Diretor e fundador da revista científica Grafema; Codiretor da revista científica.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha perto de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico, em fase intermédia da carreira (mais de 20 anos).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
António Silveira Gomes	<p>Licenciado em design gráfico (FBAUL) e doutorado em Arte Contemporânea (UC). Professor universitário.</p> <p>Tem o seu <i>atelier</i> próprio (Bárbara Says...) desde 1997, fundado inicialmente com dois colegas de faculdade e que atualmente dirige com a sua esposa. O seu trabalho tem sido amplamente reconhecido internacionalmente. É membro da AGI, uma associação de designers gráficos internacional de acesso restrito (por convite).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer gráfico com carreira relativamente longa e consolidada (mais de 2 décadas de trabalho profissional), que sempre compatibilizou com o trabalho como professor e formador.</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio e universidade</p>
Nuno Sá Leal	<p>Licenciado em design de equipamento e mestrado em design e marketing. Professor universitário.</p> <p>Tem <i>atelier</i> próprio e desenvolve atividade de consultoria para diferentes entidades.</p> <p>Foi o último Presidente da Assembleia Geral da APD - Associação Portuguesa de Designers (direção que está demissionária).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha perto de 60 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente de trabalho profissional em design de equipamento.</p> <p>Carreira bastante longa e consolidada (mais de três décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
Domingos Pinho	<p>Licenciado em Pintura</p> <p>É pintor, com amplo reconhecimento, que expõe os seus trabalhos, individual e coletivamente, desde finais da década da década 1950/início da década de 1960.</p> <p>Foi professor na Escola Superior de Belas-Artes do Porto (ESBAP) durante 35 anos. Neste contexto, este bastante envolvido na génese do curso de design gráfico na ESBAP.</p> <p>Foi um dos fundadores da Cooperativa Árvore.</p> <p>Paralelamente, trabalhou em artes gráficas no início da sua carreira. Teve uma empresa de artes gráficas e publicidade, no final da década de 1950, chamada Athena, e também trabalhou na agência Belarte, a principal (talvez a única) agência especializada em publicidade que existia no Porto nesta época. Trabalhou ainda como designer de exposições, criando standes para exposições em Portugal e no estrangeiro.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha perto de 80 anos (n. Porto, 1937).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: artista plástico, que teve numa fase inicial no seu percurso experiência profissional em design gráfico e expositivo, que gradualmente foi abandonando; paralelamente desenvolveu um trajeto como docente universitário, com carreira bastante longa e consolidada (mais de cinco décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio e universidade</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
Manuel Paula	<p>Designer gráfico, ilustrador e cartoonista.</p> <p>Curso de Desenhador Gravador Litógrafo da Escola de Artes Decorativas António Arroio.</p> <p>Percurso profissional rico, primeiro ligado à publicidade, seja em agências de publicidade (Lintas), seja na cooperativa Praxis (um projeto bastante sui generis, nos seus moldes de funcionamento).</p> <p>Abriu <i>atelier</i> próprio em 1975, mantendo-o até 2005.</p> <p>Paralelamente, foi professor de liceu, professor universitário e formador.</p> <p>Foi membro da Direção da APD - Associação Portuguesa de Designers.</p> <p>Mais recentemente, tem-se dedicado à escrita de livros relacionados com artes gráficas em Portugal (Lisboa Gráfica, Porto Gráfico, Estórias de Embalar 1 e 2).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha 70 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: longa experiência profissional em publicidade e design gráfico e expositivo (mais de cinco décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
Luís Carrôlo	<p>Designer gráfico.</p> <p>Frequentou a Escola de Artes Decorativas António Arroio (curso de desenhador gravador litografo). Começou a trabalhar ainda durante este período. Posteriormente foi desenhador gravador litografo na Litografa Amorim. Foi um dos fundadores da Cooperativa Praxis, onde foi designer. Posteriormente, foi administrador e designer no <i>atelier</i> Risco (com Fernando Conduto, Daciano da Costa, António Garcia, Vasco Lapa), e designer nos <i>ateliers</i> Lápis e Poiais.</p> <p>Desde 1995 exerce a atividade em <i>atelier</i> próprio.</p> <p>Sócio fundador da APD – Associação Portuguesa de Designers, onde desempenha funções de dirigente.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 70 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: longa experiência profissional em publicidade e design gráfico e expositivo (mais de cinco décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
Sónia Matos	<p>Licenciada em design (IADE).</p> <p>Diretora de arte do jornal Público, cujo trabalho tem sido amplamente premiado internacionalmente. Antes, trabalhou como designer noutros jornais: Diário de Notícias, Independente (onde foi também diretora de arte) e Jornal de Leiria (onde começou a trabalhar, antes da licenciatura). Desenvolve trabalhos pontuais como designer <i>freelancer</i>.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico, em fase intermédia da carreira (mais de 20 anos).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: imprensa (jornais)</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
Hélder Brites	<p>Infógrafo. A sua formação de base seja engenharia. Começa a trabalhar no Expresso em 1990, como documentalista e, mais tarde, infógrafo. Neste contexto, realizou cursos internacionais de infografia (uma área nova que emerge em Portugal somente nos anos 1990). Atualmente é coordenador de infografia no semanário Sol.</p> <p>Paralelamente é professor de infografia em cursos profissionais e licenciaturas de comunicação social.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 50 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: infógrafo com carreira bastante longa e consolidada (mais de três décadas de trabalho profissional), que compatibiliza com algum trabalho como professor e formador.</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: imprensa (jornais)</p>
Bolos Quentes [Duarte Amorim e Sérgio Couto]	<p><i>Atelier</i> de design gráfico, formado em 2003 por quatro colegas de curso (design gráfico) ainda durante a faculdade. Atualmente, o <i>atelier</i> mantém apenas dois dos fundadores originais (os restantes emigraram). O <i>atelier</i> foi formalizado, como empresa, em 2010, e tem vindo a profissionalizar-se e a alargar a carteira de clientes.</p> <p>No momento da realização da entrevista ambos os entrevistados tinham um pouco mais de 30 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, com carreira em fase inicial (cerca de 10 anos de experiência de trabalho).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
Luís Taklim	<p>Designer gráfico e infógrafo.</p> <p>Frequentou a licenciatura de design de equipamento e de design de comunicação (não concluiu ambas). Tem um Mestrado de Ilustração.</p> <p>Trabalhou em órgãos de comunicação social (imprensa escrita – jornais e revistas) como designer gráfico e infógrafo. Desde 2003 tem uma empresa própria (Anyforms).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer gráfico e infógrafo com carreira bastante longa e consolidada (perto de 3 décadas de trabalho profissional), que pontualmente compatibiliza com trabalho como professor e formador.</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
Alexandra Cruchinho	<p>Licenciada em Educação Visual e Tecnológica, tem um mestrado sobre o tema “A evolução e a qualidade do Ensino do Design Gráfico em Portugal” e doutoramento sobre o tema “Design – A construção contínua de competências”.</p> <p>Professora universitário e investigadora na área do design (em especial, design de moda). Perita da A3Es.</p> <p>Anteriormente a iniciar a sua carreira académica, foi Desenhadora Gráfica, Arte finalista e Maquetista no Gabinete de Marketing do Metropolitano de Lisboa. Posteriormente, trabalho como designer gráfica em regime <i>freelance</i>.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico, em fase intermédia da carreira (mais de 20 anos).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
Luís Miguel Castro	<p>Designer gráfico.</p> <p>Foi estudante de Litografia na Escola de Artes Decorativas do Museu Nacional de Soares dos Reis, capista de Arco-Íris e assistente de João Botelho.</p> <p>Como <i>freelancer</i>, inicia em 1986 a colaboração com a Cinemateca Portuguesa, tendo desenhado dezenas de livros, e que se mantém até hoje. Nos anos seguintes vai dirigir graficamente a <i>Elle</i> portuguesa e, mais tarde, a revista <i>K</i>, um dos seus projetos mais emblemáticos. Foi diretor de arte da editora Três Sinais Guerra e Paz. Designer de dezenas de cartazes e livros.</p> <p>Foi publicada uma monografia sobre o seu trabalho na Coleção D (INCM, 2014).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha perto de 60 anos (n. Guimarães, 1956).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: longa experiência profissional em design gráfico (mais de quatro décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
Alda Rosa	<p>Designer gráfica. Licenciada em pintura (FBAUL, 1959) e, posteriormente, licenciada em design gráfico (Ravensbourne College of Art and Design, em Londres, 1970).</p> <p>Iniciou a sua atividade como designer no <i>atelier</i> dos arquitetos Duarte Nuno Simões e José Santa-Rita, onde também colaborou em projetos de interiores. Desde 1965 trabalhou no Instituto Nacional de Investigação Industrial (INII), onde participou em várias iniciativas lançadas durante o Estado Novo para promover o design em Portugal. Nomeadamente, integrou comissão organizadora da 1ª e 2ª Exposição de Design Português (1971 e 73).</p> <p>No pós-25 de Abril integrou vários grupos de trabalho promotores de concursos para a imagem visual de empresas. Pertenceu aos quadros da Direção Geral da Qualidade e do Instituto Nacional da Qualidade. Fez parte da Comissão Instaladora do Centro Nacional de Design, como representante do Ministério da Indústria (década de 1980).</p> <p>Paralelamente ao seu trabalho como funcionária pública, fez design gráfico como <i>freelancer</i> para várias editoras e instituições culturais, tendo colaborado com diversos museus e editoras como Estampa, Cosmos, Moraes, Plátano, Inapa e Livros Horizonte, entre outras.</p> <p>Sócia fundadora da APD – Associação Portuguesa de Designers, que dirigiu entre 1990 e 1993. Em 1990, foi delegada da APD no Bureau of European Designers Association (BEDA).</p> <p>Foi consultora do Centro Português de Design (CPD) e membro do Conselho Consultivo do Museu Nogueira da Silva, em Braga.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha perto de 80 anos de idade (n. Braga, 1936).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: longa experiência profissional em design gráfico e expositivo (mais de cinco décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: organismos públicos, em paralelo com trabalho independente (regime <i>freelance</i>).</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
Artur Rebelo	<p>Licenciado e Mestre em Design de Comunicação. Doutoramento em Arte Contemporânea. Criou com Lizá Ramalho, em 1995, o <i>atelier</i> design de comunicação R2, cujo trabalho (com uma forte carga ‘autoral’) tem sido amplamente reconhecido e premiado internacionalmente.</p> <p>Professor universitário e formador, desde 1996, em várias escolas portuguesas. Integrou ainda diversos júris internacionais, coordenou workshops e apresentou conferências em várias universidades e congressos europeus. Os seus projetos integram inúmeras exposições em todo o mundo e foram publicados em livros e revistas de design da especialidade.</p> <p>Membro da AGI – Alliance Graphique Internationale desde 2007, uma associação internacional de designers gráficos “de elite”.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer gráfico com carreira relativamente longa e consolidada (mais de 2 décadas de trabalho profissional), que sempre compatibilizou com o trabalho como professor e formador.</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio e universidade</p>
Miguel Palmeiro	<p>Licenciado em Arquitetura, acabou trabalhar essencialmente em design uma vez que logo durante o período da licenciatura começou a colaborar com o designer Francisco Providência (o que se irá manter durante mais de uma década de forma permanente e atualmente de forma pontual).</p> <p>Dirigiu o Departamento de Design de Comunicação da ALERT Life Sciences Computing. Após sair da ALERT funda o seu próprio <i>atelier</i> com dois sócios (e antigos alunos).</p> <p>É ainda professor universitário (Universidade de Aveiro).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer gráfico com carreira relativamente longa e consolidada (mais de 2 décadas de trabalho profissional), que (quase) sempre compatibilizou com o trabalho como professor e formador.</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio e universidade</p>
Heitor Avelos	<p>Licenciatura em Design de Comunicação (Escola Superior de Belas-Artes do Porto, 1989). Mestrado em Comunicação Visual (School of the Art Institute of Chicago, 1992). Doutoramento em Design (Royal College of Art, 2003).</p> <p>Professor universitário na FBAUP desde 1989, onde é também investigador no centro de investigação ID+ (com enfoque nos média participativos). Atualmente é Diretor de Curso do Programa de Doutoramento em Design da Universidade do Porto, desenvolvido em parceria com o UPTEC - Parque de Ciência e Tecnologia.</p> <p>Pontualmente desenvolve projetos em regime <i>freelance</i> de cariz essencialmente artístico, sobretudo na área do multimédia e da música.</p> <p>Em 1994/95 integrou a equipa de organização do congresso ICOGRADA Portugal'95.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha perto de 50 anos (n. Viseu, 1966).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico.</p> <p>Carreira bastante longa e consolidada (mais de três décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
Teresa Cardoso	<p>Licenciada em design gráfico.</p> <p>Trabalhou como designer <i>freelancer</i> e fundou em 1993 a CMC Visual, <i>atelier</i> que desenvolve projetos de design gráfico, <i>webdesign</i>, multimédia, fotografia e arquitetura.</p> <p>Foi professora universitária durante alguns anos mas acabou por rescindir o contrato para se dedicar plenamente à prática profissional como designer.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha 50 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, ligado ao design de comunicação.</p> <p>Carreira bastante longa e consolidada (mais de três décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
João Dorminsky	<p>Licenciado em design gráfico, tem procurado combinar no seu percurso profissional o design gráfico e a ilustração com a atividade como músico, editor, organizador de eventos. Assume-se ainda enquanto empreendedor criativo.</p> <p>Criou a empresa Prumma, em 2008, com Mariana Alpedrinha Valença, que presta serviços de consultoria em marketing e design. Colaborou durante anos com o Fantasporto (design de comunicação e produção/ organização de eventos).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha um pouco mais 30 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, com carreira em fase inicial (menos de 10 anos de experiência de trabalho).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
Jorge Afonso	<p>Licenciado em design gráfico (primeira turma da ESBAP, 1978), foi professor universitário ao longo de duas décadas (aposentou-se em 1988). No contexto da universidade, produziu extensa obra gráfica (nomeadamente cartazes).</p> <p>Paralelamente, desenvolveu alguns trabalhos como designer gráfico (nomeadamente para o grupo Jornal de Notícias, com o qual colaborou de 1979 a 1993).</p> <p>Foi ainda um dos responsáveis pela abertura da ESAD – Matosinhos, em 1989, que é hoje, a par do IADE, uma das mais importantes escolas superiores de design do país.</p> <p>Faleceu em 2015, tinha 75 anos (n. Viseu, 1940).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: longa e consolidada experiência profissional em design gráfico (mais de cinco décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade</p>
Maria João Félix	<p>Licenciatura em Design (ESAD de Matosinhos), Mestrado em Design Industrial (FEUP) e Doutoramento em Design (FAUL, tese intitulada “Contributo para uma visão estratégica da investigação na área do Design em Portugal”).</p> <p>É Professora Adjunta do Departamento de Design Industrial e do Produto da Escola Superior de Design, do Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (ESD/IPCA) e investigadora (ID+).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico.</p> <p>Carreira numa fase intermédia (mais de duas décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
Mariana Alpedrinha Valença	<p>Licenciada em Design (vertente produto), frequentou posteriormente uma pós-graduação em design inclusivo e em marketing.</p> <p>O seu percurso profissional tem incidido essencialmente na área da inovação, marketing e <i>design thinking</i>.</p> <p>É sócia da empresa Prumma, de design gráfico e marketing.</p> <p>Professora universitária e formadora em metodologias de <i>design thinking</i>.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha um pouco mais de 30 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, com carreira em fase inicial (menos de 10 anos de experiência de trabalho).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
Joana Macedo	<p>Licenciatura em design de comunicação, pós-graduação em tipografia e mestrado em design editorial.</p> <p>Começou por trabalhar como designer e <i>webdesigner</i> em agências de comunicação.</p> <p>Atualmente trabalha como designer no Gabinete de Comunicação da Faculdade de Farmácia da UP.</p> <p>Paralelamente, desenvolve alguns trabalhos como designer <i>freelancer</i>.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha um pouco mais de 30 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, com carreira em fase inicial (mais de 10 anos de experiência de trabalho).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: instituição de ensino superior, compatibilizando com trabalho em regime <i>freelance</i>.</p>
João Castro	<p>Licenciatura e Doutoramento em Design Gráfico.</p> <p>Professor universitário.</p> <p>Possui <i>atelier</i> próprio, desde 2001 (Moshi Moshi - Brand Creators). Anteriormente, trabalhou no semanário A Bola, esteve ligado a outros projeto empresariais na área da comunicação e multimédia e trabalhou ainda como designer <i>freelancer</i>.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 50 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, que compatibiliza com trabalho académico académico.</p> <p>Carreira longa (mais de três décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio e universidade</p>
Dario Alves	<p>Licenciado em Pintura, foi professor na ESBAP durante cerca de trinta anos.</p> <p>Antes de iniciar a sua licenciatura, trabalhou em Design Gráfico durante vários anos, tendo passado por diversas empresas do ramo e chefiou a secção de divulgação do Jornal de Notícias.</p> <p>Na ESBAP assumiu um papel importante na criação do curso de design, tendo lecionado várias cadeiras</p> <p>Tem uma extensa e reconhecida carreira como pintor.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 70 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: longa e consolidada experiência profissional em design gráfico, ilustração e, posteriormente, em ensino (mais de cinco décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade e <i>atelier</i>/estúdio</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
Sara Westermann	<p>Licenciada em design gráfico, trabalha na Casa da Música, desde 2007.</p> <p>Paralelamente, desenvolve trabalho como designer <i>freelancer</i>, seja para cliente, seja em projeto pontuais autopropostos (incluindo a venda de trabalhos no seu site pessoal). Anteriormente, trabalhou na edição de 2006 da Bienal Experimenta Design.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha um pouco mais de 30 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, com carreira em fase inicial (mais de 10 anos de experiência de trabalho).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: instituição cultural, compatibilizando com trabalho em regime <i>freelance</i>.</p>
Eduardo Nunes	<p>Designer gráfico e <i>webdesigner</i>.</p> <p>Licenciatura e Mestrado em Design.</p> <p>Professor universitário.</p> <p>Designer no <i>atelier</i> FBA e, em simultâneo, desenvolve trabalhos como designer <i>freelancer</i> (muitos deles de âmbito internacional).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha perto de 30 anos</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, que compatibiliza com trabalho académico académico.</p> <p>Carreira em fase inicial (mais de 10 anos de experiência de trabalho).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio e universidade</p>
Antónia Guerra	<p>Licenciada em design gráfico.</p> <p>Designer no gabinete de comunicação do Hospital São João. Anteriormente, trabalhou como designer gráfica na fábrica da Âmbar (artigos de papelaria).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha um pouco mais de 30 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, com carreira em fase inicial (mais de 10 anos de experiência de trabalho).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: instituição de saúde (contrato sem tempo), compatibilizando com trabalho (pontual) em regime <i>freelance</i>.</p>
Rui Guimarães	<p>Designer gráfico. Licenciado em design (FBAUP), começou a sua carreira colaborando com João Machado. Posteriormente abriu o seu próprio <i>atelier</i> (Estúdio Rui Guimarães), que conta com uma carteira de clientes muito institucional (AEP, FCP, CMP, Exponor, Porto Vivo, SRU, Hospital São João, etc.)</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 50 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, ligado ao design de comunicação.</p> <p>Carreira bastante longa e consolidada (mais de três décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
Diana Santa	<p>Curso profissional de artes gráficas. Licenciatura em design de comunicação (Escola Universitária das Artes de Coimbra).</p> <p>Após ter concluído a licenciatura passou por um período de desemprego e acabou por conseguir um trabalho como lojista. Acabou entretanto por encontrar trabalho como designer numa multinacional ligada às iluminações de exterior que tem o seu <i>atelier</i> de design em Portugal.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha menos de 30 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, com carreira em fase inicial (menos de 10 anos de experiência de trabalho).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
Maria João Bom	<p>Curso profissional de artes gráficas. Licenciatura, Mestrado e Doutoramento em Design de Comunicação.</p> <p>Professora universitária e investigadora, lecionou em várias instituições (ESAD CR, IADE, Universidade de Évora, ESTAL), estando atualmente no Instituto Politécnico de Tomar.</p> <p>Escreve regularmente na “IG – Revista Intergráficas”.</p> <p>Anteriormente, estagiou e trabalhou como designer gráfica em agências de publicidade e, mais tarde, no <i>atelier</i> de Robin Fior.</p> <p>Mantém atividade pontual como designer <i>freelancer</i>.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico, que compatibiliza com alguma trabalho profissional, ligado ao design de comunicação.</p> <p>Carreira relativamente longa e consolidada (mais de três décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade</p>
Joana & Mariana [Joana Baptista Costa e Mariana Leão]	<p><i>Atelier</i> formado pela dupla Joana Baptista Costa e Mariana Leão, que se formou informalmente durante a faculdade (ambas foram colegas na licenciatura de Design Gráfico na ESAD – CR). Além do trabalho “típico” em design gráfico, esta dupla tem-se desenvolvido projetos de cariz reflexivo sobre a história do design português materializados em publicações e exposições. Ambas estão a realizar os seus doutoramentos nesta área (na FBAUP e na FBAUL).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinham ambas cerca de 30 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, com carreira em fase inicial (cerca de 10 anos de experiência de trabalho).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio, contabilizando com algum trabalho de cariz académico e de crítica e reflexão sobre a profissão</p>
Fernando Moreira da Silva	<p>Licenciado em arquitetura, fez o seu mestrado em cor nos interiores e o seu doutoramento em cor na arquitetura e o seu pós-doutoramento em design inclusivo. Professor universitário, foi o primeiro catedrático em design em Portugal.</p> <p>Presidente do CIAUD e coordenador da Área Científica de Design e do Doutoramento em Design da FA/UTL.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha aproximadamente 60 anos de idade.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico.</p> <p>Carreira bastante longa e consolidada (mais de quatro décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
Ricardo Mealha	<p>Designer autodidata.</p> <p>Criou, em 1995, com Ana Cunha, o <i>atelier</i> RMAC, no âmbito do qual desenvolveu, ao longo de 15 anos, projetos de design gráfico, industrial e de interiores para clientes de grande relevância, seja no setor público (nomeadamente, instituições ligadas ao Ministério da Cultura), seja no setor privado. Célebre pelos trabalhos realizados para o Lux/Frágil, é por vezes designado como sendo ‘o’ representante do design pós-moderno em Portugal. No momento em que foi entrevistado trabalhava como designer <i>freelancer</i>.</p> <p>Faleceu em 2015, tinha 47 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, ligado ao design de comunicação.</p> <p>Carreira relativamente longa (cerca de duas décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
Maria Helena Souto	<p>Historiadora de Arte (Design), com licenciatura (história), mestrado (história de arte) e doutoramento (ciências de arte).</p> <p>Pioneira na investigação da história do design em Portugal, mas também na introdução desta disciplina nas licenciaturas de design em Portugal (IADE, onde é professora). Coordena um projeto de investigação, financiado pela FCT, “ Design em Portugal (1960-1974): ações, intervenientes e repercussões do Núcleo de Arte e Arquitetura Industrial e do Núcleo de Design Industrial do Instituto Nacional de Investigação Industrial (INI)”.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha perto de 60 anos de idade.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: especialista com percurso essencialmente académico.</p> <p>Carreira bastante longa e consolidada (mais de três décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade</p>
Fernando Costa	<p>Licenciado em design (IADE).</p> <p>Trabalhou nalgumas das agências de comunicação de maior dimensão em Portugal. Atualmente é Creative Supervisor na OgilvyOne.</p> <p>Pontualmente, desenvolve trabalhos como designer <i>freelancer</i> e professor/formador.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos de idade.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, ligado à publicidade.</p> <p>Carreira relativamente longa (cerca de duas décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
Antero Ferreira	<p>Licenciado (1989) e Doutoramento (2003) em Design de Comunicação.</p> <p>Trabalha profissionalmente, desde 1983, em áreas como design tipográfico, identidade visual e design editorial. Trabalhou inicialmente como <i>freelancer</i>, mas cedo fundou em 1991 o seu próprio <i>atelier</i> (Antero Ferreira Design), e em 1995 a “empresa-escola” Alquimia da Cor, na qual é sócio-gerente e Diretor Artístico.</p> <p>Professor universitário (FBAUP), conferencista e investigador.</p> <p>Foi Presidente do Conselho Técnico e Deontológico da AND – Associação Nacional de Designers (2005-12).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico, que compatibiliza com prática profissional enquanto designer gráfico.</p> <p>Carreira bastante longa e consolidada (aproximadamente quatro décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade / centro de formação / <i>atelier</i>/estúdio</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
	<p>Anteriormente foi membro da APD – Associação Portuguesa de Designers.</p> <p>Cofundador da associação profissional (Ordem Visual), em meados da década de 1990.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 50 anos.</p>	
Fernando Oliveira	<p>Licenciatura e Mestrado em Design. Está a concluir o seu doutoramento na mesma área.</p> <p>Professor universitário (IADE, ESART) e investigador (IADE/ UNIDCOM).</p> <p>Trabalha como <i>freelancer</i> como especialista em sistemas de identidade visual. Experiência anterior de trabalho, como diretor criativo, em <i>atelier</i> de design e agência de comunicação e publicidade.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico.</p> <p>Carreira relativamente longa (cerca de décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade</p>
Gabriel Santos	<p>Licenciado em design pela Universidade de Aveiro, frequentou o 1º ano do mestrado em design que interrompeu para começar a trabalhar como designer de comunicação numa empresa de comércio de material de construção, com sede em Penacova (onde foi “criar” o gabinete de design interno). Trabalhou nesta empresa durante perto de dois anos, altura em que foi despedido devido a dificuldades financeiras da empresa.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha perto de 30 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, com carreira em fase inicial (menos de 10 anos de experiência de trabalho).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: empresa de comércio de material de construção</p>
Francisco Paiva	<p>Licenciado em Design e Arquitetura. Doutoramento em Belas Artes.</p> <p>Professor universitário e investigador.</p> <p>Coorganizador das conferências internacionais de design “Designa” (UBI).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico.</p> <p>Carreira bastante longa e consolidada (cerca de duas décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade</p>
Inês Secca Ruivo	<p>Licenciada em design industrial (ESAD Matosinhos) e doutorada em design (Univ. Aveiro). Professora universitária e investigadora. Diretora do Departamento de Artes Visuais e Design e da Licenciatura em Design, na Escola de Artes da Universidade de Évora. Membro da comissão de avaliação da A3ES.</p> <p>Desenvolveu atividade na indústria, colaborando com várias empresas no desenvolvimento de novos produtos, da consultoria e da gestão do design.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico.</p> <p>Carreira bastante longa e consolidada (cerca de duas décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
Jorge dos Reis	<p>Licenciado e Doutorado em Design (FBAUL). Mestrado em Sociologia da Comunicação (ISCTE) e Master of Arts (Royal College of Art em Londres).</p> <p>Atualmente é Professor Auxiliar na FBAUL onde fundou e dirige o Mestrado em Práticas Tipográficas e Editoriais Contemporâneas.</p> <p>No início do seu percurso profissional foi aprendiz tipógrafo numa antiga oficina tipográfica do Cais do Sodré em Lisboa. Teve também uma experiência de trabalho no <i>atelier</i> de Robin Fior, em Lisboa, e com tipógrafo Alan Kitching, em Londres.</p> <p>Pontualmente, desenvolve ainda trabalho <i>freelance</i> como designer gráfico e tipógrafo (de vincada carga autoral). Tem exposto o seu trabalho em exposições individuais.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos (n. 1971)</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico.</p> <p>Carreira bastante longa e consolidada (cerca de duas décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade</p>
Eduardo Côrte-Real	<p>Licenciado em arquitetura e doutorado em comunicação visual em arquitetura.</p> <p>Professor e investigador em design no IADE, desde 2000.</p> <p>Esteve envolvido na transição do curso de design para o processo de Bolonha e na criação da unidade de investigação IADE (2003), bem como na organização dos primeiros congressos internacionais de design e edição dos respetivos livros de atas e outras publicações científicas.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 50 anos de idade (n. Mafra, 1961).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico.</p> <p>Carreira bastante longa e consolidada (cerca de três décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade</p>
Carlos Rosa	<p>Licenciatura e doutoramento em design (na área de pictografia).</p> <p>Professor e investigador em design (IADE).</p> <p>Pontualmente, desenvolve em paralelo trabalho como designer <i>freelancer</i>.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos de idade.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente académico.</p> <p>Carreira em fase intermédia (cerca de duas décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade</p>
Cláudio Rodrigues	<p>Designer gráfico. Licenciado em Design e Mestre em Design da Imagem.</p> <p>Experiência pontual como professor e formador (IPCA).</p> <p>Designer <i>freelancer</i>. Experiência anterior (curta) como designer num <i>atelier</i> de design.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha menos de 30 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com percurso essencialmente profissional, com carreira em fase inicial (cerca de 10 anos de experiência de trabalho).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
Delfim Sardo	<p>Licenciado em Filosofia e Doutoramento em Arte Contemporânea. Crítico de arte, comissário de exposições de arte. Anteriormente, assumiu funções de gestão e direção artística no CCB. É ainda professor universitário (tempo parcial). Durante os anos 1980 e início de 90 trabalhou como designer gráfico (autodidata). No início da década de 1990 comissariou duas exposições internacionais dedicados à arte contemporânea portuguesa em que eram também apresentados trabalhos de design (sobretudo designers de equipamento). No momento da realização da entrevista tinha cerca de 50 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: especialista com percurso essencialmente na esfera dos museus/instituições culturais, que compatibilizou com experiência de docência universitária. Carreira longa e consolidada (aproximadamente três décadas de trabalho profissional). Sexo masculino Contexto predominante de trabalho: museus/instituições culturais e universidade</p>
Nuno Coelho	<p>Licenciatura em Design Gráfico e Doutoramento em Arte Contemporânea. Professor universitário e investigador em design. Trabalhou durante largos anos como designer <i>freelancer</i>, ocupação profissional que foi compatibilizando com uma carreira como DJ e organizador de eventos. Participa ainda com regularidade em exposições. Pontualmente, realiza trabalhos em regime <i>freelance</i>, sobretudo no domínio da curadoria e consultoria especializada em áreas que se articulam com a sua investigação. No momento da realização da entrevista tinha perto de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com um percurso essencialmente profissional, mas recentemente assumindo um perfil essencialmente académico. Carreira bastante consolidada (mais de duas décadas de trabalho profissional). Sexo masculino Contexto predominante de trabalho: universidade, compatibilizando com trabalhos pontuais como <i>freelancer</i>.</p>
Joana Correia	<p>Licenciada em arquitetura e em design. Mestre em <i>type design</i>. Atualmente é professora na ESAD Matosinhos (tempo parcial) e, pontualmente, realiza <i>workshops</i> de tipografia. Em paralelo, trabalha como <i>type designer</i> em regime <i>freelance</i> trabalhando quer para clientes finais, quer desenvolvendo as suas fontes que coloca à venda em <i>foundries online</i>. No momento da realização da entrevista tinha um pouco mais de 30 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: <i>type designer</i> com carreira ainda numa fase inicial (menos de 10 anos de trabalho profissional nesta área), que pontualmente compatibiliza com trabalho como professora e formadora. Sexo feminino Contexto predominante de trabalho: <i>atelier/estúdio</i></p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
Dino dos Santos	<p>Licenciado em design gráfico (1994) e mestre em arte e multimédia (2002).</p> <p>Tem uma das mais longas e reconhecidas carreiras como <i>type designer</i> em Portugal, tendo já recebido vários prémios nacionais e internacionais.</p> <p>Inicialmente trabalhou como designer gráfico, mas conseguiu especializar-se gradualmente (a partir de meados dos anos 1990 e de forma autodidata pois não existia formação nesta área em Portugal).</p> <p>Durante muito tempo compatibilizou o trabalho de estúdio com o trabalho como docente universitário.</p> <p>Atualmente tem um pequeno <i>atelier</i> especializado em <i>type design</i> (DS Type), no qual se encontra em exclusivo, trabalhando para clientes nacionais e internacionais (marcas, jornais e publicações, etc.).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos de idade (n. 1971).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer e <i>type designer</i> com carreira bastante consolidada (mais de duas décadas anos de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>
Francisco Providência	<p>Licenciado design gráfico (1985) e doutorado em design (2012).</p> <p>Tem <i>atelier</i> próprio desde 1985, onde tem desenvolvido projetos de design de comunicação, de produto, expositivo e ambiente.</p> <p>Conciliou sempre a atividade profissional com a docência universitária em diversas instituições (FBAUP, FAUP, Univ. Aveiro).</p> <p>Foi consultor do Centro Português de Design. Tem participado em diversas exposições coletivas internacionais de design.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 50 anos (n. Coimbra, 1961).</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com carreira bastante longa e consolidada (mais de três décadas anos de trabalho profissional), sempre compatibilizando a prática profissional com a docência universitária.</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio e universidade</p>
Cláudia Castelo	<p>Jornalista, editora e produtora cultural.</p> <p>Anteriormente, trabalhou em diferentes projetos na área do jornalismo, da assessoria de imprensa e da produção de conteúdos editoriais, predominantemente ligados à área da cultura.</p> <p>Desde 2006 é sócia do <i>atelier</i> Bárbara Says..., com António Silveira Gomes, onde assegura diversas funções (participação na conceção e produção de conteúdos, gestão de projeto, relação com clientes, etc.).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: especialista com carreira numa fase intermédia (mais de dez décadas anos de trabalho profissional na área do design).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
António Lacerda	<p>Designer de comunicação. Licenciado em design gráfico (ESAD Matosinhos, 1996) e doutorado em design (FAUTL, 2011).</p> <p>Atualmente, é presidente da AND - Associação Nacional de Designers.</p> <p>Professor universitário (Univ. Algarve) e investigador em design (CIAUD).</p> <p>Paralelamente, exerceu atividade profissional como designer gráfico em diversos <i>ateliers</i> no Porto e em Lisboa, trabalhou como designer <i>freelancer</i> e em <i>atelier</i> próprio (entretanto encerrado).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designer com um percurso essencialmente académico.</p> <p>Carreira bastante consolidada (mais de duas décadas de trabalho profissional).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade</p>
Ema Sara Ribeiro (Ó Galeria)	<p>Estudou fotografia e artes visuais (não concluiu).</p> <p>Nos últimos anos tem-se dedicado a projetos na área da fotografia (Lab 65) e, mais recentemente, ilustração (Ó Galeria).</p> <p>Para além de ter em “carteira” trabalhos de ilustradores para venda na galeria e online (originais, múltiplos e publicações), a Ó Galeria realiza regularmente exposições com ilustradores nacionais (muitos artistas e designers do Porto) e internacionais.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha cerca de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: especialista com percurso essencialmente na esfera das galerias de arte privadas na área da fotografia e ilustração. Carreira numa fase intermédia (pouco mais de dez de trabalho profissional como galerista especializada em ilustração de autor).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: galeria privada</p>
Mariana Santos (Mariana a Miserável)	<p>Licenciada em Design Gráfico e a frequentar o Mestrado em Design Gráfico e Editorial.</p> <p>Após uma breve experiência profissional como designer gráfica, acabou por rejeitar trabalhar em design.</p> <p>Dedica-se à ilustração, sendo hoje já bastante reconhecida pelo seu estilo próprio (de ‘autor’). Começou ainda na faculdade (ESAD-CR) a desenvolver os seus projetos num circuito ‘alternativo’ (fanzines, exposições de ilustrações, etc.). Atualmente realiza projetos numa ótica mais profissional, trabalhando como <i>freelancer</i> sobretudo no ramo editorial (ilustradora em livros e publicações ‘convencionais’), e também com galerias.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha perto de 30 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: ilustradora. Carreira numa fase inicial (pouco mais de dez de trabalho profissional como ilustradora).</p> <p>Sexo feminino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>

Nome do Entrevistado	Perfil (síntese)	Enquadramento do entrevistado nos critérios de seleção estabelecidos
<p>Galeria Dama Aflita</p> <p>[Júlio Dolbeth / Rui Vitorino Santos]</p>	<p>Galeria fundada por Júlio Dolbeth e Rui Vitorino Santos, ambos designers gráficos, ilustradores e professores universitários.</p> <p>No contexto do Porto, a galeria Dama Aflita serviu como extensão do trabalho que têm vindo a desenvolver na FBAUP em torno da ilustração e do desenvolvimento de novas abordagens menos convencionais ao desenho e à ilustração. Promovem a realização regular de exposições, para além de venderem trabalhos de ilustração, fanzines e publicações independentes (ligadas à ilustração e design gráfico) através do seu <i>website</i>. Fundada em 2008, a galeria Dama Aflita encerrou em 2017.</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha ambos os entrevistados tinham cerca de 40 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: designers e ilustradores. Carreira numa fase intermédia (mais de duas de trabalho profissional como docentes universitários, ilustradores e, mais recentemente galeristas).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: universidade, <i>atelier</i>/estúdio e galeria privada</p>
<p>João Sobral (Panda Gordo)</p>	<p>Licenciatura e Mestrado em Design de Comunicação (FBAUP).</p> <p>Não pretende trabalhar em design porque não se revê no tipo de trabalho mais “comercial”. Tem-se dedicado, desde o 2º ano da licenciatura, à edição independente, à ilustração e à banda desenhada (assina como Panda Gordo). Recentemente emigrou para Londres (onde já tinha estado ao abrigo do programa Erasmus).</p> <p>No momento da realização da entrevista tinha menos de 30 anos.</p>	<p>Longevidade do percurso/ carreira profissional: ilustrador. Carreira numa fase inicial (menos de dez de trabalho profissional como ilustradora).</p> <p>Sexo masculino</p> <p>Contexto predominante de trabalho: <i>atelier</i>/estúdio</p>

2. Guião das entrevistas em profundidade a designers gráficos e de comunicação

Esta entrevista integra-se na investigação em curso sobre “O trabalho criativo em Portugal: uma análise a partir do caso do design de comunicação”, realizado no âmbito do Programa de Doutoramento em Sociologia da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.

As entrevistas em profundidade que visam, no essencial, detalhar o trajeto pessoal, académico e profissional de cada um dos designers a contactar, não deixando, contudo, de recolher as suas perspetivas relativamente a outros aspetos, de carácter mais genérico e abrangente, relacionados com o campo de design de comunicação em Portugal, sua história e evolução.

A) *Percurso pessoal do entrevistado em termos de contexto de origem e percurso escolar*

1. Fale-me por favor do seu contexto familiar de origem e do percurso formativo até começar a trabalhar como designer

Em criança/jovem tinha alguma apetência especial para desenho/artes plásticas?

Teve algum tipo de contacto/de relação com o universo do design gráfico/de comunicação?

Algum amigo ou familiar próximo que trabalhasse nesta área ou em áreas que considere que estejam relacionadas (por ex. arquitetura, pintura, fotografia, etc.)?

Tinha algum tipo de consumos culturais relacionados com artes visuais ou multimédia?

2. Fale-me por favor do seu trajeto escolar durante o ensino básico e secundário

Que área científica frequentava? Quais as disciplinas em que tinha maior facilidade?

Frequentou algum curso profissional? Qual? Está relacionado com design de comunicação?

Durante o liceu, teve alguma experiência exploratória/autodidata relacionada com design gráfico/de comunicação (por exemplo: elaboração de cartazes, fanzines, etc.)?

Considera que o período da adolescência foi importante para despertar o seu interesse por esta área da comunicação? De que modo?

3. Fale-me por favor do seu trajeto escolar ao nível do ensino superior

- Tem formação superior específica em design? Se sim...

Porque escolheu a licenciatura de design? Quando se inscreveu já tinha algumas referências sobre o que esta área?

Onde estudou? Qual os motivos para ter optado por essa instituição?

Como descreveria o tipo de ensino que lhe foi ministrado na faculdade (por exemplo, ensino teórico, teórico-prático, essencialmente prático)?

Quais as disciplinas que mais gostava/se identificava?

Como avalia a sua experiência de frequência da universidade? Considera que foi importante para o seu trajeto profissional?

Já fez mestrado ou doutoramento?

Se sim, porquê esta opção? Qual a área em que investiga? Que motivação?

- Tem formação superior, mas não especificamente em design? Se sim...

Onde estudou? Qual os motivos para ter optado por essa instituição?

Porque não escolheu uma licenciatura na área de design?

Como avalia a sua experiência de frequência da universidade?

Considera que o facto de não ter formação superior em design foi penalizadora para o seu trajeto profissional?

Em que sentido?

Já fez mestrado ou doutoramento? Se sim...

É na área de design: Porquê esta opção? Que motivação? Como avalia a experiência?

Não é na área de design: Porquê esta opção? Que motivação?

- Não tem formação superior.

Porque não frequentou uma licenciatura na área de design?

Considera que o facto de não ter formação superior em design foi penalizadora para o seu trajeto profissional?

Em que sentido?

B) Percurso pessoal do entrevistado em termos de carreira profissional

1. Fale-me por favor do seu percurso profissional como designer

Quando se inicia (ano ou idade do entrevistado)? Ainda era estudante nesta altura?

Alguma vez fez um estágio num *atelier*? Como avalia esta experiência?

Por favor descreva com detalhe o seu percurso em termos de estatuto profissional

- Quais as empresas/*ateliers* em que trabalhou/trabalha?
- Trabalha ou trabalhou enquanto designer *freelancer*? Durante quantos anos?
- Manteve esta atividade independente em paralelo com outras? Quais?

- No caso de ter trabalhado ou trabalhar ainda em contexto empresarial, quais os cargos/responsabilidade que assumiu? Durante quantos anos trabalhou em cada uma das empresas?
- Trabalhou com que vínculos profissionais (contrato a termo certo, contrato sem termo, “recibos verdes”, etc.)? Houve transformações a este nível ao longo da sua carreira? Que importância atribui ao contrato de trabalho? Procurar obter uma cronologia tão completa quanto possível (basta o ano)
- Manteve uma atividade profissional ao mesmo tempo de uma atividade como professor ou investigador universitário? Em que período? Durante quantos anos? Qual o tipo de vínculo profissional que o liga à universidade/centro de investigação?
- No caso de ter tido ou ainda continuar a manter vários empregos em simultâneo (como, por exemplo, ser designer *freelancer* e trabalhar por conta de outrem; ter *atelier* próprio e ser professor; etc.) como avalia o impacto destas múltiplas atividades na sua carreira profissional? Vantagens e as desvantagens? Qual dos empregos que considera fundamental?
- Alguma vez foi obrigado a ter outro tipo de trabalho não relacionado com design, enquanto atividade complementar? Durante quanto tempo? Vantagens e desvantagens?

No caso de ser empresário (fundador ou gestor a própria empresa/atelier):

- Qual a sua motivação para ter optado por criar a sua própria empresa?
- Quais foram as suas principais dificuldades no início? E hoje?

No caso de ser designer *freelancer* (trabalhador independente):

- Quais os motivos para esta opção?
- Quais foram as suas principais dificuldades no início?
- E hoje, quais são os principais problemas com que se confronta?
- Nunca pensou em criar a sua própria empresa? Porquê?
- Já integrou ou costuma integrar equipas de trabalho mais alargadas? Como surgiram estas oportunidades (descrever como foi convidado ou recrutado para as equipas)?

Questões relacionadas com a gestão e orçamento dos projetos

- Quem geralmente assegura as questões de gestão e orçamento dos projetos? É o próprio designer ou alguém dentro do *atelier*?
- Como tem evoluído a questão dos orçamentos e dos *timings*?

2. Fale-me do modo como, ao longo da sua carreira, evoluiu a sua relação com clientes, colegas e fornecedores

Houve transformações? Quais (por favor descreva-as)?

Explorar a relevância da longevidade das carreiras profissionais e no modo como transforma estas relações

Costuma trabalhar sempre/regularmente com a mesma equipa de trabalho?

Costuma trabalhar sempre/regularmente com os mesmos fornecedores?

No caso do entrevistado estar numa posição com capacidade de tomada de decisão: Quando tem necessidade de contratar um novo colaborador ou fornecedor, como costuma fazer? A quem recorre (redes de contactos pessoais? redes de contactos profissionais? internet?)

Angariação de clientes:

Como evoluiu, ao longo do percurso profissional, a capacidade de angariar clientes? E como os fidelizar? Explorar ainda a importância de outras redes de contactos (profissionais, familiares e pessoais) para encaminhamento de clientes.

Processo criativo:

Explorar o modo como o entrevistado desenvolve habitualmente o seu processo criativo, desde o momento da encomenda até ao encerramento do projeto.

- Qual o papel do cliente neste processo? É muito interventivo ou não? Condiciona o trabalho criativo? Como costuma decorrer este processo de negociação?
- Existem diferentes tipos de clientes? Quais?
- Costuma relacionar-se com o cliente final? Acha que é um aspeto importante?
- Costuma participar nas reuniões com os clientes? Que estratégias utiliza habitualmente para “negociar” o projeto (conceito, orçamento, *timings*)?
- Houve transformações no modo como se foi relacionando e negociando com os clientes ao longo da sua carreira? Quais?
- No caso de trabalhar em equipa: Quem normalmente participa no projeto? Em que fases/etapas? Costuma utilizar algum tipo de técnicas de *brainstorming*?
- Costuma desenhar à mão um esboço com algumas ideias e propostas ou trabalha diretamente no computador? E sempre foi assim? (pergunta dirigida sobretudo a designers mais velhos)
- Qual a importância das ferramentas tecnológicas na conceção e desenvolvimento dos trabalhos? E sempre foi assim? (pergunta dirigida sobretudo a designers mais velhos)
- Qual a importância dos fornecedores para a conceção ou execução dos trabalhos?

- Já desenvolveu ou desenvolve projetos de design sem serem motivados pela encomenda de um cliente (projeto pessoais/do *atelier*)? Quais as principais diferenças deste projetos relativamente aos outros (em termos de motivação, processo criativo, etc.)?

Como descreveria a sua situação atual em termos de criatividade? O tipo de trabalho que desenvolve agrada-lhe do ponto de vista criativo? As encomendas dos clientes são desafiantes?

3. Reconhecimento e exposição pública de trabalhos

Já teve trabalhos seus premiados ou destacados em exposições, em publicações (revistas/livros) e/ou em websites? Se sim, quais?

Se já foi galardoar com algum prémio, como avalia o seu impacto? Os prémios alteram as relações com clientes e colegas? Em que medida?

Qual é, na sua opinião, a relevância deste tipo de prémios e referências?

O que pensa dos novos espaços para mostra de *portfolios online* (o Behance, por ex.)? Qual a sua relevância?

Já participou como orador em conferências ou encontros sobre design? Qual a importância destes espaços de apresentação de *portfolios*?

4. Tem experiência de trabalhos para clientes internacionais?

Se sim, que balanço faz desta experiências? E quais são, em seu entender, os principais dificuldades à entrada em mercado internacionais?

Se não, porque motivos ainda não se internacionalização? Foi uma opção ou existem obstáculos e dificuldades que é necessário ultrapassar?

C) Aspectos mais gerais relacionados com a apreciação do entrevistado acerca da evolução do design em Portugal

1. De um modo geral, e pensando nas últimas décadas (desde o 25 de Abril), que apreciação faz da evolução do design de comunicação em Portugal?

Considera que existe hoje um reconhecimento alargado do papel do design e da sua função? Em que sentido?

2. Houve alguma transformação na perceção do papel do designer na sociedade portuguesa? Em que sentido?

Considera que a profissão de designer também se alterou em função de novas necessidade e desafios relacionados com mudanças na sociedade? Quais?

3. Na sua opinião, como tem evoluído o mercado de trabalho nesta área de trabalho?

Quais as principais dificuldades? Quais as principais oportunidades?

4. Como vê o associativismo profissional na área do design em Portugal? É associado de algum das associações profissionais de designers existentes em Portugal? Porquê?

Acompanhou o debate recente em torno da constituição de uma ordem dos designers? Qual é, na sua opinião, a relevância desta discussão?

5. Como vê a evolução do sistema de ensino do design em Portugal?

Quais as principais transformações?

Quais os principais problemas e obstáculos?

Acha que o sistema de ensino tem sabido acompanhar estas transformações?

Acha que os designers recém-formados estão preparados para “enfrentar” o mercado de trabalho? Houve mudanças a este nível?

6. Divulgação, crítica e investigação sobre design em Portugal

Como vê o recente interesse em torno do design e da história do design em Portugal, nomeadamente através da realização de diversas exposições e publicações?

Que relevância e impacto potencial atribui a este tipo de iniciativas?

Considera que existe em Portugal uma reflexão crítica sobre design? Têm-se registado evoluções a este nível?

Costuma acompanhar blogues de divulgação e crítica sobre design? Quais? Porquê? Com que regularidade?

Costuma acompanhar publicações (revistas, livros) sobre design? Quais? Porquê? Com que regularidade?

Muito obrigado pela colaboração!

Pedro Quintela

FEUC / CES-UC

Email: pedroquintela@ces.uc.pt

3. Guião do inquérito por questionário online

Designers em Portugal: inquérito acerca dos seus percursos formativos e profissionais

Este inquérito insere-se numa investigação sobre *O trabalho criativo em Portugal: uma análise a partir do caso do design de comunicação* que está a ser realizada por Pedro Quintela, no âmbito do Programa de Doutoramento em Sociologia da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, contando com a orientação científica do Professor Doutor Claudino Ferreira. Apoiada pela Fundação para a Ciência e Tecnologia, esta investigação tem como Entidade Acolhedora o Centro de Estudos Social da Universidade de Coimbra, Laboratório Associado do Ministério da Educação e da Ciência.

Através deste inquérito, pretende-se conhecer os trajetos académicos e profissionais de designers a trabalhar em Portugal. Para que os resultados espelhem o mais possível a realidade das práticas formativas e profissionais em design em Portugal, a sua colaboração é fundamental, não só através da resposta a este inquérito, que não demorará mais do que 10 minutos, mas também divulgando-o junto dos seus amigos e colegas designers – o link direto para aceder e responder ao inquérito está aqui: http://www.ces.uc.pt/inquerito_designers

Este inquérito tem fins meramente científicos, pelo que todo os dados aqui recolhidos serão tratados de forma rigorosamente sigilosa, e a sua utilização estará restrita à equipa responsável pelo estudo.

Caso tenha alguma dúvida, questão ou sugestão, por favor não hesite em contactar-nos, através do seguinte email: pedroquintela@ces.uc.pt (Pedro Quintela).

Muito obrigado pela colaboração!

SITUAÇÃO PROFISSIONAL ATUAL

Gostaríamos de conhecer um pouco melhor a sua experiência profissional atual.

1. Indique, por favor, de entre as opções seguintes qual é aquela a que correspondem à sua situação profissional atual (caso a sua situação se enquadre em mais que uma opção, assinale a opção que correspondente à sua atividade profissional principal).

1.1. Trabalhador por conta de outrem – setor público	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 2</i>
1.2. Trabalhador por conta de outrem – setor privado	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 8</i>
1.3. Patrão/ empresário	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 15</i>
1.4. Trabalhador por conta própria – profissional liberal (<i>freelancer</i> a trabalhar a “recibos verdes” ou em regime de prestação de serviços)	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 25</i>
1.5. Desempregado	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 32</i>
1.6. Reformado	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 49</i>
1.7. Estágio	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 65</i>
1.8. Trabalhador-estudante	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 73</i>
1.9. Exclusivamente estudante	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 143</i>
1.10. À procura de primeiro emprego	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 143</i>
1.11. Outra situação	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 1.11.1</i>

1.11.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido) → *Se assinalou esta opção, ir para pergunta 143*

TRABALHADOR(A) POR CONTA DE OUTRÉM – SETOR PÚBLICO

2. Qual é a sua profissão atual? Descreva brevemente as funções que desempenha. (Se atualmente não trabalha mas já trabalhou, por favor refira-se à última profissão que desempenhou)

(a preencher pelo inquirido)

3. Por favor indique, de entre as hipóteses seguintes, aquela que corresponde ao perfil da sua entidade patronal

3.1. Estado Central	
3.2. Autarquia	
3.3. Empresa Pública ou com Capitais Públicos	
3.4. Ensino e Formação	
3.5. Outro	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 3.5.1</i>

3.5.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

4. Por favor indique qual é o principal setor e ramo de atividade da sua entidade patronal (por exemplo: energia; instituição cultural; universidade; escola profissional; ...)

(a preencher pelo inquirido)

5. Indique por favor, de entre as hipóteses seguintes, qual é aquela que se aplica ao seu tipo de vínculo profissional atual

5.1. Contrato de trabalho sem termo (isto é, pertence ao “quadro”)	
5.2. Contrato de trabalho a termo certo	
5.3. Contrato de prestação de serviços	
5.4. Outro tipo de contrato	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 5.4.1</i>

5.4.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

6. Indique, por favor, qual é o regime de trabalho da atividade profissional que assinalou como principal:

6.1. Tempo parcial	
6.2. Tempo integral	

7. Caso acumule a atividade profissional que assinalou como principal com outra(s) atividade(s) profissionais, por favor identifique-as e descreva-a(s) brevemente

(a preencher pelo inquirido)

(Inquirido segue para a questão 97)

TRABALHADOR(A) POR CONTA DE OUTRÉM – SETOR PRIVADO

8. Qual é a sua profissão atual? Descreva brevemente as funções que desempenha. (Se atualmente não trabalha mas já trabalhou, por favor refira-se à última profissão que desempenhou)

(a preencher pelo inquirido)

9. Indique, por favor, qual das seguintes tipologias corresponde à dimensão da empresa/organização em que trabalha:

9.1. Empresa de micro dimensão (menos de 10 empregados)	
9.2. Empresa de pequena dimensão (entre 10 de 34 empregados)	
9.3. Empresa de média dimensão (entre 35 e 100 empregados)	
9.4. Empresa de grande dimensão (mais de 100 empregados)	

10. Por favor indique qual é o principal setor e ramo de atividade da sua entidade patronal

(a preencher pelo inquirido)

11. Essa atividade enquadra-se diretamente na área do design (isto é, a prestação de serviços na área de design é o negócio central da entidade em que trabalha)?

11.1. Sim	
11.2. Não	

12. Indique por favor, de entre as hipóteses seguintes, qual é aquela que se aplica ao seu tipo de vínculo profissional atual

12.1. Contrato de trabalho sem termo (isto é, pertence ao “quadro”)	
12.2. Contrato de trabalho a termo certo	
12.3. Contrato de prestação de serviços	
12.4. Outro tipo de contrato	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 12.4.1</i>

12.4.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

13. Indique, por favor, qual é o regime de trabalho da atividade profissional que assinalou como principal:

13.1. Tempo parcial	
13.2. Tempo integral	

14. Caso acumule esta atividade profissional que assinalou como principal com outra(s) atividade(s) profissionais, por favor identifique-as e descreva-a(s) brevemente

(a preencher pelo inquirido)

(Inquirido segue para a questão 97)

PATRÃO(OA) / EMPRESÁRIO(A)

15. Qual é a sua profissão atual? Descreva brevemente as funções que desempenha. (Se atualmente não trabalha mas já trabalhou, por favor refira-se à última profissão que desempenhou)

(a preencher pelo inquirido)

16. Por favor indique, de entre as hipóteses seguintes, qual é aquela que se adequa ao perfil da sua empresa:

16.1. Empresa unipessoal	
16.2. Empresa de micro dimensão (menos de 10 empregados)	
16.3. Empresa de pequena dimensão (entre 10 de 34 empregados)	
16.4. Empresa de média dimensão (entre 35 e 100 empregados)	

16.5. Empresa de grande dimensão (mais de 100 empregados)	
---	--

17. Qual é o principal setor e ramo de atividade da sua empresa?

(a preencher pelo inquirido)

18. Essa atividade enquadra-se diretamente na área do design (isto é, a prestação de serviços na área de design é o negócio central da empresa)?

18.1. Sim	
18.2. Não	

19. Por favor especifique, de entre as opções seguintes, qual é o perfil de clientes com quem costuma trabalhar (se necessário, pode selecionar as três opções mais importantes):

19.1. Estado Central	
19.2. Autarquias	
19.3. Empresas Pública ou com Capitais Públicos	
19.4. Instituições de Ensino e Formação	
19.5. Empresas de micro dimensão (menos de 10 empregados)	
19.6. Empresas de pequena dimensão (entre 10 de 34 empregados)	
19.7. Empresas de média dimensão (entre 35 e 100 empregados)	
19.8. Empresas de grande dimensão (mais de 100 empregados)	
19.9. Outro tipo de clientes. Quais?	

20. Os clientes da sua empresa são exclusivamente nacionais?

20.1. Sim	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 22</i>
20.2. Não	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 21</i>

21. Caso tenha respondido não, por favor dê-nos uma estimativa, em termos percentuais, de como se distribuem

21.1. Clientes nacionais	
21.2. Clientes internacionais	
	100 %

22. Por favor indique há quantos anos a sua empresa está constituída legalmente

(a preencher pelo inquirido)

23. Por favor dê-nos uma estimativa, em termos percentuais, de qual é o tipo de vínculo profissional que os seus colaboradores estabelecem com a sua empresa (tendo por referência o último ano de atividade da sua empresa)

23.1. Contratos de trabalho sem termo	
23.2. Contratos de trabalho a termo certo	
23.3. Contratos de prestação de serviços	
23.4. Contratos de estágio profissional	
23.5. Outro tipo de contratos	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 23.5.1</i>
	100 %

23.5.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

24. Caso acumule esta atividade profissional que assinalou como principal com outra(s) atividade(s) profissionais, por favor identifique-as e descreva-a(s) brevemente

(a preencher pelo inquirido)

(Inquirido segue para a questão 97)

TRABALHADOR(A) POR CONTA PRÓPRIA – PROFISSIONAL LIBERAL (FREELANCER A TRABALHAR A “RECIBOS VERDES” OU EM REGIME DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS)

25. Qual é a sua profissão atual? Descreva brevemente as funções que desempenha. (Se atualmente não trabalha mas já trabalhou, por favor refira-se à última profissão que desempenhou)

(a preencher pelo inquirido)

26. Por favor especifique, de entre as opções seguintes, qual é o perfil de clientes com quem costuma trabalhar (se necessário, pode selecionar as três opções mais importantes):

26.1. Estado Central	
26.2. Autarquias	
26.3. Empresas Públicas ou com Capitais Públicos	
26.4. Instituições de Ensino e Formação	
26.5. Empresas de micro dimensão (menos de 10 empregados)	
26.6. Empresas de pequena dimensão (entre 10 de 34 empregados)	
26.7. Empresas de média dimensão (entre 35 e 100 empregados)	
26.8. Empresas de grande dimensão (mais de 100 empregados)	
26.9. Outro tipo de clientes. Quais?	

27. Os clientes da sua empresa são exclusivamente nacionais?

27.1. Sim	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 29</i>
-----------	---

27.2. Não	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 28</i>
-----------	---

28. Caso tenha respondido não, por favor dê-nos uma estimativa, em termos percentuais, de como se distribuem:

28.1. Clientes nacionais	
28.2. Clientes internacionais	
	100 %

29. Por favor indique há quantos anos trabalha por contra própria (*freelancer* a trabalhar a “recibos verdes” ou em regime de prestação de serviços)?

(a preencher pelo inquirido)

30. Por favor dê-nos uma estimativa, em termos percentuais, de qual é o tipo de vínculo contratual que costuma estabelecer com os seus clientes (tendo por referência o seu último ano de atividade profissional)

30.1. Contratos escritos de prestação de serviços	
30.2. Contratos orais de prestação de serviços	
30.3. Outro tipo de contratos	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 30.3.1</i>
	100%

30.3.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

31. Caso acumule esta atividade profissional que assinalou como principal com outra(s) atividade(s) profissionais, por favor identifique-as e descreva-a(s) brevemente

(a preencher pelo inquirido)

(Inquirido segue para a questão 97)

DESEMPREGADO(A)

32. Por favor indique há quanto tempo se encontra em situação de desemprego.

(a preencher pelo inquirido)

33. Qual foi a última profissão que desempenhou? Descreva brevemente as funções que desempenhava.

(a preencher pelo inquirido)

34. Indique, por favor, de entre as opções seguintes qual é aquela a que correspondem à sua situação profissional anterior (caso a sua situação se enquadre em mais que uma opção, assinale a opção que correspondia no passado à sua atividade profissional principal).

34.1. Trabalhador(a) por conta de outrem	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 35</i>
--	---

– setor público	
34.2. Trabalhador(a) por conta de outrem – setor privado	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 37</i>
34.3. Patrão(oa)/ empresário(a)	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 42</i>
34.4. Trabalhador(a) por conta própria – profissional liberal (<i>freelancer</i> a trabalhar a “recibos verdes” ou em regime de prestação de serviços)	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 45</i>
34.5. Outra situação	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 34.5.1</i>

34.5.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido) → ir para pergunta 47

35. Por favor indique, de entre as hipóteses seguintes, aquela que corresponde ao perfil da sua entidade patronal anterior:

35.1. Estado Central	
35.2. Autarquia	
35.3. Empresa Pública ou com Capitais Públicos	
35.4. Ensino e Formação	
35.5. Outro	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 35.5.1</i>

35.5.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

36. Por favor indique qual é/era o principal setor e ramo de atividade da sua entidade patronal (por exemplo: energia; instituição cultural; universidade; escola profissional; ...).

(a preencher pelo inquirido)

(Inquirido segue para a questão 40)

37. Indique, por favor, qual das seguintes tipologias corresponde à dimensão da empresa/organização em que trabalhava:

37.1. Empresa de micro dimensão (menos de 10 empregados)	
37.2. Empresa de pequena dimensão (entre 10 de 34 empregados)	
37.3. Empresa de média dimensão (entre 35 e 100 empregados)	
37.4. Empresa de grande dimensão (mais de 100 empregados)	

38. Por favor indique qual é/era o principal setor e ramo de atividade da sua entidade patronal anterior

(a preencher pelo inquirido)

39. Essa atividade enquadrava-se diretamente na área do design (isto é, a prestação de serviços na área de design é o negócio central da entidade em que trabalha)?

39.1. Sim	
39.2. Não	

40. Indique, de entre as hipóteses seguintes, qual era o tipo de vínculo profissional que se aplicava no seu último emprego:

40.1. Contrato de trabalho sem termo (isto é, pertence ao “quadro”)	
40.2. Contrato de trabalho a termo certo	
40.3. Contrato de prestação de serviços	
40.4. Outro tipo de contrato	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 40.4.1</i>

40.4.1 Qual?

<i>(a preencher pelo inquirido)</i>

41. Indique, por favor, qual era o regime de trabalho da última atividade profissional (que assinalou como principal) que desempenhou:

41.1. Tempo parcial	
41.2. Tempo integral	

(Inquirido segue para a questão 48)

42. Por favor indique, de entre as hipóteses seguintes, qual é/era aquela que se adequa ao perfil da sua empresa:

42.1. Empresa unipessoal	
42.2. Empresa de micro dimensão (menos de 10 empregados)	
42.3. Empresa de pequena dimensão (entre 10 de 34 empregados)	
42.4. Empresa de média dimensão (entre 35 e 100 empregados)	
42.5. Empresa de grande dimensão (mais de 100 empregados)	

43. Por favor indique qual é/era o principal setor e ramo de atividade da sua empresa

<i>(a preencher pelo inquirido)</i>

44. A atividade da sua empresa enquadrava-se diretamente na área do design (isto é, a prestação de serviços na área de design é o negócio central da empresa)?

44.1. Sim	
44.2. Não	

(Inquirido segue para a questão 48)

45. Por favor indique quantos anos trabalhou por contra própria (*freelancer* a trabalhar a “recibos verdes” ou em regime de prestação de serviços)?

<i>(a preencher pelo inquirido)</i>

46. Por favor dê-nos uma estimativa, em termos percentuais, do tipo de vínculo contratual que costumava estabelecer com os seus clientes (tendo por referência o seu último ano de atividade profissional)

46.1. Contratos escritos de prestação de serviços	
46.2. Contratos orais de prestação de serviços	
46.3. Outro tipo de contrato	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 46.3.1</i>
	100%

46.3.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

(Inquirido segue para a questão 48)

47. Por favor indique qual era o seu tipo de vínculo profissional anterior:

47.1. Contrato de trabalho sem termo (isto é, pertence ao “quadro”)	
47.2. Contrato de trabalho a termo certo	
47.3. Contrato de prestação de serviços	
47.4. Outro tipo de contrato	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 47.4.1</i>

47.4.1 Qual? (a preencher pelo inquirido)

--

48. Depois de ficar desempregado, teve direito a receber algum tipo de apoio/subsídio de desemprego?

48.1. Sim	
48.2. Não	

(Inquirido segue para a questão 97)

REFORMADO(A)

49. Por favor indique há quanto tempo está reformado(a)

(a preencher pelo inquirido)

50. Qual foi a última profissão que desempenhou? Descreva brevemente as funções que desempenhava.

(a preencher pelo inquirido)

51. Indique, por favor, de entre as opções seguintes qual é aquela a que corresponde à sua situação profissional anterior (caso a sua situação se enquadre em mais que uma opção, assinale a opção que correspondia no passado à sua atividade profissional principal).

51.1. Trabalhador(a) por conta de outrem – setor público	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 52</i>
--	---

51.2. Trabalhador(a) por conta de outrem – setor privado	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 54</i>
51.3. Patrão(ao)/ empresário(a)	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 59</i>
51.4. Trabalhador(a) por conta própria – profissional liberal (<i>freelancer</i> a trabalhar a “recibos verdes” ou em regime de prestação de serviços)	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 62</i>
51.5. Outra situação	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 51.5.1</i>

51.5.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido) → segue para a pergunta 64

52. Por favor indique, de entre as hipóteses seguintes, aquela que corresponde/correspondia ao perfil da sua entidade patronal anterior

52.1. Estado Central	
52.2. Autarquia	
52.3. Empresa Pública ou com Capitais Públicos	
52.4. Ensino e Formação	
52.5. Outro	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 50.5.1</i>

50.5.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

53. Por favor indique qual é/era o principal setor e ramo de atividade da sua entidade patronal (por exemplo: energia; instituição cultural; universidade; escola profissional; ...)

(a preencher pelo inquirido)

(Inquirido segue para a questão 57)

54. Indique, por favor, qual das seguintes tipologias corresponde à dimensão da empresa/organização em que trabalha:

54.1. Empresa de micro dimensão (menos de 10 empregados)	
54.2. Empresa de pequena dimensão (entre 10 de 34 empregados)	
54.3. Empresa de média dimensão (entre 35 e 100 empregados)	
54.4. Empresa de grande dimensão (mais de 100 empregados)	

55. Por favor indique qual é/era o principal setor e ramo de atividade da sua entidade patronal anterior

(a preencher pelo inquirido)

56. Essa atividade enquadrava-se diretamente na área do design (isto é, a prestação de serviços na área de design é o negócio central da entidade em que trabalha)?

56.1. Sim	
56.2. Não	

57. Indique por favor, de entre as hipóteses seguintes, qual era o tipo de vínculo profissional que se aplicava no seu último emprego

57.1. Contrato de trabalho sem termo (isto é, pertence ao “quadro”)	
57.2. Contrato de trabalho a termo certo	
57.3. Contrato de prestação de serviços	
57.4. Outro tipo de contrato	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 57.4.1</i>

57.4.1 Qual?

<i>(a preencher pelo inquirido)</i>

58. Indique, por favor, qual era o regime de trabalho da última atividade profissional que desempenhou (a que assinalou como principal):

58.1. Tempo parcial	
58.2. Tempo integral	

(Inquirido segue para a questão 97)

59. Por favor indique, de entre as hipóteses seguintes, qual é/era aquela que se adequava ao perfil da sua empresa:

59.1. Empresa unipessoal	
59.2. Empresa de micro dimensão (menos de 10 empregados)	
59.3. Empresa de pequena dimensão (entre 10 de 34 empregados)	
59.4. Empresa de média dimensão (entre 35 e 100 empregados)	
59.5. Empresa de grande dimensão (mais de 100 empregados)	

60. Por favor indique qual é/era o principal setor e ramo de atividade da sua empresa

<i>(a preencher pelo inquirido)</i>

61. Essa atividade enquadrava-se diretamente na área do design (isto é, a prestação de serviços na área de design é o negócio central da empresa)?

61.1. Sim	
61.2. Não	

(Inquirido segue para a questão 97)

62. Por favor indique quantos anos trabalhou por contra própria (*freelancer* a trabalhar a “recibos verdes” ou em regime de prestação de serviços)?

<i>(a preencher pelo inquirido)</i>

63. Por favor dê-nos uma estimativa, em termos percentuais, do tipo de vínculo contratual que costumava estabelecer com os seus clientes (tendo por referência o seu último ano de atividade profissional)

63.1. Contratos escritos de prestação de serviços	
63.2. Contratos orais de prestação de serviços	

63.3. Outro tipo de contratos	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 63.3.1</i>
	100%

63.3.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

64. Por favor indique qual era o seu tipo de vínculo profissional anterior

64.1. Contrato de trabalho sem termo	
64.2. Contrato de trabalho a termo certo	
64.3. Contrato de prestação de serviços	
64.4. Outro tipo de contrato	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 64.4.1</i>

64.4.1 Qual? (a preencher pelo inquirido)

--

*(Inquirido segue para a questão 97)***ESTÁGIO**

65. Antes de realizar este estágio, já tinha trabalhado anteriormente?

65.1. Sim	
65.2. Não	

66. Essa atividade profissional enquadrava-se diretamente na área do design?

66.1. Sim	
66.2. Não	

67. Especifique, por favor, qual o tipo de estágio que está a fazer

67.1. Profissional	
67.2. Curricular	
67.3. Outro	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 67.3.1</i>

67.3.1 Qual? (a preencher pelo inquirido)

--

68. Por favor descreva brevemente as funções que desempenha enquanto estagiário(a)

(a preencher pelo inquirido)

69. Qual é a duração do seu estágio (número de meses)?

(a preencher pelo inquirido)

70. Especifique, de entre as opções seguintes, qual é o perfil da entidade em que está a estagiar:

70.1. Estado Central	
70.2. Autarquia	
70.3. Empresa Pública ou com Capitais Públicos	
70.4. Ensino e Formação	
70.5. Empresa de micro dimensão (menos de 10 empregados)	
70.6. Empresa de pequena dimensão (entre 10 de 34 empregados)	
70.7. Empresa de média dimensão (entre 35 e 100 empregados)	
70.8. Empresa de grande dimensão (mais de 100 empregados)	
70.9. Outra situação	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 70.9.1</i>

70.9.1 Qual? (a preencher pelo inquirido)

(a preencher pelo inquirido)

71. Por favor indique qual é o principal setor e ramo de atividade da sua entidade patronal

(a preencher pelo inquirido)

72. Essa atividade enquadra-se diretamente na área do design (isto é, a prestação de serviços na área de design é o negócio central da empresa)?

72.1. Sim	
72.2. Não	

(Inquirido segue para a questão 97)

TRABALHADOR(A)-ESTUDANTE

73. Qual é a sua profissão atual? Descreva brevemente as funções que desempenha. (Se atualmente não trabalha mas já trabalhou, por favor refira-se à última profissão que desempenhou)

(a preencher pelo inquirido)

74. Indique, por favor, qual o grau de ensino que está a frequentar:

74.1. Licenciatura	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 75</i>
74.2. Formação pós-graduada	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 77</i>
74.3. Mestrado	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 79</i>

74.4. Doutoramento	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 81</i>
--------------------	---

75. A licenciatura que frequenta é na área de design?

75.1. Sim, é na área de design	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 76</i>
75.2. Não, é noutra área	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 75.2.1</i>

75.2.1 Qual?

<i>(a preencher pelo inquirido)</i>

76. Qual é a área de especialização em design da licenciatura que frequenta?

Por favor especifique, assinalando uma das hipóteses seguintes:

76.1. Gráfico/Comunicação/Multimédia	
76.2. Têxtil/Moda	
76.3. Produto/Equipamento/Industrial	
76.4. Interiores/Ambientes	
76.5. Generalista/Transversal	
76.6. Outra	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 76.6.1</i>

76.6.1 Qual?

<i>(a preencher pelo inquirido)</i>

(O inquirido vai para a pergunta 83)

77. A pós-graduação que frequenta é na área de design?

77.1. Sim, é na área de design	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 78</i>
77.2. Não, é noutra área	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 77.2.1</i>

77.2.1 Qual?

<i>(a preencher pelo inquirido)</i>

78. Qual é a área de especialização em design da pós-graduação que frequenta?

Por favor especifique, assinalando uma das hipóteses seguintes:

78.1. Gráfico/Comunicação/Multimédia	
78.2. Têxtil/moda	
78.3. Produto/Equipamento/Industrial	
78.4. Interiores/Ambientes	
78.5. Generalista/Transversal	
78.6. Outra	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 78.6.1</i>

78.6.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

(O inquirido vai para a pergunta 83)

79. O mestrado que frequenta é na área de design?

79.1. Sim, é na área de design	Se assinalou esta opção, ir para pergunta 80
79.2. Não, é noutra área	Se assinalou esta opção, ir para pergunta 79.2.1

79.2.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

80. Qual é a área de especialização em design do mestrado que frequenta?

Por favor especifique, assinalando uma das hipóteses seguintes:

80.1. Gráfico/Comunicação/Multimédia	
80.2. Têxtil/moda	
80.3. Produto/Equipamento/Industrial	
80.4. Interiores/Ambientes	
80.5. Generalista/Transversal	
80.6. Outra	Se assinalou esta opção, ir para pergunta 80.6.1

80.6.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

(O inquirido vai para a pergunta 83)

81. O doutoramento que frequenta é na área de design?

81.1. Sim, é na área de design	Se assinalou esta opção, ir para pergunta 82
81.2. Não, é noutra área	Se assinalou esta opção, ir para pergunta 81.2.1

81.2.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

82. Qual é a área de especialização em design do doutoramento que frequenta?

Por favor especifique, assinalando uma das hipóteses seguintes:

82.1. Gráfico/Comunicação/Multimédia	
82.2. Têxtil/moda	
82.3. Produto/Equipamento/Industrial	
82.4. Interiores/Ambientes	
82.5. Generalista/Transversal	

82.6. Outra	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 82.6.1</i>
-------------	---

82.6.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

(O inquirido vai para a pergunta 83)

83. Indique por favor qual é a sua situação profissional atual (assinale apenas uma opção):

83.1. Trabalhador(a) por conta de outrem – setor público	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 84</i>
83.2. Trabalhador(a) por conta de outrem – setor privado	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 86</i>
83.3. Patrão(oa) – empresário(a)	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 91</i>
83.4. Trabalhador(a) por conta própria – profissional liberal (designer <i>freelancer</i> a trabalhar a “recibos verdes”)	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 94</i>
83.5. Outra situação	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 83.5.1</i>

83.5.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido) → segue para a pergunta 96

84. Por favor indique, de entre as hipóteses seguintes, aquela que corresponde ao perfil da sua entidade patronal

84.1. Estado Central	
84.2. Autarquia	
84.3. Empresa Pública ou com Capitais Públicos	
84.4. Ensino e Formação	
84.5. Outro	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 84.5.1</i>

84.5.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

85. Por favor indique qual é o principal setor e ramo de atividade da sua entidade patronal (por exemplo: energia; instituição cultural; universidade; escola profissional; ...)

(a preencher pelo inquirido)

(Inquirido segue para a questão 89)

86. Indique, por favor, qual das seguintes tipologias corresponde à dimensão da empresa/organização em que trabalha:

86.1. Empresa de micro dimensão (menos de 10 empregados)	
86.2. Empresa de pequena dimensão (entre 10 de 34 empregados)	
86.3. Empresa de média dimensão (entre 35 e 100 empregados)	
86.4. Empresa de grande dimensão (mais de 100 empregados)	

87. Por favor indique qual é o principal setor e ramo de atividade da sua entidade patronal

(a preencher pelo inquirido)

88. Essa atividade enquadra-se diretamente na área do design (isto é, a prestação de serviços na área de design é o negócio central da entidade em que trabalha)?

88.1. Sim	
88.2. Não	

89. Indique, por favor, de entre as hipóteses seguintes, qual é aquela que se aplica ao seu tipo de vínculo profissional atual

89.1. Contrato de trabalho sem termo (isto é, pertence ao “quadro”)	
89.2. Contrato de trabalho a termo certo	
89.3. Contrato de prestação de serviços	
89.4. Outro tipo de contrato	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 89.4.1</i>

89.4.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

90. Indique, por favor, qual é o regime de trabalho da sua atividade profissional (que assinalou como principal):

90.1. Tempo parcial	
90.2. Tempo integral	

(Inquirido segue para a questão 97)

91. Por favor indique, de entre as hipóteses seguintes, qual é aquela que se adequa ao perfil da sua empresa:

91.1. Empresa unipessoal	
91.2. Empresa de micro dimensão (menos de 10 empregados)	
91.3. Empresa de pequena dimensão (entre 10 de 34 empregados)	
91.4. Empresa de média dimensão (entre 35 e 100 empregados)	
91.5. Empresa de grande dimensão (mais de 100 empregados)	

92. Por favor indique qual é o principal setor e ramo de atividade da sua empresa

(a preencher pelo inquirido)

93. Essa atividade enquadrava-se diretamente na área do design (isto é, a prestação de serviços na área de design é o negócio central da empresa)?

93.1. Sim	
93.2. Não	

(Inquirido segue para a questão 97)

94. Por favor diga-nos há quantos anos trabalha por conta própria (*freelancer* a trabalhar a “recibos verdes” ou em regime de prestação de serviços)?

(a preencher pelo inquirido)

95. Por favor dê-nos uma estimativa, em termos percentuais, do tipo de vínculo contratual que costuma estabelecer com os seus clientes (tendo por referência o seu último ano de atividade profissional)

95.1. Contratos escritos de prestação de serviços	
95.2. Contratos orais de prestação de serviços	
95.3. Outro tipo de contratos	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 95.3.1</i>
	100%

95.3.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

96. Por favor indique, de entre as hipóteses seguintes, qual é aquela que se aplica ao seu tipo de vínculo profissional atual

96.1. Contrato de trabalho sem termo (isto é, pertence ao “quadro”)	
96.2. Contrato de trabalho a termo certo	
96.3. Contrato de prestação de serviços	
96.4. Outro tipo de contratos	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 96.4.1</i>

96.4.1 Qual? (a preencher pelo inquirido)

(Inquirido segue para a questão 97)

PARA TODOS NOVAMENTE

SITUAÇÃO PROFISSIONAL ATUAL (PARTE 2)

Gostaríamos de lhe colocar mais algumas questões acerca da sua situação profissional atual.

97. Há quantos anos se encontra na profissão atual?

(a preencher pelo inquirido)

98. Como avalia o seu grau de satisfação com a sua situação profissional presente?

98.1. Muito satisfeito	
98.2. Satisfeito	
98.3. Nem uma, nem outra	
98.4. Insatisfeito	
98.5. Muito insatisfeito	

99. Gostaria de especificar os motivos para a sua resposta?

(a preencher pelo inquirido)

100. Pedimos-lhe agora que considere a sua atividade profissional em design durante o ano de 2013. Nesse ano, quais foram os domínios de atividade relacionados com design a que se dedicou?

Assinale, por favor, a percentagem do seu trabalho dedicado a cada domínio assinalado:

100.1.	Gráfico/Comunicação/Multimédia	
100.2.	Têxtil/moda	
100.3.	Produto/Equipamento/Industrial	
100.4.	Interiores/Ambientes	
100.5.	Crítica/Teoria do Design	
100.6.	Outra	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 100.6.1</i>
		100%

100.6.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

REMUNERAÇÕES

101. Por favor indique-nos, de entre as hipóteses seguintes, qual é aquela que corresponde ao seu nível médio de remuneração mensal atual (valores brutos, isto é, incluindo os encargos de impostos).

Caso tenha dificuldade em apontar um valor mensal por ser *freelancer*, por favor dê-nos uma estimativa média baseada no ano anterior.

101.1.	Até € 485/mês	
101.2.	Entre € 486 e € 650/mês	
101.3.	Entre € 651 e € 1.000/mês	
101.4.	Entre € 1.001 e € 1.500/mês	
101.5.	Entre € 1.501 e € 2.000/mês	
101.6.	Entre € 2.001 e € 3.000/mês	
101.7.	Entre € 3.001 e € 4.000/mês	
101.8.	Entre € 4.001 e € 5.000/mês	
101.9.	Acima de € 5.001/mês	

102. Como avalia o seu nível remuneratório atual?

102.1.	Muito satisfeito	
102.2.	Satisfeito	
102.3.	Nem uma, nem outra	
102.4.	Insatisfeito	
102.5.	Muito insatisfeito	

TRAJETO PROFISSIONAL PASSADO

Gostaríamos agora que nos falasse um pouco do seu trajeto profissional passado.

103. Há quantos anos trabalha profissionalmente na área de design?

(a preencher pelo entrevistado)

104. Considere agora toda a sua carreira como designer, e não apenas a sua situação profissional atual. Ao longo dessa carreira, em quais dos seguintes domínios de especialidade já trabalhou?

104.1.	Gráfico/Comunicação/Multimédia	
104.2.	Têxtil/moda	
104.3.	Produto/Equipamento/Industrial	
104.4.	Interiores/Ambientes	
104.5.	Crítica/Teoria do Design	
104.6.	Outra	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 104.6.1</i>

104.6.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

105. Para além do design, teve ao longo da sua vida profissional outras experiências de trabalho em áreas não diretamente relacionadas com design?

105.1.	Sim	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 106</i>
105.2.	Não	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 107</i>

106. Por favor indique-nos em que outras áreas já trabalhou (máximo 5 opções):

106.1.	<i>(a preencher pelo inquirido)</i>
106.2.	<i>(a preencher pelo inquirido)</i>
106.3.	<i>(a preencher pelo inquirido)</i>
106.4.	<i>(a preencher pelo inquirido)</i>
106.5.	<i>(a preencher pelo inquirido)</i>

107. Alguma vez realizou um estágio em design? (se atualmente está a realizar um estágio, por favor apenas responda a esta pergunta se anteriormente realizou algum outro estágio)

107.1.	Sim	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 108</i>
107.2.	Não	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 110</i>

108. Especifique, por favor, qual foi o tipo de estágio que realizou:

108.1.	Profissional	
108.2.	Curricular	
108.3.	Outro	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 102.3.1</i>

102.3.1 Qual?

<i>(a preencher pelo inquirido)</i>

109. Considera que esta experiência foi satisfatória?

109.1.	Sim	
109.2.	Não	

110. Gostaria de especificar os motivos para a sua resposta?

<i>(a preencher pelo inquirido – opcional)</i>
--

Elementos de caracterização do inquirido

111. Em que ano nasceu?

--

112. Qual é o seu sexo?

112.1.	Masculino	
112.2.	Feminina	

113. Onde nasceu?

113.1.	Concelho	113.2.	País

114. Onde reside atualmente?

114.1.	Concelho	114.2.	País

PERCURSO FORMATIVO

Finalmente, gostaríamos de conhecer um pouco melhor o seu percurso em termos de formação académica.

115. Indique, por favor, qual é a sua escolaridade máxima concluída, assinalando a hipótese mais adequada da lista abaixo:

115.1.	1º ciclo do ensino básico (1º a 4º ano)	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 143</i>
115.2.	2º ciclo do ensino básico (5º e 6º ano)	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 139</i>
115.3.	3º ciclo do ensino básico (7º a 9º ano)	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 139</i>
115.4.	Ensino secundário (10º a 12º ano)	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 133</i>
115.5.	Licenciatura	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 134</i>
115.6.	Pós-graduação	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 128</i>
115.7.	Mestrado	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 122</i>
115.8.	Doutoramento	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 116</i>

116. O seu doutoramento é na área de design?

116.1.	Sim	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 117</i>
116.2.	Não	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 118</i>

117. Qual é a área de especialização do seu doutoramento em design?

Por favor especifique, assinalando uma das hipóteses seguintes:

117.1.	Gráfico/Comunicação/Multimédia	
117.2.	Têxtil/moda	
117.3.	Produto/Equipamento/Industrial	
117.4.	Interiores/Ambientes	
117.5.	Generalista/Transversal	
117.6.	Outra	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 117.6.1</i>

117.6.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

(O inquirido vai para a pergunta 119)

118. Em que área de científica é que realizou o seu doutoramento?

(a preencher pelo inquirido)

119. Possui mais do que um doutoramento?

119.1.	Sim	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 120</i>
119.2.	Não	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 121</i>

120. Em que área é seu segundo doutoramento?

(a preencher pelo inquirido)

121. Possui mestrado?

121.1.	Sim	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 122</i>
121.2.	Não	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 127</i>

122. O seu mestrado é na área de design?

122.1.	Sim	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 123</i>
122.2.	Não	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 124</i>

123. Qual é a área de especialização do seu mestrado em design?

Por favor especifique, assinalando uma das hipóteses seguintes:

123.1.	Gráfico/Comunicação/Multimédia	
123.2.	Têxtil/moda	
123.3.	Produto/Equipamento/Industrial	
123.4.	Interiores/Ambientes	
123.5.	Generalista/Transversal	
123.6.	Outra	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 123.6.1</i>

123.6.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

(O inquirido vai para a pergunta 125)

124.Em que área é o seu mestrado?

(a preencher pelo inquirido)

125.Possui mais do que um mestrado?

125.1.	Sim	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 126</i>
125.2.	Não	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 127</i>

126.Em que área é seu segundo mestrado?

(a preencher pelo inquirido)

127.Possui uma pós-graduação?

127.1.	Sim	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 128</i>
127.2.	Não	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 133</i>

128.A sua pós-graduação é na área de design?

128.1.	Sim	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 129</i>
128.2.	Não	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 130</i>

129.Qual é a área de especialização da sua pós-graduação?

Por favor especifique, assinalando uma das hipóteses seguintes:

129.1.	Gráfico/Comunicação/Multimédia	
129.2.	Têxtil/moda	
129.3.	Produto/Equipamento/Industrial	
129.4.	Interiores/Ambientes	
129.5.	Generalista/Transversal	
129.6.	Outra	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 129.6.1</i>

129.6.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

(O inquirido vai para a pergunta 131)

130.Em que área é a sua pós-graduação?

(a preencher pelo inquirido)

131. Possui mais do que uma pós-graduação?

131.1.	Sim	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 132</i>
131.2.	Não	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 133</i>

132. Em que área é a sua segunda pós-graduação?

(a preencher pelo inquirido)

133. Possui licenciatura?

133.1.	Sim	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 128</i>
133.2.	Não	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 133</i>

134. A sua licenciatura é na área de design?

134.1.	Sim	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 135</i>
134.2.	Não	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 136</i>

135. Qual é a área de especialização da sua licenciatura em design?

Por favor especifique, assinalando uma das hipóteses seguintes:

135.1.	Gráfico/Comunicação/Multimédia	
135.2.	Têxtil/moda	
135.3.	Produto/Equipamento/Industrial	
135.4.	Interiores/Ambientes	
135.5.	Generalista/Transversal	
135.6.	Outra	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 135.6.1</i>

135.6.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

(O inquirido vai para a pergunta 137)

136. Em que área é que se licenciou?

(a preencher pelo inquirido)

137. Possui mais do que uma licenciatura?

137.1.	Sim	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 138</i>
137.2.	Não	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 139</i>

138. Em que área é sua segunda licenciatura?

(a preencher pelo inquirido)

139. Durante o seu percurso formativo, frequentou algum curso técnico-profissional?

139.1.	Sim	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 140</i>
139.2.	Não	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 143</i>

140. O curso técnico-profissional que frequentou estava relacionado com a área de design?

140.1.	Sim	
140.2.	Não	

141. Por favor especifique o nome do curso técnico-profissional que frequentou

(a preencher pelo inquirido)

142. Por favor especifique o ciclo de estudos a que o curso técnico-profissional que frequentou lhe dá equivalência:

142.1.	Ensino técnico-profissional com equivalência ao 6º ano (Nível I)	
142.2.	Ensino técnico-profissional com equivalência ao 9º ano (Nível II)	
142.3.	Ensino técnico-profissional com equivalência ao 12º ano (Nível III)	
142.4.	Ensino técnico-profissional de nível pós-secundário (Nível IV)	
142.5.	Outro?	<i>Se assinalou esta opção, ir para pergunta 142.5.1</i>

142.5.1 Qual?

(a preencher pelo inquirido)

FIM

O inquérito chegou ao fim.

Agradecemos novamente a sua colaboração!

143. Para concluir, gostaria de fazer alguma observação a propósito deste inquérito e das questões que lhe foram aqui colocadas?

(a preencher pelo inquirido)

4. Instituições de ensino superior com cursos graduados e pós-graduados em design, em Julho 2019

Nome da instituição	Concelho / Distrito	Nome do Curso(s)	Ciclo de Estudos	Área CNAEF	Subsistema
Universidade da Beira Interior	Covilhã / Castelo Branco	Design de Moda	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Público - Universitário
		Design Industrial	1º ciclo / licenciatura	214 Design	
		Design Multimédia	1º ciclo / licenciatura	214 Design	
		Design de Moda	2º ciclo / mestrado	214 Design	
		Design e Desenvolvimento de Jogos Digitais	2º ciclo / mestrado	CNAEF 213 Audiovisuais e produção dos media	
		Design Industrial	2º ciclo / mestrado	214 Design	
		Design Multimédia	2º ciclo / mestrado	214 Design	
Universidade da Madeira - Faculdade de Artes e Humanidades	Funchal	Design	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Público - Universitário
		Design dos Espaços	2º ciclo / mestrado	214 Design	
Universidade da Madeira - Faculdade de Ciências Exatas e da Engenharia	Funchal	Design de Media Interativos	2º ciclo / mestrado	213 Audiovisuais e produção dos media	Ensino Superior Público - Universitário
Universidade de Aveiro	Aveiro	Design	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Público - Universitário
		Design	2º ciclo / mestrado	214 Design	
		Engenharia e Design de Produto	2º ciclo / mestrado	214 Design	
Universidade de Coimbra - Faculdade de Ciências e Tecnologia	Coimbra	Design e Multimédia	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Público - Universitário
		Design e Multimédia	2º ciclo / mestrado	214 Design	
Universidade de Évora - Escola de Artes	Évora	Design	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Público - Universitário
		Design	2º ciclo / mestrado	214 Design	
Universidade de Lisboa - Faculdade de Arquitetura	Lisboa	Design	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Público - Universitário
		Design de Moda	1º ciclo / licenciatura	214 Design	
		Design de Comunicação	2º ciclo / mestrado	213 Audiovisuais e	

Nome da instituição	Concelho / Distrito	Nome do Curso(s)	Ciclo de Estudos	de	Área CNAEF	Subsistema
					produção dos media	
		Design de Interação*	2º ciclo /	mestrado	214 Design	
		Design de Moda	2º ciclo /	mestrado	214 Design	
		Design de Produto	2º ciclo /	mestrado	214 Design	
		Design Sustentável no Mundo Mediterrânico	2º ciclo /	mestrado	581 Arquitetura e urbanismo	
		Design	3º ciclo /	doutoramento	214 Design	
Universidade de Lisboa - Faculdade de Belas-Artes	Lisboa	Design de Comunicação	1º ciclo /	licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	Ensino Superior Público - Universitário
		Design de Equipamento	1º ciclo /	licenciatura	214 Design	
		Design de Comunicação	2º ciclo /	mestrado	213 Audiovisuais e produção dos media	
		Design de Equipamento	2º ciclo /	mestrado	214 Design	
		Design de Interação*	2º ciclo /	mestrado	214 Design	
Universidade de Lisboa - Faculdade de Motricidade Humana	Lisboa	Design de Interação*	2º ciclo /	mestrado	214 Design	Ensino Superior Público - Universitário
Universidade do Minho	Braga	Design de Produto	1º ciclo /	licenciatura	214 Design	Ensino Superior Público - Universitário
		Design e Marketing de Moda	1º ciclo /	licenciatura	214 Design	
		Design de Comunicação de Moda	2º ciclo /	mestrado	214 Design	
		Design de Produto e Serviços	2º ciclo /	mestrado	214 Design	
		Design e Marketing de Produto Têxtil, Vestuário e Acessórios	2º ciclo /	mestrado	214 Design	
		Design de Moda**	3º ciclo /	doutoramento	214 Design	

Nome da instituição	Concelho / Distrito	Nome do Curso(s)	Ciclo de Estudos	de Área CNAEF	Subsistema
Universidade do Porto - Faculdade de Belas-Artes	Porto	Design de Comunicação	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	Ensino Superior Público - Universitário
		Arte e Design para o Espaço Público	2º ciclo / mestrado	211 Belas-artes	
		Design da Imagem	2º ciclo / mestrado	214 Design	
		Design Gráfico e Projetos Editoriais	2º ciclo / mestrado	213 Audiovisuais e produção dos media	
		Design Industrial e de Produto	2º ciclo / mestrado	214 Design	
		Arte e Design	3º ciclo / doutoramento	214 Design	
		Design	3º ciclo / doutoramento	214 Design	
Universidade do Porto - Faculdade de Engenharia	Porto	Projeto Integrado na Construção de Edifícios	2º ciclo / mestrado	582 Construção civil e engenharia civil	Ensino Superior Público - Universitário
Escola Superior Artística do Porto	Porto	Design de Comunicação	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	Ensino Superior Privado - Universitário
Instituto Superior Manuel Teixeira Gomes	Portimão / Faro	Design de Comunicação	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	Ensino Superior Privado - Universitário
Instituto Superior Miguel Torga	Coimbra	Design de Comunicação	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	Ensino Superior Privado - Universitário
Universidade Católica Portuguesa - Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais	Braga	Design e Artes Visuais	1º ciclo / licenciatura	210 Arte	Ensino Superior Privado - Universitário
Universidade Europeia	Lisboa	Design	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Privado - Universitário
		Design Global	1º ciclo / licenciatura	214 Design	
		Branding e Design de Moda***	2º ciclo / mestrado	214 Design	
		Design de Interação	2º ciclo / mestrado	213 Audiovisuais e produção dos media	
		Design de Produto	2º ciclo /	213	

Nome da instituição	Concelho / Distrito	Nome do Curso(s)	Ciclo de Estudos	Área CNAEF	Subsistema
		e do Espaço	mestrado	Audiovisuais e produção dos media	
		Design e Cultura Visual	2º ciclo / mestrado	213 Audiovisuais e produção dos media	
		Design e Publicidade	2º ciclo / mestrado	213 Audiovisuais e produção dos media	
		Gestão do Design	2º ciclo / mestrado	214 Design	
		Design	3º ciclo / doutoramento	214 Design	
Universidade Lusíada	Lisboa	Design	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Privado – Universitário
		Design	2º ciclo / mestrado	214 Design	
		Design de Produto****	2º ciclo / mestrado	214 Design	
Universidade Lusíada – Norte - Porto	Porto	Design	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Privado – Universitário
Universidade Lusíada – Norte – Vila Nova de Famalicão	Vila Nova de Famalicão	Design	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Privado – Universitário
		Design****	3º ciclo / doutoramento	214 Design	
Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias	Lisboa	Design de Comunicação	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Privado – Universitário
		Produção Gráfica e Design	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	
		Design	2º ciclo / mestrado	214 Design	
Universidade Lusófona do Porto	Porto	Design de Comunicação	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	Ensino Superior Privado – Universitário
		Videojogos e Aplicações Multimédia	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	

Nome da instituição	Concelho / Distrito	Nome do Curso(s)	Ciclo de Estudos	de Área CNAEF	Subsistema
Instituto Politécnico da Guarda - Escola Superior de Tecnologia e Gestão	Guarda	Design de Equipamento	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Público – Politécnico
Instituto Politécnico de Bragança - Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela	Mirandela / Bragança	Design de Jogos Digitais	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	Ensino Superior Público – Politécnico
Instituto Politécnico de Bragança - Escola Superior de Educação de Bragança	Bragança	Arte e Design	1º ciclo / licenciatura	211 Belas-artes	Ensino Superior Público – Politécnico
Instituto Politécnico de Castelo Branco - Escola Superior de Artes Aplicadas	Castelo Branco	Design de Comunicação e Audiovisual	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	Ensino Superior Público – Politécnico
		Design de Interiores e Equipamento	1º ciclo / licenciatura	214 Design	
		Design de Moda e Têxtil	1º ciclo / licenciatura	214 Design	
		Design de Interiores e Mobiliário	2º ciclo / mestrado	214 Design	
		Design do Vestuário e Têxtil*****	2º ciclo / mestrado	214 Design	
		Design Gráfico*****	2º ciclo / mestrado	213 Audiovisuais e produção dos media	
Instituto Politécnico de Castelo Branco - Escola Superior de Tecnologia de Castelo Branco	Castelo Branco	Desenho e Construção Sustentável	1º ciclo / licenciatura	582 Construção civil e engenharia civil	Ensino Superior Público – Politécnico
Instituto Politécnico de Coimbra - Escola Superior de Educação de Coimbra	Coimbra	Arte e Design	1º ciclo / licenciatura	211 Belas-artes	Ensino Superior Público – Politécnico
		Comunicação e Design Multimédia	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	

Nome da instituição	Concelho / Distrito	Nome do Curso(s)	Ciclo de Estudos	Área CNAEF	Subsistema
Instituto Politécnico de Leiria - Escola Superior de Artes e Design	Caldas da Rainha	Design de Ambientes	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Público – Politécnico
		Design de Produto - Cerâmica e Vidro	1º ciclo / licenciatura	214 Design	
		Design Gráfico e Multimédia	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	
		Design Industrial	1º ciclo / licenciatura	214 Design	
		Design de Produto	2º ciclo / mestrado	214 Design	
		Design Gráfico	2º ciclo / mestrado	213 Audiovisuais e produção dos media	
Instituto Politécnico de Leiria - Escola Superior de Tecnologia e Gestão	Leiria	Engenharia da Conceção e Desenvolvimento de Produto	2º ciclo / mestrado	523 Eletrónica e automação	Ensino Superior Público – Politécnico
Instituto Politécnico de Portalegre - Escola Superior de Tecnologia e Gestão	Portalegre	Design de Animação e Multimédia	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	Ensino Superior Público – Politécnico
		Design de Comunicação	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	
		Design de Identidade Digital	2º ciclo / mestrado	213 Audiovisuais e produção dos media	
Instituto Politécnico de Tomar - Escola Superior de Tecnologia de Abrantes	Abrantes / Santarém	Engenharia Mecânica - Projeto e Produção Mecânica	2º ciclo / mestrado	521 Metalurgia e metalomecânica	Ensino Superior Público – Politécnico
Instituto Politécnico de Tomar - Escola Superior de Tecnologia de Tomar	Tomar / Santarém	Design e Tecnologia das Artes Gráficas	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	Ensino Superior Público – Politécnico
		Design Editorial	2º ciclo / mestrado	214 Design	
Instituto Politécnico de Viana do Castelo - Escola Superior de Tecnologia e Gestão	Viana do Castelo	Design de Ambientes	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Público – Politécnico
		Design do Produto	1º ciclo / licenciatura	214 Design	
		Design Integrado	2º ciclo /	214 Design	

Nome da instituição	Concelho / Distrito	Nome do Curso(s)	Ciclo de Estudos	de Área CNAEF	Subsistema
			mestrado		
Instituto Politécnico de Viseu - Escola Superior de Educação de Viseu	Viseu	Arte Digital e Multimédia	2º ciclo / mestrado	213 Audiovisuais e produção dos media	Ensino Superior Público – Politécnico
Instituto Politécnico de Viseu - Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu	Viseu	Tecnologia e Design de Mobiliário	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Público – Politécnico
		Tecnologias e Design de Multimédia	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	
Instituto Politécnico do Cávado e do Ave - Escola Superior de Design	Barcelos / Braga	Design Gráfico	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	Ensino Superior Público – Politécnico
		Design Industrial	1º ciclo / licenciatura	214 Design	
		Design Digital	2º ciclo / mestrado	213 Audiovisuais e produção dos media	
Instituto Politécnico do Porto - Escola Superior de Media Artes e Design	Vila do Conde / Porto	Design	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Público – Politécnico
		Design	2º ciclo / mestrado	214 Design	
Universidade de Aveiro - Escola Superior de Design, Gestão e Tecnologia da Produção de Aveiro-Norte	Oliveira de Azeméis / Aveiro	Design de Produto e Tecnologia	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Público – Politécnico
Universidade do Algarve - Escola Superior de Educação e Comunicação	Faro	Design de Comunicação	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	Ensino Superior Público – Politécnico
		Design de Comunicação para o Turismo e Cultura	2º ciclo / mestrado	213 Audiovisuais e produção dos media	
Escola Superior Artística de Guimarães	Guimarães / Braga	Artes/Grafismo Multimédia	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	Ensino Superior Privado – Politécnico
Escola Superior de Artes e Design	Matosinhos / Porto	Design	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Privado – Politécnico
		Design de Interiores	1º ciclo / licenciatura	214 Design	

Nome da instituição	Concelho / Distrito	Nome do Curso(s)	Ciclo de Estudos	Área CNAEF	Subsistema
		Mobiliário	licenciatura		
		Design Integrado	1º ciclo / licenciatura	214 Design	
		Design	2º ciclo / mestrado	214 Design	
Escola Superior de Tecnologias e Artes de Lisboa	Lisboa	Design de Comunicação	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	Ensino Superior Privado – Politécnico
Instituto Superior D. Dinis	Marinha Grande / Leiria	Design	1º ciclo / licenciatura	214 Design	Ensino Superior Privado – Politécnico
ISEC Lisboa - Instituto Superior de Educação e Ciências	Lisboa	Design e Produção Gráfica	1º ciclo / licenciatura	213 Audiovisuais e produção dos media	Ensino Superior Privado – Politécnico

Observações:

* Ministrado em conjunto pelas Faculdades de Arquitetura, de Belas-Artes e de Motricidade Humana da Univ. Lisboa

** Ministrado em associação com Universidade da Beira Interior (UBI)

*** Ministrado em associação com UBI

**** Ministrado em associação com Universidade Lusíada - Norte

***** Ministrado em associação com Universidade Lusíada; Ministrado com Universidade Lusíada - Norte – Porto

***** Ministrado em associação com Universidade de Lisboa - Faculdade de Arquitetura

Fonte: DGEEC (adaptado pelo autor)

5. Centros de Investigação acreditados pela FCT com linhas de investigação em design, em julho 2019

Designação do Centro de Investigação	Concelho / Distrito	Instituição(ões) de ensino superior em que o Centro se insere	Principais Linhas de Investigação	Ano da criação
2C2T – Centro de Ciências e Tecnologia Têxtil	Guimarães / Braga	Universidade do Minho – Escola de Engenharia	Engenharia de Materiais Fibrosos; Design de Produtos Fibrosos	1978
ICNOVA - Instituto de Comunicação da NOVA*	Lisboa	Universidade Nova de Lisboa – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas	Media & Jornalismo; Cultura, Mediação e Artes; Comunicação Estratégica e Processos de Tomada de Decisão; Performance e Cognição	2016
CIEBA – Centro de Investigação em Belas Artes	Lisboa	Universidade de Lisboa – Faculdade de Belas Artes	Ciências da Arte e do Património; Design; Pintura; Design de Comunicação; Desenho; Escultura; Arte Multimédia; Educação Artística	2007
CIAUD - Centro de Investigação em Arquitetura Urbanismo e Design	Lisboa	Universidade de Lisboa – Faculdade de Arquitetura	Arquitetura; Urbanismo; Design	2006
CITAR – Centro de Investigação em Ciência e Tecnologia das Artes	Porto	Universidade Católica Portuguesa – Escola das Artes	Som e Música; <i>New Media Art</i> ; Cinema e Arte Cinemática; Património e Conservação-Restauro	2004
CITAD – Centro de Investigação em Território, Arquitetura e Design	Lisboa	Universidade Lusíada	Arquitetura e Urbanismo; Tecnologias de Arquitetura; Teoria, História e Pensamento Interdisciplinar Contemporâneo; Inovação, Design e Cultura (I)Material	2011
UNIDCOM/ IADE – Unidade de Investigação em Design e Comunicação	Lisboa	Universidade Europeia - IADE	<i>Mapping Design</i> ; Design para inovação social e sustentabilidade; Design de Interação e UX (<i>User Experienc</i>); <i>Envision future</i> ; Comunicação, Cultura e Consumo; Arte e Produção Visual; Princípios e Práticas de Design	2000**
VICARTE – Vidro e Cerâmica para as Artes	Lisboa	Universidade de Lisboa – Faculdade de Belas Artes Universidade Nova de Lisboa – Faculdade de Ciências e Tecnologias	Vidro e Cerâmicas na Contemporaneidade; Património Cultural ligado ao Vidro e Cerâmicas.	2002

Designação do Centro de Investigação	Concelho / Distrito	Instituição(ões) de ensino superior em que o Centro se insere	Principais Linhas de Investigação	Ano da criação
ID+ – Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura	Porto Aveiro Barcelos / Braga	Universidade do Porto – Faculdade de Belas Artes Universidade de Aveiro - Departamento de Comunicação e Arte Instituto Politécnico do Cávado e do Ave	Design; Estudos sobre os Media e sobre Arte; Herança Cultural e Museologia; Ciências da Comunicação e da Informação	2007
ESAD IDEA, investigação em design e arte	Matosinhos	Escola Superior de Arte e Design – Matosinhos	Design; Arte	2013
LIDA – Laboratório de Investigação em Design e Artes	Caldas da Rainha	Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha do Instituto Politécnico de Leiria	Design (Comunicação, Produto, Industrial, Vidro e Cerâmica); Artes (Artes Visuais, Animação e Artes Digitais); Curadoria e Gestão Cultural.	2015
CHAIA - Centro de História da Arte e Investigação Artística da Universidade de Évora	Évora	Universidade de Évora	Arquitetura; Artes Visuais e Design; História da Arte; Arqueologia; Paisagem e Estética da Paisagem; Teatro e Estudos de Performance	2008

Observações:

* Integra o Centro de investigação que integrou o CECL – Centro de Estudo de Comunicação e Linguagens (fundado em 1983)

** Centro de Investigação acreditado pela FCT em 2003

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir de Agapito, 2015: 119 (informação atualizada e adaptada, recorrendo a fontes complementares, nomeadamente os *websites* dos Centros de Investigação e da FCT²⁵⁵)

²⁵⁵ De acordo com os resultados do Painel de Avaliação, no âmbito do Programa de Financiamento Plurianual de Unidades de I&D 2017/2018, para a área disciplinar de ARTES E HUMANIDADES – Artes e Design, Desenvolvimento Artístico e Musical Documento acedido a 15 de setembro de 2019 em https://www.fct.pt/apoios/unidades/avaliacoes/2017/docs/ArtsDesign_table.pdf

