

VER PARA QUERER

Tertúlia CCP

Trabalho e Conhaque
(1 março 2024)

VER PARA
QUERER



VER
PARA
QUERER

Overview

Tertulia CCP_Trabalho e Conhaque "Ver para Querer"

Dois estúdios de design distintos que desenvolvem o seu trabalho em diferentes áreas de atuação, Macedo Cannatà (Porto) e Studio Dumbar (Roterdão), juntam-se para refletir sobre as diferentes formas de explorar e experimentar, o processo criativo e o impacto do design na sociedade. “Ver para Querer” foi o ponto de partida de mais uma Tertúlia CCP Trabalho e Conhaque e marcou o arranque do 26º Festival CCP.

VE
PAR
QU
ERE

Oradores Convidados



Liza Enebeis
Studio Dumbar/DEPT®



Maria João Macedo
e Dário Cannatà
Macedo Cannatà

Maria João Macedo e Dário Cannatà

MACEDO CANNATÀ

Maria João Macedo e Dário Cannatà, fundadores da Macedo Cannatà, apresentam vários projetos e as suas abordagens e perspetivas sobre o design. Lançado em 2018, com o desenvolvimento da identidade visual da Culturgest, em Lisboa e no Porto – trabalho que reflete o papel unificador do design e importância na consistência de um programa – a Macedo Cannatà foca-se em tornar o Design visível a partir do trabalho do intangível: palavras, formas, cores, ideias, conceitos, representações, relações e referências. Brincam com expectativas, memória e informação. Definem o trabalho que desenvolvem como “a procura de uma ideia capaz de guiar um projeto inteiro e a necessidade de causar impacto”. Esta procura é expressa em trabalhos ligados à Cultura, como a identidade do Sismógrafo, da

5ª Bienal de Istambul, do Cinema Batalha, e o design expositivo de exposições como “Os Novos Novos” e “Portreto de la Animo. Art Brut Etc.”, aqui apresentados.

Desde há três anos que a identidade visual do espaço cultural “Sismógrafo” é assumida pela Macedo Cannatà, com o objetivo de tornar o espaço mais eficaz na sua comunicação. Este é um espaço que se foca sobretudo na relação da escrita com a prática artística e



VER
PARA
QUERER

cuja génese vem da vontade de captar as energias do presente e o desejo de ser contemporâneo. A ideia de usar as palavras em liberdade na sua comunicação foi atraente: usar uma tipografia com características que pudessem integrar um sismógrafo real e dar-lhe movimento e expressão, incorporando animações e realidade aumentada.

Este é um exemplo onde a **tipografia foi utilizada no sentido figurativo e o texto como conceito**, abordagem também utilizada na 5ª Bienal de Istambul. Com o tema “Empathy Revisited”, a escolha gráfica prendeu-se à ideia do texto poder respirar e de dar vida e alma à tipografia.

Este tipo de pesquisa foi explorada também na exposição “Os Novos Novos”, que juntou o trabalho de cinco arquitetos em ascensão na Garagem Sul do CCB. A identidade e design expositivo deveriam

traduzir a natureza fragmentada dos cinco ateliers, pelo que a Macedo Cannatà utilizou **elementos básicos, como texto e linhas, para circunscrever o espaço e desenhar uma nova arquitetura**, relacionando-a com a pré-existente.

Já na exposição “Portreto de la Animo. Art Brut Etc.”, no Museu Nacional

Soares dos Reis, onde todas as obras expostas eram retratos, através do design expositivo, exploraram a **interação consciente do espectador com o seu próprio corpo, dentro da exposição, sem a utilização de**



texto, apenas com gradientes e círculos. O círculo foi também utilizado no livro “Post—Normal Design”, que parte da proposta de revisitar o passado para imaginar diferentes futuros, e onde o leitor consegue ver através de buracos criados nas páginas do próprio livro.

Para a identidade do Cinema Batalha, a tipografia volta a assumir o protagonismo, a par com a ideia de luz e a sua relação com a projeção cinematográfica. A identidade representa uma ideia de cinema utilizando a composição tipográfica, com a sobreposição de letras que criam a sensação de espaço. “Ideias emocionais que se relacionam connosco, comunicam melhor com os outros. A inocência e simplicidade de uma ideia pode resolver um projeto inteiro”, refere Maria João Macedo ao explicar a relação da escolha da luminescência com as memórias das estrelas luminosas dos quartos de infância.

A apresentação termina com o resgate de um projeto antigo feito por Dário Cannatà num workshop dirigido por Liza Enebeis - a próxima oradora deste encontro - com a proposta de sair da zona de conforto através do ato de “ir à rua apanhar lixo e fazer algo original a partir disso”. A criatividade ditou o resultado.

VER
PARA
QUE



Liza Enebeis

STUDIO DUMBAR/DEPT®

Liza Enebeis é diretora criativa do premiado Studio Dumbar/DEPT®, onde está envolvida nos principais projetos. É cofundadora e co-apresentadora do podcast Typeradio.org e do festival DEMO - Design in Motion e apaixonada colecionadora de livros.

Assume-se como motion cheerleader e estudante de som, e é nestas áreas em que Studio Dumbar entusiasticamente se foca hoje em dia, explorando a sua intrínseca relação com o design - identidade, motion e som.

Durante esta apresentação viaja por alguns dos projetos mais conhecidos do estúdio, como a identidade da companhia rodoviária holandesa NS e da Polícia Nacional Holandesa, a Adidas Futurenatural e, mais recentemente, a equipa de basquetebol norte-americana Utah Jazz.

“O design não salva vidas, pois apesar dos incríveis motion graphics para o Utah Jazz, não valeu à equipa a vitória”, brinca.

“Como parte da criação de uma identidade, há todo o tipo de elementos como a cor ou a tipografia, mas o motion e o som realmente dão vida à marca.” Foi nos últimos cinco anos que o estúdio começou a explorar este tipo de técnicas que, até lá, não conheciam ou



VER
PARA
QUERER

entendiam. “Então precisávamos de aprender.” E como é que hoje em dia realmente se consegue aprender algo novo e fazer uma mudança, depois de tantos anos a trabalhar da mesma forma?

A resposta que Liza nos dá é “simplesmente começar a fazer diferente, aprende-se praticando diariamente”. Foi assim que abriram um laboratório no estúdio onde mensalmente a equipa se reúne durante quatro horas para ensinar e partilhar diferentes técnicas ou diferentes maneiras de fazer. E fazer. Esta aprendizagem passa por partilhar e entender as ferramentas, olhar para os parâmetros e perceber como se movimentam e utilizam. **“A forma como a ferramenta se move também expressa a forma como a marca se irá mover”.**

Quando se trata de som ou de motion, lança a questão: “O que vem primeiro são os sons que desencadeiam o movimento, ou é o movimento que desencadeia o som?”

Depois, realça a importância de repensar a utilização das ferramentas, e de que forma é possível usá-las de uma maneira diferente para obter resultados diferentes.

Liza traz três projetos a discussão relacionados com a cultura e mentalidade do estúdio.

O primeiro prende-se com a ideia de corresponder ou não às expectativas – algo que considera perigoso quando se trata de design e criatividade. **“Tentar esquecer as expectativas pode ser verdadeiramente libertador.”** North Sea Jazz Festival é um grande festival de jazz holandês iniciado em



70s, com um histórico de grandes nomes e, proporcionalmente, grandes posters e grandes expectativas. O estúdio tentou começar do zero: “o que é o jazz?” Improvisação, espontaneidade, disciplina, ritmo. “E o que é esse festival? Improvisação, no jazz, significa entender todos os elementos e partes, à semelhança do design, e poder brincar com a forma como se juntam.”

Desenvolve-se o processo criativo: uma linha que se movimenta de um lado para o outro, que interage com o público e que cria imagens. “E o que é o jazz sem o som?” O motion criado está perfeitamente alinhado com os acordes de jazz.

O segundo exemplo é o D&AD Festival, para o qual o Studio Dumber foi convidado a desenhar a identidade gráfica por três anos. Liza mostra o resultado do último ano, sob o mote “Be part of more” – tudo tinha que ser muito. Partiu-se da ideia de que as mensagens

não estavam apenas em primeiro plano, mas também em segundo plano, criando uma plataforma para criar mais mensagens. Mas após o primeiro trailer o cliente pediu mais. Mas como mais? **“Frequentei aquela escola onde toda a gente diz que menos é mais. (...) E eu sempre pensei, mas por quê? Porquê esta regra e por que precisamos ouvi-la? Para mim isso não faz sentido. Na verdade, quero muito mais na minha vida. Então vamos ter que dar mais.”**

Para o resultado final, colocaram mais cores, mais lápis e o som ficou mais forte e mais profundo.



“Quando se trata de design, precisamos realmente de experimentar para ver se funciona.” O terceiro exemplo é o DEMO Festival, o maior festival de motion design do mundo, criado em 2019 pelo estúdio Dumbar, em Amsterdão, a partir da apropriação de ecrãs distribuídos pela estação central, normalmente ilustrados com imagens da meteorologia ou outras demais. Com o objetivo de mostrar publicamente o trabalho de motion design de designers de todo o mundo, arriscaram em propor ao cliente detentor destes mupis a parceria para fazer acontecer este festival. Para a primeira edição foram cedidos 80 ecrãs durante 24 horas, com a passagem de 250,000 pessoas pela estação, e um total de 2700 candidaturas. Em 2022 regressou, com 5000 ecrãs, distribuídos por mais locais de mais cidades, durante 24 horas. Regressa em 2025, em várias cidades europeias.



VE
PAR
QU
ERER

Mesa redonda

As apresentações são bem acolhidas pela numerosa plateia de designers, criativos e curiosos que enche a sala da The House, em Lisboa. Sobe ao palco o moderador da conversa, Frederico Duarte, crítico e curador de design, co-fundador da revista Fazer.



MODERADOR
Frederico Duarte
Crítico
e curador de design

Mesa redonda: tem início a conversa

O moderador começa por recordar uma frase que Gert Dumbar, fundador do Studio Dumbar, costumava dizer: se lhe pedissem para mostrar o seu trabalho, ele apenas abria a janela. **A cultura visual que nos envolve, na sua quotidianidade, é resultado do trabalho de designers**, como os Macedo Cannatà, no Porto, com a Culturgest, o Cinema Batalha, o Sismógrafo, bem como o Dumbar, com a Polícia e os caminhos férreos holandeses. Lança a primeira questão: **como é que cada um dos oradores encara esse impacto no seu trabalho?**

Segundo Maria João Macedo, o trabalho é sempre pensado como sendo efémero – e isto é também uma forma de libertar a pressão – mas que faz parte da paisagem visual. Refere o impacto que foi, durante várias semanas, os mupis da cidade do Porto terem estado vazios, devido a alterações dos contratos, sem comunicação visual nas ruas.

Dário Cannatà acrescenta que a maioria dos clientes não está consciente do impacto e presença do design nesta paisagem visual. Refere também o quão confusa esta paisagem é no Porto e que, enquanto designer, não lhe importa apenas a identidade, mas também a sinalização e que, nesse sentido, há um longo caminho a percorrer.

VER
PARA
QUERER



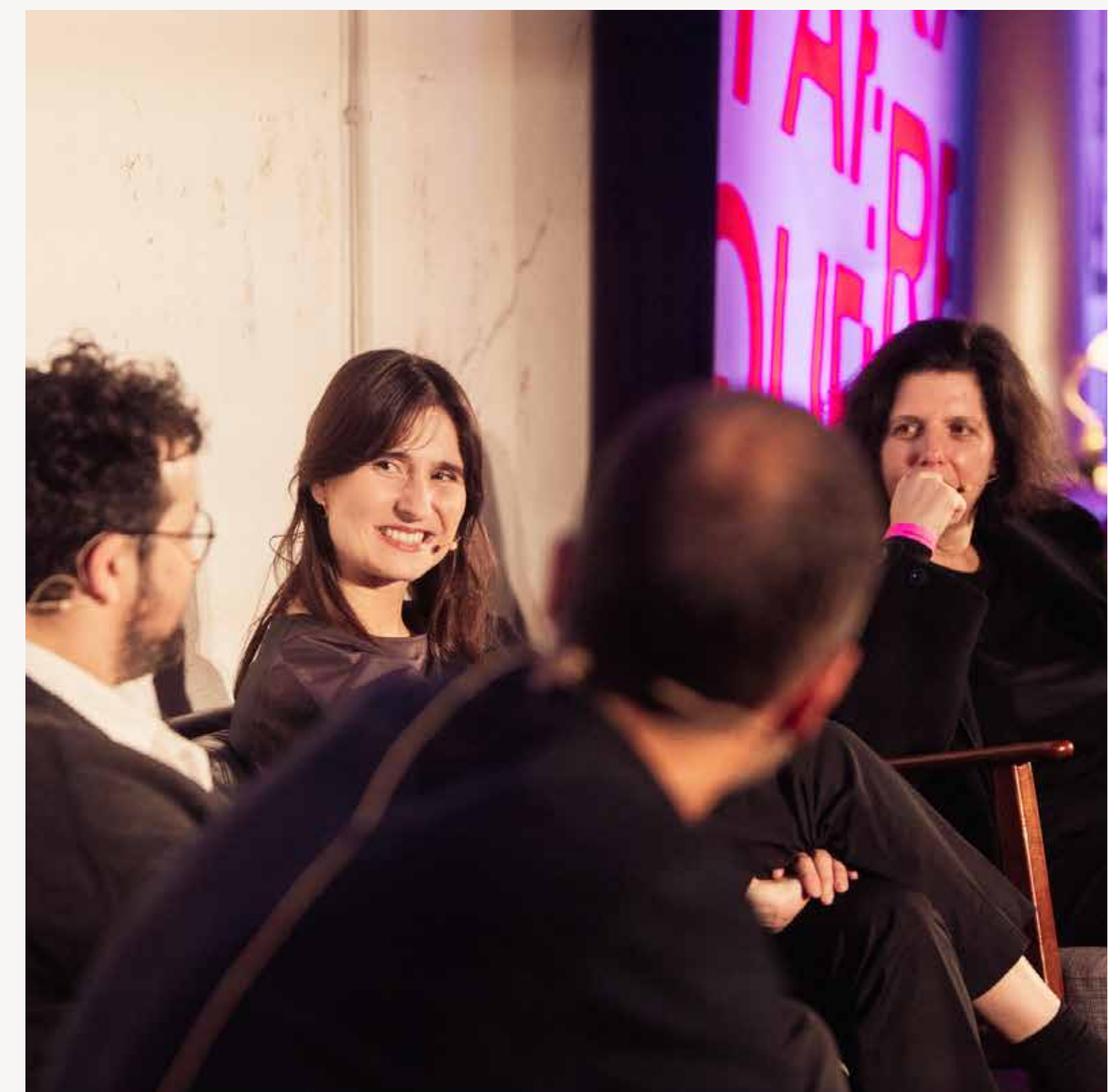
Liza Enebeis refere a importância de respeitar as pessoas quando se trata de colocar algo no espaço público, pois a comunicação, de certa forma, força as pessoas a olhar. “Se o cliente não o fizer, nós devemos fazê-lo enquanto designers.” O mesmo se trata de identidades que devem perdurar no tempo, reforçando a importância de perceber como se pode criar essa longevidade sem se tornar maçador. É necessário perceber o contexto temporal de cada projeto.

Frederico pega na ideia do tempo, e dos trabalhos que são criados tendo por base o tempo, como é o caso do Batalha. Dirigindo-se ao estúdio portuense, questiona sobre qual a importância do tempo na forma como pensam o seu trabalho, mesmo que efêmero.

Maria João sublinha que a efemeridade é um conceito que pensa de forma a não dramatizar o processo de criação. Os livros são um bom exemplo de algo que perdura no tempo e que deixa um legado: “o tempo num livro, esta quarta dimensão, é muito importante, porque se segue uma narrativa. Mas não é assim tão diferente fazer um livro de fazer motion ou criar uma identidade, há sempre narrativa e há sempre tempo.”

“O que a animação e o motion permitem é explorar uma nova ferramenta, uma nova tecnologia, mas a essência é a mesma, é a ideia”, remata Dário Cannatà.

O moderador coloca mais questões, agora relacionadas com o facto de vários



clientes com que a Macedo Cannatà trabalha serem do sector cultural. “Fazer design para este sector (cultural) é mais ou menos arriscado? Estarão estes clientes mais receptivos a correr riscos?”

Dário sublinha que na Cultura há uma abertura maior para correr riscos por não haver uma necessidade tão grande de gerar lucro comparativamente com outros sectores, pelo facto de esta ser uma área maioritariamente financiada pelo estado. “A forma como é medido o sucesso é diferente.” Por outro lado, como assinala Maria João, este é um sector pobre que por vezes não está disposto a investir em certas ideias por uma questão orçamental. Mas no final das contas, tanto no sector cultural como noutros mais comerciais, a finalidade é sempre a mesma: passar a mensagem de forma eficiente.

Liza indica que quando se trata do setor cultural há sempre maiores expectativas pois há um maior grau de liberdade, mas que não considera tão desafiador pois é uma área mais saturada. “Considero igualmente entusiasmante trabalhar empresas que nunca foram desenhadas. Quando decidem fazer uma mudança ou atrever-se a fazer algo diferente, acho tão mais gratificante.”

O moderador assinala também a relação entre o trabalho desenvolvido pela Liza e o Studio Dumbar com a comunidade, como é o caso do Typeradio e do DEMO Festival, o primeiro com o objetivo de juntar a comunidade do Design e da



Tipografia e o segundo de dar a conhecer o trabalho de Motion Designers de todo o mundo.

“É importante devolver à comunidade e partilhar, porque se ninguém souber o que nós fazemos penso que, na realidade, não existimos. Precisamos de partilhar e de trocar ideias - e quanto mais partilhamos, mais aprendemos.”, remata Liza Enebeis.

O moderador Frederico Duarte introduz uma última questão: **qual o impacto que a pandemia teve na forma de trabalhar dos estúdios, bem como o tipo de trabalho concretizado?**

Maria João Macedo refere a influência que teve na identidade desenvolvida para a 5ª Bienal de Design de Istambul em que, inicialmente, era quase tudo idealizado em print - livros, panfletos, posters, t-shirts, malas - mas que no final acabou por ser tudo em motion, graphics, videos, AR. **“Os formatos mudaram muito e rapidamente nesse período”.**

VER
PARA
QUESTÃO





A conversa estende-se para a plateia.

**Susana Albuquerque,
UZINA, CCP**

Susana Albuquerque, Partner e ECD da UZINA e Presidente do CCP, questiona Liza Enebeis, partindo da premissa de que o Studio Dumbar é “um estúdio onde tudo se mexe”, se todos são motion designers, se são os motion designers que têm as ideias ou como funciona o estúdio neste sentido.

Liza responde que de momento é 50/50, mas que todos começam os projetos juntos: os motion designers, visual designers, coders, sound designers, gestores de projeto, estrategas, etc, pelo que a ideia dos projetos pode começar de formas diferentes, a partir do som, por exemplo. “Trabalhamos de forma integrada enquanto equipa. Eu guio para que saíamos da porta e terminemos o projeto, mas para o resto...”



José Maria Machado

BBDO

José Maria Machado, Account Director na BBDO e membro da Direção do CCP, lança uma questão a Liza Enebeis – que referiu que foi há cerca de há cinco anos que começaram a usar mais motion no estúdio – como será daqui a cinco anos, o que vai alterar no design? **“Como vai ser o design do futuro?”**

“Não quero mencionar a palavra de duas letras que começa com I e termina com A, porque aí há um mundo dentro da criatividade que precisamos de descobrir. Mas quando se trata de AR, VR, ainda há mais áreas para descobrir.”, remata a diretora criativa, sublinhando a importância de se estar aberto para aprender e de não ter medo.

Dário Cannatà acrescenta que, com as novas tecnologias, novas perspectivas para transpor as ideias vão surgir, mas que as coisas importantes serão as mesmas: as ideias que estão a ser comunicadas. **“Os novos ângulos podem gerar novas ideias, mas são apenas ferramentas.”**

Liza discorda, pois considera que não são apenas ferramentas. Pegando no exemplo do telemóvel, este já não é apenas uma ferramenta, mas uma extensão. Ferramentas ajudam a criar as ideias, uma ferramenta não é apenas uma ferramenta. **“Por vezes começa-se a partir da ferramenta.”**

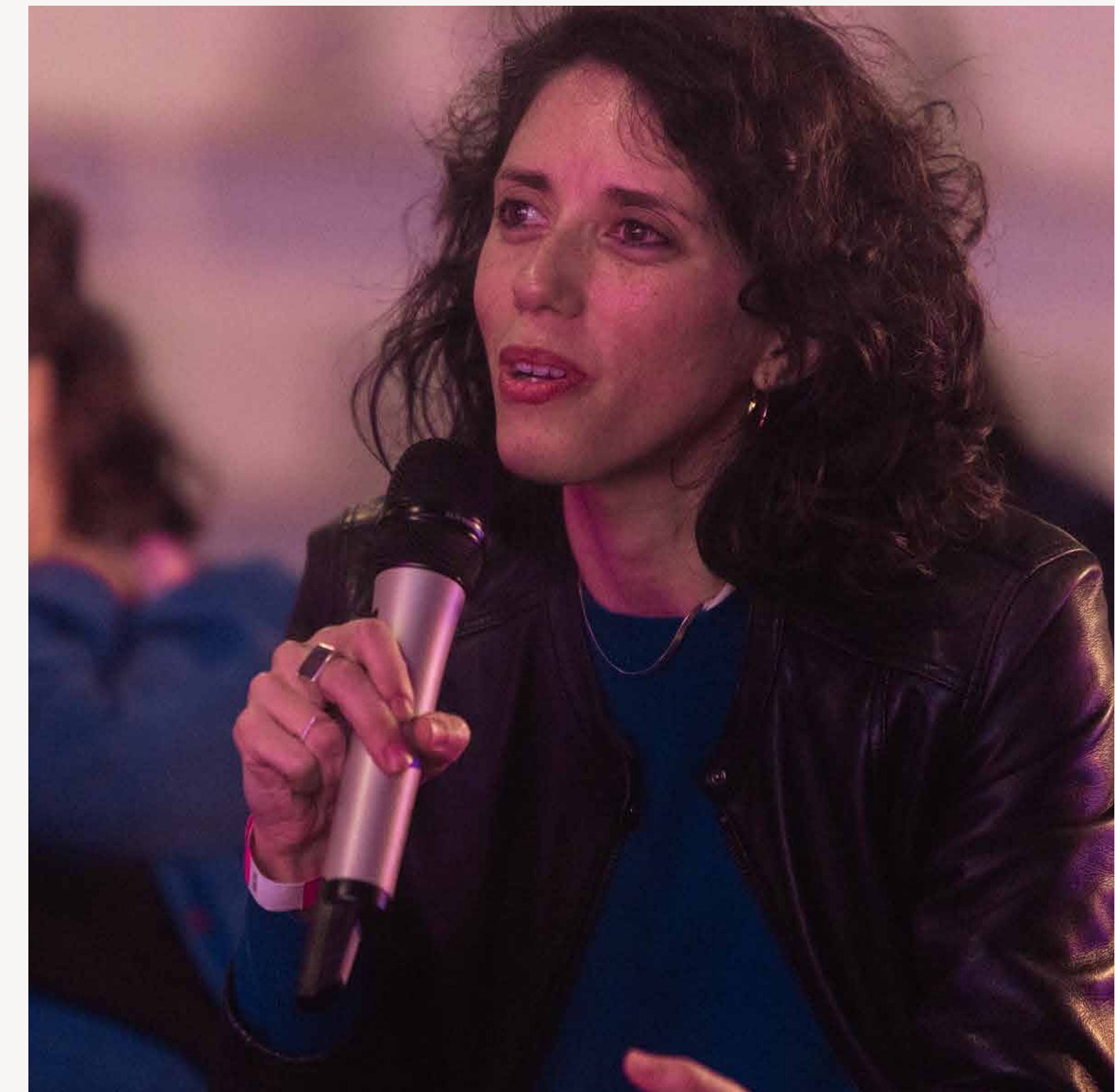


Catarina Vasconcelos

ILHAS STUDIO

Catarina Vasconcelos, realizadora e designer do ilhas studio, questiona sobre a posição que os estúdios têm em relação ao que está a acontecer no mundo. De que forma podem os designers gráficos e os estúdios que têm impacto fazer algo em relação a isso? “Sei que somos só designers gráficos, mas podemos não ser apenas designers gráficos.” Remata “Qual a vossa posição em relação a este, iremos chamar-lhe, activismo gráfico?”

Liza Enebeis assinala a mais-valia que os designers têm por ter as ferramentas para comunicar mensagens. Mas que apesar disso, não quer impor a ideia de que porque podes, deves, pois é algo muito pessoal e subjetivo. “Mas para quem tem o desejo e quer passar uma mensagem, deve fazê-lo.” Refere também que as pessoas e empresas podem fazê-lo de maneiras diferentes e que, por vezes, os estúdios sentem que há uma necessidade de o fazer publicamente, mas é possível fazer muitas coisas que não são visíveis, mas que vão ao encontro do que se quer dizer. “Eu prefiro agir de outras formas e não usar o estúdio como um veículo público, por ser um estúdio com muitas pessoas de diferentes países e com diferentes pontos de vista, e tenho que respeitar isso.”



Maria João Macedo acrescenta que “estamos sempre a dar o nosso conhecimento e habilidades a diferentes mensagens, e tentamos escolher mensagens em que acreditamos.”

Dário Cannatà, em tom de conclusão, complementa: “penso que o melhor que podemos fazer é ser verdadeiramente apaixonados por algo que gostamos de fazer e que consideramos positivo, e fazê-lo da melhor forma possível. Para mim, estar aqui a falar sobre design gráfico é o melhor que posso fazer e dar esse exemplo”.

O moderador encerra o debate, lembrando que “O design é um serviço. Se queres ter impacto, escolhe um cliente muito bom.”



Tertúlia CCP: “Ver para Querer”

A tertúlia realizou-se no dia 1 de março de 2024, no espaço The House em Belém, com o apoio da Câmara Municipal de Lisboa, a marca Antalis, Cerveja Sagres e Esporão, e seguiu-se de um jantar com assinatura do Chef Chef Manuel Liebaut.

Obrigado a todos os participantes:

Abel Quental, Alexandre Tiago, Alice Parise, Alice Sarmento, Amari Dennis, Ana Freitas, Ana Serrazina, Ana Sofia Aníbal, Andrei Aguiar, Andreia Ribeiro, Anna de Escobar, António Roquette, Armando Gomes, Beatriz Almeida, Beatriz Lopes, Beatriz Nisa, Bernard Gerber, Bruna Almeida, Carina Sousa, Carolina Cunha, Carolina Gonçalves, Catarina Vasconcelos, Cesária Martins, Cristina Costa, Dário Canatà, Diana Pinto, Dulce Alves, Eduardo Roçadas, Felipe Raphael de Castro, Filipa Rosa, Filipe Ferreira, Filipe Mesquita, Frederico Duarte, Gabriel Marcon, Giovana Delvaux, Gonçalo das Neves, Hugo Dias, Hugo Pacheco, Inês Bento, Inês Félix, Inês França Martins, Inês Mesquita, Inês Risques, Iolanda Correia, Jens Sievert, Joana Carvalho, Joana Correia, Joana Fatela, Joana Santos, João Paulo Pereira, João Ribeiro, Jorge Farinha, José Machado, José Mendes, José Torres, Júlia Trindade, Juliana Magrin, Laís Rogério, Lara Borges, Lisa Moura, Liza Enebis, Lucas Duque, Lucia Jaimovich, Luís Borges, Luís Costa, Luis Paladino, Mafalda Quintela, Mafalda Teles, Márcia Traça, Margarida Cardoso, Margarida Marinho, Margarida Rêgo, Maria Antunes, Maria Branco, Maria João Carvalho, Maria João Macedo, Mariana Andrade, Mariana Esteves, Mariana Fernandes, Mariana Pereira, Marko Rosalline, Marta Marques, Marta Sousa, Melissa Antunes, Michelle Silva, Miguel Domingues, Miguel Durão, Miguel Marques, Mónica Fernandes, Nádia Silveira, Nuno, Patrícia Francisco, Pedro Barroso, Pedro Duarte, Pedro Gandum, Pedro Lavinha, Pedro Leitão, Pedro Mascarenhas, Pedro Matos, Pedro Mesquita, Pedro Pires, Pedro Serrão, Petra Naydenov, Rafael Santos, Raquel Marques, Ricardo Goulart, Ricardo Leandro, Ricardo Sequeira, Rita Mendes, Rita Pais, Rita Pereira, Rodolfo Barreto, Rosário Pedrosa, Ruben de Barros, Sandra Imaz, Sandra Rodrigues, Sara Costa, Sara Jorge, Sara Silva, Sara Vitorino, Seb de la Guardia, Sebastião Teixeira, Sílvia Maio, Sofia Anjos, Stefano Magri, Susana Albuquerque, Susana Martins, Susana Nascimento, Susana Silvestre, Suzane Pinheiro, Tiago Martins, Vanessa Alves, Vasco Thomaz.

Fotografia: Francisco Melim

ORGANIZAÇÃO

© Clube da Criatividade
Portugal

APOIO

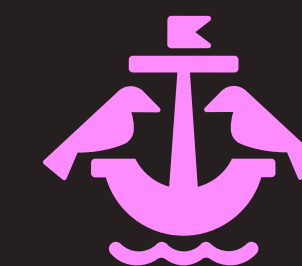
antalisTM

AGRADECIMENTOS



ESPORÃO
MAIS. DEVAGAR.

THE HOUSE



LISBOA
CÂMARA MUNICIPAL